

STUDIO SULL'IDENTITÀ DEI VIGNETI ALPINI E APPROPRIAZIONE DEI VALORI COMUNI

SINTESI
Febbraio 2019



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



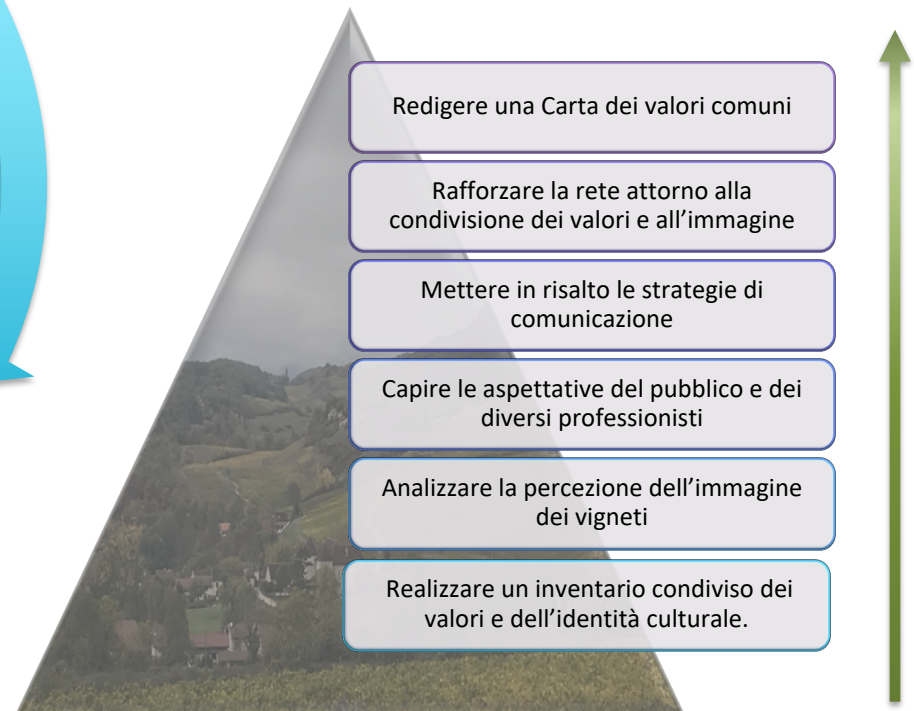
**ROUTE DES
VIGNOBLES
ALPINS**
STRADA DEI VIGNETI ALPINI

Metodologia

Promemoria delle fasi di lavoro...

