

'QUANDO UN BICCHIERE VALE IL VIAGGIO

L'enoturismo fattura 2,5 miliardi e per i produttori è una fonte importante di guadagni
 Margini per crescere con il nuovo decreto che equipara le cantine agli agriturismi

di **Andrea Salvadori**

Andar per cantine, vigneti e aziende vitivinicole è un'abitudine sempre più diffusa tra gli italiani. Ma per poter rafforzare la sua attrattività e permettere agli operatori di incrementare il giro d'affari, il turismo enologico deve ampliare l'offerta di intrattenimento e servizi.

«Nel 2017, il 41% degli italiani in viaggio aveva visitato un'azienda vitivinicola negli ultimi tre anni mentre il 35% aveva preso parte a un evento legato al settore — spiega Roberta Garibaldi, autrice del «Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2019» —. Nell'ultima rilevazione, queste percentuali sono salite rispettivamente al 56% e al 44%. E i turisti italiani che hanno dichiarato di avere intrapreso, sempre nell'ultimo triennio, almeno un viaggio motivato dal desiderio di visitare una cantina o di partecipare a un evento sul tema, i cosiddetti enoturisti, sono arrivati al 28%».

Nuove attività

Il viaggio enogastronomico interessa oggi un pubblico trasversale, vasto e diversificato. Cambia dunque il profilo di chi giunge in cantina e alla stessa stregua devono evolvere proposte e servizi. Per esempio, il rapporto evidenzia che per il 52% degli intervistati le visite guidate nelle aziende vitivinicole hanno un'impostazione troppo simile tra loro e dunque rischiano di essere ripetitive e poco coinvolgenti. «Se la degustazione e l'acquisto

dei vini a prezzi interessanti rimangono le esperienze più ricercate, dall'ultima indagine emerge il desiderio di un'offerta più articolata, che preveda ad esempio l'assaggio di piatti ricercati in abbinamento al calice, ma anche altre attività che permettano di entrare in contatto con l'identità, le tradizioni e la cultura del luogo — dice Garibaldi —. È molto richiesta ad esempio la possibilità di conoscere la storia e gli aneddoti relativi all'azienda, ma anche l'opportunità di par-

I viaggiatori amanti del vino chiedono che le aziende siano più accessibili e propongano un'offerta più articolata, anche per il benessere

tecipare alla vendemmia turistica, o di praticare attività sportive come il trekking e il jogging tra i vigneti. Piacciono quindi gli itinerari in bicicletta, i progetti pensati per i bambini, in un'ottica di turismo familiare e, infine, attività come le spa e lo yoga».

Nel nostro Paese, secondo un'indagine che ha coinvolto 735 aziende vitivinicole presenti in tutte le edizioni della «Guida Oro-I vini di Veronelli» dal 2008 al 2018, il numero di cantine che ha dichiarato di essere aperta al pubblico per visite o degustazioni nel fine settimana e di dispor-

re di una struttura ricettiva è pari al 67% del totale, in aumento del 19% rispetto al 2008, concentrate in Piemonte, Toscana e Veneto. Anche in questo caso, quindi, l'offerta può essere migliorata: ben il 61% degli enoturisti dichiara che molte cantine sono ancora poco facilmente fruibili, senza prenotazione anticipata.

Nuove misure

Il settore dell'enoturismo è in generale in buona salute: oggi vanta circa 14 milioni di accessi e un fatturato di 2,5 miliardi di euro all'anno, stando alla fotografia del nuovo «Rapporto sul turismo del vino in Italia», curato dall'Università di Salerno per conto delle Città del Vino.

Gli spazi per crescere però sono ancora ampi: basti pensare al Decreto enoturismo che, equiparando il turismo in cantina all'attività agrituristica, permetterà alle aziende del settore di regolarizzare le attività di accoglienza, divulgazione e degustazione.

«Partendo dai casi di successo, come il Chianti, le Langhe e la Franciacorta, e sulla scia di quanto già si fa all'estero, ad esempio in Champagne e nell'area di Bordeaux in Francia, o nelle regioni di Napa Valley e Sonoma in California, la speranza è che ora le istituzioni italiane mettano in atto interventi di pianificazione strategica volti a promuovere il turismo enogastronomico a tutto tondo», conclude Garibaldi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA