

Introduzione

Stefano Dindo *

Il richiamo alle definizioni di “paesaggio”, “denominazione d’origine” ed “enoturismo” consente di cogliere il filo conduttore degli interventi di questo volume, che tratta il tema del “*Paesaggio vitivinicolo come patrimonio europeo. Aspetti giur-economici: geografici, ambientali, contrattuali, enoturistici, di marketing*”, traendo lo spunto dal convegno che si è tenuto a Grinzane Cavour nel novembre del 2018, organizzato dall’Unione Giuristi della Vite e del Vino e dall’Enoteca Regionale Piemontese Cavour.

Vediamole.

Quanto al “paesaggio”, come ben illustrato negli interventi di Filippo Moreschi e Mario Appiano, non esiste definizione normativa da applicare in generale e tanto meno una definizione specifica applicabile solamente al paesaggio viticolo.

L’art. 131 del Codice dei beni culturali (d.lgs. 42/2004), definisce, però, il paesaggio passibile di tutela paesaggistica, come quel territorio che sia espressivo d’identità, “*il cui carattere deriva dall’azione di fattori umani, naturali e dalle loro interrelazioni*”, valorizzando la relazione tra territorio e attività dell’uomo.

A sua volta, l’art. 93 del regolamento UE 1308/2013 stabilisce che si deve intendere per “denominazione di origine” il nome geografico che serve a designare un prodotto le cui qualità e caratteristiche siano dovute “*essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico e ai suoi fattori naturali e umani*”.

L’essenza del sistema della protezione dei prodotti di qualità attraverso le denominazioni di origine vinicole (e non solo) è, quindi, costituita dal riconoscimento del rapporto tra prodotto e territorio, la cui protezione, al di fuori dei confini europei, come sappiamo, incontra molti ostacoli, anche di tipo politico, perché non è agevole ottenere che paesi extra europei ammettano che la qualità di un certo vino sia legata ad

* Avvocato, Presidente dell’UGIVI – Unione dei Giuristi della Vite e del Vino.

una serie di fattori non ripetibili nei loro territori, perché basati su di una identità che si alimenta di fattori geografici, storici e culturali, legati tra loro da un saper fare che si è consolidato nel tempo e, come tali, non siano replicabili nei loro territori.

Ebbene quei fattori storici e culturali e quel saper fare hanno anche plasmato il territorio, nel senso che l'azione dei fattori umani, per riprendere la definizione del Codice dei beni culturali, ha influito in modo determinante, relazionandosi con quelli naturali, nella realizzazione del paesaggio che caratterizza il territorio di provenienza di un certo prodotto che si fregia di una denominazione d'origine.

La coltivazione della vite secondo tecniche determinate, i terrazzamenti, i muretti a secco, l'alternanza della vite con altra vegetazione, le cantine, ma anche la stessa edilizia rurale incidono sul territorio, caratterizzandone il paesaggio, che, in tal modo, contribuisce all'identità del vino, che si fregia di quella certa denominazione d'origine.

Certo, come ricorda nel suo intervento Matteo Ferrari, vi sono paesi europei, come la Francia, ove il legame tra vini di qualità e paesaggio è espresso, anche nella legislazione, in termini più puntuali, con richiamo alla nozione di "*terroir*", che non si limita ad aspetti ambientali propriamente intesi, ma coinvolge anche quelli storici, culturali e paesaggistici.

In effetti, in Italia, anche il recente art. 1 del Testo Unico del Vino (l. 238/2016), nel disporre che "*la vite, il vino, i territori viticoli sono patrimonio culturale nazionale da tutelare e valorizzare negli aspetti di sostenibilità sociale, economica, produttiva, ambientale e culturale*", non richiama esplicitamente anche la tutela del "paesaggio" (cui si fa cenno, nel Testo Unico, solo nell'art. 7 che tratta dei vigneti storici ed eroici).

A ben vedere, però, il coordinamento dei menzionati art. 93 del regolamento UE 1308/2013, applicabile in tutta Europa, con l'art. 131 del Codice dei beni culturali, entrambi collocati nel più generale contesto normativo applicabile al nostro Paese, di cui fanno parte anche convenzioni internazionali, diffusamente esaminate nell'intervento di Appiano, quali la Convenzione Unesco sulla salvaguardia del patrimonio culturale e naturale mondiale dell'umanità (Parigi 1972) e la Convenzione europea sul paesaggio (Firenze 2000), dovrebbe consentire di concludere che la provenienza geografica di un certo prodotto di qualità caratterizza tale prodotto anche grazie al paesaggio che caratterizza il territorio di provenienza, per come lo stesso si è trasformato attraverso quei fattori umani e naturali, che pure stanno alla base del riconoscimento di una certa denominazione d'origine.

Bellissima la motivazione del riconoscimento dei paesaggi viticoli di Langhe, Roero e del Monferrato da parte dell'Unesco (che risale al 2014 e che si può leggere per esteso in inglese nell'intervento di Appiano) laddove (traducendo liberamente in italiano) osserva che "*i paesaggi culturali dei*

vigneti piemontesi offrono una magnifica testimonianza vivente delle tradizioni di produzione e vinificazione, risalenti nel tempo che sono state continuamente migliorate e adattate sino ad oggi. Costituiscono testimonianza di un contesto sociale, rurale ed urbano coeso e di struttura economicamente sostenibili. Comprende una moltitudine di elementi edilizi armonici che testimoniano la sua storia e le sue pratiche professionali [...]”.

È una motivazione che sottolinea il riconoscimento della bellezza del paesaggio delle Langhe, Roero e Monferrato e che rende esplicito quanto si è più sopra osservato e, cioè, che quel paesaggio è tale perché su quel territorio è intervenuto l'uomo, con le sue coltivazioni di viti e la sua produzione di vino, la quale è legata in modo inscindibile al paesaggio plasmato da quell'attività umana che è riuscita a realizzare un vino d'eccellenza.

Qual è, allora, come si domanda Moreschi, la tutela azionabile in difesa del paesaggio vinicolo?