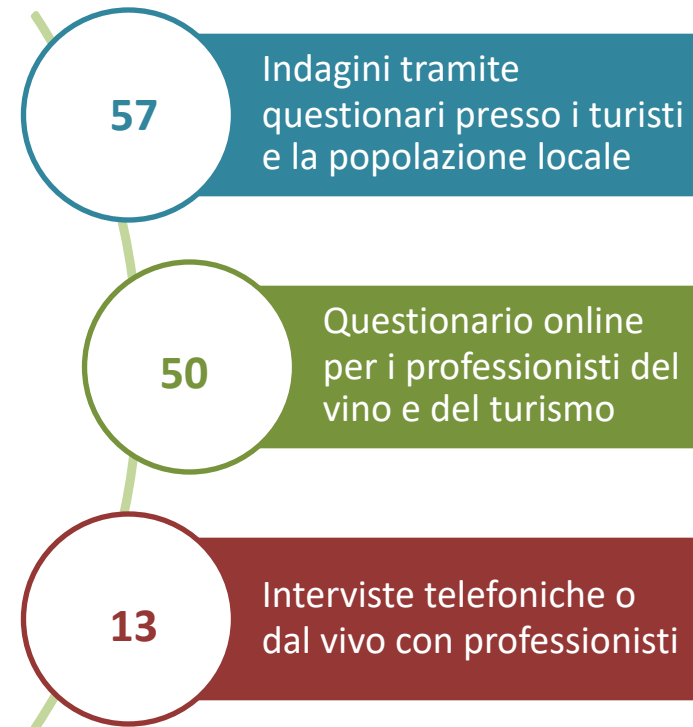


...e degli obiettivi



Metodologia

- **UN'INDAGINE DI MERCATO PER VALUTARE LA NOTORIETÀ DEI VIGNETI, LE PRATICHE ENOTURISTICHE E IL CONSUMO**
- **UN'ANALISI DELLA PERCEZIONE DEL TERRITORIO PRESSO I PROFESSIONISTI (VITICOLTORI, OPERATORI TURISTICI, ALBERGATORI, RISTORATORI, SITI CULTURALI), E DEI VALORI DA TRASMETTERE**
- **UNO STUDIO QUALITATIVO SOCIO-ANTROPOLOGICO PRESSO I PROFESSIONISTI DEL VINO, DEL TURISMO E DELLA CULTURA: USI, PROBLEMATICHE E SFIDE DELL'ENOTURISMO (PUNTI DI FORZA, DEBOLEZZE, OPPORTUNITÀ, MINACCE)**



IL TERRITORIO SAVOIA-MONTE BIANCO & I VIGNETI DELLA SAVOIA VISTI DAI PROFESSIONISTI



PAESAGGI :

- * Dai laghi alle montagne, un territorio dinamico dalle molteplici risorse
- * Paesaggi complementari dai colori della natura
- * Grandi spazi, energia, libertà e quieto vivere: un paesaggio «da cartolina»
- * Le attività all'aria aperta: un piacere contemplativo
- * Un ambiente rispettato ma da proteggere
- * Le zone protette: dei paesaggi raccomandati dai professionisti



PATRIMONI :

- * Un attaccamento al patrimonio storico monumentale e a quello rurale
- * Elementi patrimoniali che strutturano il paesaggio, testimoni di una storia ricca e di un'identità territoriale



VINI E I VIGNETI DELLA SAVOIA :

- * Paesaggi viticoli sorprendenti e atipici, ma non abbastanza conosciuti. Un valore aggiunto da mettere in risalto
- * Professionisti che orientano i visitatori verso i vigneti ma... un accesso difficile, una domanda da stimolare e un'immagine da rafforzare
- * «Assaggiate i nostri valori!», i vini della Savoia: intraprendere, farne l'esperienza e cambiare i preconetti
- * * Una buona conoscenza e un buon apprezzamento dei vini della Savoia

QUELLO CHE I PROFESSIONISTI VORREBBERO FAR SAPERE SUI VIGNETI DELLA SAVOIA

1. RIVOLUZIONE QUALITATIVA: UN RINNOVAMENTO PER CAMBIARE I PREGIUDIZI

- I professionisti della Savoia-Monte Bianco sono consapevoli degli sforzi qualitativi realizzati dai viticoltori per migliorare la qualità dei vini che soffrono ancora, purtroppo, di un'immagine che non coincide più con la realtà del prodotto, un'immagine desueta di vini da «raclette». Vorrebbero quindi che questa reputazione cambiasse agli occhi del pubblico

2. ESPERIENZA: LA SCOPERTA DEI GUSTI E DELLE COMPETENZE (KNOW-HOW)

- Per far cambiare quest'immagine dei vini della Savoia, i professionisti del settore desiderano creare un invito alla scoperta di questi ultimi, tramite la degustazione.
- L'esperienza diventa quindi, secondo loro, il modo migliore per convincere il pubblico

3. ETICA, DEDIZIONE E UN LAVORO CHE FA LA DIFFERENZA

- Alla luce delle condizioni geografiche e dei limiti del terreno, il riconoscimento del lavoro dei viticoltori è ampiamente condiviso. Questi sono ammirati per la loro forza nell'affrontare, in particolare, il lavoro nei pendii.
- Alcuni di loro sono propensi a impegnarsi in iniziative ambientali sostenibili.

