

Enoturismo e sostenibilità: risultati di un sondaggio globale

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Febbraio 2022



“Sustainable Wine Tourism – A Global Survey”, questo è il titolo del **webinar** che abbiamo seguito con grande interesse, un progetto di indagine frutto della partnership tra WineTourism.com e l’Università tedesca di Geisenheim, con il supporto di UNWTO, OIV e GWC (Great Wine Capitals).

Calle Nilsson (co-founder di WineTourism.com), **Niklas Ridoff** (CEO di WineTourism.com) e **Gergely Szolnoki** (Professore e ricercatore della Geisenheim University) si sono confrontati sui risultati del sondaggio ed hanno fornito chiavi di lettura per quantificare e verificare la **percezione e la predisposizione delle cantine nei confronti della sostenibilità applicata all’enoturismo**.

Il sondaggio è stata sviluppato nel novembre 2021 ed hanno partecipato **1.579 aziende del vino dislocate in 42 Paesi**, una

ottima partecipazione a livello globale.

La nostra esterofilia in questo caso non ha trovato terreno fertile, **l'Italia infatti si piazza al primo posto** tra le nazioni che hanno dimostrato una maggiore attenzione ai temi trattati ed una notevole partecipazione al sondaggio. Seguono Germania, Francia a Spagna.

I risultati del sondaggio hanno mostrato chiaramente che la sostenibilità è arrivata nell'industria del vino, ma anche nell'enoturismo, e sicuramente avrà un ruolo importante in futuro.

L'incontro online si è aperto con la presentazione dei risultati del sondaggio, successivamente i relatori hanno discusso ed analizzato le migliori pratiche legate all'enoturismo sostenibile e gli impatti positivi che le attività connesse possono avere sull'intera filiera del vino.

I 5 punti salienti del sondaggio

1. rilevanza della sostenibilità nell'enoturismo
2. i 3 pilastri dell'enoturismo sostenibile
3. misure che contribuiscono all'enoturismo sostenibile
4. drivers e barriere all'enoturismo sostenibile
5. comunicazione e percezione dei visitatori

1 – Rilevanza della sostenibilità nell'enoturismo

Il 93% del campione ha definito la sostenibilità come un elemento importante (34%) o molto importante (59%) nel contesto globale.

L'importanza della sostenibilità è valutata al massimo in Cile (4,8). Questo risultato è significativamente più alto rispetto a paesi come Germania e Ungheria.

Il 2% delle aziende non fanno alcuna attività di enoturismo sostenibile, il 35% dichiara che qualsiasi attività di enoturismo all'interno della propria azienda è sostenibile (soprattutto in Italia e Spagna), mentre la fetta più ampia

del campione (63%) afferma di portare avanti attività di enoturismo solo in parte sostenibili.

Per quanto riguarda il **contributo delle attività enoturistiche nello sviluppo sostenibile della cantina**, la maggioranza degli intervistati risponde che il contributo è rilevante (37%) o molto rilevante (24%). Le cantine statunitensi sono le più convinte sostenitrici di questo processo virtuoso.

Solo il 12% definisce questo aspetto poco importante e l'1% lo ritiene ininfluenza.

La coincidenza tra produzione di vino sostenibile ed enoturismo è un argomento su cui gli intervistati si suddividono abbastanza equamente, il 36% risponde che tra produzione di vino sostenibile ed enoturismo, c'è poca relazione (18%) o nessuna relazione (18%).

La fetta più ampia degli intervistati (39%) afferma che ci sono dei parallelismi, solo il 7% identifica una completa sovrapposizione tra produzione di vino sostenibile ed enoturismo.

2 – I tre pilastri dell'enoturismo sostenibile

Il concetto di sostenibilità non fa riferimento esclusivamente alla dimensione ambientale, ma si compone di altri due pilastri, quello sociale e quello economico.

Szolnoki ha sottolineato il fatto che la percezione della sostenibilità in passato era molto legata principalmente alla sfera ambientale. Il sondaggio dimostra che questo disequilibrio si è ridotto anche se persiste una maggioranza (40%) che relaziona il concetto di sostenibilità esclusivamente al settore ambientale. Il 31% indica la sostenibilità economica ed il 29% quella sociale.

3 – Misure che contribuiscono all'enoturismo sostenibile

Secondo gli intervistati, le principali misure in **materia ambientale** che contribuiscono a sviluppare le attività di enoturismo sostenibile riguardano:

- il sostegno alla biodiversità (46%), sono le cantine francesi le più sensibili a questo aspetto,
- il supporto ai prodotti e alle produzioni localizzarsi (42%), sono le cantine austriache le più attente,
- l'utilizzo moderato dell'energia (40%), sono i produttori statunitensi i più scrupolosi su questo aspetto,
- metodi di produzione biologici (38%), sono le aziende cilene le più allineate in questo caso.

Le principali **misure in materia economica** che contribuiscono a sviluppare le attività di enoturismo sostenibile riguardano:

- lo sviluppo di una strategia ad hoc di lungo termine (54%), lo sottolineano in particolare le cantine australiane
- l'implementazione dell'enoturismo per renderlo profittevole (52%), lo sottolineano in particolare le cantine sudafricane
- lo sviluppo di nuove tecnologie nella produzione (50%), lo sottolineano in particolare le cantine austriache.

Le principali **misure nell'ambito sociale** che contribuiscono a sviluppare le attività di enoturismo sostenibile riguardano:

- relazionarsi apertamente ed in maniera onesta con i dipendenti (46%), lo sottolineano in particolare le cantine austriache,
- collaborare con aziende e stakeholder locali (40%), lo sottolineano in particolare le cantine statunitensi,
- rispettare le norme di comportamento e sicurezza sul lavoro (38%), lo sottolineano in particolare le cantine sudafricane,
- monitorare il grado di soddisfazione dei turisti e visitatori (36%), lo sottolineano in particolare le cantine statunitensi.

4 – Drivers e barriere all'enoturismo sostenibile

Le cantine hanno indicato 4 principali **driver utili per**

incentivare lo sviluppo della sostenibilità nel settore enoturistico:

- costruire fiducia e reputazione,
- rendere il mondo un posto migliore,
- migliorare il grado di soddisfazione dei visitatori,
- dimostrare la responsabilità sociale d'impresa.

Ma quali sono le **barriere individuate** dalle aziende che possono contrastare l'enoturismo sostenibile?

- la mancanza di risorse finanziarie,
- la mancanza di infrastrutture,
- la mancanza di risorse umane,
- la mancanza di informazioni e linee guida.

5 – Comunicazione e percezione dei visitatori

Szolnoki ha sottolineato che **2 cantine su 3 dichiarano di comunicare le proprie attività legate alla sostenibilità**, il 41% veicola spesso contenuti ed il 24% afferma di comunicare sempre gli aspetti correlati alla sostenibilità. Solo l'8%, relativamente all'ambito della sostenibilità, indica di fare attività di comunicazione raramente ed il 2% non comunica affatto.

Per quanto riguarda la percezione dei visitatori, attualmente il 62% dei visitatori ritiene che le pratiche sostenibili concrete legate all'enoturismo siano importanti, il restante 38% le ritiene poco importanti.

La previsione per i prossimi 5 anni prefigurano un incremento del +25% dei visitatori che riterranno importante sviluppare pratiche sostenibili legate all'enoturismo, solo il 13% le riterranno poco rilevanti.