

È BOOM DEL TURISMO DEL VINO, L'ABRUZZO INNOVATIVO PER CENE IN VIGNA DEVE ANCORA IMPARARE MOLTO

4 Aprile 2023

di Redazione



VERONA – Vini, arte e cultura, percorsi naturalistici. Sono questi i tre principali fattori di offerta dei comuni enologici italiani: insieme valgono il 74% della proposta (vini 31%; arte e cultura 29%, percorsi naturalistici 14%). Sono le piccole cantine a gestione familiare, situate in contesti di rilevanza paesaggistica, a caratterizzare i territori italiani a vocazione enoturistica, che valgono a livello nazionale il 67% dell'offerta; con distinzioni fra Nord-Ovest 74%; Nord-Est 68%; Centro 65%; Sud e Isole 63%.

È quanto emerge dal 19esimo Osservatorio nazionale del Turismo del Vino, curato da Nomisma Wine Monitor, presentato a Vinitaly da Associazione Nazionale Città del Vino, Associazione Nazionale "Le Donne del Vino", Movimento Nazionale Turismo del Vino e "La Puglia in più" alla presenza del ministro del Turismo **Daniela Santanché**.

Per i 145 sindaci intervistati, essere Città del Vino significa promuovere e valorizzare il vino e

la sua cultura (per il 76%, risposta multipla); essere all'interno di una rete, di un progetto condiviso per poter creare strategie di marketing turistico anche a livello nazionale ed europeo (65%); avere una particolare capacità di raccontare e di creare occasioni di promozione del territorio, dei suoi prodotti e delle sue aziende (48%); sviluppare progetti intorno al vino che permettano una migliore qualità della vita e la creazione di nuovi posti di lavoro (40%); rappresentare un nodo strategico dei flussi turistici legati al vino (28%); promuovere percorsi di formazione per favorire l'enoturismo sul territorio (28%).

Il Rapporto evidenzia anche gli ambiti in cui i Comuni possono migliorare. Fra le azioni per favorire l'enoturismo: potenziamento degli uffici di informazione turistica e loro apertura nei giorni festivi (per il 55% dei Comuni); sostegno alla formazione del personale anche per gli uffici pubblici in materia enoturistica (35%); Organizzare transfer per turisti senza auto propria (17%); dotazione di strumenti di pianificazione urbanistica e territoriale (18%).

Fra le aree di miglioramento: una maggiore condivisione delle collaborazioni e fare sempre più rete con le strutture del territorio (per il 79% dei Comuni); partecipazione a distretti, Strade del Vino, itinerari provinciali (75%); incrementare l'uso del digitale nella promozione e nella narrazione del territorio (40%); Partecipazione a portafogli digitali (fuori comune) in cui raccontare e vendere vini e prodotti (36%).

Fra i punti di forza: la presenza dei vini del territorio nella ristorazione locale (98%); organizzazione di eventi locali (93%); Promozione da parte delle istituzioni locali (92%); Presenza dei vini del territorio negli esercizi commerciali (90%).

Come investono i Comuni la spesa di soggiorno? Miglioramento dell'arredo urbano (63%); Finanziamento di programmi di sviluppo turistico locale (63%); Manutenzione strade (67%); Miglioramento accessibilità per i disabili (72%); Potenziamento infrastrutture digitali (72%).

I Comuni delle Città del Vino ritengono strategico il ruolo della formazione: il 72% ritiene molto strategico per garantire lo sviluppo economico delle cantine e del territorio; per attrarre nuovi flussi turistici (71%); cogliere nuovi trend evolutivi (67%); per fidelizzare il cliente (66%). L'80% delle imprese del Sud Italia e delle Isole, inoltre, ritiene che sia estremamente strategico attrarre nuovi flussi turistici attraverso la formazione.

“Le eccellenze italiane, come il vino, sono un forte traino per il turismo: un settore che può dare grandi possibilità occupazionali ai nostri giovani – ha detto Santanchè –. Anche per questo dobbiamo investire nella loro formazione e per questo in legge di bilancio abbiamo istituito un fondo di 21 milioni di euro”.

“Lavorare nel comparto turistico richiede sacrificio – ha proseguito il ministro – che va ricompensato. Per questo stiamo pensando con il ministro Calderone come sostenere le aziende”. E ancora: “L’enoturismo cresce perché è legato a un’esperienza, vuol dire poter camminare nei vigneti: per vedere la vendemmia arriveranno 10 milioni di visitatori. Ma c’è ancora tanto da fare: primo la cartellonistica appropriata, poi potenziare il digitale e destagionalizzare il turismo per stabilizzare anche i lavoratori. La promozione è ancora troppo frammentata, deve essere organizzata: dobbiamo avere la capacità di fare rete”.

A lei si unisce **Dario Stefano**, docente di Economia delle imprese turistiche all’Università Lumsa e di Enoturismo alla Luiss Business School, a cui si deve il riconoscimento normativo sulle cantine turistiche del dicembre 2017: “Riempie di soddisfazione constatare come l’introduzione di una normativa agile ma puntuale, abbia messo le ali agli investimenti nelle cantine turistiche italiane che, negli ultimi 10 anni, hanno raddoppiato e in certi casi triplicato l’offerta di esperienze prevedendo intrattenimento, pasti, pernottamenti, serate a tema, esperienze legate al vino, allo sport e alla cultura”.

L’indagine evidenzia due elementi critici: il 44% delle cantine sono lontane dai circuiti turistici o enoturistici, problema particolarmente evidente in Friuli Venezia Giulia, Umbria e Campania. Inoltre, la metà delle cantine chiude al pubblico nel fine settimana e nei giorni festivi. Chiusura che riguarda anche molti uffici turistici, costituendo un serio problema rispetto ai flussi dei visitatori che sono invece concentrati nei giorni di festa.

“Essere Città del Vino rappresenta sempre più un valore aggiunto – sottolinea il presidente di Città del Vino, **Angelo Radica** – proprio per una maggiore consapevolezza che hanno gli amministratori locali delle buone pratiche da promuovere in favore dello sviluppo del turismo del vino; il rapporto ci conferma che chi amministra una Città del Vino matura nel tempo una maggiore sensibilità e capacità di intervento e programmazione”.

“L’Abruzzo con le sue cantine riesce ad essere innovativo per le cene in vigna e le esperienze all’aperto”, aggiunge, ammettendo come tuttavia ci sia ancora bisogno di formazione e saper accogliere: “Un viticoltore che sa fare un grande vino non è detto che sappia accogliere, per questo ci stiamo organizzando per formare gli addetti all’enoturismo, una nuova figura professionale”.