VINO E TURISMO: IL SUCCESSO È «LOCALE E NATURALE»

written by Marco Salvaterra | 15 settembre 2021

I massimi esperti a confronto sul futuro dell'enoturismo nella Regione che vanta la nascita del Movimento Turismo del Vino e di Cantine Aperte

COMUNE DI FIRENZE E DONNE DEL VINO PREPARANO IL G20 SULL'AGRICOLTURA A PALAZZO VECCHIO PARLANDO DI VINO E DI TURISMO DEL VINO CON LA TOSCANA NEL RUOLO DI CAPOFILA



Turismo del Vino – Donne del Vino e relatori

Nell'estate 2021, per il secondo anno consecutivo, le città d'arte soffrivano per un turismo debole e le città del vino traboccanti di visitatori. Una constatazione che diventa il filo conduttore di un ragionamento sul possibile ruolo dell'enoturismo per la ripartenza economica e sociale delle aree interne. L'iniziativa **"Territori, cultura e arte del vino a Palazzo Vecchio"** organizzata da **Le Donne del Vino** in collaborazione con il **Comune di Firenze** prepara il G20 – Agricoltura, infatti dal 3 al 14 settembre – si è sviluppata nella Sala d'Arme, con una serie di 8 incontri. Il convegno dal titolo «**Enoturismo come difensore delle diversità e biodiversità**» condotto dalla giornalista Barbara Amoroso, a chiusura della serie di incontri, ha fatto il punto con i massimi esperti del settore sull'importanza del turismo del vino. Il tutto incorniciato dalle opere della pittrice Elisabetta Rogai che usa il vino al posto dei colori – "Enoarte" – creando un collegamento fra l'enologia e l'arte di cui la Toscana è ricchissima.

«Un turismo del vino capace di creare sviluppo e contemporaneamente difendere l'identità locale dei territori interni» ha detto aprendo l'incontro il Ministro delle Politiche Agricole **Stefano Patuanelli**. «Da trent'anni,

l'enoturismo è motore di sviluppo delle aree rurali. È un turismo lento, di prossimità che si accompagna bene alla proposta culturale, e dà un grande contributo in tema di sostenibilità essendo legato alla filiera agroalimentare e ai prodotti locali di ogni territorio. Per tornare al numero di turisti prima del Covid si stima che ci metteremo ancora due anni: cercheremo di accelerare questo processo favorendo l'accesso all'innovazione anche ai piccoli agricoltori».

«La vera rivoluzione dell'enoturismo post Covid è l'evoluzione dei visitatori delle cantine italiane da turisti in esploratori che cercano diversità, natura, eccellenze salutari. Puntiamo su un turismo esperienziale che difenda paesaggio e specificità locali» sono le parole del sindaco di Firenze **Dario Nardella**. Presente all'incontro anche l'assessora all'Ambiente, turismo e agricoltura urbana **Cecilia Del Re**: «Siamo impegnati a unire i temi ambientali dell'agricoltura e della sostenibilità con quelli del turismo: stiamo lavorando per valorizzare tutta l'area metropolitana, compreso l'ambito turistico del Chianti, con cui lavoreremo per creare una sinergia con la città di Firenze. La prima iniziativa è la Chianti Classico Card per dare accesso ad oltre 100 cantine vitivinicole sviluppando l'esperienza dei cammini e del cicloturismo». La vicepresidente della Regione Toscana e Assessore all'Agricoltura **Stefania Saccardi** ha aggiunto: «Le due parole del futuro in agricoltura sono "sostenibilità e qualità" in campo, nella produzione agroalimentare e nel turismo. Occorre ora lavorare sulla formazione e sull'accoglienza».

Massimo Manetti, presidente di PromoFirenze sull'internazionalizzazione, ha evidenziato come «la produzione enologica toscana è sempre più orientata alla qualità e alla biodiversità. Buy Wine 2021 ha aperto canali verso il mondo a 150 aziende con 886 etichette Doc/Docg/Igt fra di esse la certificazione biologica è in crescita esponenziale».

