

“Enoturismo 4.0”: presentato in Senato il più completo manuale sul turismo del vino italiano

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Marzo 2024



È stato presentato il 6 marzo a Roma, nella splendida cornice di Palazzo Giustiniani, «**Enoturismo 4.0 – Osservatorio Enoturismo: Evoluzione del digitale**», un focus sul settore enoturistico con particolare attenzione all'impatto delle tecnologie digitali. Accolti dal saluto del Presidente del Senato **Ignazio La Russa**, sono intervenuti il ministro del Turismo **Daniela Santanchè**, l'onorevole **Dario Stefano**, il presidente di Assoenologi **Riccardo Cotarella**, il presidente dell'Oiv **Luigi Moio** (con un videomessaggio), l'autrice e imprenditrice vitivinicola **Donatella Cinelli Colombini**, la presidente Associazione Le Donne del Vino **Daniela**

Mastroberardino, il presidente del Movimento Turismo del Vino **Nicola D'Auria**, il presidente dell'Associazione Città del Vino **Angelo Radica**, **Denis Pantini**, Responsabile Agrifood e **Roberta Gabrielli**, Head of Marketing e Business Processes di Nomisma-Wine Monitor. La moderazione dell'evento è stata affidata a **Massimiliano Ossini**, conduttore Rai.

Il manuale

Il manuale è la più larga e documentata analisi delle destinazioni del vino italiane, cioè città e cantine, che sono state indagate da Nomisma Wine Monitor su un partecipato campione di 145 comuni e 265 imprese.

Oltre alla fotografia dell'evoluzione di un comparto che si sta consacrando strategico per tutto il turismo italiano vengono finalmente definite le categorie in cui raggruppare le cantine che già adesso registrano 15 milioni di accessi ogni anno e ricavano sul fronte enoturistico mediamente il 7% del loro business enoico.

Le categorie:

Piccola cantina con accoglienza familiare	39%
Cantina con rilevanza storica, architettonica o artistica	14%
Brand famoso/marchio storico	12%
Cantina con rilevanza paesaggistica o naturalistica	11%
Cantina organizzata per l'incoming	11%
Cantina dotata di offerta innovativa	11%

Oltre ai dati statistici e al commento sulla fotografia delle dinamiche di settore, «Enoturismo 4.0» contiene degli affondi che vogliono rappresentare dei manuali d'uso per gli uffici turistici delle Città del Vino e per le cantine aperte al pubblico. Il focus, spiegato in queste sezioni da Donatella Cinelli Colombini, è sul significato e il funzionamento del wine club e sui vantaggi di un uso coordinato dei social

network e della tecnologia per ampliare i follower che ne rappresentano il principale bacino di utenza, così come per l'e-commerce proprietario. Un set di preziose linee guida per chi desidera ampliare la propria visione di business da chi sperimenta sul campo le novità sulla wine hospitality.

Dichiarazioni

Daniela Santanchè, Ministro del Turismo:

«Dobbiamo aiutare il settore a costruire offerte turistiche sempre più diversificate perché ormai non parliamo più di turismo ma di turismi. E l'enoturismo è una forma di turismo che ci aiuta anche a destagionalizzare perché spesso le cantine sono collocate in luoghi meno conosciuti intorno ai quali si possono costruire percorsi turistici differenti. Serve quindi un'offerta di qualità supportata da percorsi di alta formazione. Lasciatemi poi aggiungere, proprio perché siamo a ridosso dell'8 marzo: questo settore dà lavoro a molte donne e le rende indipendenti economicamente e quindi più libere, e questo è un passo importante contro la violenza di genere».

Dario Stefàno, autore e docente universitario:

«Questo libro continua a volere essere occasione non solo di verifica dell'evoluzione di un fenomeno legato in modo profondo a due asset strategici del nostro Paese, quali sono, appunto, il turismo e il vino; ma anche di pungolo e richiamo affinché legislatore e governo colgano e, possibilmente, anticipino input e tendenze che caratterizzano questa peculiare declinazione del turismo esperienziale».

Riccardo Cotarella, Presidente di Assoenologi:

«L'Italia è il Paese più ricco al mondo di ricchezze naturali: biodiversità e trasversalità territoriale. Ogni campanile ha il suo vino, che rappresenta un simbolo e un bene. Il vino è cultura, storia, passione. È nato con l'uomo. Il problema

dell'Italia è che non facciamo sistema e questo crea problemi di comunicazione sul vino a livello internazionale. L'enoturismo non è solo economia ma divulgazione: chi viene nelle nostre aziende, diventa un nostro ambasciatore in tutto il mondo».

