

DALLA VENDEMMIA ATTIVA AL WELL-BEING: PER LE CANTINE È L'ORA DI DIVERSIFICARE LE PROPOSTE

▲ a cura di Loredana Sottile

Calano le esperienze fruite, a causa del Covid, ma cresce il food&wine come motivazione di viaggio. Intanto il turista si trasforma in stakeholder della sostenibilità e vuole riscoprire i territori italiani. Garibaldi: "È il momento di investire". Nuovi trend e opportunità nel quarto Rapporto sul Turismo enogastronomico



Se la pandemia ha frenato la possibilità di vivere delle esperienze di gusto, di certo non ha fermato la corsa del turismo enogastronomico. Aumenta, infatti, del 10% il numero di chi ha viaggiato con principale motivazione il vivere l'enogastronomia. È questo uno dei trend emersi dalla quarta edizione del Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021, curato dalla professoressa **Roberta Garibaldi**, presidente dell'Associazione italiana turismo enogastronomico, e appena presentato al Senato. La nuova edizione del dossier evidenzia i cambiamenti della domanda e le opportunità che si aprono per gli operatori del settore (imprese agricole, aziende della trasformazione, strutture di ospitalità e ristorazione) e per le destinazioni, che saranno in grado di intercettare le nuove tendenze in atto.

Il testo, come ricorda il ministro del Turismo **Massimo Giaravaglia** "è uno strumento di lavoro indispensabile - insieme al libro *Turismo del vino in Italia* di Stefano e Cinelli Colombini, presentato sempre al Senato il mese scorso - per la ripartenza del settore e dà delle informazioni preziose in linea con il messaggio lanciato pochi giorni fa dal premier Draghi al G20 e con i sette punti approvati per rilanciare il turismo (vedi il box a pag.34)".

Il sottosegretario del Mipaaf **Gian Marco Centinaio**, nel corso della presentazione, ha ricordato anche il tavolo che si è appena costituito sul turismo enogastronomico (vedi box): "Insieme al confronto interministeriale e al dialogo con le associazioni, porteremo avanti anche il decreto attuativo sul turismo dell'olio e daremo agli operatori la possibilità di lavorare e tornare a programmare a lungo termine. Il compito della politica è quello di accompagnarli in questo percorso".

In arrivo il pass salvaturismo. Draghi: "Venite in Italia"

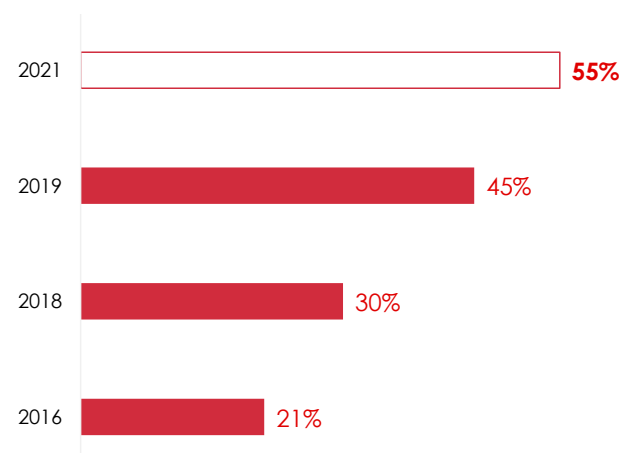
Dalla seconda metà di giugno sarà pronto il Green pass europeo mentre da metà maggio sarà in vigore il pass verde nazionale. Lo ha annunciato il premier Mario Draghi al G20 sul Turismo in merito alla realizzazione di un sistema di pass vaccinali che permetta spostamenti e viaggi all'interno del territorio nazionale. "Quindi" ha concluso, rivolgendosi ai potenziali turisti "vi aspettiamo qua in Italia".

Una buona notizia potrebbe salvare l'intero comparto che, secondo le elaborazioni Coldiretti, ha già subito un buco di circa 53 miliardi nel 2020 per l'emergenza Covid, con 1/3 delle perdite che hanno colpito i consumi in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per l'acquisto di cibo di strada e souvenir delle vacanze.

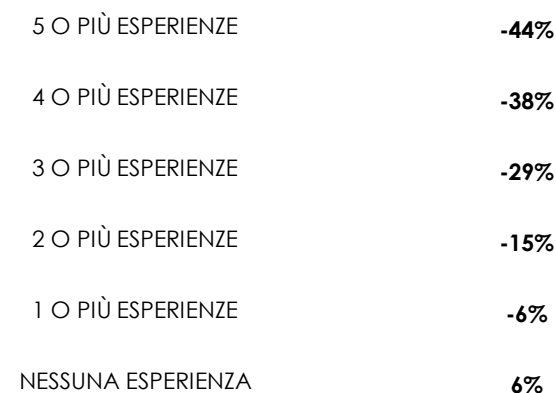
Sette le linee guida presentate nell'incontro di Roma dai ministri europei: mobilità sicura tra i Paesi, gestione della crisi con soluzioni comuni ma anche speciali, resilienza, inclusività, transizione verde, transizione digitale, investimenti e infrastrutture.

Un percorso che, stando a quanto venuto fuori dal Rapporto, è già ben avviato, nonostante l'anno di stop, le restrizioni negli spostamenti e le paure del contagio. *“La crescita del fenomeno enogastronomico è costante”* ha spiegato Garibaldi *“se nel 2016 soltanto il 21% degli intervistati aveva svolto almeno un viaggio con principale motivazione legata a quest'ambito nei tre anni precedenti, con l'analisi 2021 la percentuale è cresciuta fino al 55%”*. L'altra faccia della medaglia mostra, a causa del Covid, una diminuzione delle esperienze fruite in media del 27% rispetto 2019 e sul potere di spesa (il 31% afferma di aver destinato un budget inferiore rispetto al 2019, mentre il 27% dispone di maggiori risorse). Ma, ribadisce la professoressa *“la globalità dei dati ci mostra una crescente attenzione al tema enogastronomico e anche un nuovo profilo del turista”*. Vediamo quale.

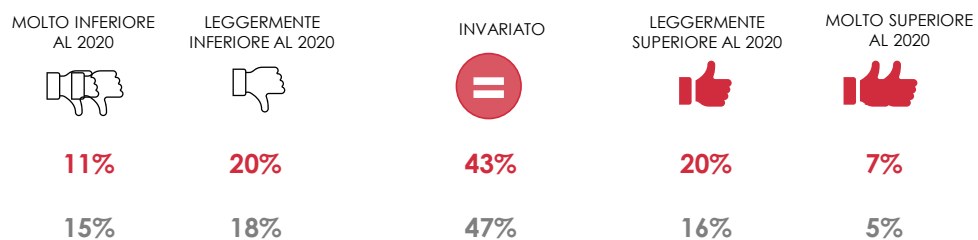
VIAGGI ENOGASTRONOMICI NEGLI ULTIMI TRE ANNI



NUMERO DI ESPERIENZE ENOGASTRONOMICHE IN VIAGGIO. 2021/2018



ESTATE 2021. BUDGET A DISPOSIZIONE PER LE ESPERIENZE ENOGASTRONOMICHE



fonte: Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021

Nasce il Tavolo del turismo enogastronomico

Alcune delle principali sigle del turismo enogastronomico hanno unito le forze con l'obiettivo di superare il terribile momento di crisi e, soprattutto, di preparare nel migliore dei modi la ripartenza post pandemia. A fare parte del nuovo tavolo di confronto sono Città del Vino, Città dell'Olio, Movimento Turismo del Vino, Movimento Turismo dell'Olio, Federazione Italiana delle Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori e Unione Italiana Vini. Da loro una richiesta forte e chiara, rivolta al sottosegretario del Mi-paaf Gian Marco Centinaio, durante il primo incontro virtuale che si è tenuto mercoledì: *“Siamo una realtà composita che ha superato gli interessi singoli a favore di un comune intento derivante dalla consapevolezza del complesso universo che rappresentiamo. Il nostro settore è strategico e chiediamo di essere considerati un interlocutore privilegiato che possa contribuire alla maggiore sintonia tra privato e pubblico. Ci auguriamo di poter avviare una consultazione permanente con referenti istituzionale con cui poterci confrontare e ai quali fornire supporto ed esperienza”*.

Tanti i temi sul tavolo: dalla attuazione della legge sull'oleoturismo alla promozione alla digitalizzazione, dalle infrastrutture alla formazione professionale, dalla tutela ambientale alla comunicazione, passando per un portale nazionale dedicato e la creazione di un protocollo sulla cura e manutenzione del paesaggio, l'ideazione di una segnaletica puntuale, la rivalutazione dei borghi.

