L’enoturismo in Italia

written by Rivista di Agraria.org | 14 aprile 2016
di Vittoria Capei Chiaromanni

Wine Trekking in Franciacorta (foto http://bimag.it)

L’enoturismo è un particolare tipo di turismo che si può dire sia nato in Italia nel 1993 in concomitanza al “Movimento del Turismo del vino”. Nonostante il grande successo e l’importante giro d’affari che ruota intorno all’enoturismo questo è ancora considerato un fenomeno non ancora sufficientemente radicato nel nostro Paese.
La riscoperta delle radici, la ricerca di evasione, l’attenzione agli equilibri socio ambientali, la condivisione della cultura di altri luoghi, il desiderio di riavvicinarsi alla tradizione enogastronomica italiana e ai valori di serenità e genuinità evocati dal mondo rurale e la sensibilità verso gli aspetti antropologici ha portato alla ripresa del consumo del vino. Oggi attraverso il vino si esprime l’identità di un territorio creando quell’*appeal* capace di rendere una località appetibile come meta turistica e questo anche grazie ai social network che permettono di stimolare la curiosità e l’interesse per determinate località e determinati tipi di esperienza.

Per la nascita ed il successo di questo specifico tipo di turismo, hanno giocato un ruolo fondamentale anche associazioni quali: “Città del vino” del 1987 e il “Movimento del Turismo del Vino” risalente al 1993. Da quest’ultima, nel corso degli anni, sono nate quelle che oggi sono reputate tra le maggiori manifestazioni di settore quali “Cantine Aperte”, “Calici sotto le stelle” e “Benvenuta Vendemmia” che hanno rappresentato un punto di svolta per il settore del vino consentendo di entrare in cantina, stringere rapporti diretti con i produttori e quindi “toccare con mano” questa cultura. Quattro sono gli obiettivi che si pone il “Movimento del Turismo del Vino”: promuovere la cultura del vino attraverso le visite nei luoghi di produzione, sostenere l’incremento dei flussi turistici in tutte le aree d’Italia a forte vocazione vitivinicola, qualificare i servizi turistici delle cantine e incrementare l’immagine e le prospettive economiche ed occupazionali dei territori del vino.

Il successo dell’enoturismo è stato aiutato anche dall’attuale modo di concepire il viaggio ed il cibo. Oggi, infatti, il viaggio è breve, a medio raggio, intraregionale, si organizza da soli tramite internet e guide specializzate, avviene in ogni momento dell’anno e in esso si ricerca qualità e contatto umano, in una sola parola: *short break* (soggiorno breve). Per quanto riguarda il cibo è invece importante il trend positivo dello Slow Food e della filiera corta: il cliente ricerca prodotti di qualità, sani e che rispettino gli ecosistemi.
L’enoturismo è diventato un nuovo vero e proprio modo di fare vacanza poiché racchiude tutto questo.
La legge nazionale n. 268 del 27 luglio 1997 ha istituito e regolato le “Strade del vino” nate poi nel 1999 e che le definisce “percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole o associate aperte al pubblico” e che hanno così consacrato l’enoturismo italiano. Attualmente ci sono 150 strade del vino che interessano 1450 comuni, oltre 400 denominazioni di vino e 3300 aziende agricole. La Toscana nel 2003 ha poi allargato il concetto di strada anche a tutti i prodotti tipici del territorio e dell’agricoltura biologica. Le “Strade del vino” nel 2006 sono state poi ulteriormente soggette ad ordinamenti europei tramite la “Carta Europea dell’Enoturismo” che fa perno sui seguenti punti chiave: il territorio, il patrimonio vitivinicolo e la cultura del vino.
Oggi il turismo del vino conta circa 3 milioni di turisti l’anno ed un giro d’affari di circa 4, 5 milioni. Nel 2015 è stato registrato un aumento pari al 30% rispetto all’anno precedente. Tra le località predilette per chi decide di intraprendere questo tipo di turismo spicca la Toscana ed il Chianti in particolare.
L’enoturista è generalmente uomo di età compresa tra i 30 e i 50 anni, automunito e con un livello di studio medio alto. Molte ultimamente sono anche le coppie senza figli che amano “evadere” dalla città per rifugiarsi in questo tipo di esperienza. Il mese prediletto per intraprendere questo tipo di viaggio è maggio e la somma che i turisti si concedono è di circa 150 euro al giorno. L’enoturista italiano ha un diverso modo di concepire il viaggio rispetto all’enoturista straniero; l’enoturista italiano preferisce organizzare da solo il viaggio e l’itinerario dedicando ad esso un solo giorno o al massimo due. L’enoturista straniero, invece, preferisce affidarsi a tour operator specializzati e concedere a questo tipo di esperienza almeno 3-4 giorni. I paesi stranieri maggiormente interessati al turismo del

