

Master Universitario in: **"SOSTENIBILITÀ SOCIO AMBIENTALE DELLE RETI AGROALIMENTARI"**.

A.A. 2020-2021

Titolo della tesi: ***La viticoltura torinese attraverso il progetto Torino DOC***

Autore: Vittoria Suita

ABSTRACT

In seguito al tirocinio da me svolto presso la Camera di commercio di Torino, in questa sede ho deciso di analizzare la viticoltura torinese attraverso il progetto Torino DOC, iniziativa di tipo promozionale promossa da questo ente pubblico con lo scopo di promuovere e valorizzare le 4 aree torinesi e i rispettivi patrimoni enologici: Canavese, Collina Torinese, Pinerolese e Valsusa. Si tratta di una guida all'interno della quale vengono presentati i vini delle varie aziende, selezionati attraverso un'accurata degustazione da parte di una commissione di tecnici ed esperti. La finalità principale del progetto è dare maggiore risalto alle aziende e di conseguenza al territorio in cui sono immerse. Inoltre, il progetto mira anche a dare rilievo ai vini prodotti in aree montane o comunque impervie, dove si pratica una viticoltura cosiddetta "eroica", specialmente in Valsusa.

In questa ricerca è stato evidenziato inoltre come il torinese sia, fin dal Medioevo, una terra particolarmente vocata alla viticoltura, caratterizzato da un ricco patrimonio storico che è opportuno preservare. Ho poi ritenuto necessario approfondire in maniera più dettagliata le caratteristiche pedomorfologiche, climatiche, culturali, così come i vitigni coltivati nelle quattro aree del torinese. Si tratta di zone con un grande patrimonio paesaggistico, culturale ed enologico che però non viene ancora adeguatamente esaltato e valorizzato. Per ogni zona ho deciso di indagare quante, tra le aziende partecipanti al progetto Torino DOC, siano certificate biologiche o in conversione, in quanto è opportuno, oggi più che mai, privilegiare forme di agricoltura più sostenibili, fondamentali per salvaguardare e tutelare il territorio.

Ho poi analizzato con più attenzione l'area del Canavese, in quanto si tratta di una zona dai molteplici punti di forza, dal paesaggio, alla storicità fino all'enologia; nonostante ciò, nessuno di questi elementi è divenuto ancora un vero e proprio fattore identitario della zona ed elemento attrattivo per potenziali turisti, nonostante le molteplici iniziative promozionali volte a valorizzare maggiormente questo territorio. Ho osservato il progetto anche dal punto di vista dei produttori, per capire quali siano le criticità da loro riscontrate e se ritengono che l'iniziativa possa davvero essere considerata uno strumento efficace per la promozione territoriale.