

PROGRAMMA TERRITORIALE INTEGRATO DEL SUD ASTIGIANO

*"M.Ü.D.A."-
MU.seo D.iffuso A.stigiano*

E.

SINTESI IN ITALIANO E INGLESE



Ente Pubblico Capofila : Comunità Collinare tra Langa e Monferrato

Punto 1 Titolo del Programma

"M Û.D.A."- MU.seo D.iffuso A.stigiano : "Come calzare un abito di qualità al territorio del Sud astigiano attraverso l'innovazione paesaggistica, enologica e culturale con il tramite della comunicazione "

Punto 2 Ente pubblico capofila e altri soggetti associati coinvolti nel programma

Ente Capofila : Comunità Collinare tra Langa e Monferrato

Altro soggetto Associato: Comunità Collinare Vigne e Vini

Punto 3 Indirizzo del sito web sul quale è inserito il Programma : www.langamonferrato.it

Punto 4 Contributo richiesto, nei limiti dell' Art. 1, comma 3 del Bando

si richiede un contributo complessivamente pari ad euro 200.000,00 (IVA compresa), a fronte di un "totale investimenti pubblici" pari ad euro 40.344.820,00. Il contributo spettante sarà completamente impegnato, unitamente al cofinanziamento locale (pari ad ulteriori euro 102.586,15), per la redazione del Programma Operativo (II fase) e degli "studi di fattibilità" previsti.

Punto 5 Idea Guida e obiettivi generali di sviluppo e/o di riqualificazione

"M Û.D.A." oltre al nome del nostro Programma Integrato, anche l'idea guida forte da proporre sullo specifico territorio sud-astigiano. "M Û.D.A."; "MU.seo D.iffuso A.stigiano" è quindi l'obiettivo strategico del Programma: metaforicamente si potrebbe infatti sostenere che M.Û.D.A." consentirà allo specifico territorio di calzare il proprio abito di qualità, permettendo così di dare visibilità ad un territorio caratterizzato da un paesaggio unico, una "filiera" enologica fra le più forti ed innovative al mondo, una forte connotazione culturale (Obiettivo prioritario), tutto ciò con il tramite della comunicazione.

Il raggiungimento dell' obiettivo prioritario sarà possibile grazie al conseguimento di obiettivi specifici, strettamente correlati fra loro, ciascuno dei quali fa riferimento ad uno degli "Assi strategici" individuati per la redazione del Programma

Il programma si struttura su 4 assi principali, a loro volta articolati in azioni; in particolare:

ASSE 1 "PAESAGGIO E TERRITORIO"

AZIONE 1.1. IL MUSEO DIFFUSO DEL PAESAGGIO E "LE STANZE" DI ARTE CONTEMPORANEA	PRIORITA' III. 6
AZIONE 1.2 MUSEO DEL GUSTO E DISTRETTO DEL BENESSERE	PRIORITA' III. 6
AZIONE 1.3 RECUPERO AMBIENTALE AREE INDUSTRIALI STORICHE DISMESSE (EX RICCADONNA)	PRIORITA' III. 6
AZIONE 1.4 VALORIZZAZIONE AMBIENTALE DEL "SISTEMA DEL BELBO"	PRIORITA' II.6
AZIONE 1.5 PROMOZIONE AREE INDUSTRIALI ECO-COMPATIBILI E STRATEGIE DI GREEN MARKETING	PRIORITA' II. 5
AZIONE 1.6 SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (S.G.A.) DEL TERRITORIO	PRIORITA' III. 6

ASSE 2 "ENOLOGIA E TERRITORIO"

AZIONE 2.1 CENTRO SERVIZI SPERIMENTALE PER I VITICULTORI NEL UN DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITA' DEL SUD ASTIGIANO	PRIORITA' I. 8
AZIONE 2.2 INTERVENTI DI FILIERA ENOLOGICA: PRODUZIONE, MECCANIZZAZIONE E INNOVAZIONE (GANCIA; BOSCA; CONTRATTO; BERSANO; ARAL; ECC.),	PRIORITA' I. 3
AZIONE 2.3 DIVERSIFICAZIONE DELL' ATTIVITA' RURALE ED OFFERTA TURISTICA SOSTENIBILE (INTERVENTI PRIVATI: DISTILLERIE BERTA ; CENTRO IPPICO DI ECCELLENZA; BOTTEGA DEL VINO)	PRIORITA' III. 7

ASSE 3 "CULTURA E TERRITORIO"

AZIONE 3.1 ROCCA DI COSTIGLIOLE "BENE FARO" DEL SUD DEL PIEMONTE	PRIORITA' III. 6
AZIONE 3.2 "CATTEDRALI DEL VINO" DI CANELLI E PATRIMONIO UNESCO	PRIORITA' III. 6
AZIONE 3.3 RETE INTEGRATA PER IL TURISMO CULTURALE E SOSTENIBILE	PRIORITA' III. 6

ASSE 4 "FORMAZIONE E COMUNICAZIONE"

AZIONE 4.1 SCUOLA ESTIVA INTERNAZIONALE, UNIVERSITA' DEL PIEMONTE ORIENTALE E PREMIO GRINZANE	PRIORITA' IV.1
AZIONE 4.2 "E.STATE IN AZIENDA": CORSI AD ALTA SPECIALIZZAZIONE	PRIORITA' I. 7
AZIONE 4.3 MASTER PER ADDETTI AL SETTORE RISTORAZIONE (ICIF)	PRIORITA' I. 7
AZIONE 4.4 COMUNICARE IL TERRITORIO E MONITORAGGIO DEL PROGRAMMA	PRIORITA' I. 5

Punto 6 Rilevanza e contenuto strategico degli obiettivi socioeconomici di sviluppo locale

La relazione generale ha individuato gli obiettivi specifici di ciascun asse (miglioramento ambientale, rafforzamento e internazionalizzazione della filiera enologica; innovazione culturale applicata al territorio; formazione di eccellenza; ecc.) assolutamente coerenti con i documenti programmatici sovralocali.

Punto 7 Coerenza tra il Programma Territoriale Integrato ed il contesto territoriale

La ricaduta, l'intersettorialità e la trasversalità dei contenuti del presente Programma sul territorio omogeneo individuato si fondano sulla coerenza tra Programma e contesto territoriale.

