

IL PAESAGGIO VITIVINICOLO ESPRESSIONE DEL TERROIR E PROMOZIONE DI UN TERRITORIO

*Anna Maria Pioletti*¹

Abstract

The Vineyard landscape as an expression of terroir and territorial promotion. - The wine is ne charming "storia liquida" about landscape. The word terroir sums up a set of specificities of the physical space: the rock in geological substrate, the ground evolving upon it, the shapes of the slope where vegetable essences take root, the local climate. Moreover, the growing and processing techniques should be considered, the historical framework and the customs in which the commercial and packaging skills of a certain food have been developing (Biancotti, 2003).

The presence of vineyards on steep slopes allows the preservation of soils, protecting them from the risk of erosion and thus participating in the conservation of the territory like in Aosta Valley.

The winemaking industry is expression of a specific landscape that, through its typical productions as the wine, could represent an economic and cultural value added. The "heroic winemaking" is crucial for the promotion and valorization of a territory through its products

1. Introduzione

Come sosteneva Paolo Cordero di Montezemolo, il gran vino è opera della natura, opera del sole, del clima, della composizione del terreno in altre parole è opera fondiaria (Cordero di Montezemolo, 1986). Ma preferisco condividere l'affermazione degli attuali proprietari della tenuta secondo cui un gran vino è una seducente "storia liquida" delle persone che lo hanno prodotto con passione e professionalità.

Le riflessioni prodotte nella tenuta Monfalletto nella frazione Annunziata del comune di La Morra creano le suggestioni che alcune aree del Piemonte come l'albese sanno trasmettere. In un opuscolo fatto pubblicare dal figlio Giovanni in onore del padre si trovano interessanti indicazioni su documenti risalenti al XV secolo che

¹ Università degli Studi della Valle d'Aosta

dettano indicazioni sullo svolgimento di alcune attività come la vendemmia “De tempore vindemiarum” ristampato nel 1680 ci fa sapere quali fossero i rapporti di buon vicinato tra i proprietari di vigne, le leggi che riguardavano coloro che tagliano le viti, gli impianti e la crescita delle viti.

La suggestione del paesaggio piemontese può essere trasposta in contesti geografici limitrofi come quello valdostano.

Il paesaggio rurale valdostano nonostante le trasformazioni avvenute negli ultimi decenni, conserva molti segni delle attività umane che lo hanno modellato nel corso del tempo. Spiccano la sistemazione dei pendii mediante terrazzamenti e l’influenza della rete idrografica con la realizzazione a partire dal periodo medievale dei rû.

Come già emerso in precedenti saggi e per aree geografiche similari (Badiali, 2009; Salgaro, 2009), il paesaggio è il risultato della dinamica naturale-antropica che nel tempo ha disegnato un percorso che rappresenta la base dell’identità e della cultura locale.

Il profilo che emerge da alcuni studi (Nonisma, 2008) è quello del vino bevanda globale in fortissima evoluzione in cui crescita e competitività si muovono su binari diretti nella stessa direzione. Negli ultimi anni l’export è raddoppiato e il valore nell’anno 2007 si è assestato sui 3,4 miliardi di euro (Nonisma, 2008). La partita si gioca sull’asse della qualità del prodotto e sull’affermazione di un brand per ogni tipologia di vitigno e di produttore. L’affermazione dei paesi dell’emisfero sud del mondo da un lato e dall’altro il caso della Cina in cui il vigneto è cresciuto, nel giro di poco più di un decennio, del 200% raggiungendo valori pari a quelli degli Stati Uniti e dell’Australia insieme dimostrano l’opposizione tra vitivinicoltura dei paesi della “Vecchia Europa” e dei paesi del “Nuovo Mondo”. I primi sono custodi della tradizione multisecolare, con il rispetto dei legami tra terroir, qualità dei vini e culture locali, valori identitari; i secondi glorificano piuttosto il mercato, le marche e i prodotti standardizzati (Rouvellac et alii, 2011).