L'ENOTURISMO VISTO DAI PROFESSIONISTI

Asse di sviluppo e strutturazione delle reti professionali, l'enoturismo è inquadrato in particolare dal marchio nazionale «Vignobles & Découverte» attraverso le due destinazioni «Grandi laghi» e «Cuore della Savoia»

I professionisti del vino, del turismo e della cultura hanno un'immagine piuttosto positiva dell'enoturismo. Tuttavia, questo appare più come un asse di sviluppo culturale che economico.

In effetti, per i professionisti, l'enoturismo è soprattutto:

1. Il piacere di condividere e far scoprire il territorio e la cultura ai visitatori
2. Un modo di appartenere ad una rete professionale e creare dinamiche locali
3. Una risorsa economica complementare
4. Un modo di rendere la struttura più attrattiva
5. Una moda

D'altra parte, desidererebbero :

1. Sviluppare sempre più l'enoturismo anche se quest'ultimo non incide in modo particolare sulla loro attività, ma amano condividere e scambiare attorno alla cultura del vino
2. Intraprendere di più, ma non lo fanno a causa della mancanza di tempo, di mezzi e di strutture d'accoglienza
3. Impegnarsi di più, ma non conoscono a fondo questo soggetto

« Continuiamo le iniziative prese in questa direzione! »

« Mettiamo le risorse perché l'offerta creerà la domanda e il miglior ambasciatore resterà sempre un turista soddisfatto »

« Su Savoie Mont Blanc mettere in risalto i nostri vigneti e le cantine da visitare »

« Non posso bere alcool per ragioni di salute. Ma lo consiglio sempre ai turisti che passano nel mio ufficio. Sulla mia scrivania, come decorazione, ho una bottiglia di Mondeuse prodotto a Chanaz:) »

« Ispirarsi da quello che si fa in altri luoghi, restare positivi e innovare, adottare tutto ciò che si può riprodurre in Savoia. Andare a vedere altrove. Strutturare »

« Proporre più circuiti enologici con differenti mezzi di trasporto »

« Lunga vita ai vini della Savoia! »

IL MARCHIO «VIGNOBLES & DECOUVERTES»

- Un asse di sviluppo per il momento più culturale che economico per il quale i professionisti hanno voglia di mobilitarsi
- Un'iniziativa conosciuta dai professionisti, utile allo sviluppo dell'enoturismo, ma da sviluppare e rafforzare sul territorio
- Orientarsi verso vigneti più sostenibili?

IL TERRITORIO SAVOIA-MONTE BIANCO E I VIGNETI DELLA SAVOIA VISTI DAI TURISTI

- LE VIGNE: UN ELEMENTO PAESAGGISTICO MOLTO APPREZZATO DAI VISITATORI E DAGLI ABITANTI

Le vigne risultano essere il terzo elemento paesaggistico più importante. Fanno parte dello spettacolo e molto spesso giocano un effetto sorpresa quando appaiono sui pendii. Si associano quindi agli altri componenti del paesaggio, che siano i laghi o le montagne

«I vigneti della Combe de Savoie sono poco conosciuti»

«I vigneti della Combe de Savoie, non pensavo ce ne fossero così tanti. I paesaggi del Massiccio di Bauges, pieno di serenità, il Semnoz, l'Arclusaz...»

«I vigneti, i paesaggi selvaggi di montagna, la costa selvatica del lago di Bourget...»

«Le viti. L'esposizione delle viti in Chautagne. La strada d'Aix-les-Bains. L'ubicazione delle viti»



QUELLO CHE DOBBIAMO PRENDERE IN CONSIDERAZIONE PER L'IMMAGINE CHE HANNO I TURISTI DEI VIGNETI E I VINI DELLA SAVOIA



LE PERCEZIONI :

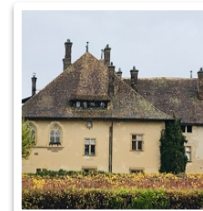
- Delle destinazioni turistiche identificate chiaramente, concentrate, ma con una forte predominanza dei grandi siti naturali: Massiccio del Bauges, Parco della Vanoise, Valle della Maurienne...
- Sensazioni di libertà e spazi selvaggi collaudati a fronte di riserve naturali «da togliere il fiato»
- Le viti sui pendii partecipano all'effetto sorpresa della «Destinazione»
- Le viti e la loro coltivazione non appaiono come un elemento del patrimonio culturale mentre, d'altro canto, le competenze e la viticoltura sono apprezzate «un vigneto che merita d'essere conosciuto di più»
- La degustazione dei vini mette voglia di venire a scoprire i vini e i vigneti perché l'immagine trasmessa è di alta qualità. L'originalità dei vitigni tradizionali è riconosciuta,
- Una destinazione percepita come costosa, ma con un'accoglienza calorosa e autentica.



