

L'enoturismo è il turismo della ripartenza?

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Maggio 2020



È un turismo di prossimità ed economicamente sostenibile, che consente esperienze per pochi o per piccoli gruppi della durata di una mezza giornata, di una giornata, di un week-end. Si può praticare anche all'aperto, con le visite in vigna che accompagnano le visite in cantina. È integrato con il territorio, con i ristoranti e le strutture di accoglienza, con i beni culturali e le produzioni gastronomiche locali. È rispettoso dell'ambiente, si praticherà sempre più anche con le e-bike, a mobilità sostenibile.

Queste sono le peculiarità dell'ENOTURISMO, motore del Turismo enogastronomico, sempre più praticato dagli appassionati di vino e cibo italiani e dalla generazione dei Millennials, e per il quale l'Italia è la meta mondiale preferita dagli enogastronauti di tutto il mondo (Food Travel Monitor 2020 –

World Food Travel Association).

“Il vino e i prodotti di qualità certificata (DOP, DOC e DOPG) sono fondamentali per il turismo enogastronomico che a livello internazionale – informa **Magda Antonioli, Professore Associato all’Università Bocconi e Consigliere di amministrazione di ENIT** – Agenzia Nazionale del Turismo – è uno dei driver della domanda di turismo, con una crescita quasi tripla rispetto ai settori turistici tradizionali. Il Turismo enogastronomico e l’Enoturismo in particolare sono la sintesi tra produzione e territorio. Affinché si possano sviluppare è indispensabile promuovere la narrazione di tutta la filiera, offrendo a un turista sempre più consapevole una rete strutturata di informazioni ed esperienze”.

In Italia l’Enoturismo – di tradizione antica – è riconosciuto per legge solo dal 2019, con il Decreto Attuativo dell’allora MIPAAFT, che indica con precisione che cosa si deve fare per rispettarne i parametri di qualità e di efficacia. “Dal nostro Osservatorio, i Produttori e i Consorzi di tutela del Vino e gli Operatori dell’accoglienza risultano ancora poco informati su queste direttive, e il Covid-19 rende necessaria l’evoluzione di alcune di queste stesse normative – afferma **Francesco Moneta di The Round Table, agenzia specializzata anche nella comunicazione del Vino, del Cibo e dei loro Territori**. ‘Con l’inizio del 2020 abbiamo dato quindi vita alla piattaforma ‘Il Nuovo Enoturismo’, trovando subito la condivisione di Carlo Pietrasanta, tra i fondatori del Movimento Turismo del Vino, che ha lavorato a questa legge per anni. Il Nuovo Enoturismo ha lo scopo di affiancare Produttori, Consorzi di Tutela ed Enti di Promozione Territoriale nell’applicare al meglio e in tempi rapidi le determinazioni del Decreto e la loro attualizzazione, sia con strumenti formativi che con soluzioni comunicative.”

GUARDA IL [VIDEO ESPLICATIVO DEL PROGETTO](#).

Secondo un sondaggio condotto nelle scorse settimane tra le cantine aderenti al Movimento Turismo del Vino Lombardia “la

totalità degli intervistati – informa **Carlo Pietrasanta** – concorda sul fatto che quella legata all’Enoturismo sia, ora più che mai, un’attività economica strategica per contrastare il drastico calo nella vendita e distribuzione. Abbiamo anche verificato che, se prima del Covid-19 solo un 30% degli intervistati era dotato di un sistema e-commerce, a fine aprile la percentuale è in costante salita”. La maggioranza dei Produttori intervistati che punteranno anche sull’Enoturismo – continua Carlo Pietrasanta – vogliono conoscere informazioni di contesto, le indicazioni della legge e soprattutto come gestirne la comunicazione, in particolare nel web”.

Il Nuovo Enoturismo si è avviato con il **ciclo di 3 Webinar IL NUOVO ENOTURISMO: ISTRUZIONI PER L’USO**, coinvolgendo esperti di diverse tematiche, dallo scenario italiano e internazionale ai nuovi trend dell’enoturismo; dall’attenzione alla sicurezza in chiave covid-19 alle procedure amministrative e all’ospitalità in vigna e in cantina, fino alle connessioni con il territorio. Quindi la comunicazione con attenzione ai diversi strumenti off- e on line, la promozione e vendita dell’esperienza enoturistica in network con i tour operator, l’integrazione con l’e-commerce. Previste case – histories e testimonianze dirette di chi già sta lavorando con successo all’Enoturismo come asset strategico della propria Cantina.

Se in tempi ‘normali’ la **wine experience** si viveva prevalentemente in cantina, ora in tempo di covid-19 sarà sempre di più anche in vigna dove ci sono naturalmente gli spazi per il distanziamento. L’**edutainment** – con **vendemmia didattica, picnic tra i filari e degustazioni “open air”** che coinvolgono anche le eccellenze agroalimentari del territorio – è un aspetto sempre più importante della nuova offerta enoturistica: un’esperienza semplice ed empatica, ludica ed educativa, sostenibile.