Le iniziative in atto vanno nella direzione del potenziamento dei legami tra rurale e culturale come il protocollo siglato nell’aprile tra il Ministro delle Politiche Agricole e il Ministro del Turismo, di durata biennale, con l’obiettivo di valorizzare il sistema “turismo&agroalimentare”, attraverso la creazione di distretti turistico-agroalimentari a livello nazionale, con la creazione di itinerari di eccellenza finalizzati alla promozione dell’immagine e del brand Italia.

2. Metodologia

Come ricorda Silvino Salgaro, nel 2001 fu organizzato a Cividale del Friuli un seminario sul vino con lo scopo di redigere una “carta dei paesaggi del vino” al fine di tutelare la varietà e l’identità culturale dei paesaggi vitivinicoli. I paesaggi sono infatti diversi per contesto geografico ma omogenei per tipologia in grado di esprimere accanto all’armonia del contesto storico-culturale del sito, prodotti di qualità (Salgaro, 2009).

Ogni vino è un prodotto che si identifica con un luogo, con le sue caratteristiche pedologiche, morfologiche, climatiche, storiche e culturali. La denominazione di un vino è legata più al luogo geografico di produzione che alla varietà colturale o alla singola produzione. Il termine terroir sta appunto a indicare l’insieme di caratteristiche che rendono un luogo di produzione unico per elementi naturali e antropici. La legge 116 del 1963 aveva introdotto una prima caratterizzazione delle produzioni secondo la diversa tipologia e secondo le denominazioni di produzione (IGT, VQPRD, DOCG, DOC) e la creazione di disciplinari di produzione specifici.

In un’area alpina come quella valdostana la trama dei terrazzamenti e il modellamento dei versanti, nel tempo, sono diventati parte integrante del paesaggio che conserva tracce del passato mentre affronta le trasformazioni derivanti dall’urbanizzazione. Le eventuali modifiche che si rendono necessarie per il mantenimento dei terrazzamenti in buono stato devono tener conto della struttura originaria in cui la tipologia di pietre utilizzate per la muratura a secco può conferire al suolo sostegno e drenaggio naturale ai terreni.

La filiera produttiva rappresenta oggi un elemento importante di garanzia per il consumatore e un elemento distintivo di una produzione. Ma occorre ricordare anche il valore dei segni dell’attività contadina sul territorio come l’architettura rurale che rappresenta l’eredità della cultura contadina locale.

Il D.Lgs. 22 gennaio 2004, n. 42 – Codice dei beni culturali e del paesaggio ai sensi dell’art. 10 della legge 6 luglio 2002 n. 137 stabilisce all’art. 131 che il paesaggio è “il territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall’azione di fattori naturali, umani e dalle loro interrelazioni”. In tal modo viene accolto un principio presente nella “Convenzione Europea del Paesaggio” del 20 ottobre 2000 in cui le azioni di mantenimento degli elementi distintivi di un paesaggio sono motivate dal “... suo

valore di patrimonio derivante dalla sua configurazione naturale e/o dal tipo di intervento umano”.

Resta il punto su che cosa definisce il paesaggio vitivinicolo. Per definire tale tipologia di paesaggio occorre tener conto delle trasformazioni storiche che sono in grado di far ottenere alla coltura viticola il marchio di identificazione di un luogo che annovera in sé gli elementi antropici della tradizione colturale in grado di conferirgli una precisa connotazione che risponde al *genius loci* e che riesce a colpire l'occhio di un osservatore esterno, di un outsider.

2.1 Cenni geologici e geomorfologici .- La valle centrale percorsa dalla Dora Baltea riceve molti affluenti dalle valli laterali sia dal versante meridionale sia dal versante settentrionale. I terreni coltivati a vigneti si sviluppano su terrazzi naturali di origine glaciale, su cumuli di antiche frane e su ripiani alluvionali (Cita, Chiesa, Massiotta, 2001).

La differenza tra l'alta e la media valle è molto marcata. In alta valle prevale una viticoltura di tipo tradizionale con appezzamenti di piccole dimensioni coltivati a mano su pendii e versanti terrazzati. I pendii coltivati sono di natura alluvionale e in parte glaciale che salgono dalla Dora Baltea alle pendici dei rilievi montuosi soprastanti i comuni di La Salle e Morgex. La granulometria del terreno è grossolana, con ciottoli sparsi permettendo una buona penetrazione delle radici. Il Monte Bianco e il monte Grivola circondano una conca di notevole pregio che, grazie all'esposizione a SW, presenta una buona esposizione al sole e una scarsa ventilazione favorendo lo sviluppo e la produzione delle uve e del vino del Blanc de Morgex.

La media valle con un'ampiezza di 4-5 chilometri è costituita da pendii dolci ricoperti da depositi alluvionali e glaciali, distribuiti ai piedi di pareti rocciose ricoperte da boschi. I suoli presentano le stesse caratteristiche dell'alta valle che li rende particolarmente adatti alla viticoltura.

Nella bassa valle la viticoltura occupa entrambi i versanti e ciò dipende dall'orientamento della Dora in direzione NW-SE e dal particolare microclima presente nell'area. I vini prodotti derivano dal vitigno Nebbiolo e Donnas alternati da vitigni per la produzione dello Chardonnay, del Pinot Grigio e del Petit Arvine.

I primi vigneti creati artificialmente si trovano nella zona di Arvier dove i filari in sequenza regolare sono allineati lungo le linee di massima pendenza. Il paesaggio che ha subito maggiori trasformazioni è nella zona di Aymavilles in cui i vigneti hanno

sostituito prati e pascoli, mediante una monocoltura altamente specializzata di vitigni autoctoni a bacca rossa e bianca.

Nella parte meridionale della Valle i vigneti sono coltivati con pergole e su terrazze. A Pont-Saint-Martin e Montjovet le viti si inerpicano fino alla base delle pareti rocciose, dipingendo un paesaggio unico con pergole basse che sono una peculiarità della zona, formate da pilastri in pietra e muratura imbiancati e da travature in legno e muri a secco in pietra locale (Cita, Chiesa e Massiotta, 2001).

2.2 L'origine della viticoltura valdostana. - La diffusione della coltivazione, che si può far risalire al II sec. a.C. con il transito dell'esercito romano diretto alla conquista dei valichi alpini, interessò in una prima fase le vicinanze dei borghi edificati lungo la strada romana delle Gallie come dimostrano alcuni documenti conservati presso l'Archivio della Collegiata di Sant'Orso. Il maggiore impulso si ebbe a partire dall'XI secolo per impulso dato dalla Chiesa e dalle signorie locali che si occupavano di ars agraria.

Secondo alcuni studiosi, i vini valdostani erano apprezzati lungo la riva meridionale del Rodano e il versante svizzero attraverso il colle del Teodulo (Ammann, 1992).

Se si osserva l'attuale paesaggio si possono riscontrare tracce dell'abbandono dei vigneti lungo muri a secco e terrazzi. L'area che prendiamo in considerazione è piuttosto ampia comprendendo la valle di Gressoney fino a Lillianes, la valle d'Ayas fino a Challand-Saint-Anselme, quella del Gran San Bernardo fino a Allein, la valle di Cogne fino a Pont Aël. Ancora, risalendo dal comune di Saint-Pierre verso Saint-Nicolas o da Arvier verso Le Combes è possibile osservare ciò che resta di vecchie coltivazioni a vigneto. Nel XII secolo, grazie a un optimum climatico, le vigne raggiungevano l'altitudine di 1.500 metri (Moriando, 2008).

In origine la coltivazione avveniva mediante pergola sostituita a partire da metà Ottocento, a seguito dell'influenza dell'oidio, da nuove tecniche di coltivazione. Iniziarono a diffondersi nella valle centrale i modelli della spalliera con pali e traverse di legno, l'alberello o piquet con un tutore per vite a sostegno della vegetazione (Gatta, 1838).

La viticoltura valdostana copre un dislivello di quasi 1000 metri passando dai 350 metri sul livello del mare nel comune di Pont-Saint-Martin, quindi fiancheggiando la Dora Baltea occupa i versanti soleggiati della sinistra orografica, spingendosi fino a Morgex dove si trovano i vigneti più alti d'Europa di fronte al Monte Bianco.

