

TEMA DEL MESE:

# L'ENOTURISMO IN ITALIA

di Valter Bighini, Jennifer Carraro, Loris Cazzanelli, Marco Chistè, Luigi Di Camillo, Alessandro Donà, Erica Enzo, Iacopo Michele Giannotti, Francesco Martusciello, Maurizio Maurizi, Laura Minoia, Enrico Nesi, Andrea Pala, Chiara Peresani, Andrea Radicchio, Rocco Vallorani, Gabriele Valota.

● Circa 25 anni fa nel nostro Paese, grazie al lavoro di promozione di alcune associazioni (Città del Vino e Movimento Turismo del Vino) e attorno a diverse manifestazioni come Cantine Aperte, tra le più conosciute, nasceva l'enoturismo. Una forma di turismo tematico legato al vino, ai metodi utilizzati per produrlo, alle cantine, ai vigneti, ai produttori, che negli ultimi dieci anni è cresciuto in maniera esponenziale.

## IL PROFILO DELL'ENOTURISTA

● L'enoturista, che generalmente gestisce direttamente il planning della propria vacanza, è un esperto o un appassionato che dedica anche i fine settimana a visite mirate. Per comprendere al meglio le caratteristiche di un vino, stringe talvolta rapporti diretti con i produttori, entra in cantina e approfondisce, attraverso la conoscenza di un prodotto identitario come il vino, le origini e la storia di un territorio. E sicuramente anche l'idea di concepire oggi il viaggio come turismo "esperienziale" ha influenzato enormemente questo fenomeno.

● Quali sono i veri protagonisti di questo mercato? Leggendo i dati di uno studio internazionale, vediamo che l'Italia è tra le mete più importanti per i viaggiatori che ricercano questo tipo di esperienza. Sono però i Millennials a dare un grosso contributo di sviluppo a questo settore.

● Cosa cercano? Innanzitutto, quando vanno in un posto vogliono mangiare i piatti tipici e non disdegnano passeggiare tra i mercati locali alla ricerca dei prodotti del territorio. Ma soprattutto sono social, con la voglia di rendere pubbliche le proprie esperienze, frequentare locali, ristoranti, bar e cantine. E amano mol-



tissimo partecipare ad eventi e festival enogastronomici per poi taggarsi sui loro profili.

## I NUMERI IN ITALIA

● Nello scorso mese di maggio l'Associazione Nazionale Città del Vino ha presentato uno studio in cui si evidenziano i numeri legati al turismo del vino: nel 2019 si è registrato un +7% di visitatori (pari a 15 mln) con un giro d'affari di 2,65 miliardi di euro. Numeri che nel 2020 sarà difficile replicare a causa del Covid-19.

● Fino a poco più di un anno fa in una cantina l'organizzazione di attività che prevedevano la degustazione di prodotti era considerata somministrazione e pertanto soggetta a specifica licenza. Dalla primavera 2019, con l'approvazione del decreto

che fissa le "Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica", all'art. 1, l'enoturismo è definito come attività connessa a quella principale svolta dall'imprenditore agricolo.

## IL DECRETO DEL MARZO 2019

● Il Decreto 12/03/2019 disciplina una serie di attività formative e informative rivolte alla conoscenza dei vini, in particolare Dop e Igp, strettamente legati al territorio d'origine, così come le visite guidate nei vigneti, dove potrà essere organizzata la vendemmia didattica, e nelle cantine, luogo invece di degustazione e di offerta dei vini, anche in abbinamento con prodotti agroalimentari, manipolati, trasformati o preparati a livello aziendale

## ASSOENOLOGI GIOVANI

RUBRICA DEDICATA ALLE NOTIZIE E ALLE NUOVE ATTIVITÀ

e pronti per il consumo. Sono escluse le attività che prefigurano un servizio di ristorazione e, in considerazione del fatto che gli alimenti offerti consistono in piatti freddi, è esclusa la possibilità di svolgere attività di riscaldamento in loco degli stessi alimenti.

● L'articolo 2 della normativa prevede una serie di requisiti, oltre a quelli igienico-sanitari, e standard di servizio:

1. apertura settimanale o anche stagionale di un minimo di tre giorni, all'interno dei quali possono essere compresi la domenica, i giorni prefestivi e festivi;
2. strumenti di prenotazione delle visite, preferibilmente informatici;

3. cartello da affiggere all'ingresso dell'azienda che riporti i dati relativi all'accoglienza enoturistica, e almeno gli orari di apertura, la tipologia del servizio offerto e le lingue parlate;

4. sito o pagina web aziendale;

5. indicazione dei parcheggi in azienda o nelle vicinanze;

6. materiale informativo sull'azienda e sui suoi prodotti stampato in almeno tre lingue, compreso l'italiano;

7. esposizione e distribuzione del materiale informativo sulla zona di produzione, sulle produzioni tipiche e locali con particolare riferimento alle produzioni con denominazione di origine sia, in am-

bito vitivinicolo che agroalimentare, sulle attrazioni turistiche, artistiche, architettoniche e paesaggistiche del territorio in cui è svolta l'attività enoturistica;

8. ambienti dedicati e adeguatamente attrezzati per l'accoglienza e per la tipologia di attività in concreto svolte dall'operatore enoturistico;

