VINO E WINE DESTINATION DECISIVI PER LA RIPRESA DEL TURISMO ITALIANO

written by Marco Salvaterra | 23 settembre 2020

La sfida di Donatella Cinelli Colombini ideatrice della giornata Cantine Aperte e prima portabandiera dell'enoturismo italiano

VINO E WINE DESTINATION DECISIVI PER LA RIPRESA DEL TURISMO ITALIANO

Trasformare cantine e denominazioni del vino in attrattori per i turisti italiani ed esteri ed acquisire visibilità strategica sui canali ufficiali online le priorità. Grazie al web, gli accessi nelle cantine torneranno presto ai 15 milioni e il business ai 2,5-3 miliardi registrati nel 2019

A differenza delle città d'arte, le wine destination con Montalcino e Barolo in primis, si sono riempite persino nell'estate 2020. A dirlo è Donatella Cinelli Colombini, ideatrice della giornata Cantine Aperte e prima portabandiera dell'enoturismo italiano.

L'onda lunga del Covid infatti non ha favorito la fruizione di mostre e musei, teatri e monumenti d'arte al chiuso, ma ha lanciato virtualmente la sfida per operare una trasformazione delle denominazioni del vino in attrattori capaci di richiamare visitatori dall'Italia e dall'estero e, così facendo, rimettere in piedi il settore del turismo italiano.

"Perché la locomotiva vino trascini la ripresa – commenta **Donatella Cinelli Colombini** – bisogna che le grandi bottiglie ed i loro luoghi di produzione diventino molto più visibili, acquisendo spazio e rilevanza nei siti ufficiali del turismo dove attualmente sembrano desaparecidos. Devono diventare delle vere rockstar: Chianti, Prosecco e vini dell'Etna per esempio, sono calamite turistiche più potenti del Museo dell'Accademia, di Palazzo Vecchio o della Cattedrale di Monreale. Sarebbe opportuno che il Governo li utilizzasse mostrandoli on line, in TV, facendoli raccontare per radio e spingendoli con B2B e press tour. L'economia italiana ha bisogno del turismo e il turismo italiano può e deve tornare forte, ma per farlo ha bisogno del vino per recuperare slancio. Sono certa che i produttori italiani – conclude – siano pronti ad affrontare e vincere questa grande sfida".

Una manovra che, se i luoghi dove nascono le eccellenze alimentari fossero organizzati come le cantine, potrebbe funzionare anche ad esempio con i forni del pane di Altamura, le cattedrali del prosciutto San Daniele o i profumatissimi magazzini di stagionatura del Parmigiano Reggiano. In Italia ci sono 25-30.000 aziende enologiche aperte al pubblico di cui il 96% con punto vendita, visita guidata e degustazione (dati ENIT 2020) e circa 8.000 con una vera organizzazione per la wine hospitality.

"Per questo il compito di battistrada nella ripartenza del turismo in Italia tocca al vino ai suoi meravigliosi territori e ai vignaioli che lo popolano e che ora devono accogliere i turisti anche la domenica, raccontando la propria storia in modo divertente in italiano e inglese". Questo il commento di Donatella Cinelli Colombini ai dati dell'Osservatorio della Reale Mutua (elaborati da Nextplora) che rivelano quanto il turismo del vino entusiasmi anche gli italiani: il 38% desidera fare un'esperienza enoturistica in patria mentre uno su quattro non intende andare a visitare cantine estere prima di aver visto le nostre. Il 41% vede il vino come la punta di diamante del made in Italy, il 37% si ritiene appassionato di vino e attribuisce al nettare di bacco un ruolo determinate della convivialità (41%). Altissime le percentuali di chi è attratto dalla scoperta del mondo rurale (38%) e si sente appagato dalle esperienze legate alla visita dei territori del vino (44%) e dal contatto rilassante con la natura (27%). Si tratta di wine lovers che fanno turismo del vino soprattutto all'interno della propria regione (60%), come ha evidenziato l'ultimo rapporto dell'Osservatorio delle Città del Vino, il quale conferma con percentuali addirittura più altre (45%) l'attività enoturistica dei connazionali.

"Questi enoappassionati postano foto, video, pubblicano commenti trasformandosi in evangelisti virali delle bellezze golose del nostro Paese – aggiunge Donatella Cinelli Colombini, ribadendo come il web sia, da anni, il primo canale di diffusione dell'enoturismo. "Una capacità di ripartenza che può quindi trasformare il vino nel locomotore della riscossa turistica – termina – come ha profetizzato Magda Antonioni Corigliano dell'Università Bocconi".



Vendemmia alla Fattoria del Colle di Trequanda

Informazioni e programma dettagliato al sito <u>www.cinellicolombini.it</u>



Donatella Cinelli Colombini