Luigi Moio, Presidente dell'OIV:

«L'enoturismo è un comparto strategico per tutti. L'Italia è un museo del vino a cielo aperto. Siamo un modello reale di diversità del vino, che è possibile comunicare e trasmettere agli appassionati solo accogliendoli nei luoghi. I suggerimenti che vengono dati in questo manuale servono per approfondire e per perfezionare l'accoglienza, oltre a costituire un ottimo strumento di studio».

Donatella Cinelli Colombini, autrice e imprenditrice vitivinicola:

«La mia parte del libro contiene le "istruzioni per l'uso" delle novità emerse dalle indagini. Insegna, ad esempio, cosa sono i winery club e come mai in USA funzionano e da noi no, perché le cantine devono usare più tecnologia nel rapporto con i visitatori e smettere di proporre "esperienze del vino fotocopia". La parte più nuova riguarda le donne del vino. È breve ma è la prima raccolta organica delle informazioni sul vino al femminile in Italia. Mostra due cose: che le donne delle aziende del vino sono le più vicine al tetto di cristallo e che la parità di genere si raggiunge procedendo in modo asimmetrico cioè presidiano le attività più congeniali alle donne. Infatti nelle cantine le donne sono minoritarie nel settore produttivo ma dominano, anche in termini di progressioni di carriera, il comparto più vicino ai consumatori cioè commerciale, enoturismo, comunicazione e marketing».

Daniela Mastroberardino, Presidente

dell'Associazione Le Donne del Vino:

«Da due anni, la nostra Associazione ha avviato una sperimentazione per introdurre il vino fra le materie di studio degli Istituti Turistici e Alberghieri di tutta Italia. Ora chiediamo che la materia vino entri a pieno titolo nella didattica italiana. Abbiamo coinvolto migliaia di studenti in tutte le regioni con la sola forza delle nostre associate: nel sogno di tutte noi c'è una nuova generazione di futuri responsabili delle sale dei ristoranti così come di futuri manager di uffici turistici, agenzie di viaggio o alberghi che conoscono le nozioni base sul vino e sui territori del vino. In un'Italia dove l'agroalimentare è sempre più importante per il turismo non è possibile continuare a insegnare solo arte, territori e geografia turistica ai futuri manager dell'incoming».

Nicola D'Auria, Presidente del Movimento Turismo del Vino:

«La collaborazione tra il Movimento Turismo del Vino e l'Osservatorio ha evidenziato il ruolo cruciale dell'enoturismo in Italia, sia sotto il profilo economico che culturale. Questo approfondimento ha rivelato come l'accoglienza, intesa come offerta di un'esperienza immersiva legata al vino e al territorio, sia fondamentale per il successo dell'enoturismo. La partecipazione del Movimento, che opera da una posizione privilegiata con un contatto diretto e quotidiano con l'enoturista, ha quindi evidenziato l'importanza di valorizzare il vino e il territorio attraverso un turismo sostenibile e responsabile, ponendo enfasi sulla qualità dell'esperienza offerta ai visitatori in cantina».

Angelo Radica, Presidente dell'Associazione Città del Vino:

«Enoturismo 4.0 rappresenta un manuale quanto mai utile per tutti i comuni del vino italiano. In linea con i dati raccolti

nelle precedenti diciotto edizioni dell'Osservatorio, si evidenzia come far parte dell'associazione nazionale Città del Vino, con oltre 500 comuni in tutta Italia, abbia un valore aggiunto concreto in termini di opportunità nell'enoturismo con importanti ricadute nel territorio. Per i 145 sindaci intervistati essere Città del Vino significa promuovere e valorizzare al meglio il vino e la sua cultura, essere all'interno di una rete, di un progetto condiviso per poter creare strategie di marketing turistico».

Denis Pantini, Responsabile Agrifood e Roberta Gabrielli, Head of Marketing e Business Processes di Nomisma-Wine Monitor:

«Le cantine, anche quelle di più piccole dimensioni, hanno accelerato negli ultimi anni il percorso di ampliamento di esperienze enoturistiche offerte, spaziando su dimensioni trasversali, dalla ristorazione alla ricettività, mettendo al centro la natura e il benessere. Lo spirito imprenditoriale, da sempre legato al vino, è così stato messo al servizio dei desiderata degli enoturisti. La soddisfazione di questi ultimi non può prescindere dall'esperienza complessiva vissuta sul territorio e in cantina, ed è proprio questa considerazione che ancora più che in passato pone al centro il ruolo della formazione sull'enoturismo. Il percorso da seguire è delineato, la sfida per le associazioni, le amministrazioni coinvolte e le cantine – in primis – è accrescere lo sviluppo di competenze, da quelle tecniche a quelle relazionali e di customer care; il fine, avere un enoturista che sceglie di tornare e di consigliare l'esperienza vissuta».