

Al Vinitaly il Movimento Turismo del Vino presenta la prima mappa delle differenze regionali dell'enoturismo italiano

scritto da Redazione Wine Meridian | 10 Aprile 2025



Al Vinitaly 2025 il Movimento Turismo del Vino presenta uno studio inedito dell'Università LUMSA che mappa le differenze regionali dell'enoturismo italiano. L'indagine rivela come le cantine modulino l'esperienza di visita in base a cultura e territorio, puntando su personalizzazione, attività esperienziali e un crescente utilizzo del digitale.

Al Vinitaly si celebra l'eccellenza del vino italiano e qui il [Movimento Turismo del Vino](#) ha avuto uno spazio d'eccezione.

Presentata la prima indagine di differenziazione regionale dell'enoturismo italiano a cura del [CESEO](#) (Centro Studi Enoturistici e Oleoturistici) dell'Università LUMSA presieduto da Dario Stefàno e diretto da Donatella Cinelli Colombini. Lo studio, coordinato dal Prof. Antonello Maruotti (Professore Ordinario di Statistica Università LUMSA) su un campione rappresentativo di cantine socie del Movimento, ha mostrato come l'accoglienza in cantina si moduli in base alle caratteristiche culturali e paesaggistiche di ogni territorio valorizzando le differenze delle varie aree italiane.

Dal punto di vista globale possiamo affermare come sia decisamente positiva la crescita, per numero e tipologia, delle esperienze proposte dalle cantine MTV accanto a quelle standard, come la visita guidata nei luoghi di produzione (proposta dal 95% del campione) e l'abbinamento con prodotti locali (87%). A fronte di un'offerta variegata i prezzi delle esperienze "standard" sono molto simili tra le varie regioni (media di 20-25 euro), mentre risultano più eterogenei quelli dell'offerta premium con picchi di 170 euro in Toscana e 150 in Umbria. La proposta destinata al pubblico più esigente è più presente al Centro (57% delle cantine) e sorprendentemente molto scarsa nel Nord Ovest (39%), mentre nel Nord Est si concentra in Friuli-Venezia Giulia.

Nel dettaglio il Centro Italia è decisamente più avanti per quanto concerne le attività formative (offerte dal 42% delle cantine) a fronte di un Nord Ovest dove la percentuale scende al 33%. Come già anticipato per il Sud, anche le cantine del Centro dedicano particolare attenzione alla valorizzazione dei prodotti locali durante la degustazione (54%), mentre è il Nord Est ad amare meno questa proposta con solo il 20% di cantine che la praticano. Cresce inoltre il numero di eventi organizzati in cantina (82% del campione) e quello delle attività culturali (57%).

Al Centro le cantine puntano sul proprio paesaggio, Accanto a queste principali evidenze crescono le proposte esperienziali

soprattutto nel **meridione e nelle isole** che offrono almeno 4 iniziative legate all'intrattenimento e i pic-nic in vigna soprattutto nelle regioni del centro. D'altro canto le cantine del settentrione sono le più disponibili in termini di aperture nel weekend, mentre la situazione è decisamente diversa al centro e al sud dove 2 cantine su 3 sono chiuse la domenica. L'apertura nel weekend risulta essere quindi troppo scarsa e in controtendenza rispetto a flussi concentrati nei giorni festivi.

Un dato sorprendente riguarda il Meridione, in testa per presenza online, sottolineando il forte orientamento al digitale anche in aziende di carattere tradizionale e ciò si traduce nel crescente bisogno di figure professionali formate in questo ambito. Problema questo che appare il più urgente da affrontare a livello nazionale perché, a fronte di una presenza plebiscitaria con siti e social media la conversione è bassa (una media di 1000 accessi al sito) così come la mancata raccolta di contatti utili impedendo di fatto il decollo di wine club (presente solo nel 13% delle cantine).

*“Le differenze emerse vanno intese come risorse utili alla completezza dell’offerta – ha sottolineato **Violante Gardini Cinelli Colombini**, presidente del Movimento Turismo del Vino – in risposta al bisogno di scoprire le nuove esigenze e curiosità dell’enoturista contemporaneo, integrandole con le esigenze delle famiglie, degli sportivi, di chi ricerca un soggiorno rilassante o di chi semplicemente si avvicina per la prima volta al mondo del vino. **La differenziazione risulta sempre di più un tema chiave per lo sviluppo del settore e proprio in quest’ottica l’edizione 2025 di Cantine Aperte sarà la grande vetrina delle nuove proposte ideate dai produttori”.***

Accanto a queste esperienze Cantine Aperte 2025 sarà l'occasione per viverne di nuove: yoga e pilates in vigna, ciclowine per un'escursione in e-bike vista vigneti, wine festival per un'immersione completa nel mondo del vino accompagnata da spettacoli, musica dal vivo e street food. E

ancora percorsi di storytelling del vino, brunch in riva al mare, mostre in cantina, laboratori di pittura tra i vigneti queste e tante altre attività per vivere un'esperienza in vigna e in cantina ancora più coinvolgente e su misura per ogni visitatore.

L'indagine presentata a Verona, **ha evidenziato la costante evoluzione delle cantine MTV** che continuano a investire e a differenziarsi adattandosi ai nuovi strumenti innovativi, pur mantenendo la passione per l'ospitalità e l'autenticità dell'esperienza, da sempre elementi identitari del Movimento Turismo del Vino, come principi cardini della propria filosofia.

Punti chiave

1. **Le cantine italiane personalizzano l'offerta enoturistica** in base alle peculiarità regionali.
2. **Il Centro Italia domina** per formazione, valorizzazione del paesaggio e prodotti locali.
3. **Il Sud Italia è sorprendentemente** avanti nella presenza digitale e nei contenuti esperienziali.
4. **Le esperienze premium sono più diffuse al Centro**, meno nel Nord Ovest.
5. **La domenica chiusa penalizza il Centro-Sud**, nonostante i flussi turistici nei weekend.