4 VALORI CONDIVISI

1. PAESAGGI DI QUALITÀ / NATURA
2. ORIGINALITÀ / RARITÀ
3. ACCOGLIENZA / OSPITALITÀ
4. AUTENTICITÀ / SEMPLICITÀ

Il 100 % dei visitatori gradirebbe ritornare e apprezza particolarmente la qualità e l'autenticità dell'accoglienza, dei prodotti locali e dei paesaggi



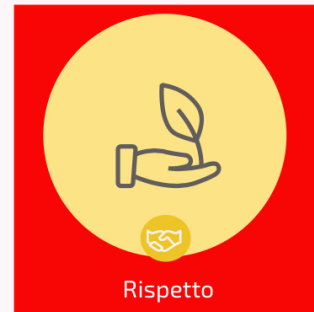
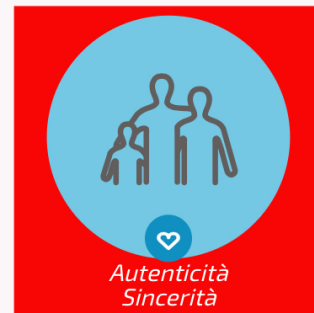
L'ENOTURISMO E I MARCHI

- L'offerta e la cultura enoturistica non è chiara ai visitatori, non si identifica come tale ;
- Gli eventi attorno al vino non sono visti come enoturistici, ma favoriscono l'acquisto dei vini.
- I turisti sono attenti ai marchi, in particolare quello dell'UNESCO che garantisce la qualità del paesaggio e la sua salvaguardia

	PUNTI DI FORZA	PUNTI DEBOLI
Interni	<ul style="list-style-type: none"> • Una qualità paesaggistica apprezzata e riconosciuta all'unisono • Un vigneto considerato come raro e sorprendente • Dei valori condivisi da tutti: purezza, rarità, ospitalità, autenticità, qualità dei paesaggi, dell'ambiente, dei prodotti, dei vini • Una volontà di sviluppare l'enoturismo per comunicare insieme sulla qualità dei vini e l'autenticità dei territori • 2 destinazioni con il marchio V&D nei vigneti che partecipano all'emergenza di una dinamica di gruppo 	<ul style="list-style-type: none"> • .Un vigneto poco conosciuto, con una posizione geografica difficile poiché esteso e poco visibile • .Una comunicazione enoturistica basata troppo sul «Week- end affascinante» e non abbastanza sulle Destinazioni e le offerte dei prodotti • Una parte dei vigneti non ancora Etichettati V&D
Esterni	<ul style="list-style-type: none"> • Una potente ascesa delle regioni vitivinicole e dei vitigni rimasti per molto tempo nell'ombra, nel nome della diversità (fonte Vitisphère, gennaio 2019) • La volontà dello Stato francese di sviluppare l'enoturismo con lo scopo di assumere la leadership mondiale su questa filiera (fonte 1° assise sull'enoturismo, novembre 2018) • Uno sviluppo delle attività comunicazione riguardanti le destinazioni V&D 	<ul style="list-style-type: none"> • La pressione edilizia delle metropoli e delle città che logora il paesaggio e artificializza il suolo • L'instabilità della clientela enoturistica

« ASSAGGIATE I NOSTRI VALORI ! »

CARTA DEI VALORI DEI VIGNETI DELLA SAVOIA



«ASSAGGIATE I NOSTRI VALORI !»