L'estensione è mutata in maniera considerevole: è passata dai 4.000 ettari della fine del 1800 agli attuali 500 (Bich, 1896). La costruzione di muretti in pietra in funzione di sostegno ha permesso di costruire un paesaggio vitato che per molti aspetti è somigliante a quello della Valtellina o del Vallese (Gatta, 1838). A questo paesaggio si alternava quello costituito dagli innumerevoli scaloni tuttora visibili tra Perloz e Lillianes che durante il Medioevo ospitavano soprattutto la segale sostituita in seguito da estesi castagneti più redditizi.

La superficie viticola totale della Regione Valle d'Aosta è attualmente di 522 ettari di questi la superficie viticola totale con difficoltà strutturali (altitudine, forte pendenza, terrazzamenti) è di 315 ha. La viticoltura eroica è particolarmente evidente là dove la pendenza supera il 30 per cento corrispondente a 191 ettari (pari a circa il 29%). Data la particolare natura del territorio valdostano, la superficie vitata a un'altitudine superiore a 500 metri è di 315 ettari connotando in maniera netta la peculiarità di un tipo di coltivazione che si definisce eroica.

L'intervento puntuale nel corso dei secoli degli agricoltori valdostani ha portato a una trasformazione del paesaggio in cui la superficie terrazzata ha ormai raggiunto i 135 ettari. Se a metà del XIX secolo la superficie vitata anche sulle colline della città di Aosta era piuttosto estesa e la coltivazione nel periodo precedente raggiungeva comuni come Torgnon, oggi essa si spinge fino al limite di 1.100 metri. In questo scenario la varietà dei paesaggi vitati abbraccia versanti estremamente eterogenei: si passa dai terrazzamenti di fondovalle di Donnas ai vitigni ai piedi del Monte Bianco che nel comune di Morgex si lanciano verso il cielo a una quota di 1.100 metri.

La proprietà fondiaria presenta condizioni molto simili a quelle di altre aree geografiche in cui la viticoltura ha perso il suo ruolo produttivo. La polverizzazione e la parcellizzazione fondiaria interessano il 67% delle aziende che hanno dimensioni molto piccole inferiori ai 0,2 ettari. Il 35% della superficie è interessato da questa condizione. La seconda classe di ampiezza da 0,2 a 1 ettaro concerne il 46% della superficie e il 31% delle imprese. La difficoltà di coltivazione e di gestione è visibile dai dati che dimostrano che solo il 2% ha dimensioni superiori a 1 ettaro e questa condizione rappresenta il 19% della superficie.

Le tecniche di coltivazione sono riconducibili ai tratti classici del paesaggio tradizionale. I terrazzamenti sostenuti da muretti a secco, su ciglioni e in alcuni casi a ritocchino. Negli ultimi anni si assiste a una variazione nel regime delle piogge verso

un aumento della quantità di acqua che cade al suolo e ciò sopperisce alla mancanza di un particolare metodo di regimazione e il controllo delle acque superficiali.

Il paesaggio che appare è generalmente monoculturale variando rispetto a uno scenario in cui la vite era associata ad altre culture foraggere e orticole. Anche le abitazioni hanno assunto funzioni diverse in cui l'edificio rurale grazie anche a sovvenzioni regionali è stato trasformato in abitazione privata o destinata a locali per scopi turistici.

In precedenti studi presentati in occasione del “primo congresso internazionale sulla viticoltura di montagna e in forte pendenza” svoltosi a Saint-Vincent nel 2006 era stata presentata la proposta di zonazione degli 85 vigneti presenti nella valle giudicati rappresentativi delle diverse condizioni di coltivazione suddivisi secondo il profilo pedologico, morfologico, fenologico, vegetativo e produttivo (Rigazio et alii, 2006).