Va fatta una distinzione tra norme urbanistiche generali e norme specifiche applicabili al mondo del vino, ove esistenti.

Quanto alle prime, la tutela dei beni paesaggistici, secondo le intenzioni del Codice dei beni culturali, dovrebbe trovare applicazione nei piani paesaggistici, da redigersi attraverso l'attività congiunta tra lo Stato e le Regioni, con la finalità di individuare beni di “notevole interesse pubblico”, ovvero mediante l'apposizione dell'apposito vincolo paesaggistico, ove ne ricorrano i presupposti previsti dal Codice dei beni culturali.

Non tutti i terreni viticoli, d'altro canto, possono aspirare ad essere considerati beni di “notevole interesse pubblico” e, comunque, di un piano paesaggistico frutto dell'attività congiunta Stato-Regioni, sino ad ora, si sono dotate solo la Regione Toscana e poche altre; resta il fatto che la tutela del paesaggio in generale è pure conseguibile (con ben diversa incisività) attraverso le norme urbanistiche, che riguardano la pianificazione territoriale, nonché, soprattutto, con la verifica che, caso per caso, deve essere effettuata ogni qual volta la realizzazione di un progetto sia sottoposta alla valutazione dell'impatto ambientale (Via) sul suolo, l'acqua, il clima, e proprio il paesaggio, come dispone esplicitamente la legge.

Valutazione, questa che, allo stato attuale è forse l'unico strumento realmente azionabile, ove vi sia la necessità di contrastare progetti e programmi di interventi industriali-energetici (sufficientemente importanti da rendere necessaria la Via) non coerenti con il paesaggio, ove gli stessi siano, viceversa, consentiti, in quanto tali, dalla pianificazione territoriale.

Attraverso le sole norme urbanistiche, però, non è e non sarà possibile disporre di una disciplina che possa tutelare anche altro e, cioè, ad esempio, misure che prevedano la conservazione agro-ecologica, quali,

ad esempio, (come ricorda Ferrari, citando l'esperienza francese) fattori significativi del paesaggio locale (muretti a secco, terrazzamenti, sistemi di irrigazione), ovvero mantenere e salvaguardare le nicchie di biodiversità.

Allora, se è vero che una denominazione d'origine può essere riconosciuta se vi è la relazione prevista dalla normativa tra prodotto e territorio; se è vero che nella nozione di "territorio" va ricompreso il paesaggio che è derivato dall'incontro tra i fattori naturali ed umani, che consentono il riconoscimento di una denominazione d'origine; ed ancora, se è vero che i disciplinari di produzione costituiscono la "legge" della denominazione, è concepibile e/o opportuno che i disciplinari di produzione contemplino anche norme che, direttamente o indirettamente, salvaguardino il paesaggio, ovvero intervengano in funzione di conservazione agro-ecologica? Ed ancora è concepibile e/o opportuno che i consorzi di tutela dei vini intervengano esplicitamente, con tutti gli strumenti a loro disposizione (compresi quelli giudiziari), in difesa del paesaggio viticolo?

Sono quesiti (ai quali la risposta dovrebbe essere positiva), che si pone specificamente nel suo intervento Ferrari, ma che vengono toccati anche da Moreschi ed Appiano.

Come che sia, è certo che la capacità di un territorio, con le sue caratteristiche ed il suo paesaggio, di trasferire la sua identità attira non solo consumatori dei prodotti di quel territorio, ma anche veri e propri "enoturisti", intendendo per tali persone che "al di fuori del loro ambiente abituale svolgano un'attività di scoperta del vino e dei vigneti (de gustazioni, visite di enoteche, di musei e dei vigneti, di strade dei vini, di villaggi viticoli ...)" secondo una definizione che si trova nell'intervento dei francesi Coralie Haller, Isabelle Hess e Jean-Paul Méreaux.

È una definizione che è coerente con quella, più articolata, che si legge nel recente d.m. 12 marzo 2019, con cui il Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha ridettato le attese linee guida in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività agrituristica, in ottemperanza all'art. 1, comma 504, l. 205/2017.

Nel medesimo intervento degli studiosi francesi si dà anche conto dei risultati della ricerca sul campo nel territorio che riguarda i vini alsaziani, sulla base di un congruo numero di interviste, con la finalità di stabilire quali sono gli interessi che muovono gli enoturisti.

I risultati sono coerenti con quelli dell'esperienza italiana. L'enoturista è certamente un amante del vino, ma cerca anche tutto ciò che possa rendere la sua esperienza "memorabile" anche grazie al rapporto che riesce a stabilire con il produttore (magari partecipando alla vendemmia didattica, a pranzi in vigna, a racconti sulla storia della cantina) e con il territorio circostante, comprensivo della sua bellezza e dei suoi aspetti culturali e monumentali tanto che, secondo i dati riportati

nella ricerca francese, le preferenze di turisti che visitano la strada dei vini alsaziani riguardano in primo luogo “i villaggi autentici” (76%) e i “paesaggi” (73%), mentre i “vini e le attività legate al vino” sono solo in terza posizione con il 58%.

Fondamentale, quindi, la capacità di un certo territorio di trasmettere una specifica identità dei suoi prodotti, identità che si fonda inescindibilmente con il territorio di provenienza di quei prodotti e, quindi, con il suo paesaggio.

L'enoturista, quando torna a casa, parla dei prodotti, riferisce del territorio e se l'esperienza è stata positiva riacquista il prodotto, magari online, rievocando in tal modo la sua esperienza turistica e sensoriale.

In questo senso la difesa del paesaggio viticolo diventa anche strumento essenziale di marketing territoriale, perché la scelta dell'enoturista è influenzata, come si è detto, oltre che dalla qualità intrinseca del vino, anche dalla bellezza dei luoghi in cui lo stesso è prodotto, dal suo paesaggio e dall'ambiente di vita.

