

# Originali e vincenti

**Q**uando nel 1999 fu eletto sindaco di Montefalco (Perugia) a soli ventisette anni, tra i più giovani sindaci d'Italia, di lui già da un po' di tempo si diceva che avrebbe «fatto carriera». Giovanissimo frequentava Botteghe Oscure (la storica sede del Pci, poi Pds oggi Ds) ed era tra i più attivi dirigenti regionali del partito dei Democratici di sinistra.

Oggi, Valentino Valentini – che nel frattempo nel 2004 è stato rieletto sindaco di Montefalco – è presidente dell'Associazione nazionale delle Città del Vino che attualmente comprende 569 enti locali (in gran parte Comuni ma anche Province, Parchi, Comunità montane). L'organizzazione – nata nel 1987 (quest'anno festeggia i 20 anni di attività) – coinvolge una superficie vitata di ben 200.000 ettari (tutti i iscritti a doc e docg), 4.000 alberghi, 1.500 aziende agrituristiche, centinaia di campeggi, ristoranti, enoteche, cantine di qualità.

Numeri che fanno capire come l'osservatorio delle Città del Vino sia tra i più interessanti per comprendere l'evoluzione del settore e, in particolare, le problematiche dei territori italiani dove il vino costituisce un comparto chiave dell'economia locale.

**Presidente Valentini, come nasce la sua passione per il vino?**  
Potrei dire che anche questa passione deriva dal mio impegno politico. Come assessore allo sviluppo economico di Montefalco, a metà degli anni 90 ho iniziato a tenere i rapporti con le Città del Vino e quindi ad occuparmi del rapporto tra vino e territorio. A casa, comunque, il vino in tavola non è mai mancato e non poteva essere diversamente dal momento che l'economia di Montefalco da sempre è fortemente legata alle produzioni vitivinicole.

**L'Associazione Città del Vino rappresenta oggi l'organizza-**

*Solo attraverso la forte salvaguardia e tutela del legame tra vino e territorio di produzione il sistema vitivinicolo italiano può rimanere competitivo sul mercato globale*

**zione più vasta e capillare nel settore vitivinicolo italiano. È attiva da vent'anni, ma oggi quali sono il ruolo e gli obiettivi che si pone?**

Il ruolo chiave è quello di rappresentare i Comuni dei territori italiani ad alta vocazione vitivinicola. Ci muoviamo, essenzialmente, lungo tre direttrici: la valorizzazione, la tutela e la promozione dei territori a vocazione vitivinicola; i rapporti tra prodotto e territorio (difesa del legame tra prodotto e territorio di produzione); turismo nei territori del vino. Si tratta di tre attività estremamente impegnative e importanti dove le Amministrazioni pubbliche, coinvolte nella nostra associazione, hanno e possono avere un ruolo decisamente strategico. Le politiche di sviluppo dei nostri Comuni, infatti, si muovono secondo quelli che noi abbiamo definito i «Piani regolatori del vino», cioè strategie di pianificazione del territorio che tengano conto delle esigenze della filiera vitivinicola in tutto il suo complesso.



Valentino Valentini  
in un disegno  
di Elena Terrin

Riguardo a quest'ultimo aspetto, quali sono oggi i risultati conseguiti? Spesso, infatti, quando si parla dei grandi comuni del vino, come, ad esempio, Montalcino o la stessa sua Montefalco, si osserva che siamo di fronte a città ricche ma ad Amministrazioni comunali povere.

È ormai acclarato che per lo sviluppo del cosiddetto turismo enogastronomico è fondamentale la tutela del paesaggio rurale. È evidente, quindi, che compito chiave delle nostre Amministrazioni è quello di pianificare un modello di sviluppo adeguato. Va però ricordato che si tratta di scelte decisamente impegnative perché i maggiori introiti per le casse comunali giungono dagli immobili, dall'edilizia privata e dagli insediamenti artigianali e industriali. Per questo ridurre al minimo la costruzione di fabbricati significa «rendere poveri» i Comuni. Per tale ragione stiamo facendo una forte pressione a livello di Governo nazionale affinché si arrivi a una nuova fiscalità rurale che riconosca questo ruolo dei Comuni premiando le Amministrazioni che tutelano e salvaguardano il paesaggio rurale.