Esaminando in particolare Azione per Azione e cercando di mettere in evidenza la ricaduta saliente si può dedurre quanto segue: per l'Asse 1 "PAESAGGIO E TERRITORIO" : Ricaduta saliente: miglioramento ambientale del territorio; per l'Asse 2 : "ENOLOGIA E TERRITORIO Ricaduta saliente:internazionalizzazione del distretto del vino; per l'asse 3 "CULTURA E TERRITORIO" Ricaduta saliente: forte riconoscibilità del territorio del Sud Artigiano, con l'individuazione di un "Testimonial" di alto livello qualitativo e di un'offerta culturale forte e strutturata e l'individuazione di una "trasversalità" di connessioni culturali con tutti gli altri Assi; per l'Asse 4 "FORMAZIONE E COMUNICAZIONE" Ricaduta saliente: Formazione continua di eccellenze per target connessi al territorio. "Territorializzazione" della comunicazione.

Punto 8 Aggregazione territoriale del Programma

Il Programma Territoriale Integrato proposto interessa n. 2 Comunità Collinari (la Comunità Collinare Tra Langa e Monferrato e la Comunità Collinare Vigne e Vini), con un bacino di residenti pari a 42.551 abitanti al 31.12.2006, che forse per la prima volta hanno condiviso un programma strategico di sviluppo organico, partendo dalle reali vocazioni del territorio. Normalmente, sino ad ora, molti degli Enti coinvolti avevano preferito proporre "singole" progettualità che nel presente Programma vedono invece una logica ben condivisa (anche grazie ad un efficace partenariato pubblico-privato), finalizzata al raggiungimento degli Obiettivi precedentemente dettagliati. Si noti la partecipazione di circa 20 Enti Pubblici, dei quali solo 3 superiori ai 5.000 abitanti, nell'ordine gli importanti "poli" attrattivi (anche e soprattutto in relazione agli "assi" individuati nel nostro Programma: paesaggio; enologia; cultura, sempre connessi al "territorio") di Canelli (10.330 abitanti); Nizza Monferrato (10.182) e Costigliole d'Asti (5.934).

Punto 9 Analisi dei punti forza e/o di debolezza, delle opportunità e/o minacce (analisi swot)

PUNTI DI FORZA. **1.** flussi turistici positivi. **2.** forte "connotazione straniera" del turismo rispetto ad altre aree piemontesi **3.** Offerta ricettiva in crescita **4.** salda tradizione agricola e vitivinicola del territorio, **5.** paesaggio incontaminato (cfr. candidatura UNESCO), colline del vino (moscato-spumante-barbera su tutti) e "cattedrali del Vino" di Canelli; **6.** filiera enologica ("produzione" e "meccanica") rilevante, fra le più importanti a livello mondiale (marchi storici: Gancia; Contratto; Bersano; Bosca; Aral; ecc.), con forte propensione all'export **7.** presenza di un'offerta culturale forte ma non sufficientemente qualificata e visibile **8.** ruolo internazionale del "Premio Grinzane Cavour" presso il Castello di Costigliole d'Asti: alta e qualificata offerta culturale e formativa, anche grazie al supporto dell'Università; **9.** effettiva concertazione pubblico-privata (2 Comunità collinari; 20 enti; aziende di eccellenza coinvolte; Università del Piemonte Orientale; ICIF; Premio Grinzane Cavour; Confindustria; ecc.);

OPPORTUNITA' **1.** creare un "museo diffuso" *del e sul* territorio, unico a livello italiano, grazie ad alcune "stanze del paesaggio", ubicate nei migliori punti panoramici o strategici dell'area, anche grazie ad architetti ed artisti contemporanei di fama mondiale (Vercruysse; Buren; Cragg; Long; Fogliati; ecc.); **2.** individuare, al contempo, una sede fisica del "museo del territorio" (sinergica al museo diffuso), grazie al completamento della Rocca Monumentale di Costigliole d'Asti, "bene faro" culturale di tutto il sud del Piemonte, vista la sua completa ed integrata offerta culturale;

3. "commercializzazione" di un prodotto turistico-culturale forte, innovativo ed elitario (ma al giusto prezzo), fondato sugli "assi" del PTI (il paesaggio; la filiera del vino; la cultura; la formazione di eccellenza); **4.** internazionalizzazione del territorio inteso come complesso "strutturale" e "strutturato" (arte, territorio, cultura, filiera vinicola) e sua "pubblicizzazione" soprattutto nei mercati svizzero,

tedesco, e francese (già oggi i primi 3 per importanza e provenienza straniera), anche vista la loro forte “caratterizzazione artistica contemporanea” (i musei di Parigi, “arte fiera” di Basilea e Fondazione Beyeler, “Documenta” di Kassel e i kunst-museum tedeschi; ecc.); **5.** rendere efficiente il potenziale partenariato pubblico e privato creato, grazie soprattutto ai “marchi” del territorio già conosciuti in tutto il mondo (Gancia; Bosca; Bersano; Contratto; ecc); **6.** candidatura UNESCO più credibile se avvalorata da un “programma logico” di sviluppo strategico e sostenibile del territorio.

PUNTI DI DEBOLEZZA **1.** mancanza di una “identità logica” del territorio, nonché di una visibilità internazionale (anche visti i dati positivi di turisti provenienti dall’estero); **2.** impossibilità, sino ad ora, di “comunicare” il territorio in modo integrato, nella sua “*triplice potenzialità*” (*paesaggio; filiera enologica; cultura*); **3.** necessità di “differenziare” l’offerta del territorio (soprattutto rispetto ad aree vicine, quali le Langhe), partendo da un carattere innovativo da radicare ed “applicare” al paesaggio (“stanze” del museo diffuso); **4.** flussi turistici ancora sotto stimati rispetto alle potenzialità offerte dal territorio (e visti anche i trend di crescita dell’offerta ricettiva); **5.** aree industriali a volte caratterizzate da superfetazioni da eliminare o mascherare, al fine di ottimizzare la qualità del nostro territorio e il suo unico paesaggio vitivinicolo; **6.** aree ex industriali da riqualificare, rari esempi di archeologia industriale (ex Riccadonna); aree ambientali a rischio idrogeologico (sistema del Belbo); degrado lungo vecchi sedimi ferroviari abbandonati; **7.** mancanza di una “comunicazione” efficiente e mirata a specifici mercati, soprattutto “elite internazionali” (mercato svizzero e tedesco su tutti); **8.** mancanza di un “sistema di gestione ambientale” del territorio che certifichi anche formalmente la qualità del paesaggio

MINACCE **1.** crescente degrado ambientale e socio-economico, soprattutto in specifiche aree; **2.** non saper rispondere in modo efficace, dal punto di vista della pubblica amministrazione, alle iniziative private e alla forte filiera enologica; **3.** perdere l’opportunità di rendere riconoscibile all’esterno un paesaggio con così forti potenzialità e peculiarità; **4.** non sapere approfittare degli ultimi “aiuti strutturali” (2007-2013), specie da parte dell’Unione Europea, che in tale sede vengono richiesti con una logica di sviluppo organico per il territorio (non chiedendo contributi a pioggia per progetti dispersivi), avendo selezionato in sede di partenariato poche progettualità, ma ad alta valenza estetica, paesaggistica, nonché economicamente sostenibili.