Si occupano di questi aspetti anche Paola De Bernardi, Canio Forliano, Rebecca Rotti e Mattia Franco che riferiscono, nello specifico, del caso “Fontanafredda”, ed inoltre Riccardo Beltramo e Giovanni Peira che trattano, tra l'altro, della metamorfosi che ha interessato le colline di Langhe, Roero e Monferrato a partire dagli anni ottanta e che ha portato al riconoscimento dell'Unesco e a triplicare le presenze tra il 2004 e il 2017.

Né poteva mancare la testimonianza di Diego Maggio sul procedimento che ha portato al riconoscimento Unesco dell'alberello di Pantelleria, per sottolineare un'esperienza umana unica al mondo inerente la capacità dell'uomo di trovare soluzioni per fronteggiare situazioni ambientali estreme, mentre Erica Varese, Stefania Buffagni e Anna Claudia Pelligli riferiscono del caso “Cantina Terre del Barolo”.

Se ne deduce la necessità di fare sistema per promuovere l'enoturismo, destinato (auspicabilmente) a svilupparsi sempre di più, a beneficio di una forma di marketing del territorio di pertinenza, che incide direttamente sulle prospettive di vendita del vino e che non teme concorrenza, perché il territorio italiano, il suo paesaggio, i suoi valori storici e culturali sono unici e non replicabili.

Potrà accadere che in lontani paesi oltre oceano, con l'ausilio dei migliori enologi e la ricerca dei terreni più adatti, possa essere riprodotto un vino che possa competere anche con i nostri, ma non potrà mai accadere che quel prodotto riesca a replicare le emozioni connesse con la sua provenienza da un territorio che, complessivamente considerato, sia in grado di trasferire quei valori identitari che finiscono per rendere unico ed inimitabile un certo prodotto.

Diego Saluzzo spiega, infatti, nel suo intervento, che un vigneto ubicato in zona amena e che goda di un bel paesaggio vale di più e ha

maggiore mercato, tanto che Fausto Capelli osserva, nel suo intervento che, a suo giudizio, alla tutela del paesaggio viticolo dovrebbero essere interessati in primis, proprio gli stessi produttori di vino, per i quali la tutela dell'identità dei loro prodotti è essenziale per il successo delle loro produzioni.

Paesaggio, in conclusione, come ricorda Oreste Calliano nel suo intervento, che, dunque, ha in sé un valore sociale, culturale ed economico e che necessita e richiede riflessioni giuridiche ed economiche per approfondire la relazione tra lo stesso e l'identità di quel territorio, che legittima le produzioni di qualità e che è quindi una risorsa da proteggere, tra l'altro anche in grado di incidere sullo sviluppo dell'enoturismo.

Buona lettura.

Diritto del paesaggio, diritto al paesaggio e diritto all'uso privato del paesaggio

Oreste M. Calliano *

SOMMARIO: 1. Cos'è il paesaggio? – 2. Di chi è il paesaggio? – 3. Un paesaggio, tanti paesaggi. – 4. Conclusioni.

Nell'introdurre gli atti di un Convegno interdisciplinare sulle valenze gius-economiche del paesaggio vitivinicolo è opportuno porsi alcune domande preliminari a cui i vari contributi daranno variegata e stimolanti risposte.

1. Cos'è il paesaggio?

Come ogni realtà fenomenica che interferisce con l'uomo e i suoi sensi, anche il paesaggio è un linguaggio. Il paesaggio comunica: lo fa attraverso dei segni particolari che tocca all'uomo cogliere e interpretare. I segni del paesaggio sono gli *iconemi*¹, quei punti di riferimento su cui il soggetto costruisce la propria percezione. Essi stanno al paesaggio come il fonema sta alla parola.

Pensare al paesaggio come a una realtà che comunica implica diverse conseguenze logiche:

1. La prima è legata al contenuto. Quale messaggio trasmette il paesaggio? È possibile decodificare un messaggio univoco, oggettivo, o questo varia in relazione al soggetto ricevente? Di fronte alla percezione

* Docente di Diritto comparato dei consumi alimentari – Diritto per la Digital Economy – Dipartimento di Management, Università di Torino, membro del Direttivo UGIVI.

¹ A. SCIENZA, *Il Grappello Ruberti nella storia della viticoltura mantovana*, Quaderni Monotematici della rivista *Mantovagricoltura*, 11, 2014.

umana, infatti, il paesaggio non è né può essere inteso solo come un dato fisico, ma è strettamente legato al punto di vista del soggetto percettore.

2. Ancora: per mezzo di quali strumenti il messaggio del paesaggio viene raccolto? Partendo dal presupposto che il paesaggio è un linguaggio, esso viene percepito dall'osservatore attraverso i sensi. Certamente la vista, l'udito, l'olfatto, il gusto, il tatto. Tutti i sensi sono coinvolti nella percezione, ed essi stimolano delle reazioni neurologiche che consolidano, attraverso l'emozione, il ricordo del luogo. Ciò è particolarmente importante con riguardo al paesaggio viticolo, dove le implicazioni sensoriali ed esperienziali si esplicano in più direzioni. Dunque, attraverso i sensi, il paesaggio si individualizza, diventa personale, diventa "quel" paesaggio per "quella" persona o per "quel" particolare gruppo di persone. Diventa oggetto di memoria, di vita vissuta, di esperienza, tanto più totalizzante specie se abbia coinvolto più di un senso.

3. Un'altra riflessione si impone in ordine alla "ontologia" del paesaggio. Il paesaggio, ogni paesaggio, è destinato inesorabilmente a mutare, per opera della natura (si pensi, ad esempio, all'erosione montuosa) o per opera dell'uomo. Ci sono paesaggi che però l'uomo decide di tutelare, per poter trasmettere il loro messaggio alle generazioni future. Ma come si attua, in concreto, questa conservazione? Riguarda tutto il paesaggio o solo parte di esso? Infatti, se il paesaggio è essenzialmente costituito dai suoi *iconemi*, perché parla attraverso di essi, vuole dire che per preservarne il messaggio è necessario considerare immodificabili e per l'effetto conservare solamente gli *iconemi*, mentre il resto del paesaggio può cambiare, può essere trasformato senza che il messaggio trasmesso dal paesaggio abbia a mutare nel tempo.

