



Luca Casagrande è laureato in Architettura allo Iuav di Venezia, si occupa di comunicazione collaborando con organizzazioni e aziende.
e-mail: lucacasagrande87@gmail.com

GeoSpectra

La definizione di un'identità territoriale attraverso la conoscenza del suolo

IMMAGINI

Crediti: GeoSpectra.

01 - Il FP_EDXRF - Field Portable Energy Dispersive X-Ray Fluorescence.

02 - Esempio di etichetta Geologica del Prodotto.

03 - Campionamenti del suolo con trivella.

04 - Stralcio della carta geologica delle D.O.C. liguri con i punti campionati.

05 - Un vigneto ligure situato a Dolceacqua (IM).

NOTE

1 - Vaudour E., "Il terroir. Definizioni, caratterizzazione e protezione", Edagricole-New Business Media, 2005.



GeoSpectra

GeoSpectra S.r.l.
Spin-off dell'Università di Genova
info@geospectra.it
www.geospectra.it



Le specifiche peculiarità di un territorio influiscono in modo determinante sulle caratteristiche delle produzioni eno-gastronomiche. In particolare la componente suolo, intesa come insieme delle caratteristiche litologiche, mineralogiche e chimiche, concorre a definire le qualità delle produzioni agricole che su di esso sono coltivate. In un contesto di mercato in cui la valorizzazione delle eccellenze dell'eno-gastronomia *Made in Italy* si basa su strategie di *marketing* territoriale e *storytelling* del prodotto, è importante conoscere le dinamiche e le componenti che concorrono a definire l'unicità del prodotto/territorio da comunicare. La ricerca scientifica può diventare uno strumento per trasferire conoscenza su una specifica produzione e fornire al consumatore, e non solo, informazioni utili per valutare la qualità di un prodotto. GeoSpectra, *spin-off* dell'Università di Genova, ha strutturato un processo innovativo che integra la ricerca scientifica e l'analisi in campo con nuove strategie di *marketing* territoriale. Per questo motivo abbiamo intervistato il Prof. Gerardo Brancucci, professore associato di Geomorfologia Applicata presso la Scuola Politecnica dell'Università di Genova, Dipartimento Architettura e Design e co-fondatore dello *spin-off* GeoSpectra S.r.l.

Alle filiere delle produzioni eno-gastronomiche d'eccellenza si lega sempre più il concetto di identità territoriale dei prodotti. Parliamo in questo caso di valorizzazione del *terroir*. Nello specifico cosa definisce questo concetto?

Una definizione univoca di *terroir* non esiste, in generale con tale termine può intendersi l'insieme delle caratteristiche di un certo luogo come morfologia, substrato litologico, tradizioni, caratteri storico-culturali, clima, ecc. Il termine è solitamente associato all'ambiente enologico tuttavia esistono, come mostra Vaudour nel suo volume *Il terroir*¹, differenti nozioni di *terroir* applicabili in vari ambiti quali ad esempio: agrocolturale (*terroir* materia), territoriale (*terroir* spazio), pubblicitario (*terroir* slogan) e identitario (*terroir* coscienza). Noi di GeoSpectra utilizziamo questo termine in un concetto di filiera che parte dal suolo ed arriva alla tavola del consumatore, come sintesi del percorso che un prodotto deve (o dovrebbe) compiere per far percepire la propria qualità e unicità.

“ un concetto di filiera come sintesi di un percorso di qualità e unicità

” Le caratteristiche litologiche, mineralogiche e chimiche del terreno influiscono direttamente sulla ca-

The specific characteristics of a territory decisively influence the attributes of enogastronomic productions. In particular, the soil components, as a set of lithological, mineralogical and chemical characteristics, help to define the qualities of the agricultural productions that are cultivated on it. Considering that the market in which the enhancement of the food excellence of *Made in Italy* is based on territorial marketing strategies and product storytelling, it is important to understand the dynamics and components that contribute to define the uniqueness of the product/territory that need to be communicated. Scientific research can become a tool to transfer knowledge about a specific production and provide the consumer with useful information to evaluate the quality of a product. A spin-off of the University of Genoa named GeoSpectra has structured an innovative process that integrates scientific research and analysis to define new territorial marketing strategies.

ratterizzazione di un prodotto, contribuendo a renderlo unico. Quali componenti vengono influenzate, e in che modo, dal tipo di terreno in cui il prodotto viene coltivato?

Dalle esperienze fin qui condotte dal nostro *spin-off* GeoSpectra appare evidente che, almeno a livello di suolo, la differenziazione percentuale degli elementi presenti nel suolo stesso determina una differenziazione anche nel gusto del prodotto. L'esperienza al momento più significativa in questo senso è stata condotta su dei funghi della specie *Boletus Edulis*; a diversità di substrato corrisponde, a detta di esperti, diversità di sapore. Stessa sperimentazione, condotta su dei mele, ha evidenziato come la differente composizione del suolo in termini di contenuto di Calcio influiva chiaramente sulla qualità del prodotto. Una quantità bassa di Calcio rende le mele butterate (butteratura amara); grazie alla possibilità di analisi puntuale offerta dalla strumentazione in possesso dello *spin-off* è stato possibile tracciare la distribuzione del Calcio nel podere e, di concerto con gli agronomi, individuare le quantità dei trattamenti necessari a migliorare il prodotto. Infine stiamo conducendo, di concerto con l'Associazione Italiana Sommelier (AIS) uno studio sulla geodiversità dei vigneti della Liguria; anche qui, da quanto finora osservato, appare determinante la composizione del suolo a parità di genoma impiantato. I risultati di questo studio, che saranno a breve pubblicati in un apposito volume, sono già stati illustrati con positivi riscontri in occasione della 1357° edizione della Fiera Internazionale dell'Agricoltura di Santa Lucia di Piave (TV) e del VI Congresso Internazionale sulla Viticoltura di Montagna e in Forte Pendenza tenutosi ad aprile a Conegliano (TV). La via della relazione suolo-prodotto appare quella che maggiormente possa portare ad una "protezione" del *Made in Italy* al di là di ogni etichettatura legata principalmente ad aree amministrative, come ad esempio le DOP.



01

GeoSpectra, *spin-off* dell'Università di Genova, si propone come supporto tecnico e scientifico alla definizione di un'identità territoriale delle produzioni. Qual è l'ambito di operatività di Geospectra e quali strumenti di indagine propone?

GeoSpectra nasce dalle attività di ricerca svolte presso il Dipartimento di Scienze della Terra dell'Ambiente e della Vita (DISTAV) dell'Università di Genova che svolge indagini e studi di mineralogia applicata e ambientale e presso il Laboratorio Geomorfolab attivo presso il Dipartimento di Architettura e Design (DAD) dell'Università di Genova. Questo svolge studi e ricerche sull'integrazione dei fenomeni fisici legati all'evoluzione della superficie terrestre con le componenti storico-culturali e antropiche del paesaggio, supportate da strumenti di cartografia informatizzata per l'analisi e la gestione delle variabili territoriali. La "forza" analitica dello *spin-off* sta nella strumentazione portatile che consente analisi rapide e *in situ* senza particolari procedure di preparazione dei campioni; la rapidità nell'operatività consente di ottenere elaborazioni quasi in tempo reale



02



03

“
la relazione suolo
prodotto può portare
ad una protezione del
Made in Italy
”

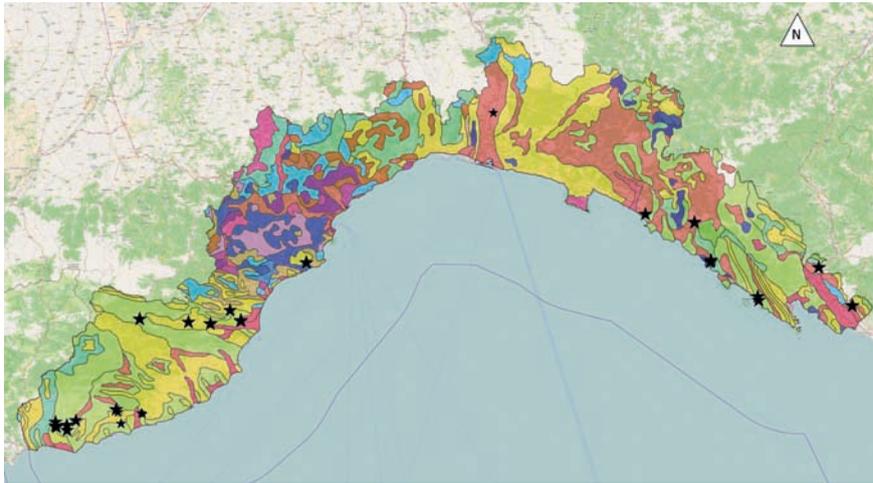
(ogni analisi dura poco più di un minuto) e la spazializzazione, utilizzando Sistemi Informativi Geografici (GIS), dei dati degli elementi indagati (tutti quelli della tavola periodica con numero atomico > 12, ossia dal Magnesio in su). Tale capacità analitica può essere applicata all'analisi di qualsiasi materiale: dai suoli, ai pigmenti delle opere d'arte, passando per gli acciai e leghe metalliche. Inoltre lo *staff* della GeoSpectra ha competenze peculiari anche nella proposizione di progetti di *marketing* territoriale, disciplina che consente lo sviluppo e la valorizzazione di quello che prima abbiamo definito *terroir*:

La metodologia di indagine che propone GeoSpectra definisce una vera e propria Etichetta Geologica del Prodotto (EGP). Quali sono le sue caratteristiche e quali sono i suoi obiettivi?

L'Etichetta Geologica è uno strumento volto a fornire servizi operativi indispensabili per legare un prodotto al suo territorio e renderlo non delocalizzabile. Ne garantisce la tipicità, la diversità e la qualità attraverso la caratterizzazione

storica, culturale e geologica del sito. Riteniamo che essa possa rappresentare un “rafforzativo” determinante ai marchi più tradizionalmente intesi (DOP, IGP, ecc.).

GeoSpectra nasce all'interno del Laboratorio Geomorfolab del Dipartimento di Architettura e Design (DAD) dell'Università di Genova. In che modo l'analisi dei fenomeni fisici della superficie terrestre può diventare uno strumento utile alla pianificazione urbanistica e del paesaggio e, in senso più ampio, all'architettura?



04

Come abbiamo accennato lo *spin-off* nasce dalle ricerche di due dipartimenti universitari che hanno sempre fatto ricerca applicata; in particolare il **Geomorfolab** è il laboratorio di Geomorfologia applicata del Dipartimento Architettura e Design (DAD), Scuola Politecnica dell'Università di Genova. Svolge attività di ricerca e supporto alla didattica per l'approfondimento e la comprensione dei processi che concorrono alla formazione del territorio attraverso l'utilizzo di cartografia informatizzata. Il riconoscimento e lo studio degli elementi naturali e la comprensione delle loro relazioni con l'antropizzato permette di apprendere le necessarie capacità di analisi nel rispetto di una corretta gestione dell'ambiente fisico e del paesaggio e costituisce la base disciplinare per lo sviluppo di una corretta pianificazione territoriale. Il laboratorio utilizza tecniche di analisi geografica per lo studio e la valorizzazione del territorio e delle sue risorse. In particolare vengono implementati strumenti GIS e Web-GIS *open source* per la gestione territoriale e la valorizzazione del patrimonio geologico a supporto dello sviluppo locale, come valore aggiunto per un turismo sostenibile. Il gruppo di lavoro è composto di esperti con diversa formazione, che garantiscono un approccio integrato e multidisciplinare all'analisi del territorio. Inoltre, sono attive collaborazioni con altri gruppi di ricerca (beni culturali, ecologia applicata, *marketing* territoriale, ecc.).▲

“
valorizzare il
patrimonio geologico
come valore aggiunto
per un turismo
sostenibile

”



05