Punto 10 Risultati attesi ed attendibilità del programma

Gli assi, le azioni e le priorità individuate potranno costituire IL MOTORE DI SVILUPPO ECONOMICO DEL SUD ASTIGIANO, prevalentemente per la caratteristica di trasversalità e di reciproca sinergia tra i vari progetti. Il M.U.D.A., Museo diffuso del Sud Artigiano, che raccoglie sotto il suo cappello tutti gli assi e tutte le azioni proposte nel Programma, potrà connotare fortemente il territorio anche a livello di comunicazione. Gli assi e le azioni, vanno viste come “intersettoriali” fra loro, ovvero strutturate partendo dalle esigenze e dalle vocazioni territoriali, per facilitare il raggiungimento dell’obiettivo prioritario precedentemente individuato, che verrà raggiunto soprattutto attraverso l’innovazione paesaggistica, enologica, culturale, con la formazione e la comunicazione, assi individuati come strategici per lo sviluppo del territorio sud-astigiano. La finalità è quindi la valorizzazione di un distretto che ha dentro di sé tutte le risposte endogene che hanno la capacità di inserirlo in una dinamica evolutiva autonoma.

Un risultato importante del Programma potrà essere il coinvolgimento dei piccoli comuni nelle dinamiche evolutive del distretto, con la finalità di “fare sistema” valorizzando e creando ricadute e sinergie su tutto il territorio. Soltanto conferendo organicità all’esistente e valorizzando le emergenze locali ancora inespresse o non sufficientemente coordinate e valorizzate, è possibile effettuare un salto di qualità che consenta di migliorare complessivamente le potenzialità del territorio interessato creando effetti indotti di sviluppo economico unitario sull’intero ambito d’intervento sia a livello sociale che ambientale, culturale, paesaggistico e produttivo. La strategia di sviluppo proposta dal presente Programma, è stata studiata sulla base dell’analisi della particolare forma di sviluppo che ha riguardato questo territorio nel corso degli anni; l’idea forte su cui punta il Programma Territoriale Integrato del Sud Astigiano, è realizzare un programma di interventi coordinati su tutto il territorio delle due comunità collinari in grado di fornire risposte efficaci alle esigenze evidenziate. A fondamento delle strategie operative delle due comunità collinari vi è quindi il perseguimento dell’equilibrio fra lo sviluppo economico sostenibile e la preservazione, lo sviluppo e la valorizzazione delle caratterizzazioni del territorio.

Punto 11 Motivazioni che hanno condotto ad individuare la perimetrazione dell'ambito o degli ambiti su cui insiste il Programma

Il Territorio: Un territorio omogeneo per morfologia, cultura e storia: le splendide colline e i piccoli hanno nel vino, nella cultura e nella qualità della vita le proprie caratteristiche fondanti. Il Vino Oggi le due comunità collinari succitate producono – assieme a quelle di Val Tiglione, di Via Fulvia e Langa Astigiana Val Bormida che completano la comunità “Astesana – Strada del Vino” – 100 milioni di bottiglie l'anno, il 30% dei vini a denominazione d'origine del Piemonte, La cultura In queste terre la cultura del vino e la cultura materiale in senso lato, convive in armonia con la Cultura alta, in senso stretto. La presenza nel castello di Costigliole d'Asti del Museo Nazionale del Territorio, epicentro del Parco Culturale del Premio Grinzane Cavour – istituzione che salvaguarda il patrimonio letterario della zona - non sono che la testimonianza del ruolo centrale svolto dalla cultura nelle terre del vino. La qualità della vita In aggiunta a questo, infine, i contenuti di loisir e ospitalità: oltre al paesaggio delle colline, il territorio offre naturalmente una delle più ricche gastronomie italiane – dagli alimenti come il Re tartufo alle istituzioni, come l'ICIF, l'Istituto Culinario Internazionale per Stranieri con sede nel Castello di Costigliole .

Punto 12 Coinvolgimento degli attori socioeconomici locali

Il partenariato pubblico privato, oltre agli Enti Pubblici coinvolti (Provincia di Asti; Comunità Collinare Tra Langa e Monferrato; Comunità Collinare Vigne e Vini) ha interessato numerosi e qualificati soggetti, fra cui segnaliamo: L'Università degli Studi del Piemonte Orientale; il Politecnico di Torino e la Facoltà di Agraria; ATL Asti; Le imprese di eccellenza del territorio (Gancia; Contatto; Bersano; Coppo; Arol; Berta; Bosca; ecc.), soprattutto della filiera enologica, nonché le scuole enologiche del territorio e gli istituti professionali; Il “Premio Grinzane Cavour; “Soggetti proprietari delle aree dimesse; ICIF (Italian Culinary Institute for Foreigners); Confindustria e Associazioni di categoria; Artisti di fama internazionale, primarie associazioni del settore, musei d'arte contemporanea europei.

Punto 13 Motivazioni per cui vengono scelte le aree di intervento

La presenza su un territorio omogeneo e interconnesso di tanti “valori” è il punto di partenza per un ulteriore progetto di rilancio dell'area circoscritta dalle due comunità collinari di cui sopra. Queste iniziative di promozione e rilancio si innestano su un'attività preesistente che ha già ottenuto grandi risultati: oggi, il Piemonte è la seconda regione italiana più citata all'estero dai mass-media per i vini (col 17%, al primo posto la Toscana con il 24%). Per raggiungere l'obiettivo di soddisfare un target internazionale di livello alto con buone capacità di spesa – e la corrispondente pretesa di trovare contenuti e servizi efficienti – le comunità “Tra Langa e Monferrato” e “Vigne e vini” sono concordemente giunti alla decisione di proporre il MUDA, Piano Territoriale integrato del Sud Artigiano, a ribadire le molteplici matrici e radici comuni che accomunano questo territorio e che costituiscono un “humus” unificante e propositivo, che si ritiene possa portare ad un logico, comune sviluppo economico che ha come motore la valorizzazione del territorio del Sud Artigiano, in un a visione per lo meno Nazionale.