Anche il giurista che si occupi del paesaggio, ed in particolare del paesaggio vitivinicolo, deve partire da queste domande, tenendo presente sempre le implicazioni economiche e sociali della viticoltura: mondo al contempo produttivo, dunque per definizione generatore di ricchezza; culturale, perché epigono di tradizioni anche millenarie; ambientale, perché dipendente dalla natura e dalle sue matrici, diverse da zona a zona, da luogo a luogo, da una denominazione geografica all'altra (o anche all'interno della stessa).

2. Di chi è il paesaggio?

Alle prime due domande poste nel precedente paragrafo si può rispondere in diversi modi.

Certamente, le norme ed il sistema della tutela dei beni paesaggistici si riferiscono ad un paesaggio che viene descritto nei suoi dati oggettivi.

Ma questi, prima di tutto, devono essere colti e menzionati. Qui intervengono gli *iconemi* del paesaggio: nel caso di un territorio a vocazione naturalistica e/o agricola essi saranno la prospettiva, il panorama, la vetta montana, anche i colori (l'enrosadira delle Dolomiti, il giallo-rosso dei vigneti delle Langhe in autunno), tutto ciò che rende un paesaggio particolarmente significativo ed esteticamente apprezzabile o, quantomeno, individuabile. Nel caso di un paesaggio viticolo, specificamente, avremo il profilo di filari di viti, la presenza di particolari alberature o di una estesa superficie boscata alternata ai vigneti, le tecniche colturali storiche, le tradizionali costruzioni destinate a cantina ... Tutti questi elementi vengono trasfusi nei provvedimenti di tutela paesaggistica e ne costituiscono il cardine. Essi sono al contempo il messaggio del paesaggio, le sue parole, i suoi *iconemi*, e l'oggetto della tutela, senza la quale il messaggio comunicato dal paesaggio sarebbe privo di senso e perderebbe ogni significato utile per il singolo e per la collettività.

Ma è vero anche che il paesaggio è quello soggettivo, è quello percepito, rappresentato: dalla fotografia, dalle opere dell'ingegno, dalle opere d'arte. Il profilo del monte Sainte-Victoire nei dipinti di Cézanne, le vedute della Venezia del '700 nelle opere di Canaletto. Il paesaggio oggettivo, naturale o antropizzato che sia, diventa principio creativo ed entra in opere d'arte, a loro volta oggetto di tutela e di protezione. Si crea un rapporto, anche un potenziale conflitto, tra chi ha il diritto sulla *res* e chi quella *res* la riproduce, trasformandola, reinventandola, modificandola, celebrandola.

Di chi è, dunque, il paesaggio? Qui interviene la legge sul diritto d'autore (l. 633/1941), che offre un temperamento dei diritti, degli interessi e delle tutele, valorizzando o esaltandone alcuni aspetti peculiari (cfr. artt. 87 e ss. in tema di riproduzioni fotografiche e dei relativi diritti).

Altra distinzione, in tema di uso delle riproduzioni, è tra l'utilizzo commerciale o a fini di lucro, l'utilizzo privato e strettamente personale e l'utilizzo per scopi divulgativi e scientifici, per il quale non vi è la necessità del consenso del titolare del diritto. La stessa legge appresta all'art. 156 un rimedio inibitorio, oltre al risarcimento del danno (art. 158), ed una tutela penale (art. 171 e ss.).

Non è neppure semplice rispondere alla terza domanda sopra posta, ossia quali siano le modifiche legittime del paesaggio.

La cultura italiana, in particolare, è da sempre portatrice di due tendenze contrapposte. La prima, anche in ordine cronologico, è la visione trasmessa dalla civiltà romana. Essa vede nel paesaggio un elemento da asservire ai bisogni umani – militari e civili al contempo – e vi incide profondamente, senza ipocrisie o turbamenti di coscienza.

L'*opus*, il prodotto della *locatio operis*, è frutto della mente, del pro-

getto dell'*artifex* ed imprime al paesaggio modificazioni irreversibili, in nome dell'efficienza e della funzionalità anche ingegneristica dell'opera². Su questo esempio, il Rinascimento toscano e quello veneto trasformano il paesaggio ad uso e consumo del signore e del grande proprietario terriero. Nascono il giardino "all'italiana", in cui l'impianto naturalistico è piegato ad esigenze geometriche e simboliche, e la villa veneta in cui la funzione agricola si accompagna a scopi residenziali, politici e civili.

In senso contrario, sempre il Rinascimento dà inizio all'idea della conservazione, della tutela del lascito delle civiltà passate. Si afferma il concetto della salvaguardia contro il riuso arbitrario ed indiscriminato dell'antico e la spoliazione dei monumenti classici. In questo periodo vengono alla luce, a partire dalla Roma papale e, a seguire, dalla Toscana granducale, le prime disposizioni normative preunitarie volte alla tutela dei beni culturali e paesaggistici ed al divieto di esportazione delle opere d'arte.

Né questi percorsi culturali sono isolati, poiché si incrociano con le sensibilità provenienti dall'estero. Il giardino "all'inglese" parte da premesse totalmente opposte alla via italiana. È l'esaltazione della natura, anche selvaggia, incontaminata, ed ha un valore estetico, morale ed esistenziale, contrapponendo la purezza del creato e l'armonia del rapporto uomo-natura allo sfregio dell'industrializzazione del periodo illuminista e dell'Ottocento.

Pensare dunque alla tutela del paesaggio può voler dire, a seconda dei punti di vista in cui si pone il giurista, ragionare su una immutabilità assoluta o su una evoluzione qualitativamente orientata, che non dispregi il nuovo ma che ne consenta un'integrazione controllata con quanto già c'è e quanto deve necessariamente essere conservato. E, in base alle risposte che si danno, capire "di chi sia" il paesaggio.

