

Le principali esigenze finanziarie per l'accoglienza enoturistica: competenze, promozione e infrastrutture

scritto da Lavinia Furlani | 27 Gennaio 2025



L'indagine di Wine Tourism Hub evidenzia le principali esigenze finanziarie per migliorare l'accoglienza enoturistica: formazione del personale (35,8%), promozione turistica (31,2%) e infrastrutture (21,1%). Investimenti mirati in capitale umano e visibilità sono essenziali per rendere il turismo del vino competitivo e sostenibile.

Le infrastrutture rappresentano uno degli ostacoli principali per il successo dell'enoturismo in Italia. **Secondo l'indagine nazionale di Wine Tourism Hub** che ha ascoltato le voci delle cantine italiane, le priorità finanziarie per migliorare

l'accoglienza turistica si concentrano sulla formazione del personale (35,8%), la promozione turistica (31,2%) e gli investimenti in infrastrutture (21,1%). Rispondere a queste esigenze è fondamentale per rendere il turismo del vino più competitivo e sostenibile, valorizzando il capitale umano e la visibilità dei territori.

Le esigenze finanziarie in dettaglio

Alla domanda su quali fossero le principali esigenze in termini di risorse finanziarie per migliorare l'accoglienza turistica nel territorio, le cantine italiane hanno dato le seguenti risposte.

1. Supporto per la formazione del personale turistico (35,8%)

La necessità più sentita riguarda la formazione delle risorse umane. La crescente domanda di esperienze enoturistiche autentiche richiede personale qualificato, capace di offrire un'accoglienza professionale e coinvolgente.

2. Fondi per la promozione turistica (31,2%)

La visibilità è il secondo elemento cruciale. Promuovere efficacemente i territori vitivinicoli, sia a livello nazionale che internazionale, è fondamentale per attrarre nuovi flussi turistici.

3. Investimenti in infrastrutture (21,1%)

Sebbene il miglioramento delle infrastrutture rappresenti una priorità meno immediata rispetto alla formazione e alla promozione, resta un punto cruciale per l'esperienza turistica. Strade migliori, trasporti più efficienti e strutture d'accoglienza adeguate possono influire significativamente sulla percezione del visitatore.

4. Sovvenzioni per eventi e manifestazioni locali (11,9%)

Gli eventi sono un potente strumento per attrarre turisti e valorizzare il territorio. Tuttavia, necessitano di supporto economico per essere pianificati e realizzati con successo.

Il ruolo della formazione: il capitale umano come leva strategica

Il dato che evidenzia la centralità della formazione del personale turistico riflette l'importanza crescente delle competenze specifiche nel settore enoturistico. Wine Tourism Hub, da anni impegnata nella formazione, offre percorsi dedicati per aiutare le cantine a migliorare l'accoglienza.

L'indagine ha chiarito che il futuro dell'enoturismo italiano dipende da investimenti mirati su tre pilastri fondamentali: formazione, promozione e infrastrutture. In un mercato sempre più competitivo, il capitale umano e la visibilità del territorio sono i fattori chiave per trasformare il turismo del vino in una leva strategica di crescita.

Leggi anche: [Come migliorare le infrastrutture nei territori vitivinicoli: soluzioni per un enoturismo più accessibile](#)

Punti chiave

1. La formazione del personale turistico è la priorità principale, segnalata dal 35,8% delle cantine.
2. La promozione turistica (31,2%) è cruciale per aumentare la visibilità dei territori e attrarre visitatori.
3. Gli investimenti in infrastrutture (21,1%) restano fondamentali per migliorare l'esperienza turistica.
4. Sovvenzioni per eventi locali (11,9%) aiutano a valorizzare il territorio e attrarre flussi turistici.

5. Capitale umano e promozione sono i fattori chiave per la crescita del turismo enologico.