Punto 14 Vincoli (ambientali, urbanistici, paesaggistici ecc.) a cui le aree ed i singoli interventi sono sottoposti

L'analisi evidenzia, azione per azione, gli eventuali vincoli ambientali, urbanistici e paesaggistici che interessano il Programma.

Punto 15 Interventi, servizi e azioni, compresi i fabbisogni formativi, che si intendono realizzare con l'esplicitazione dei singoli obiettivi che si intendono raggiungere e la loro coerenza con l'idea guida.

ASSE 1 “PAESAGGIO E TERRITORIO”

AZIONE 1.1. IL MUSEO DIFFUSO DEL PAESAGGIO E “LE STANZE” DI ARTE CONTEMPORANEA
OBIETTIVI DEL PROGETTO

PRIORITA' III. 6

Costituire una rete – realizzata mediante le “ Stanze” dell’arte contemporanea del Museo Diffuso - che si stenda sul territorio delle Comunità Collinari “ tra Langa e Monferrato” e “tra Vigne e Vini”, tale da dare inizio ad una sistema territoriale che si possa diffondere sull’intero territorio regionale e sovraregionale, creando una Museo “en plain air” unico al mondo, che costituisca il tessuto connettivo del MU.D.A, Museo diffuso del Sud Artigiano, con i suoi progetti di valorizzazione del Paesaggio, dell’ Enologia, della Cultura, della Formazione, che verranno pubblicizzati in tutto il mondo con la Comunicazione.

AZIONE 1.2 MUSEO DEL GUSTO E DISTRETTO DEL BENESSERE

PRIORITA III..6

OBIETTIVI DEL PROGETTO Incrementare gli obbiettivi generali già definiti nel P.T.I. afferente l’ Appennino e l’Alto Monferrato il Comune di Nizza è collegato. Nello specifico l’obbiettivo è il completamento e sviluppo delle iniziative già in precedenza previste e in parte avviate per potenziare i servizi di valorizzazione delle risorse turistiche già esistenti nel territorio.

AZIONE 1.3 RECUPERO AMBIENTALE AREE INDUSTRIALI STORICHE DISMESSE (EX RICCADONNA)

PRIORITA’ III. 6

OBIETTIVI DEL PROGETTO Recupero quali-quantitativo delle aree produttive dismesse
Con tale progetto si propone il recupero di complessi edificati a carattere produttivo abbandonati o comunque non più utilizzati a tale scopo; attraverso interventi di ristrutturazione urbanistica e di riqualificazione ambientale.

AZIONE 1.4 VALORIZZAZIONE AMBIENTALE DEL “SISTEMA DEL BELBO”

PRIORITA’ II.6

*OBIETTIVI DEL PROGETTO:*Promuovere azioni ed interventi coordinati e di sostegno alla valorizzazione del territorio della valle Belbo, in connessione con il quadro delle attività promosse a livello dell’intero bacino del Belbo. Individuare e sperimentare modelli di intervento concreto per la risoluzione delle criticità generate dal rapporto tra il sistema idrico del territorio della valle (connesso con gli insediamenti principali) e il reticolo idrografico minore e diffuso nel territorio collinare (connesso con le pratiche agricole).

AZIONE 1.5 PROMOZIONE AREE INDUSTRIALI ECO-COMPATIBILI E STRATEGIE DI *GREEN MARKETING*

PRIORITA’ II. 5

OBIETTIVI DEL PROGETTO Interventi di mitigazione ambientale degli impatti dalle visuali principali, con risoluzione coordinata dei “vuoti” residuali tra le urbanizzazioni esistenti con realizzazione di un nuovo sistema integrato del verde, delle alberature e dell’arredo adatto alle specificità locali e alle prevalenti esigenze di “buona presentazione del territorio;

L’azione comprende inoltre interventi strutturali e gestionali finalizzati alla realizzazione di aree produttive ecocompatibili con riqualificazione in senso ambientale e paesistico ed attrazione di nuovi investimenti attraverso la creazione di servizi ambientali evoluti (“green marketing”)

AZIONE 1.6 SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (S.G.A.) DEL TERRITORIO

PRIORITA’ III. 6

OBIETTIVI DEL PROGETTO Perseguire la qualità ambientale del territorio che oggi viene considerata una delle sue attrattive principali; ecco perché le amministrazioni pubbliche stanno integrando sempre più gli aspetti ambientali nelle proprie politiche e nella propria gestione.

È evidente che la qualità ambientale e la protezione delle risorse naturali sono necessarie per il mantenimento del vantaggio competitivo di una territorio e per qualificare i prodotti che quel territorio produce.

ASSE 2 “ENOLOGIA E TERRITORIO”

AZIONE 2.1 CENTRO SERVIZI SPERIMENTALE PER I VITICULTORI NEL UN DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITA’ DEL SUD ASTIGIANO

PRIORITA’ I. 8

OBIETTIVI DEL PROGETTO Favorire l’innovazione e la sperimentazione all’interno della fliera vinicola, sia dal punto di vista della produzione sia dell’enomeccanica

AZIONE 2.2 INTERVENTI DI FILIERA ENOLOGICA: PRODUZIONE, MECCANIZZAZIONE E INNOVAZIONE (GANCIA; BOSCA; CONTRATTO; BERSANO; ARAL; ECC.),

PRIORITA' I. 3

OBIETTIVI DEL PROGETTO Trattasi di importanti investimenti nella filiera vitivinicola proposti dalle primarie aziende del territorio. Gli interventi, oltre a garantire occupazione stabile, rafforzeranno l'importante filiera, in primo luogo favorendo l'internazionalizzazione del sistema, grazie al distretto del vino.