Il territorio viticolo si impone anche in quest'ambito come paradigma. Se la conservazione del paesaggio è preservazione obbligata dei suoi *iconemi*, la tutela di un paesaggio viticolo può ben coordinarsi con la progettazione di un "*archistar*" al quale una grande azienda decida di affidare la ristrutturazione della propria cantina, così coniugando (o tentando di coniugare) innovazione e preservazione dell'esistente.

Nella medesima logica, non saranno esclusi interventi anche pubblici per rimodellare il paesaggio in senso estetico o produttivo, pur avendo cura di conservarne l'originario profilo ed in armonia con la sua funzione naturalistica (ad esempio la creazione ed il miglioramento delle infrastrutture o delle vie di comunicazione per consentire una migliore offer-

² Cfr. L. BARASSI, *Il contratto di lavoro nel diritto positivo italiano* (a cura di M. NAPOLI), Vita e Pensiero, Milano, 2003, pp. 59-60, ove si riprende un frammento di GIULIO PAOLO, "[...] *locat enim artifex operam suam idest faciendi necessitatem*".

ta turistica, o lo sviluppo, se pur contenuto, delle aree urbane dei centri abitati).

Se, di contro, tutelare il paesaggio significa esaltare la qualità naturalistica, anche frutto dell'antropizzazione stratificata dalla storia ed espressiva di una peculiare "identità", non saranno possibili interventi diversi da quelli della conservazione e del ripristino. Per tornare all'esempio della cantina, la soluzione, in tal caso, sarà da trovare nel restauro e nel riutilizzo dei fabbricati esistenti, senza aumentarne la volumetria, lo stile e le modanature. A seconda dei punti di vista, del grado dei vincoli e delle sensibilità, si passa quindi da un paesaggio dove l'iniziativa anche privata convive con le esigenze tutte pubblicistiche di conservazione ad un quadro di prevalenza di queste ultime.

3. Un paesaggio, tanti paesaggi.

Parlare del paesaggio significa, come detto, parlare della sua tutela. Ma chi se ne deve occupare? L'art. 9 della Costituzione inserisce tra i principi fondamentali di tutto il nostro ordinamento la tutela del "paesaggio".

La legge (oggi il d.lgs. 42/2004, "Codice dei beni culturali e del paesaggio") prevede un sistema di tutela gradato che parte dall'elencazione delle aree tutelate per legge (art. 142), passando attraverso gli "immobili ed aree di notevole interesse pubblico" (art. 136).

La tutela del paesaggio non è, però, prerogativa esclusiva dello Stato. Lo è delle Regioni nell'ambito delle norme del c.d. "governo del territorio" (che la Costituzione, all'art. 117, comma 3, affida alla potestà legislativa "concorrente" Stato-Regioni), lo è delle associazioni ambientaliste legittimate ex artt. 13 e 18, l. 349/1986 (pur senza sminuire la differenza, percepita ormai nettamente anche dalla giurisprudenza, tra paesaggio e ambiente³). Lo è anche dei cittadini e dei proprietari di beni aventi una valenza paesaggistica, a ciò obbligati non solo dai singoli provvedimenti di vincolo, ma anche dall'art. 42 della Costituzione e dalla finalità pubblica e sociale della proprietà privata.

L'obbligo incombe infine anche sulla Comunità Internazionale, con riguardo in particolare a quei beni universalmente riconosciuti come portatori di un'eredità di civiltà rilevante per tutto il genere umano. Si pensi, nello specifico, alla lista dei beni inseriti nel "Patrimonio Mondiale dell'Umanità" dall'Unesco, nella quale hanno trovato posto, negli anni

³ Sulla legittimazione delle associazioni riconosciute ex l. 349/1986 TAR Veneto, Sez. II, 1993/2008 e Consiglio di Stato, Sez. IV, 7246/2004.

più recenti, anche i paesaggi viticoli come quello delle Langhe-Roero e del Monferrato.

Ma l'elenco non è chiuso né limitato ai soggetti appena menzionati. L'attività di pianificazione urbanistica coinvolge, oltre alle Regioni, le Province (o quel che ne resta) e soprattutto i Comuni, attraverso i Piani Regolatori Generali e le relative Norme di attuazione.

Il mondo vitivinicolo non può fare a meno, infine, dell'attività e dell'azione dei Consorzi di tutela delle denominazioni di origine.

Anche la denominazione di origine è collegata al paesaggio: la sua definizione, contenuta nell'art. 93 del regolamento UE 1308/2013, parla di un "luogo determinato" che serve a "designare un prodotto" le cui "qualità e caratteristiche sono dovute essenzialmente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi fattori naturali ed umani". Non può sfuggire la identità quasi perfetta delle espressioni utilizzate dal regolamento con quelle contenute nella disciplina del Codice dei beni culturali ove si definisce il paesaggio "il territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali, umani, e dalle loro interrelazioni" (art. 131, d.lgs. 42/2004).

Lo stesso regolamento, all'art. 103, determina l'azione di protezione contro qualsiasi uso commerciale o non commerciale diretto o indiretto del nome protetto. Tale azione, volta a tutela degli interessi della denominazione, spetta ai Consorzi, giusta l'art. 41, comma 4 del Testo Unico del Vino. Ma non si ferma alle azioni volte a colpire gli atti di concorrenza sleale o le usurpazioni della denominazione. L'azione dei Consorzi, infatti, grazie allo spirito e alla lettera dell'art. 1 del Testo Unico del Vino, può oggi – anzi deve – estendersi alla tutela del paesaggio viticolo, inteso quale porzione di territorio caratterizzata da fattori umani, fattori naturali e dalle "reciproche interrelazioni" e dunque zona vocata alla produzione vitivinicola di pregio.

Il paesaggio entra infine anche nei marchi collettivi, che possono consistere in "segni o indicazioni che nel commercio possono servire per designare la provenienza geografica dei prodotti o dei servizi" (art. 11, comma 4, d.lgs. 30/2005, "Codice della proprietà industriale"). Ciò a fronte dell'espresso divieto di registrazione, quale marchio di impresa individuale, di quei "segni che in commercio possono servire a designare la specie, la qualità, la quantità, la destinazione, il valore, la provenienza geografica" (art. 13, comma 1).

