

L'Enoturismo secondo il progetto Vision 2030

scritto da Emanuele Fiorio | 5 Gennaio 2022



Un progetto partito come un semplice momento di confronto costruttivo ma che si è sviluppato oltre le aspettative degli stessi promotori grazie al **contributo di chi vive nelle aziende e nelle cooperative le dinamiche, le opportunità e le sfide di tutti i giorni.**

[Vision 2030](#) vuole fortemente condividere un **approccio propositivo, concreto e sistemico**, in grado di prendere in esame le aree di debolezza, di miglioramento, opportunità e minacce per giungere a delineare ed illustrare azioni risolutive credibili e praticabili.

In questa ottica sono stati definiti **sei diversi gruppi di lavoro** allo scopo di analizzare (attraverso il contributo tecnico – scientifico di Nomisma Wine Monitor) i sei principali scenari che caratterizzano il settore vitivinicolo italiano:

1. Equilibrio tra domanda e offerta (gestione del potenziale produttivo),

2. Identità e posizionamento,
3. Comunicazione,
4. Enoturismo,
5. Sviluppo strategico struttura industria vinicola e M&A,
6. Formazione e competenze delle risorse umane.

Ognuno dei 6 tavoli di lavoro ha identificato azioni concrete definite sulla base dei risultati delle analisi Swot.

In sei articoli dedicati, andremo ad illustrare e condividere con i nostri lettori le proposte di azioni concrete che ognuno dei tavoli di lavoro ha definito, con l'intento di avere una panoramica precisa e dettagliata dei reali obiettivi progettuali di Vision 2030.

Il quarto tavolo si è concentrato sull'enoturismo e sulle sue potenzialità ancora poco sfruttate e valorizzate. Un capitale che si intreccia con l'unicità e la forza del nostro Made in Italy e che si traduce in bellezza, storia, cultura, ambiente, enogastronomia, tradizioni. Ogni luogo racconta una storia. Ogni vino è una destinazione.

Tavolo 4: Enoturismo

Le azioni proposte:

- Costituzione di un centro di coordinamento capace di essere un reale punto di riferimento operativo, soprattutto per quanto concerne la comunicazione dell'offerta enoturistica italiana,
- Formazione delle figure coinvolte sul fronte dell'ospitalità,
- Inserimento all'interno delle imprese enoturistiche di figure professionali che hanno sviluppato esperienze in altri comparti dell'accoglienza (alberghiero, museale, ecc.),
- Miglioramento dell'utilizzo degli strumenti digitali (es. CRM),
- Le Strade del vino pur avendo rappresentato una

interessante esperienza nello sviluppo della promozione enoturistica del nostro Paese non si sono dimostrate lo strumento più idoneo pertanto oggi è auspicabile l'inserimento di detta attività all'interno dei Consorzi di tutela,

- Aumento degli strumenti di finanziamento per questa tipologia di attività che può godere di numerose risorse sia a livello nazionale che comunitario,
- Costituzione di un osservatorio economico dedicato all'enoturismo capace di analizzare i diversi target di enoturisti ma anche il tessuto di operatori sul mercato al fine di poter indirizzare al meglio le strategie di sviluppo del turismo del vino da parte delle imprese italiane,
- Realizzazione di un portale capace di comunicare al meglio l'ampia offerta enoturistica italiana (es. enoturismoitalia.it).