AZIONE 2.3 DIVERSIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' RURALE ED OFFERTA TURISTICA SOSTENIBILE (INTERVENTI PRIVATI: DISTILLERIE BERTA; CENTRO IPPICO DI ECCELLENZA; BOTTEGA DEL VINO)

PRIORITA' III. 7

OBIETTIVI DEL PROGETTO I progetti sono perfettamente coerenti con quelli dell'asse II, in particolar modo rafforzamento della filiera enologica, nonché diversificazione sostenibile delle attività rurali in ottica di offerta turistica

ASSE 3 "CULTURA E TERRITORIO"

AZIONE 3.1 ROCCA DI COSTIGLIOLE "BENE FARO" DEL SUD DEL PIEMONTE

PRIORITA' III. 6

OBIETTIVI DEL PROGETTO

A. Testimoniare e valorizzare l'esistenza di un territorio e di un paesaggio naturale e culturale, tema e asse strategico dell'intero Programma Territoriale Integrato proposto;

B. Comunicare il territorio, attraverso un Complesso omogeneo di Beni Culturali significativi rappresentati dal Complesso Monumentale della Rocca di Costigliole d'Asti e dalle attività coordinate che si svolgeranno all'interno di tale "Bene Faro";

C. Diffondere la conoscenza di un'iniziativa innovativa: si veda come esempio lampante il "Labyrinth & pleasure garden", installazione del famoso artista belga Jan Vercruyse, "progetto pilota" che si integra efficacemente al più ampio "museo diffuso sul territorio" *disseminato* in modo organico in altri punti paesaggistici di pregio delle 2 Comunità Collinari coinvolte nel Programma Territoriale Integrato (e i cui costi non sono stati preventivati nello specifico progetto- azione 1.1 – OP), anche attraverso specifiche "stanze artistiche all'aperto" adagate in particolari punti panoramici delle colline del sud astigiano, grazie all'installazione di opere contemporanee dei più quotati artisti internazionali viventi (Tony Cragg; Daniel Buren; Richard Long; ecc.);

D. Inserire l'iniziativa nel complesso della rete del Parco Culturale del Premio Grinzane Cavour, associazione riconosciuta a livello internazionale;

E. Concertare con l'Università del Piemonte Orientale corsi di formazione e master sul paesaggio, il vino, il cibo e la letteratura (coinvolgimento della Facoltà di Lettere- azione 4.1 aipu);

F. Aumentare i flussi turistici verso lo specifico territorio (vista l'offerta così qualificata e strutturata, anche connessa alla candidatura UNESCO delle "cattedrali del vino di Canelli – azione 3.2 ppp), anche grazie a specifici target di riferimento (elite culturali; giovani studenti; amanti dell'arte classica e contemporanea; turismo enogastronomico; ecc.).

AZIONE 3.2 "CATTEDRALI DEL VINO" DI CANELLI E PATRIMONIO UNESCO

PRIORITA' III. 6

OBIETTIVI DEL PROGETTO A. Incremento della presenza turistica conseguenti alla promozione ed all'attrattività dell'area; B. Incremento delle attività economiche del settore terziario e dei servizi in genere; C. Incremento occupazionale nel settore turistico; D. Recupero ambientale e funzionale di un patrimonio architettonico unico in Italia (cattedrali sotterranee)

AZIONE 3.3 RETE INTEGRATA PER IL TURISMO CULTURALE E SOSTENIBILE

PRIORITA' III. 6

OBIETTIVI DEL PROGETTO Il tema della "riqualificazione delle linee ferroviarie minori" viene affrontata con obiettivi connessi con la "mobilità sostenibile" e con la "creazione e realizzazione di un sistema intermodale di trasporto". A questo territorio in questa fase interessa far emergere alcune potenzialità di recupero e riuso di attrezzature connesse con le linee ferroviarie del territorio (da Asti verso Nizza, da Nizza verso Canelli, da Nizza verso Alessandria) nell'obiettivo di costituire punti di riferimento e di servizio alla fruizione del territorio.

ASSE 4 "FORMAZIONE E COMUNICAZIONE"

AZIONE 4.1 SCUOLA ESTIVA INTERNAZIONALE, UNIVERSITA' DEL PIEMONTE ORIENTALE E PREMIO GRINZANE

PRIORITA' IV.1

OBIETTIVI DEL PROGETTO Proporre un modello interpretativo che faccia apprezzare il radicamento delle produzioni artistiche, siano esse letterarie, musicali, figurative o fotografiche nella tradizione artistica e culturale locale, con l'obiettivo di accreditare il progetto Muda presso stakeholders internazionali.

AZIONE 4.2 "E.STATE IN AZIENDA": CORSI AD ALTA SPECIALIZZAZIONE

PRIORITA' I. 7

OBIETTIVI DEL PROGETTO Formare personale ad alta specializzazione meccanica ed informatica con coinvolgimento delle imprese e delle associazioni di categoria con il supporto da parte del Politecnico di Torino e dell'istituto Tecnico industriale "Artom".

AZIONE 4.3 MASTER PER ADDETTI AL SETTORE RISTORAZIONE (ICIF)

PRIORITA' I. 7

OBIETTIVI DEL PROGETTO Accrescere la professionalità del settore della ristorazione, polo di eccellenza del territorio.

AZIONE 4.4 COMUNICARE IL TERRITORIO E MONITORAGGIO DEL PROGRAMMA

PRIORITA' I. 5

OBIETTIVI DEL PROGETTO A.Sollecitare l'adesione del territorio avviando il processo di identificazione con il progetto.B.Impostare un sistema di relazioni con "i comunicatori" per costruire in tempi brevi un "portafoglio" di rapporti tra il progetto, il territorio e il mondo della comunicazione. C.Rilevazione della crescita del livello di conoscenza dei target in un'azione di feedback continuo del progetto.

[Punto 16](#) [Eventuali collegamenti con altri programmi regionali, nazionali, europei, transfrontalieri transnazionali](#)

Il Programma "MÜ.D.A." è ideato in modo innovativo, anche per gli importanti tavoli di partenariato che si sono attivati sul territorio negli ultimi mesi. Il Programma è indirettamente collegabile a programmi sovralocali di sviluppo sostenibile (L.R. 4/2000; Programma Integrato di Sviluppo Locale; Gal "Le Colline della qualità"; progetti cofinanziati con i fondi Docup 2000-2006; ecc.) Fra gli interventi collegati si segnalano gli interventi di completamento, anche con allestimenti specifici della valorizzazione e recupero di edifici di valore architettonico e ambientale (palazzo Crova, complesso ex Foro Boario, complesso ex-macello in Comune di Nizza Monferrato; edificio e aree pubbliche in Comune di Maranzana; ambiti in Canelli) che sono da considerarsi come ideali contenitori per la realizzazione delle attività di servizio alla promozione turistica del territorio. Si segnala inoltre che molti degli Enti coinvolti hanno aderito ad un precedente Programma Integrato d'Area (misura 3.1 PIA) a valere sul Docup della Regione Piemonte 2000-2006, denominato "PIA Colline in luce". Interventi che però sono considerati "a pioggia" rispetto invece al programma di sviluppo organico che si vuole proporre con MUDA, che è stato attento a selezionare drasticamente le iniziative da proporre.

[Punto 17](#) [Coerenza degli interventi, servizi e azioni, oggetto di richiesta di finanziamento, con gli indirizzi del Programma di Mandato, indicati nel Piano generale di Sviluppo di cui all'Art. 165, comma 7, del T.U. degli Enti Locali D. Lgs. 267/2000](#)

Le iniziative proposte nel Programma Territoriale del Sud Astigiano, oltre ad essere assolutamente coerenti con le "linee programmatiche" approvate dai singoli Consigli delle Amministrazioni coinvolte (non solo le Comunità Collinari, ma anche tutti i singoli Enti coinvolti), sono anche coerenti con quanto esposto nel *Testo Unico degli Enti Locali* (D.Lgs. 267/2000). Le iniziative prescelte sono state infatti selezionate non solo in relazione alla vocazione territoriale della specifica area e/o ai vincoli urbanistici vigenti, ma anche in base alla possibilità, per ciascuno degli Enti partecipanti al Programma, di poter sostenere la propria "quota di cofinanziamento pubblico locale" (vedasi successiva Tabella finanziaria 3), strettamente connessa alle specifiche entrate prevedibili. Successivamente all'inoltro del presente dossier, ciascun Ente si impegnerà chiaramente a redigere i futuri bilanci di previsione - triennali ed annuali (così come i "connessi" programmi triennali ed annuali delle opere pubbliche), coerentemente alle iniziative contenute nel presente PTI, e in base alle specifiche esigenze.

Punto 18 Target di riferimento e tipologie di azioni previste in caso di servizi per la qualificazione delle risorse umane

Il Programma Territoriale proposto per il Sud-Astigiano ha dedicato un Asse specifico alla “formazione” (asse IV del Programma Territoriale Integrato), all’interno del quale vi rimandiamo nel dettaglio alle 3 specifiche azioni, pubbliche e private, che verranno proposte sullo specifico territorio, pressoché in modo continuativo nel tempo. La prima azione, in termini di importanza, è senza dubbio l’azione “MUDA_4.1_aipu”. All’interno del Castello di Costigliole d’Asti (si veda al riguardo anche l’iniziativa “MUDA_3.1_ppp”) sarà creata (vedi anche lettera di intenti fra l’Università del Piemonte Orientale; le Comunità Collinari e il Premio internazionale “Grinzane Cavour”) una “scuola estiva internazionale”, con una “sede didattica di eccellenza” per gli studenti universitari di tutto il mondo. La sede sarà il Castello di Costigliole, con ateliers nelle cantine storiche di Canelli (l’iniziativa immateriale è pertanto collegabile anche alla specifica azione relativa alla riqualificazione delle “*Cattedrali del Vino*” – cfr. intervento: MUDA_3.2_ppp) L’interlocutore scientifico della Scuola sarà il Premio Grinzane Cavour che ha negli anni sviluppato particolari competenze nel settore. La scuola, rilascerà un titolo certificato dall’Università del Piemonte Orientale. In relazione alle risorse umane, la seconda e la terza iniziativa dell’Asse IV sono invece riferibili a target particolari, prevalentemente occupati. Da un lato, attraverso l’azione codificata con “MUDA_4.2_aipr” e denominata “*E...STATE IN AZIENDA*”, verranno proposti determinanti corsi ad alta specializzazione soprattutto per la filiera enologica (vedasi Asse II del Programma, in questa sede però da considerarsi strettamente correlato con l’asse specifico dedicato alla “formazione”). L’obiettivo del progetto formativo è quello di formare personale ad alta specializzazione meccanica ed informatica anche grazie al coinvolgimento delle imprese e delle associazioni di categoria del territorio e con il supporto da parte del Politecnico di Torino e dell’istituto Tecnico industriale “Artom”. Le aziende del territorio percorrono tutta la filiera produttiva della produzione enologica, dalla viticoltura, alla trasformazione delle uve. Alla costruzione delle macchine per l’enologia. Il vino in generale è il prodotto intorno al quale si articolano per la gran parte tutte le attività economiche del territorio sud astigiano.

Un’ultima iniziativa immateriale del Programma Territoriale Integrato che interessa da vicino la formazione e la qualificazione delle risorse umane è l’azione “MUDA_4.3_aipr”, incentrata sull’organizzazione di master coordinati da ICIF.

1. Title of the Program “M Ü.D.A.”- MU.seo D.iffuso A.stigiano: “How to fit a quality garment on a territory of the South of craftsmanship through landscape, wine and culture innovation with the tools of communication”

2. Public body as leader and other associated agencies involved in the program.

Leading body: Comunità collinare tra Langa e Monferrato

Other associated body: Comunità collinare Vigne e Vino (vineyards and wines)

3. Website on which the Program is listed www.langamonferrato.it

4. Contribution requested: in the limits of Section 1, paragraph 3 of the notification, a contribution is requested of 200.000,00 euro (vat included) in front of a total amount of public investments of 40.344.820,00 euro. The contribution due will be totally invested together with the local cofinancing (up to further 102.586,15 euro) for the drafting of the operating plan (phase 2) and of the feasibility studies expected.

5. Intention and general aims of development and/or requalification

“M Ü.D.A.” besides being the name of our integrated Program, is also the main intention to advance in the specific territory south of Asti. “M Ü.D.A.”, MU.seo D.iffuso A.stigiano is therefore the strategic aim of the Program: metaphorically it could be argued that MÜ. D.A. will allow the specific territory to wear its own quality garment, so to give visibility to a land characterized by a unique landscape, an oenological craftsmanship among the strongest and the most innovative in the world, an intense cultural identity (primary aim), through communication.