Sia le norme in tema di denominazione di origine che quelle appena citate in tema di marchi ci parlano di un paesaggio per certi versi differente da quello meramente fisico: è il paesaggio compreso tra confini geografici, ma costitutivo di identità storico-culturale-sociale oltre che naturalistica. Quasi un paesaggio che perde i contorni della materialità fisica per acquisire dei caratteri immateriali la cui evocazione è funzio-

nale al commercio del prodotto che da quel paesaggio deriva. Si pensi, solo per citare un esempio, al ruolo della parola “Parma” nella sentenza relativa al caso “Parmacotto” (Cass. 6080/2004). Certamente, un paesaggio che assume dei tratti marcatamente privatistici. Il paesaggio qui diventa bene immateriale (marchio) di un soggetto privato che lo utilizza per scopi commerciali e che, a determinate condizioni, può difendere legittimamente tale uso.

4. Conclusioni.

Questo breve “*excursus*” ci induce, come giuristi, a raccogliere la sfida dell’art. 1 del Testo Unico del Vino. Definire il paesaggio vitivinicolo come patrimonio significa dichiararne il valore sociale e culturale oltre che quello economico.

Perciò, la tutela, indipendentemente dalle norme che il legislatore, nazionale, regionale, europeo, internazionale, ha messo a disposizione degli operatori giuridici, potrà darsi solo attraverso il continuo e costante richiamo alla scomposizione etimologica della parola paesaggio: *pays sage*. In ciò coniugando lo sviluppo del “paese” alla “saggia” sostenibilità, mediante una rinnovata e sempre più marcata attenzione a quel dovere di solidarietà intergenerazionale che ci obbliga a conservare e mantenere le risorse, naturali, culturali, economiche, perché siano disponibili per le generazioni future, in adempimento ai doveri di “solidarietà sociale” previsti dall’art. 2 della Costituzione italiana.

Paesaggio e turismo sostenibile

*Riccardo Beltramo **, *Giovanni Peira ***

SOMMARIO: 1. Premessa. – 2. Il paesaggio culturale: un nuovo paradigma. – 3. Interazione tra paesaggio e strumenti di gestione ambiental-paesaggistici. – 4. I nuovi turismi: un quadro sinottico. – 5. Analisi delle principali dinamiche turistiche nel sito Unesco “Paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato”. – Bibliografia.

1. Premessa.

Questo contributo intende offrire alcuni spunti di riflessione sulle interazioni tra paesaggio, sito Unesco “*paesaggi vitivinicoli delle Langhe Roero Monferrato*” e *nuovi turismi*.

Sempre più spesso i media, ma anche gli stakeholder turistici, parlano dei “siti Unesco” ovvero monumenti, luoghi, percorsi culturali, beni immateriali che sono stati iscritti nella prestigiosa Lista dei beni considerati patrimonio dell’Umanità, unici al mondo.

Nella dialettica dell’informazione, si dimentica il valore stesso dell’iscrizione di un sito nella prestigiosa Lista, soffermandosi, talune volte, in modo superficiale solo sugli aspetti meramente economici.

Nelle pagine che seguono si intende ragionare sul percorso che ha intrapreso il territorio piemontese, per potersi fregiare di questo importante riconoscimento e in quale direzione la *governance* territoriale si sta muovendo per favorire importanti ricadute socio economiche.

* Ordinario di Operations Management, Università degli Studi di Torino.

** Ricercatore confermato a tempo indeterminato, Università degli Studi di Torino.

2. Il paesaggio culturale: un nuovo paradigma.

Il paesaggio italiano è un paesaggio culturale nel quale la natura porta i segni dell'uomo e ne narra la storia. Il concetto di "paesaggio culturale", partendo dalla l. 411/1905 "*Per la conservazione della Pineta di Ravenna*", si è andato sviluppando nel corso del tempo all'interno della legislazione italiana fino a giungere, nel 2004, al Codice dei beni culturali e del paesaggio.

A partire dagli anni Cinquanta, l'Italia ha subito dei radicali mutamenti socio-economici che hanno portato a radicali trasformazioni territoriali. Inoltre negli anni Settanta, con lo sviluppo dell'ecologismo, l'attenzione è stata spostata dal paesaggio all'ambiente, in quanto come affermato da Cecilia Soldano¹, il "*paesaggio era considerato un termine non più adatto a definire il luogo oggetto delle problematiche legate al rispetto della natura e alla difesa dell'inquinamento*".

Negli stessi anni e in quelli a seguire, a livello nazionale, la legislazione sulla tutela del paesaggio fu sempre più condizionata dall'approccio "ambientalista". Tra le norme ricordiamo il d.p.r. 8/1972 che trasferisce alle regioni la competenza sulla redazione ed approvazione dei piani paesistici e la l. 431/1985, conosciuta come "legge Galasso" che sottopone alla tutela non più singoli beni paesaggistici, ma vaste aree territoriali perlopiù con bassi livelli di antropizzazione.

A livello internazionale, il dibattito vivace sulla protezione dei beni culturali, trova una sintesi con la **Convenzione Unesco per la protezione del patrimonio mondiale culturale e naturale**, approvata il 16 novembre 1972, la quale definisce il patrimonio culturale prendendo in considerazione unicamente i beni materiali. All'art. 1 "i paesaggi culturali sono come 'beni culturali' e rappresentano le opere congiunte dell'uomo e della natura". Inoltre vengono identificate le modalità per attuarne la protezione.

Un'altra importante tappa nel dibattito sul paesaggio, fu la **Convenzione europea del paesaggio**, ratificata nel nostro ordinamento, con la l. 14/2006. Uno degli aspetti caratterizzanti di questo atto normativo è una definizione molto ampia del concetto di paesaggio, definito come "*una determinata parte di territorio, così come viene percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni*". Pertanto le finalità della convenzione non sono solo quelle di introdurre uno strumento giuridico internazionale, ma anche di sviluppare un progetto comune europeo.

