Si chiude l’VIII Conferenza Globale sul Turismo del Vino: dall’Armenia le ultime tendenze mondiali del comparto enoturismo

scritto da Emanuela Panke | 16 Settembre 2024



La VIII Conferenza Globale sul Turismo del Vino, tenutasi in Armenia, ha analizzato le tendenze e le sfide del settore, sottolineando l’importanza di valorizzare l’identità culturale dei territori vinicoli. Zurab Pololikashvili e Sandra Carvão hanno evidenziato il ruolo cruciale del turismo del vino nel preservare il patrimonio locale e la necessità di una visione strategica condivisa. Nonostante le opportunità di crescita, è emersa una frammentazione che ostacola il pieno sviluppo del settore. La conferenza ha confermato che il futuro del turismo

del vino passa da un approccio olistico e coordinato.

Il 12 e 13 settembre 2024, l'Armenia ha ospitato l'VIII Conferenza Globale sul Turismo del Vino, organizzata dalle Nazioni Unite. Questo evento ha rappresentato **un'opportunità straordinaria per analizzare le tendenze globali del settore** e individuare le principali sfide da affrontare. Con oltre 300 partecipanti provenienti da più di 25 paesi, la conferenza è stata una piattaforma di confronto tra professionisti, esperti e innovatori, riuniti per discutere le strategie future del turismo del vino e promuovere uno sviluppo sostenibile.

Zurab Pololikashvili, Segretario Generale di UN Tourism, ha aperto la conferenza sottolineando il **ruolo cruciale del turismo del vino nel preservare la cultura e la storia dei territori vinicoli**. "La Conferenza Globale sul Turismo del Vino è un evento unico per condividere storie, tradizioni e rituali legati alla viticoltura," ha dichiarato Pololikashvili. "Queste storie non parlano solo di vino, ma di persone, di terre e delle culture che hanno nutrito queste tradizioni per generazioni. È fondamentale integrare tali patrimoni nell'esperienza del turismo del vino."

L'Armenia, con la sua tradizione vinicola millenaria e un ricco patrimonio culturale, ha offerto il contesto ideale per **il tema di quest'anno, "Heritage in Every Bottle: Crafting Authentic Wine Tourism Experiences"**, che ha messo in luce l'importanza di un turismo del vino che non si limiti alla visita in cantina, ma che valorizzi anche l'identità culturale, storica e ambientale del territorio. Le discussioni hanno evidenziato l'importanza di lavorare sia sul patrimonio tangibile che intangibile legato alla viticoltura. Non basta solo aprire le porte dell'azienda, bisogna anche coinvolgere storia, arte, archeologia e ampelografia per creare un'esperienza enoturistica più ricca e completa.

Il futuro del turismo del vino tra sfide, opportunità e la carenza strategica

Le conclusioni della conferenza, tirate da Sandra Carvão, hanno fornito un quadro completo delle sfide e delle opportunità che il settore deve affrontare. Pur in un contesto di crescita e dinamismo, Carvão ha messo in evidenza la necessità di un **approccio strategico e coordinato per garantire uno sviluppo sostenibile e competitivo nel lungo periodo**. Tuttavia, è emersa chiaramente una criticità condivisa da molti attori del settore: la mancanza di una visione strategica unitaria a livello regionale e nazionale.

In un'epoca in cui il turismo esperienziale e sostenibile sta diventando sempre più centrale, **la semplice produzione di vino non può più essere considerata sufficiente**. Le destinazioni vinicole devono andare oltre il prodotto tangibile e valorizzare l'esperienza complessiva del visitatore, integrando elementi culturali, storici e ambientali. La crescita del turismo del vino non può essere guidata solo dalla quantità di vino prodotto o dalla fama di un'etichetta, ma deve basarsi su un'offerta integrata e coesa che sappia rispondere alle nuove esigenze dei turisti, sempre più alla ricerca di autenticità, connessioni profonde con il territorio e narrazioni capaci di coinvolgerli a livello emotivo.

Leggi anche: [Enoturismo in Alsazia: 7 differenze chiave rispetto all'Italia]

Un aspetto che è emerso con forza è la **frammentazione dell'offerta**. Troppo spesso si assiste a una mancanza di dialogo tra pubblico e privato, tra i diversi attori della filiera e le comunità locali. La gestione disgiunta di risorse e competenze rallenta lo sviluppo di una proposta turistica coesa e impedisce il raggiungimento di una visione condivisa. Se da un lato esistono numerose eccellenze locali, dall'altro queste rischiano di rimanere isolate, senza una strategia

comune che permetta di valorizzarle a livello internazionale. La conferenza ha dimostrato come la frammentazione del settore renda difficile creare sinergie vincenti, limitando le potenzialità di crescita complessiva.

In definitiva, la conferenza ha dimostrato che il turismo del vino ha un enorme potenziale inespresso. Ma per sbloccare questo potenziale, il settore deve abbracciare una trasformazione profonda, che vada oltre il prodotto, oltre le mode passeggere e oltre le soluzioni superficiali. **È un percorso che richiede tempo, investimenti e una collaborazione continua a livello internazionale**. Il vino, con tutto il suo carico di storia, cultura e territorio, può essere il cuore pulsante di questa trasformazione, ma solo se accompagnato da una visione olistica e innovativa.

Key points:

1. **Ruolo strategico del turismo del vino**: La conferenza ha sottolineato l'importanza del turismo del vino nel preservare il patrimonio culturale e storico dei territori vinicoli, integrando storia, tradizioni e cultura nell'esperienza turistica.
2. **Valorizzazione del patrimonio culturale**: Le esperienze enoturistiche devono andare oltre la semplice visita in cantina, coinvolgendo storia, arte e archeologia per creare un'esperienza completa e autentica.
3. **Necessità di una visione strategica unitaria**: È emersa la criticità di una frammentazione del settore, con una mancanza di dialogo tra pubblico e privato che rallenta lo sviluppo di un'offerta turistica coesa e competitiva.
4. **Crescita del turismo esperienziale e sostenibile**: Il futuro del settore dipende dall'integrazione di elementi culturali e ambientali, con i turisti sempre più alla

ricerca di autenticità e connessioni profonde con il territorio.

5. **Richiesta di una trasformazione del settore**: Per esprimere il suo potenziale, il turismo del vino deve abbracciare una trasformazione che vada oltre il prodotto e richieda collaborazione, investimenti e una visione olistica a lungo termine.