The attainment of the primary aim will be possible thanks to the fulfilment of specific aims, tightly interconnected, each of which refers to one of the “strategic Axes” chosen for the drafting of the Program

The Program is structured in four main axes, each of them subdivided in actions; in particular:

Axis 1 Landscape and Territory

Action 1.1 Diffuse museum of landscape and the “Stanze” of contemporary art priority III.6

Action 1.2 Museum of taste and district of wellbeing priority III.6

Action 1.3 Environment reclaiming of abandoned industrial historical areas priority III.6

Action 1.4 Environment improvement of the System of the Belbo priority II.6

Action 1.5 Promotion of ecofriendly industrial areas and green marketing strategies priority II.5

Action 1.6 Environmental maintenance of the territory priority III.6

Axis 2 Oenology and Territory

Action 2.1 Experimental service center for wine growers in a quality district of food and agriculture in a territory south of Asti priority I.8

Action 2.2 Interventions in the oenological industry: production, mechanization and innovation (Gancia, Bosca, Contratto, Bersano, Aral etc.) priority I.3

Action 2.3 Diversification of the rural activities and sustainable tourist offer (private interventions: Distillerie Berta, Centro ippico di eccellenza, Bottega del vino) priority III.7

Axis 3 Culture and Territory

Action 3.1 Rocca di Costigliole, guiding light of the South of Piedmont priority III.6

Action 3.2 Cathedrals of wine of Canelli and Unesco Heritage priority III.6

Action 3.3 Integrated network for cultural sustainable tourism priority III.6

Axis 4 Training and Communication

Action 4.1 International Summer School, University of Eastern Piedmont and Premio Grinzane	priority IV.1
Action 4.2 E.state in azienda (“a corporate summer”): high specialization courses	priority 1.7
Action 4.3 Master for catering professionals (ICIF)	priority I.7
Action 4.4 Communicating the territory and monitoring the Program	priority I.5

6. Relevance and strategic contents of the socioeconomic aims of local development

The main document has identified the specific aims of each axis (environmental improvement, strengthening of the wine line, cultural innovation, training for excellence), absolutely consistent with the above local programming documents.

7. Consistency between the integrated territorial Program and the territorial context

The fallout, the intersectoriality and the crossover of the points of the Program on the homogeneous territory which has been singled out, are based on the consistency between the program and the territorial context.

Considering in particular every single action and trying to point out the main fallout it can be said what follows: regarding Axis 1, Landscape and Territory the main fallout is the environmental improvement of the territory; as for Axis 2 Oenology and Territory the main fallout is internationalization of the wine district; for Axis 3 Culture and Territory the main fallout is the intense recognizability of the territory south of Asti, with the identification of a testimonial of endorsement of high quality and of a strong and structured cultural offer characterized by the crossover of cultural connections with all the other axes; for Axis 4 Training and Communication the main fallout is the continuing training of excellence for targets connected to the territory and the territorialization of communication.

8. Territorial aggregation of the Program

The proposed integrated territorial Program concerns 2 Comunità collinari (the Comunità collinare between Langa and Monferrato and the Comunità collinare Vineyards and Wines), with a basin of residents of 42.551 inhabitants at the date of December 31, 2006. For the first time they have shared a strategic program of organized development, starting from the actual gifts of the territory. Normalli, so far, many of the agencies involved have chosen to propose individual plans that in the present Program are set in a well shared logic (thanks also to an efficient partnership) with the end of reaching the aims above said. See the participation of about 20 public bodies, only 3 of which with more than 5.000 inhabitants, the important magnetic poles (also, and above all, with regard to the “axes” identified in our Program: landscape, oenology, culture, always connected to the territory) of Canelli (10.330 inhabitants), Nizza Monferrato (10.182) and Costigliole d’Asti (5.934).

9. Analysis of weaknesses and/or strengths, chances and threats (swot analysis)

Points of strength. 1.1 positive tourist flows. 2.2 heavy foreign connotation of tourism compared to other piedmontese areas. 3. growing accommodation facilities 4. strong agricultural and wine tradition of the territory 5. unpolluted landscape (see Unesco candidacy), wine hills (moscato, spumante, barbera above all) and cathedrals of wine of Canelli 6. relevant oenological industry (production and mechanics) among the most important in the world (historical brands: Gancia, Contratto, Bersano, Bosca, Aral etc.) with strong propensity to export 7. presence of a strong cultural offer, not yet qualified and sufficiently visible 8. international role of the Premio Grinzane Cavour at the castello di Costigliole d’Asti. High and qualified cultural and training offer also due to the University support. 9. a real partnership between public and private bodies (two Comunità collinari, 20 bodies, quality enterprises involved, University of Eastern Piedmont, ICIF, Premio Grinzane Cavour, Confindustria etc.)

Chances 1. to create a diffuse museum of and on the territory, unique in Italy, thanks to some “stanze of landscape” located in the best panoramic or strategic views in the area, and to world famous artists and architects (Vercruyse, Buren, Cragg, Long, Fogliati etc.) 2. to identify in the same time a physical seat of the museum of the territory (synergic to the diffuse museum), thanks to the completion of the

Rocca Monumentale di Costigliole d'Asti, cultural leading light of the entire Southern Piedmont, considering its full and integrated cultural offer 3.marketing of a strong tourist and cultural product, both innovative and elitist (but with reasonable prices) based on the axis of PTI (landscape, wine industry, culture, training for excellence) 4.internationalization of the territory seen as a structural and structured unit (art, territory, culture, wine industry) and its promotion above all on the Swiss, German, French markets (already the first three for importance and for arrivals from abroad: notable also their strong characterization on contemporary art, i.e. the Paris museums, the Art Fair of Basel, the Beyeler Foundation, Documenta at Kassel and the German kunstmuseum etc.) 5. to make efficient the prospective partnership between private and public bodies thanks above all to the well known all over the world brands of the territory (Gancia, Bosca, Bersano, Contratto etc.) 6. Unesco candidacy which is more credible if it's strengthened by a logical program of strategic and sustainable development of the territory.

Points of weaknesses 1. lack of a logical identity of the territory and of international visibility (although considering the positive data of tourists coming from abroad) 2.impossibility, till now, to communicate the territory in an integrated way, in its threefold potentiality (landscape, oenological industry, culture) 3.need to differentiate the offer of the territory (above all from near areas such as Langhe) starting from an innovative feature to radicate and to apply to the landscape ("stanze" of a diffuse museum) 4. tourism flows that are still underestimated if compared to the potentiality the territory offers and in consideration of the growing offer of accommodation 5. industrial areas that sometimes suffer from superfetations to eliminate or to mask, with the intention to optimize the quality of our territory and its unique vineyards scenery 6. abandoned industrial areas to requalify, extraordinary examples of industrial archaeology (see Riccadonna); areas at hydrogeological risk (the System of Belbo); deterioration of the environment along abandoned railways lines 7. lack of an efficient communication aimed at definite markets, mainly international elites (Swiss and German markets above all) 8.lack of a system of environment management to guarantee also with formal procedures the quality of landscape.