¹C. SOLDANO, *I paesaggi culturali nella normativa italiana*, ICOM (International Council of Museums), 2018.

Comparando le due convenzioni si evincono delle sostanziali differenze. La Convenzione Unesco tutela solo i luoghi che posseggono un “*universale valore di eccezionalità*”, mentre la convenzione sul paesaggio non solo tutela il valore di tutto il paesaggio in “*quanto spazio di azione dell’uomo*”, ma implementa delle azioni per la gestione e/o il recupero di paesaggi degradati.

L’evoluzione del concetto di paesaggio culturale, dapprima strettamente connesso alla dimensione di materialità di un bene, legato ad un determinato territorio, nel tempo, è stata arricchita con quella di immaterialità, fortemente interdipendente con i beni materiali e naturali. L’Unesco il 17 ottobre 2003, ha adottato la **convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale**, definito come “*le prassi, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, come pure gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali associati agli stessi, che le comunità, i gruppi e in alcuni casi gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale*”.

L’evoluzione concettuale di patrimonio culturale, ha permesso, nel corso del tempo di iscrivere nella lista Unesco i paesaggi rurali, prevalentemente vitivinicoli, considerati unici al mondo grazie alla stretta connessione tra uomo, territorio e cultura, l’interazione del lavoro dell’uomo e l’ambiente territoriale. A titolo di esempio, sono stati iscritti nel World Heritage list, i siti vitivinicoli di Sainte Milion in Francia, del Tokay in Ungheria e dell’Alto Duero in Portogallo. L’Unesco, nel 2014, ha attribuito il prezioso riconoscimento al sito italiano, ubicato in Piemonte, dei “paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero Monferrato”.

3. Interazione tra paesaggio e strumenti di gestione ambiental-paesaggistici.

Il paesaggio è un tema complesso da comprendere e da risolvere attraverso adeguati strumenti. “*Dove c’è troppo parlare, non c’è alcun risultato concreto*”, diceva Shaw; nel 2009 il Dipartimento di Scienze Merceologiche dell’Università di Torino ha formato un team multidisciplinare che, con la Regione Piemonte, ha messo a punto, nel territorio pilota dell’Unione di Comuni “Colline di Langa e del Barolo”, le Linee-guida per la gestione ambiental-paesaggistica, utili per la progettazione e l’implementazione di SGAP – Sistema di Gestione Ambientale-Paesaggistico – da parte di enti territoriali interessati ad individuare e mantenere sotto controllo gli aspetti ambientali e paesaggistici legati alle attività comunali o sovramunicipali. La metodologia integra i sistemi di gestione ambientale (ISO 14001 ed EMAS) e la Convenzione europea del paesaggio (CEP).

Caratteristiche fondanti, comuni ai due strumenti comunitari, assumono significati diversi, in relazione alle loro caratteristiche intrinseche: il Regolamento EMAS è uno strumento gestionale ovvero uno strumento che prevede, a seguito di un'analisi volta alla definizione degli aspetti ambientali importanti, una sequenza di fasi (Pianificazione, Attuazione, Controllo, Miglioramento), il c.d. Ciclo di Deming, da percorrere iterativamente nel tempo per conseguire un miglioramento continuo delle performance dell'organizzazione.

La CEP, nell'affrontare gli stessi temi, li declina in termini di raccomandazioni ed indicazioni volte all'assunzione di impegni da parte degli Stati membri dell'Unione Europea: *"[...] i due strumenti differiscono profondamente su alcune questioni essenziali. In primo luogo, si deve osservare che mentre EMAS è orientato a migliorare le performance ambientali delle Organizzazioni attraverso l'implementazione di un sistema di gestione rigorosamente disciplinato dalle norme, la CEP costituisce essenzialmente un atto di indirizzo per le Parti contraenti sulle tematiche paesaggistiche: le norme sono diverse per le Parti e discendono dal proprio ordinamento giuridico. L'EMAS fornisce i mezzi e la metodologia affinché un'organizzazione possa gestire gli impatti che causa sull'ambiente, ovvero una 'qualsiasi modifica all'ambiente, positiva o negativa, derivante in tutto o in parte dalle attività, dai prodotti o dai servizi di un'organizzazione'. La CEP, invece, si limita a richiedere alle Parti di 'attivare gli strumenti di intervento volti alla salvaguardia, alla gestione e/o alla pianificazione dei paesaggi' senza, tuttavia, fornire metodologie o strumenti definiti, atti a raggiungere gli obiettivi. Tali strumenti possono essere svariati e consistere nell'elaborazione di strumenti di pianificazione a valenza paesistica, di progetti sul paesaggio, nel regime speciale per certi paesaggi, nella presa in considerazione dei paesaggi negli studi di impatto e nelle autorizzazioni alle attività o all'occupazione dei suoli, in misure urgenti per salvaguardare un determinato paesaggio minacciato, ecc. Nel contempo, proprio questa flessibilità nel prevedere strumenti di intervento per la tutela del paesaggio, non specificamente definiti, offre uno spazio per la ricerca di metodi e strumenti capaci di dare un contributo innovativo sulla pianificazione/gestione di questa tematica"*.

Lo strumento EMAS prevede una struttura formalizzata per la gestione degli aspetti ambientali significativi legati alle attività di un'organizzazione. Tale struttura, che si è dimostrata valida per quanto concerne la qualità ambientale, è stata utilizzata, con le necessarie variazioni, per la gestione degli aspetti paesaggistici significativi, anch'essi legati alle attività svolte dall'ente pubblico.