Interventi successivi di Macchi e Aragrande che vanno incontro alla nostra proposta, si sono soffermati sui metodi di valutazione del paesaggio viticolo di montagna utilizzati in Italia che tengono conto della componente visuale-percettiva. Da questi dati è possibile stabilire una correlazione tra il lavoro dei produttori e l'intervento della politica economica del settore (Macchi e Aragrande, 2008).

3. Risultati

Nel corso degli anni si è affinata la filosofia di produzione ed è migliorata la qualità dei vini grazie anche al processo di vinificazione.

La nascita della viticoltura nella nostra penisola ha origini molto antiche risalenti all'VIII secolo a.C. come dimostra l'antica denominazione Enotria utilizzata per indicare la “terra del vino” corrispondente a una parte dell'attuale Calabria.

I terrazzamenti hanno sempre avuto una particolare funzione in molte aree geografiche: dalla zona di Revello (Campania), alle Cinque Terre dove la coltivazione viene ottenuta prevalentemente su terrazze, a ciglioni e a ripiani raccordati, alla Valcamonica per citare solo alcune realtà.

Nella Regione Valle d'Aosta e nel vicino Piemonte la viticoltura ha radici profonde risalenti all'epoca celtica cresciute con l'arrivo dei Romani. In Piemonte i terrazzi scavati nella roccia sono caratterizzati da una particolare struttura in pietra che sostiene le pergole che insieme ai muri a secco ha una funzione mitigatrice dell'escursione termica nel corso della notte.

I Salassi furono i primi a apprezzare il valore del succo che si otteneva dalla spremitura dei grappoli d'uva, seguito nel periodo romano da una produzione vocata non solo al consumo locale ma all'esportazione.

La “Carta di Fontevraud” è un primo strumento a cui fare riferimento per ciò che riguarda la tutela dei paesaggi viticoli. Il documento che ha un antefatto nell'iscrizione sulla lista del patrimonio mondiale dell'UNESCO della Val de la Loire (2000) è stata siglata nell'omonima città in occasione del colloquio internazionale “Paesaggi di vigne e di vini” del luglio 2003². La Carta, che richiama la già citata Convenzione Europea del Paesaggio (2000), ha lo scopo di favorire la conoscenza e la padronanza dell'evoluzione dei paesaggi viticoli nella loro dimensione estetica, culturale, storica e scientifica. L'obiettivo del progetto è quello di mettere insieme una lettura esperta dell'organizzazione dei paesaggi dei terroir e un progetto congiunto di strutture professionali e delle collettività locali al fine di realizzare delle azioni di protezione e valorizzazione nel quadro di un piano di gestione. Il tutto si basa sulla necessità di creare una rete internazionale di attori dei territori viticoli, delle collettività locali, dei sindacati del settore, degli operatori della cultura e del turismo, dell'università e dei laboratori con l'obiettivo di impegnarsi in iniziative volte alla valorizzazione e alla tutela dei paesaggi vitati (Rochard et alii, 2008). Tra gli aspetti da sottolineare vi sono: la necessità di ottimizzare le qualità intrinseche del paesaggio come la modalità di condotta della vigna, la cooperazione tecnica e scientifica tra i vari attori, lo sviluppo di un'offerta di servizi turistici di accoglienza e di scoperta che prevedano il coinvolgimento dei viticoltori. Il viticoltore che conduce il visitatore in un percorso all'interno del proprio vigneto fornisce un'opportunità per l'outsider di conoscere dalla viva voce del coltivatore le tecniche e i criteri di produzione di un vino; per l'insider è una modalità di promozione del proprio lavoro e della storia di quel territorio. E' il caso di Banyuls che dispone già di un'immagine forte che rende il paesaggio eccezionale non soltanto per le strutture in pietra ma anche per la geomorfologia del luogo e il suo carattere di litorale poco edificato su cui si ergono i terrazzamenti che rappresentano le “sculture dei viticoltori di montagna”.