vino sono Germania e Stati Uniti ma anche Brasile, Australia e Cina. Una recente indagine ha evidenziato come il turista del vino oggi si definisca prevalentemente “amante” o “curioso” del vino.
L’attività cult dell’enoturismo è la degustazione seguita dalla visita guidata della cantina ma è amata anche la visita dei vigneti e l’assaggio dei prodotti tipici. Si sceglie di fare turismo del vino poiché si ricerca con esso un’esperienza di svago ma che sia allo stesso tempo un’opportunità di crescita personale e di arricchimento.
L’enoturismo è definito “turismo di grandi numeri” questo significa che non è un fenomeno di massa (prodotto standardizzato per qualsiasi tipo di turista) ma neanche un fenomeno di nicchia (prodotto specializzato e adatto esclusivamente ad un determinato tipo di cliente), è invece un fenomeno di volumi consistenti e quindi che può essere segmentato e raggiungere così diversi profili comportamentali e di appartenenza. Poiché oggi le persone sono sempre più informate e incuriosite da questo settore ed ogni vino è diverso ed unico per gusto e provenienza, occorre che le aziende produttrici studino una buona e attenta strategia di marketing così da poter conseguire il massimo profitto.

L’enoturismo può essere una grande fonte di guadagno per il nostro paese ma occorre che le attività che ruotano intorno a questo tipo d turismo siano pubblicizzate e offrano sempre qualcosa di nuovo e mai banale. Il web ha il compito di promuovere e stimolare il cliente a partecipare al viaggio, poi, sarà compito delle aziende coinvolgere e creare il fenomeno fondamentale del passaparola. Per il successo dell’enoturismo assume quindi un ruolo importante anche il personale addetto all’accoglienza poiché agli occhi dei visitatori questi rappresentano l’immagine dell’azienda. L’accoglienza dovrà essere inconfondibile e coerente con l’identità e la filosofia dell’azienda. Oggi non basta più fare un buon vino occorre anche saper accogliere e comunicare il prodotto, è necessaria professionalità e formazione adeguata.
L’enoturismo è una fonte di ricchezza che deve essere sfruttata al massimo e che, se ben fatta, può portare i nostri prodotti ad essere esportati e conosciuti in tutto il mondo: occorre, quindi, una maggiore organizzazione da parte delle aziende vitivinicole e la possibilità a tutti di poter accedere a questo tipo di esperienza anche ai disabili che ad oggi ne sono troppo spesso impossibilitati a causa delle barriere architettoniche.
Gli enti pubblici e privati come Consorzi e Associazioni devono aiutare e sostenere le aziende del settore per fare in modo che quest’ultime riescano ad offrire un servizio di qualità e l’enoturismo possa diventare così un punto di forza e un vanto della nostra economia. Gli aiuti dovranno essere non solo economici ma anche e soprattutto di formazione e informazione. Un esempio di un grosso e comune errore che viene fatto dalle aziende può essere quello di non segnarsi i nomi e i contatti di chi viene a visitare la loro realtà. E’ un errore banale ma che nel lungo periodo porterà ad enormi perdite; per evitare tutto questo basterebbe un corso di formazione o aggiornamento per professionisti del settore.
Abbiamo ottime potenzialità con un territorio che offre vasti scenari e prodotti, si auspica che questi possano essere impiegati con lo specifico obiettivo di divenire leader del settore a livello mondiale.

Concerto in vigna (foto www.festivalitaca.net)

Vittoria Capei Chiaromanni, dottoressa triennale in “Comunicazione, media e giornalismo” e dottoressa magistrale in “Strategie della comunicazione pubblica e politica” presso l’Università degli studi di Firenze. Specializzata in “Marketing, comunicazione e pubblicità” presso l’ Istituto Europeo di Design – Roma, ha svolto sul settore del vino la propria tesi di laurea dal titolo: “Il vino toscano tra tradizione ed innovazione. Il ruolo dell’azienda Marchesi Antinori”. vittoria.capei.c@gmail.com

La coltivazione della Vite
Botanica, morfologia, impianto, potatura, difesa, vendemmia, uva da tavola
Enzo Corazzina – Edizioni L’informatore AgrarioQuesto testo è adatto per l’esperto viticoltore, lo studente di viticoltura e il tecnico di campagna... Acquista online >>>