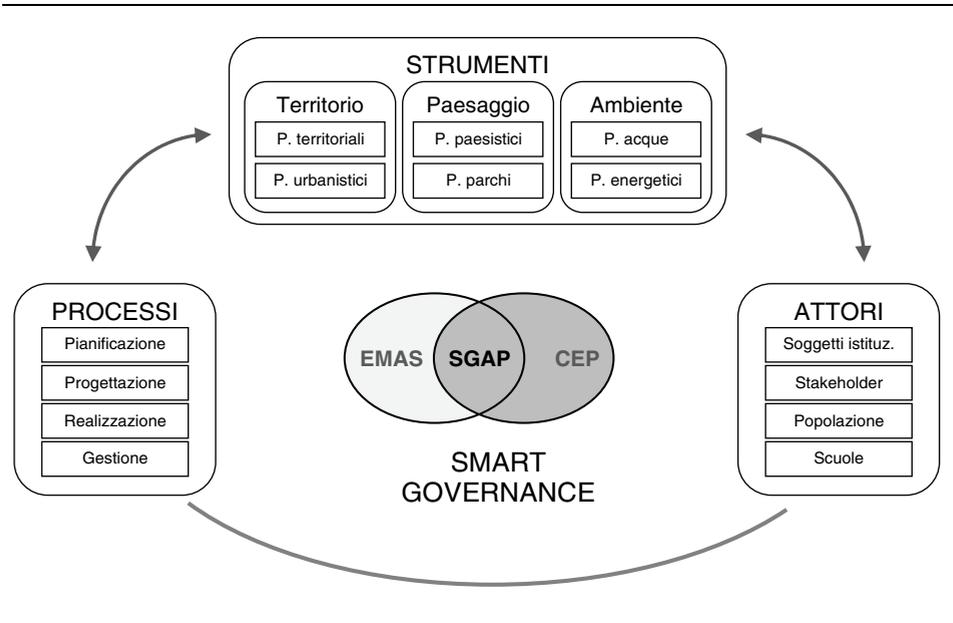
Questo approccio metodologico porta a riferirsi a sistemi in grado di analizzare le trasformazioni del paesaggio nel tempo, considerando l'azione antropica e valutando gli effetti dei piani, dei programmi e delle

azioni per migliorare gli aspetti ambiental-paesaggistici significativi, con riferimento a quelli sotto il controllo diretto delle Amministrazioni coinvolte. La possibilità di misurare la qualità ambientale e paesaggistica, e di conseguenza di controllarne l'evoluzione nel tempo, è condizionata dalla scelta di appropriati indicatori. Mentre la qualità ambientale è espressa da parametri chimici, fisici, biologici consolidati, quella paesaggistica risente della soggettività dell'osservatore. Il Paesaggio è una funzione della cultura dell'osservatore e del territorio che, a sua volta è una funzione del rapporto tra gli esseri umani e l'ambiente, che è funzione delle risorse disponibili, ecc. Il nodo fondamentale della discussione tra gli esperti di sistemi di gestione ed i paesaggisti che hanno fatto parte del gruppo di lavoro è stato quello dell'identificazione del paesaggio come "prodotto" dalle caratteristiche oggettive definibili o desiderabili, condizionate dalle attività umane e, in particolare, dalle attività dell'Amministrazione comunale. Per questo motivo, dopo aver preso in esame pareri molto discordanti, ma considerato che il dibattito volge verso una pianificazione orientata ad ottenere paesaggi dalle caratteristiche qualitative ben definite, si è trovato un accordo su una massima che condiziona tutti i sistemi di gestione, ovvero che è migliorabile solo ciò che si può misurare. Si è operato per individuare indicatori oggettivi o a bassa soggettività, riferiti a variabili legate all'attività della Pubblica amministrazione.

Il SGAP è un modello dinamico che può interagire con l'Eco-Land-Web-Scape Management, una piattaforma che permette di visualizzare mappe di qualità ambiental-paesaggistica, di archiviare i dati permettendo lo studio delle dinamiche complesse, di condividere i risultati con gli stakeholder, di sensibilizzare, di formare e di gestire le trasformazioni, attraverso un'attività di comunicazione organizzata. Il paesaggio reale, le trasformazioni territoriali ed ambientali, danno luogo ad un paesaggio nell'internet, dove aspetti quantitativi, percettivi e gestionali vengono assemblati e fatti dialogare, favorendo un percorso condiviso per un miglioramento continuo, reso possibile grazie all'impiego di modelli dinamici i quali, partendo dal reale portano allo sviluppo di scenari futuri (Figura 1).

Questo strumento ha permesso di sviluppare una visione strategica del territorio ovvero una *Smart Governance* territoriale. L'esperienza maturata, oltre dieci anni fa, nell'Unione di Comuni Colline di Langa e del Barolo, è un tassello di un percorso che il territorio sta compiendo e il riconoscimento Unesco dei "Paesaggi vitivinicoli di Langa Roero e Monferrato" ne è un risultato tangibile. Oltre a ciò, si evince dalla lettura del piano paesaggistico regionale (d.c.r. n. 233-35836 del 3 ottobre 2017) il paradosso per cui il territorio riconosciuto dall'Unesco non è stato ricompreso nell'elenco dei paesaggi del Piemonte.

Figura 1 – Sgap-Smart Governance



4. I “nuovi turismi”: un quadro sinottico.

I “nuovi turismi” potremmo definirli come forme di turismo in cui sono presenti i principi della sostenibilità, accessibilità ed innovazione. Tali principi, oramai devono essere sempre più implementati in modo trasversale nelle politiche turistiche nazionali e dei singoli *terroir*.

In un quadro sinottico, il termine sostenibilità venne introdotto per la prima volta nel 1995, nella prima conferenza mondiale sul turismo sostenibile, promossa dall’Unesco e World Tourism Organization (UNWTO) e dalla Commissione europea. Dopo vent’anni, l’organizzazione mondiale del turismo ha definito il turismo sostenibile “*lo sviluppo turistico sostenibile che soddisfa le esigenze attuali dei turisti e delle regioni di accoglienza, tutelando nel contempo e migliorando le prospettive per il futuro. Esso deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l’integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi. I prodotti turistici sono quelli che agiscono in armonia con l’ambiente, la comunità e le culture locali*”. L’ONU proclamò il 2017 come “*anno internazionale dello sviluppo del turismo sostenibile*”.