La proposta in questa sede è quella di creare una carta vitivinicola rivolta a turisti ed escursionisti che contenga esempi di paesaggi presenti sul territorio, disegnata a una scala geo-topografica che soddisfi le esigenze dei potenziali fruitori. Una carta di tale

² www.charte-de-fontevraud.org

tipo dovrebbe riportare alcuni elementi base come le indicazioni delle strade anche di natura interpodereale, gli itinerari delle consolidate “strade del vino”, i punti in cui sono possibili con visivi di pregio dal punto di vista estetico-paesistico sul paesaggio viticolo e sul territorio circostante, i luoghi di degustazione e vendita dei prodotti tipici. Non dovrebbe limitarsi soltanto a questi elementi ma integrare le indicazioni con indicazioni delle possibili fonti di attrazione turistica come i beni culturali presenti sul territorio. Tali mappe potrebbero inoltre essere utilizzabili mediante i-phon e cellulari.

Il territorio deve essere percepito come una risorsa da parte dei residenti e quindi anche dai potenziali turisti. Affinché il territorio possa divenire un prodotto turistico occorre stabilire un incontro tra le richieste espresse dalla domanda e i fattori organizzati dall’offerta. Secondo alcuni autori, pianificare e realizzare la comunicazione di un prodotto turistico enogastronomico significa trasmettere un messaggio fortemente territoriale (Croce e Perri, 2008). Le immagini evocative di alcune aree vitivinicole suscitano infatti emozioni accompagnate da slogan e suggestioni.

4. Conclusioni

I *wine lovers* sono in costante aumento, disponibili a spendere cifre ingenti per una bottiglia di vino, sanno apprezzare il valore del territorio in cui è presente una particolare produzione. La disponibilità di tempo favorisce lo sviluppo di un turismo sempre più attrattivo come dimostrato dalla crescita dei *gateskeeper* del territorio (le associazioni che si occupano di vino e turismo in Italia) a seguito dell’aumento del numero dei turisti enogastronomici.

Diversi studi sul tema del turismo enogastronomico (Croce e Perri, 2008; Mercury, 2009) dimostrano la possibilità di trasformare il terroir in destinazione turistica. In tale scenario il “gusto geografico” del turismo enogastronomico parte dalla messa a fuoco di quattro concetti: terroir, milieu, paesaggio e territorio. Il terroir è basato sulla qualità di origine di un prodotto alimentare, il milieu è il patrimonio comune e l’identità collettiva che sono proprie di un certo luogo fatti da elementi materiali e immateriali, di condizioni naturali e socioculturali. Il paesaggio ha un’accezione culturale, il risultato dell’attività degli uomini che si sono succeduti nel tempo. Il territorio, infine, è lo spazio organizzato dall’uomo come entità sistemica e dinamica.

Viticultura e cultura potrebbero rappresentare un ottimo binomio per lo sviluppo di un territorio. Secondo infatti le elaborazioni di Federculture di dati Istat, la spesa annua delle famiglie italiane per cultura e ricreazione nel 2011 è stata di 70,9 miliardi di euro – il 2,6% in più rispetto al 2010 – e rappresenta il 7,4% della loro spesa totale (Rapporto Annuale Federculture 2012). In parallelo le “Strade del vino” riscuotono un buon gradimento nell’esperienza dell’enoturismo.

Bibliografia

AMMANN H.R., “ Quelques aspects de l’importation de vin valdôtain en Valais au XVI^e siècle”, in R. Comba (a cura di), *Vigne e vini del Piemonte moderno*, Cuneo, L’Arciere, 1992, 461-479

BADIALI F., “Dagli acini dell’uva alla ricostruzione del paesaggio: l’esempio dell’ecomuseo della collina e del vino di Castello di Serravalle (Bologna)”, in *Atti del convegno internazionale I paesaggi del vino, Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 2009, 136-137, 81-92

BIANCOTTI A., PAMBIANCHI G., PIOLETTI A.M. (a cura di), *Spazi, ambienti e paesaggi dei terroir*, Milano, B.E.M. World in progress, 2003

BRANDOLINI P., NICCHIA P. RENZI L. TERRANOVA R., “Aspetti metodologici per l’analisi e la valorizzazione ambientale dei versanti terrazzati”, in *La valorizzazione turistica dello spazio fisico come via alla salvaguardia ambientale*, Patron, Bologna, 2005, pp. 15-39