Threats 1.growing environment and socioeconomic deterioration, above all in definite areas 2. not to give answers to the private enterprises. 3. to lose the chance of being recognizable abroad. 4. not to take advantage of the structural aids especially from the European Union.

10 Expected results

The axes, actions and priorities can constitute the engine of development of the area south of Asti. The MUD.A. will certainly mark the territory at the level of communication. The axes and the actions must be seen in their interconnections which foster the primary aims reachable through landscape, wine and cultural innovation. These have been identified as the strategic axes for the development of the territory south of Asti. An important result of the Program may be the involvement of small local authorities in the evolution of the district. Only through a structured and connected series of interventions it will be possible to take a major step towards a balanced economic development, at the level of environment, culture, landscape and production. The guiding idea of the Program is to find an equilibrium between a sustainable economic development and the maintenance and valorization of the features of the territory

11. Grounds on which the range of the Program has been identified

The territory is homogeneous for morphology, culture and history.

Wine with 100 million bottles a year is central in culture and quality of life.

Culture: these is a harmonious relationship between culture of daily life and high culture: the presence of the castle of Costigliole d'Asti in the center of the Cultural Park of the Premio Grinzane Cavour gives further evidence.

The quality of life offers high levels of loisir and hospitality, from truffles to ICIF (International Culinary Institute for foreigners).

12. Involvement of local socio-economic actors

The system involves local authorities, Comunità collinari, the University of Eastern Piedmont, high quality firms, Confindustria and trade associations, the Premio Grinzane Cavour, ICIF, world famous artists, contemporary art museums.

13. Reasons that identify the areas of intervention

Today is the second region after Tuscany for international quotations regarding wine. The territory is homogeneous and asks for a logically common economic development. To reach the aim to satisfy a high level international target with a high propensity to spend and equally high expectations of efficient services the communities Tra Langa e Monferrato and Vigne e vini have agreed to propose the MUDA, an integrated territorial plan and to strengthen the common roots that require a common economic development with at its heart the enhancing of the territory south of Asti, in a at least national vision.

14. Restraints regarding the environment, town planning and landscape

The analysis shows for each action the possible limits regarding the environment, town planning and landscape involved in the Program.

15. Interventions

Interventions, services and actions with an indication of the single aims and their consistency.

Axis 1 Landscape and territory

Action 1.1 the diffuse Museum of landscape and “le stanze” of contemporary art priority III.6

The aims are to build a network through the “stanze” of contemporary art of the diffuse museum on the territory of the two communities and to create a museum at the open air that constitutes the texture of MUDA, with its projects of enhancing of landscape, oenology, culture and training.

Action 1.2. Museum of taste and district of wellbeing priority III.6

The aim is to valorize the existing tourism resources.

Action 1.3 Recovery of abandoned industrial plants (see Riccadonna) priority III.6

The aim is to recover abandoned industrial plants through interventions of environment requalification.

Action 1.4 Environmental valorization of the system of the Belbo priority II.6

The aim is to valorize the territory of the Belbo Valley in connection with the production and to solve the problems relating to the water system of the valley.

1.5 Promotion of ecofriendly industrial areas and strategies of green marketing priority II.5

The action includes an attempt to organize the empty spaces between settlements and to construct an integrated system of green and street furniture and the creation of green marketing.

Action 1.6 System of gestione ambientale (S.G.A.), management of the territory priority III.6

The aim is to encourage the quality of the environment which is today considered one of its best attractions. The maintenance of the environment is an essential condition to defend a comparative advantage for the territory.

Axis 2 Oenology and the territory

Action 2.1 Services for winegrowers. The aim is to favour the innovation in the wine line both in production and in mechanics. priority I.8

Action 2.2 Interventions on the wine line: production and innovation (Gancia, Bosca, Contratto, Bersano, Aral etc.) priority 1.3

There are important investments on the part of major firms that will guarantee employment thanks to wine an internationalisation of the system.

Action 2.3 Diversifying rural activities and sustainable tourism offer priority III.7

The projects are consistent with those in axis 2.

Axis 3 Culture and the territory

Action 3.1 Rocca di Costigliole, guiding light of Southern Piedmont

The aims of the Program are to enhance a territory and a natural and cultural landscape, to communicate with the territory through the homogeneous unit of cultural heritage concentrated in the Monumental unit of the Rocca di Costigliole d'Asti, to spread the knowledge of an innovative initiative (see the "Labyrinth and Pleasure Garden" of the famous Belgian artist Jan Verduyck, to insert the initiative in the network of the Cultural Park of the Premio Grinzane Cavour, to build courses and master degrees with the University of Southern Piedmont on food, wine, landscape and literature, to increase tourism to this specific territory also considering the Unesco candidacy of the cathedrals of wine.

Action 3.2 the wine cathedrals of Canelli and the Unesco heritage priority III.6

The aim is to increase the tourism flows and employment.

Action 3.3 Integrated network for a sustainable cultural tourism priority III.6

The requalification of abandoned railways is connected to the creation of an intermodal system of transport with the reuse of old lines (Asti to Nizza, Nizza to Canelli etc.)

Axis 4 Training and Communication

Action 4.1 International Summer School, University of Eastern Piedmont and Premio Grinzane Cavour priority IV.1

Action 4.2 E...state in azienda (a corporate summer): courses of high specialisation priority IV.7

Action 4.3 Master degrees for catering personnel (ICIF) priority I.7

Action 4.4 Communicating the territory and monitoring the Program priority I.5

16 Connections with other regional, national, European, crossborder programs. The MUDA program takes in account all existing laws, ordinances and decrees, at the various levels, and the budgets of the local authorities and other agents.

17. Interventions, services and actions have been envisaged to be consistent with the existing laws and rules, considering also the prospective budgets of local authorities and other agents.

18. A specific axis has been devoted to training of human resources with the engagement of the University of Eastern Piedmont, the Premio Grinzane Cavour, the Istituto Tecnico Industriale "Artom" and ICIF for the organization of master degrees.

The main initiatives are the international summer school with the seat at the castello di Costigliole and the training courses fit to answer the needs of the major firms that are scattered along the long wine line of the territory.