

# Airbnb e Coldiretti insieme per promuovere l'enoturismo "Made in Italy"

scritto da Redazione Wine Meridian | 14 Aprile 2024



Accelera l'enoturismo Made in Italy, e con esso le opportunità per le comunità locali a vocazione vitivinicola, territori rurali in cui l'infrastruttura turistica non può prescindere dalla vacanza in casa o in agriturismo per continuare a crescere. Se ne è discusso oggi nel corso del convegno *"I luoghi del vino, eccellenza made in Italy e strategie per il turismo diffuso"*, all'interno di Vinitaly, al termine del quale Airbnb, la piattaforma internazionale di viaggio, e Coldiretti, la principale organizzazione degli imprenditori agricoli a livello nazionale ed europeo con un milione e seicentomila associati, hanno ufficializzato un "patto" per la promozione e la riscoperta dei distretti del vino italiani al di fuori delle tradizionali mete turistiche.

Una recente indagine Airbnb in Italia ha mostrato che per oltre 2 ospiti su 3 soggiornare in casa è il modo migliore per entrare in contatto con la cultura locale.

L'impegno di Airbnb nel promuovere l'enoturismo costruisce sulla popolarità della categoria *Vigneti*, che consente agli ospiti di cercare un alloggio in zone di coltura della vite. Dalla sua introduzione, *Vigneti* è diventata rapidamente una delle categorie più popolari su Airbnb. Solo in Italia ci sono oltre 33.000 annunci nella categoria. I pernottamenti nei vigneti sono aumentati del 400% nel 2023 rispetto al 2022, con oltre 880mila visitatori ospitati e una durata media del soggiorno di 3,88 notti.

Gli host che offrono soggiorni vicino ai vigneti hanno guadagnato collettivamente più di 200 milioni di euro solo nel 2023, mentre l'host italiano tipico nella categoria ha guadagnato in genere circa 4.500 euro nello stesso periodo.

La campagna Airbnb-Coldiretti è volta a promuovere e rafforzare la tradizione vitivinicola italiana attraverso la rete di host, che fungeranno da 'ambasciatori' del territorio. Inizialmente, Airbnb e Coldiretti hanno individuato tre distretti vitivinicoli d'eccellenza in cui le conoscenze e le competenze tradizionali sono tramandate di generazione in generazione:

- Le Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene (TV) in Veneto;
- I Castelli Romani (RM) nel Lazio;
- Il Parco del Pollino (CS) in Calabria.

La campagna è di ampia portata e comprende un approccio su più fronti in ciascuna delle tre aree di interesse del Paese, tra cui:

- Un sito web dedicato (disponibile in italiano e in

- inglese) per ogni distretto, che presenta le caratteristiche dei territori vitivinicoli italiani;
- Webinar per gli host delle tre regioni coinvolte per fornire loro approfondimenti sull'iniziativa;
  - Una campagna di sensibilizzazione via e-mail agli host della zona per incoraggiarli a sostenere il progetto e dotarli dei materiali dell'iniziativa, inclusi codici QR collegati alle rispettive pagine per gli ospiti;
  - Diffusione sui media a tutto campo, attraverso la stampa e le piattaforme digitali per ampliare la conoscenza dell'iniziativa.

Secondo l'indagine Airbnb, il 68% degli ospiti ritiene che viaggiare tramite Airbnb restituisca un legame più stretto con la cultura locale rispetto ad un soggiorno in hotel o in un resort. Gli host, che offrono costantemente suggerimenti agli ospiti, giocano un ruolo fondamentale all'interno delle loro comunità, mettendo a disposizione informazioni su:

- Siti o attività culturali (39%)
- Negozi o boutique (22%)
- Aree poco note ai turisti (16%)

“La partnership di Airbnb con Coldiretti è orientata a promuovere un turismo sostenibile che rispetti le comunità locali e l'ambiente. La nostra collaborazione mira a rafforzare l'economia dei micro e piccoli agricoltori in Italia attraverso questi percorsi dedicati. Crediamo fermamente che questo sostegno non solo promuova un modo di viaggiare più sostenibile, ma contribuisca anche alla vitalità del settore turistico”. **Valentina Reino, Head of Public Policy & Campaign** di Airbnb Italia. “Un accordo come questo è la dimostrazione di come la crescita del fenomeno dell'enoturismo confermi il vino come valore aggiunto per il nostro made in Italy. Per questo è stato importante il lavoro fatto dalle nostre aziende, dalle cantine e dagli agriturismi italiani,

per rendere i luoghi del vino sempre più mete di vacanza e visite da parte dei tanti turisti italiani e stranieri. Da noi visitare una cantina non è un'azione commerciale, è un'esperienza di storia, gusto, passione e futuro", ha commentato **Ettore Prandini, Presidente nazionale Coldiretti**.