

Con Vinitaly Tourism l'enoturismo entra ufficialmente nel programma della più importante fiera del vino in Italia

scritto da Redazione Wine Meridian | 31 Marzo 2025



Vinitaly Tourism debutta il 9 aprile 2025 durante il Salone internazionale del vino con 64 cantine, 16 buyer e 174 incontri B2B. Al centro, i dati del report Garibaldi sul turismo enogastronomico, le sfide del settore e una giornata di conferenze per ridefinire il ruolo delle cantine nell'accoglienza turistica italiana.

L'enoturismo entra nel raggio di azione del 57° Salone internazionale del vino e dei distillati con il numero zero di

Vinitaly Tourism, il nuovo progetto di Veronafiere per la promozione delle experience nelle cantine del Belpaese. In programma mercoledì 9 aprile, Vinitaly Tourism debutta con 64 cantine, 16 buyer tra tour operator, agenzie di viaggio, online travel agency selezionati da Veronafiere provenienti da **Stati Uniti, Germania, Spagna e Italia e 174 matching b2b** in formato speed date **già calendarizzati** (2° piano Palaexpo, Business Center, Ingresso A1), conferenze ed una nuova ricerca redatta da Roberta Garibaldi, presidente di Associazione italiana Turismo Enogastronomico, frutto di una serie di indagini svolte su un campione rappresentativo di 1.500 turisti italiani.

«La crescita dell'enoturismo registrata negli ultimi anni in Italia ci restituisce la fotografia di un patrimonio ancora inespresso nelle sue complessive potenzialità – spiega il direttore generale di Veronafiere, **Adolfo Rebughini** –. Vinitaly Tourism intende essere la leva fieristica per lo sviluppo del turismo dei territori del vino e, quindi, delle aziende del nostro Paese. Vinitaly è da sempre il baricentro delle tendenze. L'inserimento di questa nuova area nel palinsesto della manifestazione accelera un piano di programma che, nei prossimi anni, potrà approdare anche nei nostri eventi internazionali».

Secondo il Report sull'Enoturismo realizzato da **Roberta Garibaldi**, la transizione in atto è evidente: **dal semplice “drinking wine”, il consumatore si sta orientando sempre più verso il “living wine”** ovvero il vino non come prodotto di consumo quotidiano, bensì come esperienza da degustare a 360 gradi all'interno di un programma enoturistico che vede la cantina come esperienza più memorabile del viaggio e il prodotto-vino come icona dell'enogastronomia italiana. I risultati indicano che l'attenzione verso la visita alle cantine ed ai territori di produzione continua a crescere. In particolare, il numero di turisti italiani che ha visitato i luoghi del vino è passato dal 60% del 2021 al 77% del 2025. E

le cantine si confermano negli anni come le “mete” preferite tra i luoghi di produzione: il 40% dei turisti italiani dichiara di aver visitato almeno una cantina nel corso dei viaggi più recenti, contro il 32% del 2024 e il 29% del 2021. Inoltre, tra le icone enogastronomiche italiane, il vino primeggia con il 38,1% delle preferenze davanti all’olio extra vergine di oliva (24%), alla pizza (22%), alla pasta (15%) e ai formaggi (11%). E la visita alle cantine con degustazione vini è considerata dai viaggiatori italiani come l’esperienza enogastronomica più memorabile vissuta nel corso dei propri viaggi (26% delle preferenze).

Il potenziale del turismo enogastronomico è alto, ma **il business rischia di essere penalizzato per la presenza di alcune criticità**, evidenziate nel Report. Gli intervistati sottolineano la **mancaanza di informazioni chiare** sull’esperienza (es. orari, costi, contenuti), che è stata rimarcata dal 58% dei visitatori italiani, e dalle **limitazioni di orario e di giornate della visita** (54%), principalmente dovuta al fatto che molte cantine restano chiuse nei giorni festivi, che sono quelli in cui il pubblico dei winelover avrebbe più tempo disponibile da impiegare nella fruizione delle esperienze. Il testo fattore critico è particolarmente attuale ed è legato al **timore dei controlli stradali** dopo l’esperienza di visita e degustazione, con il rischio di una sospensione della patente. A indicarlo è più della metà degli intervistati (53%), anche **alla luce delle recenti normative più restrittive**. Interessante il punto sul prezzo atteso. Il 63% dei turisti italiani dichiara che il **prezzo** ha limitato la decisione di visitare un’azienda di produzione (fra cui le cantine), e se il 31% è disposto a impegnare una somma compresa tra i 21 e 40 euro per visita, c’è un 36% che non intende pagare oltre i 20 euro. Ma anche un terzo disposto che si dichiara disponibile ad un esborso superiore. Per **Roberta Garibaldi**: “I dati evidenziano chiaramente l’importanza di strutturare azioni di sistema mirate per valorizzare il turismo enogastronomico e le aree rurali, riconoscendo nelle aziende agricole il fulcro

strategico per lo sviluppo sostenibile dei territori. Occorre affrontare con determinazione il nodo dei trasporti, investire nella formazione e incentivare le risorse umane, affinché gli operatori possano migliorare la propria offerta e attrarre flussi turistici durante tutto l'anno".

Per quanto riguarda le mete del vino più apprezzate dai winelover italiani e internazionali, secondo l'analisi delle tracce digitali condotta in collaborazione con Data Appeal, **Langhe/Barolo, Chianti e Montalcino** hanno ottenuto il più alto gradimento. Invece, tra le destinazioni turistiche più desiderate e caratterizzate dalla presenza di produzioni vitivinicole, emerge che i turisti italiani vorrebbero visitare le **Cinque Terre** (20,1% di preferenze) ed il **Salento** (19,9%), i tedeschi sono più orientati verso il Chianti (38%) e il territorio di **Montepulciano** (27%), gli inglesi verso l'**Etna** (33%) e il **Chianti** (30%) così come gli americani che però sono più orientati verso il **Chianti** (41%) e a seguire l'**Etna** (32%).

Vinitaly tourism ospiterà un calendario di appuntamenti tematici sul futuro dell'enoturismo, tra sfide e opportunità, organizzato con il coordinamento scientifico di Roberta Garibaldi e il supporto tecnico di Winedering. Ad aprire i lavori del convegno di approfondimento sarà **"L'enoturismo non è (solo) una degustazione: come costruire un business vero"** a cura di Winedering (dalle 10.10 alle 11.40). A seguire i focus coordinati da Roberta Garibaldi: **"Enoturismo in Italia: dati, trend e opportunità"** (11.40-12.10), **"Strategie sinergiche per la valorizzazione delle denominazioni e del territorio"** (12.10-12.50), **"Innovazione e sostenibilità nell'hospitality vinicola: il ruolo chiave dell'hospitality manager"** (12.50-13.25). Mentre il Movimento turismo del vino, con la presidente Violante Gardini Cinelli Colombini, chiude le sessioni di Vinitaly Tourism puntando i riflettori su **"Turismo del vino: differenze regionali, nuove sfide e opportunità"** (13.35-14.10).

Punti chiave

1. **Il vino è la principale icona dell'enogastronomia italiana** con il 38,1% delle preferenze.
2. **Il 77% dei turisti italiani ha visitato luoghi del vino nel 2025**, in forte crescita rispetto al 2021.
3. **Le criticità maggiori sono orari limitati**, mancanza di informazioni e timore dei controlli stradali.
4. **Il 63% dei turisti valuta il prezzo come ostacolo alla visita di cantine e aziende di produzione.**
5. **Chianti, Etna e Langhe restano le destinazioni più amate da turisti italiani e internazionali.**