9. personale addetto dotato di competenza e formazione, anche sulla conoscenza delle caratteristiche del territorio, compreso tra il titolare dell'azienda o i familiari coadiuvanti, i dipendenti dell'azienda ed i collaboratori esterni;

10. l'attività di degustazione del vino all'interno delle cantine deve essere ef-



## IL PARERE DI VIOLANTE GARDINI PRESIDENTE DI AGIVI

ASSOCIAZIONE GIOVANI IMPRENDITORI VINICOLI ITALIANI

● "Parlare di enoturismo per il 2020 non è semplice, almeno parlarne come vorrei io che sono abituata a vedere il bicchiere sempre mezzo pieno. Per sette anni ho avuto il piacere di rappresentare la delegazione Toscana del Movimento Turismo del Vino, posizione che adesso ricopre la collega e amica Emanuela Tamburini.

● Il fenomeno dell'enoturismo in Italia, in un momento normale, equivale a 15.000.000 di visite in cantina all'anno, un business di 2,5-3 miliardi di euro. In Italia oggi è una situazione molto diversa da quella che trovò mia mamma, Donatella Cinelli Colombini, fondatrice del Movimento Turismo del Vino e inventrice di Cantine Aperte e Calici di Stelle: parliamo del 1993 quando era difficile trovare aziende in Italia disposte a far visitare la propria cantina ai winelover specialmente nel weekend. Oggi ci sono 25.000 cantine regolarmente aperte al pubblico.

## CENE IN VIGNA, YOGA E TREKKING PER PROMUOVERE L'ENOTURISMO

● Oggi, per cercare di mantenere almeno in parte quel flusso economico che per le cantine andava dal 12 al 20% (addirittura la Coldiretti calcola il 27%, dato recentemente riproposto anche dall'Università Bocconi), considerando le vendite dirette, le visite e anche le attività diverse offerte ai visitatori, le aziende vinicole hanno ideato bellissimi programmi e attività e stanno comunicando la loro voglia di accogliere in sicurezza i wine lover anche quest'anno.

● Mi riferisco ai picnic, alle cene organizzate in vigna, alle lezioni di yoga e ai tanti trekking offerti come da attività da

fare nelle cantine, per non parlare delle cacce al tesoro alla ricerca di fossili e le degustazioni itineranti nei vigneti.

● Non possiamo assolutamente dire che le cantine italiane abbiano mollato e ritengo che, in questo momento assolutamente diverso, i giovani all'interno delle aziende vinicole abbiano avuto un ruolo chiave.

## IL RUOLO DEI GIOVANI

● Come presidente Agivi - Associazione Giovani Imprenditori Vinicoli Italiani - la costola giovane di Unione Italiana Vini, mi sento onorata di dire che noi giovani siamo riusciti a portare nuove idee nelle nostre cantine. I nostri pensieri sono stati fondamentali sia per quan-

fettuata con calici in vetro o altro materiale, purché non siano alterate le proprietà organolettiche del prodotto;

11. svolgimento delle attività di degustazione e commercializzazione da parte di personale dotato di adeguate competenze e formazione, compreso tra:

- titolare dell'azienda o familiari coadiuvanti;
- dipendenti dell'azienda;
- collaboratori esterni.

● Nel decreto si distingue l'attività di degustazione da quelle che prefigurano invece un servizio ristorativo.

Infatti, viene previsto l'abbinamento ai prodotti vitivinicoli aziendali finalizzato

alla degustazione, che deve avvenire con prodotti agro-alimentari freddi preparati dall'azienda stessa, anche manipolati trasformati, pronti per il consumo e prevalentemente legati alle produzioni locali e tipiche (Dop, Igp, ecc.) della regione in cui viene svolta l'attività enoturistica.

## IL LOGO IDENTIFICATIVO

● È prevista la possibilità dell'emanazione di un decreto ministeriale per l'istituzione di un logo identificativo per l'indicazione facoltativa dell'enoturismo



di cui potranno beneficiare i soggetti che svolgono l'attività enoturistica conformemente alle previsioni del decreto esaminato. ■



to riguarda la comunicazione, che per i metodi d'organizzazione aziendale, ma anche per quelli riferiti alle vendite.

● Potersi innovare in molti casi è stato possibile perché i giovani sono naturalmente curiosi. Lavorare nel mondo

del vino oggi vuol dire amare la propria terra, ma anche viaggiare, divertendosi a visitare cantine in altre zone vinicole, anche all'estero, come ormai da anni noi soci Agivi facciamo in occasione del nostro viaggio formativo.

● La tecnologia in questo frangente ci ha sicuramente aiutati a comunicare all'interno e all'esterno dell'azienda; i mezzi di comunicazione che i responsabili vendite hanno usato, non solo per parlare con i clienti dall'altra parte del mondo cercando di sostenere le vendite, ma anche in cantina con le persone che andavano avanti nei processi produttivi del vino, non saranno abbandonati ma saranno usati per creare aziende sempre meglio organizzate.

● Questo momento ha sicuramente creato molte problematiche, ma vorrei farvi vedere anche gli aspetti positivi di questo periodo difficile: è stata sicuramente l'opportunità per i giovani, figli di proprietari di Cantine che devono dimostrare le loro capacità e competenze ai genitori, di potersi proporre con le loro idee". ■