**L'Associazione Città del Vino, soprattutto da quando lei è presidente, sembra abbia impresso una notevole spinta anche sul fronte della politica della gestione del sistema vino nel nostro Paese. Basti pensare alla vostra recente battaglia contro i trucioli nel vino e gli organismi geneticamente modificati in viticoltura.**

È vero, vogliamo essere un interlocutore più forte anche sulle grandi tematiche politiche che coinvolgono il settore vitivinicolo come l'organizzazione comune di mercato, la riforma delle legge 164/92 (quella delle denominazione d'origine tanto per intenderci), le norme sulle pratiche enologiche. Ma si tratta di una scelta obbligata se vogliamo veramente essere uno strumento utile per la tutela dei grandi e piccoli territori del vino italiani. Abbiamo, ad esempio, già coinvolto circa una sessantina di parlamentari, «amici delle Città del Vino», che si stanno impegnando insieme, e in maniera trasversale, su temi come la fiscalità rurale. La nostra battaglia, poi, contro trucioli e ogm vuole essere una dichiarazione di guerra contro tutto ciò che rompe il legame tra territorio e prodotto. Siamo infatti sempre più convinti che solo la tutela fortissima di questo legame ci rende competitivi sul mercato globale. Se perdiamo questa originalità non ci rimane che la politica del prezzo, dei costi di produzione, tutti elementi sui



### CHI È VALENTINO VALENTINI

Valentino Valentini nasce il 24 febbraio 1972 a Schaffhausen (Svizzera), dove i genitori si erano trasferiti per lavoro, restandovi fino all'età di sette anni.

Già durante gli anni del liceo si interessa con grande entusiasmo alla politica e nel 1995 viene eletto consigliere nel Comune di Montefalco.

Si susseguono altri incarichi politici: assessore nel 1996 prima allo Sviluppo economico e poi ai Lavori pubblici e al Bilancio.

Viene eletto sindaco del Comune di Montefalco nel 1999 e rieletto nel 2004.

È inoltre presidente dell'Unione dei Comuni «Terre dell'olio e del Sagrantino» nel 2001 e nel 2006.

È membro del direttivo regionale dell'Anci Umbria, membro del Consiglio delle autonomie locali Umbria e, dal novembre 2006, presidente dell'Associazione nazionale Città del Vino.

È titolare della piccola impresa Vini Montefalco da lui fondata. ●

quali la nostra vitivinicoltura non può essere vincente. La nostra forza è l'originalità data dalle nostre varietà, dalle nostre denominazioni, insomma da quell'intimo rapporto con i territori di produzione fatto di storia, di tradizione ma anche di economie secolari. Non significa essere contro il progresso ma a favore di quello sviluppo scientifico e tecnologico che ancor di più consolida questo legame.

**Anche la vostra Associazione è impegnata sul fronte della comunicazione del vino made in Italy. Non le sembra che tale comunicazione sia eccessivamente frammentata?**

Sicuramente lo è stata nel passato. Oggi mi sembra che le cose, anche se lentamente, stiano migliorando e il Ministero delle politiche agricole sta finalmente attivando una politica di comunicazione, soprattutto sul versante internazionale, decisamente più unitaria. È ovvio che serve lo sforzo di tutti, anche il nostro, per evitare pericolose dispersioni di risorse o inutili sovrapposizioni. Anche per quanto riguarda le iniziative fieristiche a livello nazionale dobbiamo evitare pericolose duplicazioni. Quindi ben vengano manifestazioni locali che esaltano le peculiarità territoriali ma quando si tratta di eventi dedicati al business, al marketing collettivo è meglio «giocare» di squadra.

**Siete da tempo impegnati anche sul versante del turismo del vino attraverso, in particolare, l'Osservatorio nazionale del turismo del vino realizzato in collaborazione con il Censis servizi. Presidente, qual è lo stato di salute dell'enoturismo in Italia?**

Siamo da alcuni anni in una situazione di stallo. In sostanza si continua ad osservare come potenzialmente il turismo enogastronomico in Italia potrebbe essere una grande risorsa ma sono poche le azioni che rendono operative queste potenzialità. Nonostante le azioni siano poche, mal coordinate, si registra però ogni

anno una crescita di attività, di imprese (cantine, agriturismo, Strade del vino, ecc.) che investono in questa attività. È certo che i nostri territori rurali sono grandi attrattori turistici. Oggi quindi servono investimenti in grado sia di qualificare che comunicare meglio la nostra offerta. Dobbiamo però farlo in fretta perché Paesi esteri nostri competitor stanno correndo su questo fronte. In Spagna, ad esempio, è stata inserita all'interno del portale turistico iberico tutta l'offerta del turismo enogastronomico. Io, comunque, rimango ottimista. Se teniamo duro sul fronte dell'originalità ed evitiamo le solite dispersioni di risorse, sono convinto che il vino e i suoi territori di produzione continueranno a regalare grandi soddisfazioni al nostro Paese. ●