CITA M.B., CHIESA S., MASSIOTTA P., *Geologia dei vini italiani. Italia settentrionale*, Milano, Be-Ma, 2001

CROCE E. e G. PERRI, *Il turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere l’integrazione tra cibo, viaggio, territorio*, Milano, FrancoAngeli, 2008

DELFOSSÉ C., *Noms de pays et produits de terroir : enjeux des dénominations géographiques*, « L’Espace géographique », n.3, 1997, pp. 222-230

FEDERCULTURE, *Rapporto Annuale Federculture 2012. Cultura e sviluppo. La scelta per salvare l’Italia*, Milano, Rcs Etas Libri, 2012,

GATTA L.F., *Saggio intorno alle viti e ai vini della Valle d’Aosta*, Aosta, Fratelli Enrico Ediori, 1838 (ristampa 1971)

GOFFI A. e L. SILIPRANDI, *Non solo vino. Non solo cibo. Idee e strumenti per comunicare nell’enogastronomia*, Milano, FrancoAngeli, 2006

- MACCHI G. e ARAGRANDE M., “Methods of analysis and value of the mountain wines landscape”, *CERVIM Secundo congreso internacional sobre viticultura de montaña y en fuerte pendiente*, Monforte de Lemos, Ribeira Sacra (Galitia), 13-15/03/2008, 61
- MAYBY J., *Paysage et imaginaire : l'exploitation de nouvelles valeurs ajoutées dans les terroirs viticoles*, « *Annales de Géographie* », 2002, n. 624, pp. 198-211
- MERCURY, *Rapporto sul turismo italiano 2008-2009*, Milano, Franco Angeli, 2009
- MORIONDO G., *Vina excellentia*, Aosta, Tipografia Duc, 2008
- NONISMA, *Wine marketing*, Roma, Agra Editrice, 2008
- PIOLETTI A.M. (2009) “Terroir e paesaggi: concetti generali e esempi di terroirs di montagna” in V. Agnesi (a cura di) *Ambiente geomorfologico e attività dell'uomo. Risorse, rischi e impatti. Torino, 28-30 marzo 2007*, vol. II, Roma, Memoria della Società Geografica Italiana, p. 529-540
- PITTE J-R., *La géographie du goût, entre mondialisation et enracinement local*, « *Annales de Géographie* », 2001, n. 621, pp. 487-508
- RAUTENBERG M., *Une politique culturelle des produits locaux dans la région Rhône-Alpes*, « *Revue de Géographie Alpine. Patrimoine, montagne et biodiversité* », tome 86, 1998, n.4, pp. 81-87
- RIGAZIO L., PRAZ G., LALE DIEMOZ P., ZECCA O., MARIANI L., MINELLI R., FAILLA O., SCIENZA A., “La zonizzazione viticola della Valle d’Aosta”, *CERVIM Primo congresso internazionale sulla viticoltura di montagna e in forte pendenza*, Quart, Musumeci, 2006, 37-38
- ROCHARD J., LESNIER A., AMBROISE R., “The Fontevraud Charter in favor of the viticultural landscape”, *CERVIM Secundo congreso internacional sobre viticultura de montaña y en fuerte pendiente*, Monforte de Lemos, Ribeira Sacra (Galitia), 13-15/03/2008, 71-72
- ROUVELLAC E., DELLIER J., GUYOT S., “Entre terroir et territoire. La renaissance du vignoble sud-africain”, *L’Espace Géographique*, 2011, 4, 337-351
- SALGARO S., Dalla “carta dei paesaggi del vino” alla cartografia vitivinicola territoriale, in *Atti del convegno internazionale I paesaggi del vino*, *Bollettino della Associazione Italiana di Cartografia*, 2009, 136-137, 227-242
- TERRANOVA R., *Il paesaggio costiero agrario terrazzato delle Cinque Terre in Liguria*, in “*Studi e Ricerche di Geografia*”, XII, fasc. 1, 1989, pp. 1-5.