I VINI DELLA SAVOIA: INTRAPRENDERE, FARNE L'ESPERIENZA E CAMBIARE I PRECONCETTI

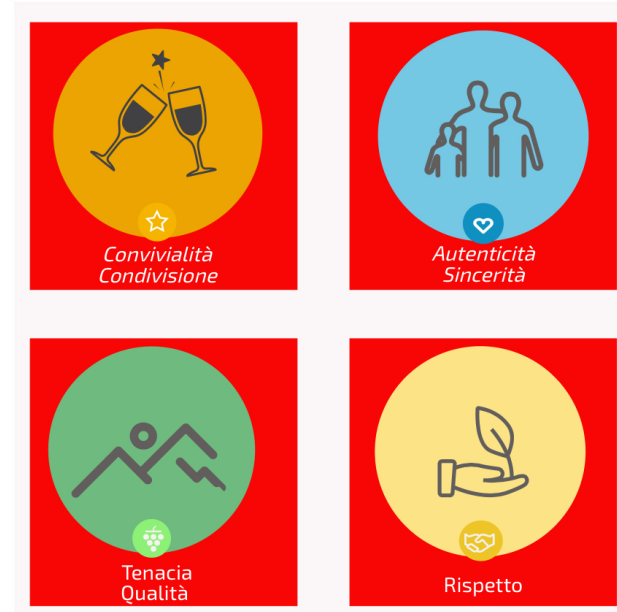
Il territorio della Savoia-Monte Bianco possiede una qualità paesaggistica ricca e protetta, riconosciuta da tutti, nella quale crescono armoniosamente, da secoli, le vigne. I nostri territori generano prodotti di alta qualità che raccontano il nostro attaccamento alla nostra cultura, le nostre competenze e il nostro modo di essere.

Ci caratterizzano la convivialità, l'autenticità, il rispetto e la tenacia, qualità che caratterizzano anche i nostri vini, la nostra accoglienza e i nostri territori. Questi ultimi sono paesaggi rari e originali e ci battiamo per preservarli, mantenerli e trasmetterli.

Abitanti, visitatori, amici, siate fieri dei nostri vini alla stregua dei prodotti del territorio e dei nostri paesaggi. Siate ambasciatori della nostra regione presso coloro che ignorano ancora questi piaceri racchiusi tra le nostre magnifiche montagne. Fate scoprire questo nostro patrimonio così raro: i vigneti della Savoia – Monte Bianco.

I firmatari di questa Carta s'impegnano a:

- **Mettere la convivialità al centro dell'accoglienza:** riservare un caloroso benvenuto ad ogni visitatore come fosse un amico di lunga data, fargli scoprire la qualità e la diversità dei nostri vini e prodotti regionali, promuovere il nostro territorio, la sua storia e il suo patrimonio, mettere l'Uomo al centro dell'ospitalità ;
- **Essere autentici e sinceri riguardo alle nostre offerte:** accogliere il visitatore in uno scenario curato e in armonia con il circondario, in tutta semplicità e trasparenza, essere fieri di far scoprire i prodotti nati principalmente nelle Tenute vitivinicole e nella Savoia-Monte Bianco, proporre prodotti enoturistici e animazioni conformi ai propri gusti per il piacere di condividerli, prestare ascolto ai bisogni e ai desideri della clientela ;
- **Rispettare l'ambiente e le nostre risorse:** restare attenti alla qualità dei nostri paesaggi, alla cura del nostro patrimonio, alla conservazione del nostro ambiente per lasciarlo in eredità alle generazioni future, il tutto restando innovativi e creativi nella nostra offerta ;
- **E soprattutto... rimanere tenaci** nel mantenere una viticoltura di montagna, una viticoltura eroica che difenda i nostri vitigni e le nostre terre, per fare vini d'eccellenza! Tenere a mente l'idea della Qualità.



France Gerbal-Medalle

AOC Tourisme

www.aoctourisme.com

aoc.tourisme@gmail.com

Marie-Ange Lasmènes

Paroles, paroles...

<http://paroles-paroles.com>

paroles-paroles@hotmail.fr