

# Presentato il XVI Rapporto sull'enoturismo italiano Ripartire ma come?

scritto da Giovanna Romeo | 10 Giugno 2020



È stato presentato proprio in questi giorni, nella ormai consueta modalità “webinar”, il **XVI Rapporto sul Turismo del Vino italiano**. I contributi sono stati numerosi: [Città del Vino](#) in collaborazione con lo staff del Corso di “Wine Business” dell’Università di Salerno; il Prof. Giuseppe Festa, coordinatore dell’Osservatorio sul Turismo del Vino, con interventi del presidente Floriano Zambon, di Donatella Cinelli Colombini, Presidente Nazionale “Donne del Vino”; di Roberto Cipresso, winemaker e commissario del Concorso Enologico Internazionale Città del Vino e dei coordinatori delle Città del Vino di Veneto, Piemonte e Sicilia, rispettivamente Benedetto De Pizzol, Stefano Vercelloni e Corrado Bonfanti.

I dati raccolti hanno messo in evidenza numeri significativi registrati per l’anno 2019: + 7% di visitatori, passati da 14 a 15 milioni; + 6% il giro d’affari, passato da 2,5 a 2,65

miliardi di euro. **Al centro del dibattito la ripresa post Covid 19** tra momenti d'incertezza e il tentativo di porre **regole chiare su come vivere un nuovo turismo di prossimità e di territorio**, dal quale emerge la necessità di maggiore fruibilità, sia per quanto riguarda gli itinerari culturali ed enogastronomici, sia per le visite alle cantine. Sarebbe auspicabile poter estendere – riferisce Floriano Zambon – la detraibilità o almeno la deducibilità della spesa turistica delle famiglie, come altrettanto opportuna sarebbe una nuova alleanza pubblico-privata tra istituzioni locali, aziende vinicole e ospitalità per la ripresa di un comparto importante. Se ne fa promotrice proprio l'**Associazione Nazionale Città del Vino** che spera in un'estate di turismo lento e italiano alla riscoperta della campagna e dei nostri borghi, tra vigne e degustazioni all'aperto; un modo congeniale di vivere la nuova vacanza "protetta" ma libera. Si studia la ripartenza con nuove modalità anche per eventi come Calici di Stelle, in programma ad agosto. "Va bene lo sviluppo di servizi e contenuti virtuali che la rete digitale ci può offrire, come tutti abbiamo visto in questi mesi, ma parallelamente dobbiamo lavorare su una nuova accessibilità dei territori: ambienti concreti e reali che vanno resi più fruibili e sicuri" ha dichiarato il presidente.

**L'enoturismo quindi al centro della rinascita del Belpaese** e foriero di un nuovo stato di benessere, almeno psicofisico. Il XVI Rapporto ha analizzato un **campione di 92 cantine italiane**. Le aziende hanno dichiarato una media di presenze nel 2019 di circa 3.700 enoturisti e un fatturato in cantina legato a vendite dirette e degustazioni di 132mila euro. Pressoché tutte (95-96%) fanno vendita diretta, degustazioni e visite alla struttura. Tutte cantine ben presenti sul web con siti (96%), sui social network (95%), sui portali turistici (52%), con possibilità di prenotazioni telematiche (64%) e applicazioni per dispositivi mobili (26%). Gli enoturisti arrivano in cantina attraverso internet nel 24% dei casi; tramite passaparola (21%) attraverso tour operator (16%); pubbliche relazioni (16%); marketing diretto nel 9% dei casi e con la pubblicità (stampa radio e tv) solo nel 5% dei casi.

Nel 2019 i dati relativi alla percezione dei produttori evidenziano che il flusso delle presenze enoturistiche in azienda è aumentato del 54,35%, mentre nella percezione del 23,91% è rimasto stabile. Il valore medio di tale aumento è stato calcolato pari al 23,54%. Mentre il fatturato enoturistico sarebbe aumentato per il 60% delle cantine e il valore medio di tale aumento sarebbe stato di quasi il 21%.

### **Quale l'identikit del turista del vino, quali le abitudini?**

Il XVI Rapporto ha analizzato un campione di enoturisti e l'età media si attesta su 48 anni. Il 45% ha dichiarato di visitare e trascorrere un periodo di vacanza nei territori del vino almeno una volta l'anno; il 30% più di una volta l'anno; il 9% almeno una volta al mese. Ed è un turista del vino prevalentemente "regionale" poiché il 30% rientra normalmente a casa a fine giornata e il 23% rientra sempre a casa. Nel 60% dei casi i turisti hanno anche dichiarato di visitare più frequentemente le cantine della regione di residenza. Infine anche quest'anno la Toscana si conferma la regione enoturistica percepita come più attrattiva; a seguire il Piemonte, il Trentino Alto-Adige e il Veneto al Nord e la Campania al Sud.

"Lo studio dimostra ancora una volta lo standard di qualità più elevato delle Città del Vino nell'accoglienza enoturistica – commenta il presidente Floriano Zambon – e questo favorisce la ripresa, finita la fase d'emergenza, perché **siamo avvantaggiati da condizioni ambientali, strutturali e di lunga esperienza che ben si adattano alla rinnovata idea di un turismo lento, piacevole, sicuro e di prossimità**. C'è ancora molto da fare sui territori ma siamo già in linea con questo trend di sostenibilità ambientale, economica e sociale, valori e obiettivi che sono anche nell'agenda europea". Sebbene le cantine si stanno riorganizzando sembra sempre più difficile immaginare un futuro in cui lo sviluppo enoturistico ricada soltanto sulle risorse dei produttori. È fondamentale che le istituzioni locali esercitino un loro ruolo, ancora più strategico, per lo sviluppo di un turismo del vino che raccolga le nuove sfide.

"Torneremo a riaprire le nostre cantine, in tutta sicurezza" è proprio lo slogan a cura del [Movimento Turismo del Vino](#) e di **Roberta Garibaldi**– docente presso l'Università degli Studi di Bergamo ed esperta di turismo enogastronomico-, che insieme

hanno curato le nuove linee guida per un turismo Covid Free. **“Tranquillamente Enoturismo”** è il protocollo internazionale rivolto alle cantine che promuovono l’enoturismo, un manifesto redatto da un gruppo di esperti internazionali di enogastronomia che lavorano per enti istituzionali, università e centri di ricerca, consorzi e associazioni di cantine per individuare soluzioni concrete alla nuova realtà dell’enoturismo applicabili a qualsiasi cantina o destinazione enoturistica. Tre gli obiettivi da conseguire: valorizzare il turismo del vino sollevando le economie del territorio in cui operano le aziende. La comunicazione e linee guida per tutte le realtà collegate che muovono 30 milioni di visitatori da tutto il mondo.