

Enoturismo: 8 opportunità per il 2022

scritto da Emanuele Fiorio | 16 Febbraio 2022



["Enoturismo dal dire al fare: come organizzare l'accoglienza in cantina"](#), questo è il titolo del **webinar organizzato da Wine Meridian**, un incontro che ha voluto analizzare la situazione dell'enoturismo in Italia e fornire consigli pratici su come organizzare al meglio l'accoglienza in cantina, dalla visita all'organizzazione di eventi.

Il webinar ha registrato una partecipazione straordinaria anche grazie alla presenza di **ospiti d'eccezione come Donatella Cinelli Colombini**, fondatrice nel 1993 del "Movimento del turismo del vino" (circa 1000 cantine in tutta Italia) e attuale Presidente dell'"Associazione Nazionale Le Donne del Vino".

Pioniera ed esperta di enoturismo e di accoglienza ha contribuito in modo determinante a rendere i luoghi di produzione dei veri e propri generatori di esperienze per i visitatori e volano per i prodotti.

Si è inoltre occupata della stesura del libro "Turismo del vino in Italia. Storia, normativa e buone pratiche" realizzato

assieme al senatore Dario Stefano.

Silvia Baratta, docente e presidente di Gheusis ha moderato l'incontro, coinvolgendo Donatella Cinelli Colombini sul tema del turismo del vino, in particolare sulle principali opportunità e sui suggerimenti per il suo sviluppo.

Donatella Cinelli Colombini

“Il turismo del vino è un’opportunità veramente importante per le cantine italiane e per tutto il turismo italiano, l’enogastronomia in questo momento è l’attrattiva più forte che l’Italia possiede per riportare sul nostro territorio i turisti stranieri.

Per quanto riguarda le **opportunità del 2022**, vorrei evidenziare:

1. una netta ripresa del **turismo europeo**, ma non di quello proveniente dal Nord America e dall’Asia;
2. una maggior **presenza turistica femminile**, questa tendenza è in linea con ciò che è già avvenuto in California e Spagna;
3. un **target più giovane** con una maggiore capacità di utilizzare strumenti digitali online;
4. un aumento dei **turisti “standard”** interessati all’intrattenimento rispetto agli enoturisti puri, appassionati e competenti di vino. Questo si tradurrà in maggiori vendite in cantina. Non torneranno ai livelli 2019 ma saranno superiori rispetto al biennio pandemico 2020-2021;
5. un aumento generalizzato (sia in Europa che negli Usa) del **prezzo delle esperienze** in cantina;
6. una crescita della **domanda di esperienze**, soprattutto quelle legate all’**abbinamento tra vino e cibo**. Avranno successo se saranno comunicate online in modo accattivante e andranno incontro alle esigenze del **turista last-minute**;
7. una **segmentazione** sempre più netta tra esperienze

“basic”, “premium” e “super-premium”;

8. uno sviluppo di **esperienze enoturistiche cosiddette “never-ending”**. I clienti non si limitano a fare degustazioni ma, oltre alle esperienze in loco, premiano le cantine che possiedono uno shop online”.