Enoturismo in Moldova: cosa rende estremamente autentica questa meta?

scritto da Redazione Wine Meridian | 16 Ottobre 2023



In questi ultimi giorni abbiamo lasciato la luce dei nostri riflettori ad una destinazione vitivinicola estremamente innovativa: la Moldova. Lo scorso 27 settembre, infatti, questo Paese ha ospitato un simposio interamente dedicato al turismo sostenibile, e, tra i diversi relatori appartenenti al settore, anche Wine Meridian è stata chiamata per condividere la sua consolidata esperienza nel mondo dell'enoturismo. **Siamo partiti con l'idea di portare lì la nostra conoscenza, eppure, al termine dell'evento, quelli che si sono portati a casa degli insegnamenti siamo stati proprio noi.**

La Moldova non solo è il primo esportatore di vino al mondo in rapporto al territorio nazionale, ma è anche una meta

enoturistica estremamente avanzata e strutturata. Qui, in questo Paese dove un quarto della popolazione attiva dipende dal comparto vitivinicolo, vengono studiate costantemente strategie per migliorare la propria offerta turistica e vengono seriamente incentivate le collaborazioni con associazioni e uffici del turismo.

Non è un caso che questa determinazione abbia luogo proprio in Moldova. Secondo un recente articolo del Sole 24 Ore, in questo Paese il mercato del vino non è solo una fonte di ricavi, ma da alcuni anni rappresenta un vero e proprio trampolino con il quale avvicinarsi all'Europa e al suo grande mercato unico. È evidente l'enoturismo qui abbia una marcia in più, e visitando alcune cantine abbiamo potuto la possibilità di accorgercene anche noi.

La caratteristica vincente della proposta enoturistica moldava è l'autenticità con la a maiuscola, caratteristica che si declina in più aspetti della filiera enoturistica.

È autentica la **capacità di creare relazioni** durante le visite. In pochi attimi ti viene trasmessa l'identità aziendale e gli obiettivi perseguiti: dal dipendente che ti racconta la genesi piuttosto che il titolare che ti spiega come immagina l'azienda, tutti sono in grado di creare una relazione con l'enoturista e di fargli capire in che campionato stanno giocando.

Sono autentici i **racconti**, semplici, che tendono a slegarsi dai tecnicismi per andare a favorire momenti di dialogo e confronto. La visita nelle zone di produzione viene sbrigata velocemente per lasciare spazio alla visita della struttura. Viene data più importanza all'aspetto relazionale, che è anche quello che gli imprenditori moldavi dicono gli viene richiesto dagli enoturisti.

Sono autentiche le **risorse umane**, che, a prescindere dalla loro abilità, fanno trasparire il loro orgoglio di far parte

del comparto vitivinicolo e condividono la loro gioia di star lavorando ad un progetto. Un senso di appartenenza che viene trasmesso subito all’enoturista e che fa sentire lui stesso parte di un processo importante.

È proprio l’autenticità a fare sì che non ci annoiassimo in nessuna delle sei aziende che abbiamo visitato, pur avendo trovato dei vini che non ci hanno conquistato al primo sorso. Il nostro pensiero è che se riesci a non annoiare in questo tipo di sfide, probabilmente sta a significare che hai centrato l’obiettivo dell’enoturismo al 100%.