TURISMO DEL VINO IN ITALIA. STORIA, NORMATIVA E BUONE PRATICHE

Ma per trasformare il vino in locomotore della ripartenza nelle aree interne c'è bisogno di formare gli addetti e qui entra in gioco il manuale «Turismo del Vino in Italia. Storia, normativa e buone pratiche», scritto a quattro mani da **Donatella Cinelli Colombini** e dal senatore **Dario Stefàno**. Quest'ultimo è autore della prima normativa sulla wine hospitality delle cantine italiane. Ecco che proprio il problema normativo è la prima emergenza: «A tutt'oggi solo 5 regioni, e la Toscana è stata la prima – ha detto Stefàno – hanno recepito il decreto ministeriale del marzo 2019 e consentono alle imprese del vino di accogliere i visitatori in piena ottemperanza delle leggi».

«Un ritardo che non aiuta in un momento in cui, viceversa, le occasioni da cogliere sono tante», ha aggiunto Donatella Cinelli Colombini qui in veste di ideatrice della giornata Cantine Aperte. «Le novità di quest'anno sono il boom di richieste di esperienze in cantina e la diffusione di una "wine hospitality ultra premium" che in Italia sfiora i 100 euro a persona e in USA arriva a 500 dollari. A questo si aggiunge un miglior uso di internet da parte delle cantine italiane che hanno imparato a censire e profilare i loro visitatori e i loro followers mettendo le basi dell'e-commerce aziendale. Se consideriamo che il prezzo medio cui vendono via Internet i produttori di Napa è 66,5 Dollari a bottiglia per un totale, nell'intera regione, di 1,7 miliardi, è evidente che gli spazi di espansione per le cantine italiane sono immensi».

Anche **Giuseppe Festa** dell'Università di Salerno, estensore del XVII Rapporto sul Turismo del Vino per le Città del Vino, evidenzia la forbice fra le potenzialità dell'enoturismo e la sua attuale realtà: «Per tornare ai 15 milioni di visite nelle cantine italiane, registrate nel 2019, bisognerà aspettare ancora due anni. Ma per arrivarci serve un piano straordinario di promozione nazionale del turismo del vino che tenga conto dei canali digitali». Una scommessa da vincere dunque nella quale la Toscana deve giocare il ruolo di capofila: «La regione italiana considerata più attrattiva per l'enoturista italiano è di gran lunga la Toscana (52,69%), che risulta la regione più attrattiva anche per l'enoturista straniero, con valori anche più alti (60,22%), soprattutto in ragione del fascino di quel contesto storico-artistico-culturale».

I dati che arrivano da Mediobanca, Sace e Ipsos, mostrano inoltre la forza attrattiva delle imprese del vino. Gli italiani in visita nelle cantine sono passati dal 29 al 36% del totale in un solo anno. La loro propensione allo shopping di bottiglie è aumentata di 7 punti percentuali riducendo il calo degli incassi delle cantine collegato alla

mancanza dei turisti stranieri.

A confermare la volontà di giocare questo ruolo da “primo della classe” arrivano tre esempi di best practices: l’Assessore **Alberto Tirelli** del Comune di Siena con le “Cantine bike friendly”, **Emanuela Tamburini** presidente Movimento del Turismo del Vino Toscana con “Vigneti aperti” e **Elena Roppa** marketing manager e Donna del Vino con il progetto “Camper friendly”.

Tanti progetti e grandi aspettative e un solo “male oscuro” per le cantine turistiche italiane che offrono più o meno tutte la stessa cosa: visite con spiegazioni sul processo produttivo e piccola degustazione. Un problema serio che rischia di allontanare i veri wine lovers. Un segmento alto spendente attratto «più dal dove che dal come» nasce il vino e che amerà sempre di più i produttori capaci di dare un contributo alle comunità locali e interpretare le tradizioni e la natura con rispetto e creatività distintiva.



Intervento Ministro delle Politiche Agricole Stefano Patuanelli