

# L'enoturismo di territorio di Terre de la Custodia

scritto da Claudia Meo | 1 Settembre 2023



[Terre de la Custodia](#), primaria realtà enologica umbra, è interprete e protagonista, insieme al marchio oleario [Farchioni](#) e al marchio [Mastri Birrai Umbri](#), della gastronomia italiana; la sua offerta enoturistica è fortemente orientata ai suoi valori identitari e alla promozione del territorio.

**Abbiamo intervistato Giampaolo Farchioni, titolare e mente creativa della cantina, per comprendere gli obiettivi e il messaggio che attraverso l'offerta enoturistica la proprietà vuole trasmettere.**

Il nostro obiettivo è quello di **promuovere il sistema Umbria**, cercando di valorizzare al massimo il territorio nella sua totalità, evitando frammentazioni identitarie; ci prefiggiamo

di farlo attraendo flussi sempre maggiori di turisti e creando offerte esperienziali sempre più "tailor made".

Riteniamo che un'immagine territoriale omogenea e condivisa sia in grado di esprimere le caratteristiche, il senso e lo spirito del luogo. Ma soprattutto sottolineare il valore difficilmente replicabile della nostra offerta.

Da diversi anni stiamo cercando di far comprendere ad un pubblico di clienti reali e potenziali **l'importanza della materia prima locale e dell'approccio territoriale**. La nostra identità ha radici antiche e connessioni molto forti con il territorio. La nostra offerta cerca quindi di valorizzare in senso nuovo i valori del passato, di integrarli funzionalmente nel presente come risorse, come sane fonti di un turismo nuovo.

**Alla luce di questi obiettivi come avete strutturato i vostri percorsi di accoglienza nella vostra offerta enoturistica?**

Come gruppo abbiamo diversi percorsi esperienziali per le tre diverse categorie di prodotto che proponiamo: vino, birra e olio.

Per l'olio organizziamo due corsi di assaggio durante l'anno, uno destinato ad un target straniero, l'altro italiano: oltre ad un percorso tecnico sull'olio e sulle sue proprietà organolettiche organizziamo pranzi e cene-degustazione dove proponiamo i nostri prodotti in abbinamento ai prodotti tipici umbri, accuratamente preparati dal nostro chef.

Per quanto riguarda la birra proponiamo percorsi che vanno dalla visita del birrificio e della malteria a diversi tipi di degustazione, da 1 a 6 birre, fino ad arrivare ad un light lunch di sei portate con 6 birre in abbinamento. Un viaggio sensoriale e gastronomico unico nel suo genere, come d'altro canto unico è trovare un birrificio ed una malteria che convivono nella stessa realtà.

Per Terre de la Custodia l'offerta enoturistica prevede due tipologie di **wine pairing**, con tre vini in degustazione ed un tagliere con prodotti tipici umbri, e due tipologie di **food-pairing**, con 4 portate e 4 vini in abbinamento.

All'interno dei nostri food pairing proponiamo una cucina stagionale che proviene dal nostro orto, con menù equilibrati, ricercati, assolutamente legati alla nostra terra. **I nostri menù hanno una importante percentuale di prodotti locali e di prodotti biologici**: il nostro scopo è quello di creare consapevolezza di identità territoriale e filiera. Nella nostra realtà vitivinicola organizziamo anche eventi a tema in abbinamento a degustazioni e visite .

L'offerta turistica presso tutte le nostre realtà produttive è accomunata dal binomio territorio-paesaggio, in cui, naturalmente, **la qualità dei prodotti e il fattore umano sono fondamentali** nel contribuire a creare un atmosfera qualitativamente alta da punto di vista esperienziale.

## **Qual è la vostra idea di legame con il territorio e con il paesaggio?**

Il **territorio** è espressione dell'azione dell'uomo nelle diverse aree del pianeta, in cui gli elementi costitutivi sono legati da molteplici relazioni reciproche. Sono il risultato dell'azione sociale e anche della percezione che gli individui hanno di esso. Il **paesaggio** invece è uno scrigno di simboli e segni; è l'aspetto direttamente percepibile del sistema territoriale, ed è anche un oggetto di osservazione e di consumo. **La sua comprensione e il suo impatto dipendono dalla capacità di percezione di chi lo osserva ma anche di chi lo comunica.** il nostro obiettivo è quello di accrescere il più possibile la consapevolezza del vissuto, cogliere la personalità, e l'irripetibile identità dei luoghi, godere a pieno le esperienze partendo proprio dai sensi sollecitati dalle degustazioni dei nostri prodotti; per fare questo collaboriamo con varie strutture ricettive locali, con

ristoranti, locali e con guide turistiche

## **Che importanza rivestono le risorse umane nel realizzare la vostra idea di azienda e di hospitality?**

L'organico dedicato stabilmente alla nostra accoglienza è costituito da un cuoco, un event manager ed il ns Brand Ambassador. **Il personale addetto all'accoglienza gioca un ruolo fondamentale per la buona riuscita dell'esperienza della visita, in alcuni casi ne diventa l'anima.** Nel contatto con il cliente-turista e nell'erogazione del servizio è fondamentale il piacere di svolgere il proprio lavoro e il modo di relazionarsi; predisposizioni naturali che devono essere affiancate dalla tecnica e da corsi di aggiornamento mirati, che il nostro personale segue con costanza: parliamo sia di conoscenze tecniche sulle produzioni commercializzate all'interno dello store (vino, olio, birra), sia di skills attitudinali come lo "stare al pubblico", oltre naturalmente la conoscenza delle lingue straniere. La conoscenza tecnica dell'aspetto produttivo non basta: le nostre risorse devono essere in grado di creare opportuni collegamenti tra la risorsa agroalimentare e il territorio, la storia, l'arte, la letteratura: