

Enoturismo Made in Sicily: la parola d'ordine è “diversificare”

scritto da Elisabetta Tosi | 17 Maggio 2023



Una cornucopia di ricchezze a cui non manca nulla: dalla varietà enogastronomica a quella paesaggistica, dalla storia alla cultura all'arte, fino ad arrivare alla possibilità di fare da sfondo a serie televisive di successo, come è successo di recente con “White Lotus” (in Italia trasmessa su un canale Sky). **La Sicilia, già una delle mete preferite dai turisti di tutto il mondo,** sta vivendo in questi mesi una nuova fiammata di popolarità, soprattutto negli USA, proprio grazie a questa fortunata mini-serie: **“La Sicilia ha tutte le carte in regola per candidarsi a diventare a diventare la Napa Valley del Mediterraneo – ha detto il presidente di Assovini Laurent**

Bernard de la Gatinais in apertura del convegno “Sicilia: Top Wine, Film, Tourism Destination” che ha chiuso la diciannovesima edizione di Sicilia En Primeur (SEP) – Il valore culturale del vino affascina ed attrae sempre di più e diventa simbolo di eccellenza del Made in Sicily”.

L’edizione 2023 del più importante evento itinerante promosso da Assovini si è svolta quest’anno in due luoghi di una bellezza indiscussa come **Taormina e RadicePura Garden Plant di Giarre**. In particolare, in quest’ultima è stata appena inaugurata la Biennale del Paesaggio Mediterraneo. Forte di un centinaio di giornalisti italiani ed esteri, sessanta cantine partecipanti, oltre 800 vini in assaggio, 5 masterclass tematiche e 9 tour organizzati in tutta l’isola, **SEP 2023 si è dimostrata un’edizione particolarmente ricca**, intensa e soprattutto riuscita, perché ha saputo trasmettere in pochi giorni l’enorme potenziale di quest’isola-continento, che non finisce mai di sorprendere ed è in grado di soddisfare qualsiasi esigenza. Lo ha dimostrato anche il convegno finale, incentrato sugli aspetti culturali, paesaggistici e di lifestyle del mondo vitivinicolo siciliano, oltre che sui numeri dell’ultima vendemmia, rivelatasi ricca in qualità e diversità.

Dopo aver sviscerato negli scorsi anni i temi della sostenibilità e del cambiamento climatico, questa volta il focus della discussione è stato il binomio vino e turismo, già asset strategico per molte cantine. “Secondo il sondaggio che ha coinvolto 69 su 100 cantine di Assovini Sicilia, il 90% delle aziende ha una struttura adibita all’enoturismo per la degustazione in cantina – ha continuato de la Gatinais -. Il 32% di queste possiede una struttura ricettiva con posti letto e il 30% offre una proposta di ristorazione. I servizi offerti sono sempre più curati e diversificati, vere e proprie wine experiences, che spaziano dai corsi di cucina ai percorsi benessere, dal wine trekking ai tour che interagiscono con il paesaggio e la cultura dei luoghi”.

La Sicilia come meta enogastronomica è al primo posto nelle preferenze anche dei turisti italiani, ha spiegato Roberta Garibaldi, docente presso l'Università degli Studi di Bergamo e presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico: “Il turista enogastronomico vuole vivere esperienze diversificate: ogni anno sono sempre di più le persone che si lamentano delle visite in cantina tutte uguali – ha spiegato – Viceversa, cresce l'interesse per caseifici, cioccolaterie, pastifici: tutti luoghi in cui nascono i prodotti tipici italiani, che offrono visite in collegamento con le aziende del vino dell'loro territorio”.

Individuare e attivare sinergie con gli attori economici locali sarà sempre più in futuro una scelta vincente dell'**enoturismo**, già oggi uno dei punti di forza dell'offerta **siciliana**, chiamato anche ad evolversi e arricchirsi adattandosi ai gusti e alla ricerca dei suoi utenti.

“Guardando ai desiderata degli italiani che hanno intenzione di compiere un viaggio eno-gastronomico in Sicilia – ha continuato Garibaldi – **si nota una grande voglia di immergersi nella ruralità**. Per questo primeggiano le degustazioni al tramonto (indicate dal 66% degli enoturisti interpellati), le cene in vigna (60%), la vendemmia turistica (46%), fino al nuovo trend del foraging (46%), ovvero la moda di andar per campi alla ricerca di erbe spontanee che si possano raccogliere e mangiare”.

L'importante è diversificare, anche a seconda dell'età: i più giovani (25-34 anni) amano gli eventi musicali o di abbinamento cibo-vino, mentre i più grandi preferiscono la tradizionale visita in cantina.

“Le wine destination non rappresentano solo un prodotto turistico, ma un modello di sviluppo territoriale sostenibile – ha confermato un altro esperto, il **prof. Benedetto Puglisi, co-founder e direttore scientifico Master THEM in Tourism Hospitality & Event Management di BeAcademy** – Come

destinazione generalista, la Sicilia è percepita ormai matura, ma molto giovane quando si parla di wine tourism, e in grado anzi di far ringiovanire anche le mete più conosciute”.

Se è vero che l'enoturismo non può trascurare nessun segmento di età (e fascia di spesa), ecco che questa regione si presenta ben posizionata anche nel settore del luxury: **“L'enogastronomia accompagna ogni percorso dell'ospite, i tour in cantina sono tra le esperienze più richieste – ha confermato Lorenzo Maravigli, general manager del Four Season Hotel San Domenico Palace (scelto come location proprio per la seconda stagione di “White Lotus”, n.d.r.) – I nostri ospiti sono affascinati dalle gestioni familiari, ma soprattutto considerano importante che dietro qualsiasi esperienza ci sia un racconto. E grazie a partnership con aziende che hanno guide e percorsi dedicati, l'esperienza luxury arriva anche in cantina”.**