IL NUOVO TURISTA ENOGASTRONOMICO

Più consapevole, attivo, esigente, innovativo e attento ai temi della sicurezza e della sostenibilità. È questo l'identikit del nuovo turista enogastronomico che, raggiunta la sua maturità è, ormai una vera sentinella del turismo virtuoso, una sorta di stakeholder del luogo e dell'azienda che opera in armonia con il suo territorio. **La scelta di una destinazione, quindi, diventa una sorta di “premio” alle aree e alle aziende agricole che hanno operato per lo sviluppo autentico e armonico**, rivalutando e proteggendo la cultura locale, creando nuove opportunità di lavoro soprattutto per giovani e donne. E la fidelizza-

zione del turista, con l'acquisto dei prodotti, appare come una logica conseguenza dell'esperienza vissuta. A tal proposito **Alessandra Priante**, direttrice Europa Unwto (Organizzazione Mondiale del Turismo), sottolinea che: *“Questa pandemia ha mostrato chiaramente che se c'è un*

comparto che veramente può essere la leva della ripartenza, questo è proprio il turismo dei territori, il turismo cosiddetto rurale, che consente di contribuire significativamente al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile secondo la nostra Agenda 2030”.

Il Covid ha, inoltre, modificato le scelte del consumatore, che vuole vivere da protagonista le esperienze a diretto contatto con la natura. I mesi passati in casa durante il lockdown, infatti, lo hanno reso desideroso di passare più tempo possibile all'aria aperta, oltre che attento alle norme anti-contagio. **Risultano molto apprezzati, quindi, gli investimenti in sicurezza e la loro comunicazione.** *“Rientra in questo filone tutto ciò che è touchless: un investimento a basso costo che tornerà utili anche per il futuro”* ribadisce Garibaldi *“Penso, ad esempio, alle visite auto fruite magari tramite smartphone, gradite dal 63% degli intervistati ma ancora poco diffuse nel nostro Paese: sono attive solo nell'8% delle cantine italiane. E, poi, risulta efficace anche il tracciamento dei contatti, indicato dal 73% dei turisti italiani che, in questo modo, si sentirebbero rassicurati”*.

ESPERIENZE IN CANTINA: SERVE DIVERSIFICARE

Se il vino continua ad avere un peso notevole nell'esperienza gastronomica, c'è però una pecca che il turista rimprovera alle cantine: per il 60% le proposte di visita sono troppo simili tra di loro. Percentuale che scende al 53% se la si restringe all'enoturista, ma comunque in crescita rispetto

Nuove formule per l'enoturismo

- ❖ vendemmia attiva
- ❖ bleisure in cantina
- ❖ well-being tra i vigneti
- ❖ wine trekking
- ❖ pic-nic in vigna

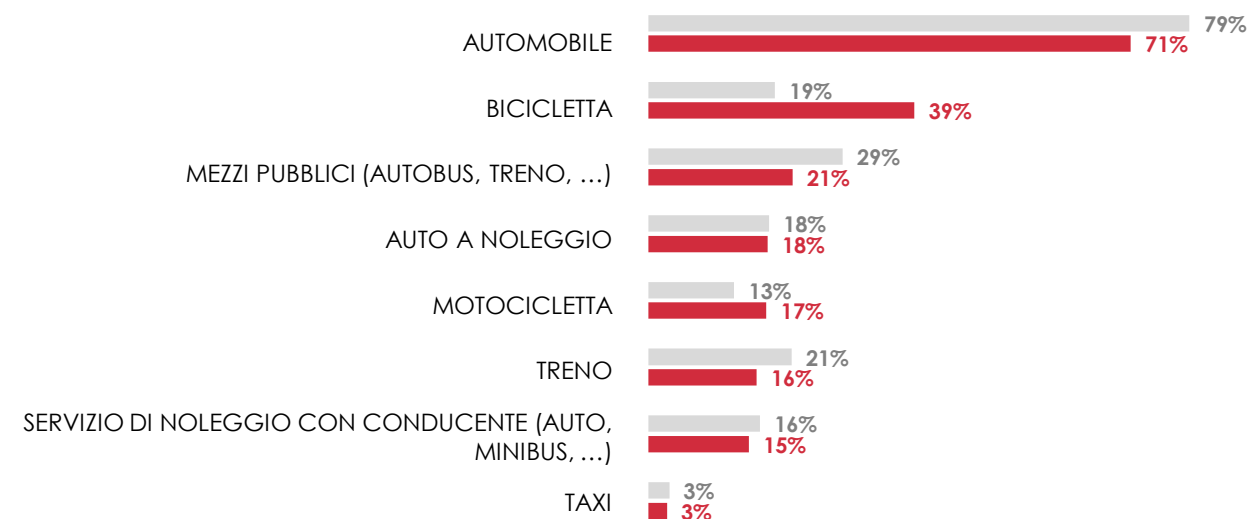
all'anno precedente del 6%. Questo ci dice che la sola formula-degustazione da sola non basta più, così come non basta l'approccio passivo: oggi chi arriva in azienda vuole prendere attivamente parte alla visita, diventando egli stesso un elemento della comunità agricola. **Un esempio su tutti è quello della vendemmia attiva, sempre più apprezzata** (la indica il 53% degli italiani), specie dopo mesi di lockdown. *“Un'attività che oggi si può*

svolgere grazie al decreto enoturismo” svela Garibaldi *“sebbene l'Italia, rispetto alle cantine estere, sia ancora indietro su questo tema”*. Tra le altre esperienze in pieno sviluppo, ci sono quelle che rientrano nel cosiddetto well-being in cantina, come le spa nei vigneti e negli uliveti e in generale le attività sportive all'aria aperta (64% delle preferenze), tra cui wine trekking nei vigneti (46%), yoga, forest bathing. Fino ad arrivare ai pic-nic tra i filari, indicati dal 75% dei turisti. C'è, inoltre, un altro fenomeno in crescita, il cosiddetto bleisure (business + leisure, ovvero lavoro-piacere) che si collega direttamente allo sviluppo, in questo ultimo anno, dello smart working: il 57% dei turisti italiani ritiene proprio le cantine i luoghi dove poter svolgere riunioni di lavoro e meeting aziendali, grazie all'amenità e all'atmosfera rilassante.

Non meno indicativi risultano, infine, gli spostamenti: raddoppia la percentuale di chi vuole raggiungere l'azienda in bicicletta, mentre scende di 9 punti la quota di chi vorrebbe usare l'automobile.



MEZZI DI TRASPORTO PER GLI SPOSTAMENTI NELLE CANTINE NEGLI ULTIMI TRE ANNI



fonte: Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021

QUALI METE? LA RISCOPERTA DELL'ITALIA

Complici le restrizioni, nel 2020, i turisti italiani hanno riscoperto il Belpaese come destinazione, determinando la voglia di approfondire la conoscenza del patrimonio di sapori territoriali: il 70% vorrebbe conoscere di più l'enogastronomia dei vari territori.

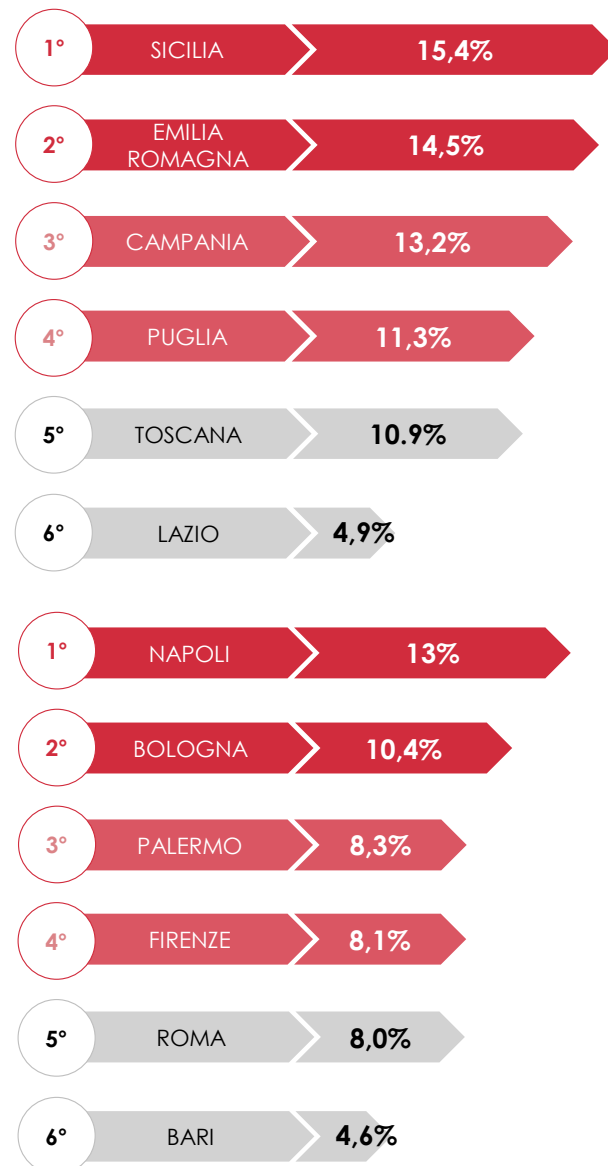
Tra le regioni italiane, sventa la Sicilia come meta enogastronomica più desiderata seguita dall'Emilia-Romagna, dalla Campania e a seguire da Puglia e Toscana. La città preferita dai turisti enogastronomici italiani è Napoli, che precede Bologna e Palermo.

La classifica dei Paesi stranieri ritenuti la migliore destinazione dal punto di vista enogastronomico vede al primo posto la Spagna, seguita dalla Francia e poi dalla Grecia. La capitale francese, Parigi, si guadagna la prima posizione tra le città straniere preferite per l'enogastronomia; seguono nella graduatoria le città spagnole di Barcellona e Madrid.

Altro trend nuovo che emerge dal Rapporto è la preferenza verso le località di mare che diventano delle porte di accesso per partecipare a esperienze enogastronomiche memorabili nell'entroterra (53% dei turisti enogastronomici), davanti alle città d'arte e alle destinazioni montane. Come sistemazione, invece, la voglia di vivere all'aria aperta spinge i turisti a preferire agriturismi (l'86% ha intenzione di alloggiarvi) e relais di campagna (59%), con una ricerca di soluzioni innovative, tra cui spiccano alberghi a tema cibo-vino (56%), glamping (29%) e case sugli alberi (32%). Nella scelta degli hotel, la presenza di un'offerta che valorizza i cibi tipici locali appare sempre più determinante e l'80% degli intervistati si aspetta una prima colazione a base dei prodotti del luogo.

"Il sistema turistico italiano" è il commento del presidente Enit **Giorgio Palmucci** "con la sua cultura gastronomica di tutto rilievo sta prendendo sempre più coscienza. Si assiste ad una trasformazione della ristorazione che è tra le prime motivazioni di

REGIONI E CITTÀ ITALIANE PIÙ DESIDERATE



fonte: Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021



Doppio appuntamento con Cantine Aperte a maggio e a giugno

Cantine aperte, l'evento clou del Movimento Turismo del Vino, raddoppia. Oltre al classico weekend di fine maggio (sabato 29 e domenica 30), nelle Regioni che ancora non hanno ottenuto il colore giallo e per quelle che vogliono fare il bis, l'iniziativa si svolgerà anche il 19 e 20 giugno. Inoltre, l'appuntamento farà coppia con Vigneti Aperti 2021, il nuovo format targato Mtv: "Vigneti Aperti" spiega il presidente del Movimento, Nicola D'Auria "non nasce come uno spin-off di Cantine Aperte ma piuttosto come una risposta al crescente bisogno di ritrovare il contatto con la natura e con i mille territori che fanno dell'Italia un Paese unico al mondo. Ma non solo: vuole rispondere a quel desiderio crescente di autenticità che il consumatore manifesta nei confronti del prodotto. Portarlo nel vigneto, descrivere le fasi della coltivazione della vite, far vivere un'esperienza a diretto contatto con il lavoro del viticoltore è certamente un modo per soddisfare questo bisogno diffuso".

Sicurezza e salute le parole d'ordine, con l'accesso agli eventi consentito solo per piccoli gruppi e con prenotazione per garantire un'accoglienza di qualità e rispettosa delle normative previste. Per tutti gli appuntamenti www.movimentoturismovino.it

viaggio, soprattutto per i turisti stranieri. E spesso è proprio la scoperta di esperienze enogastronomiche a prolungare l'esperienza di viaggio".

DIGITAL REVOLUTION. A CHE PUNTO SIAMO?

Oltre al tipo di esperienze, cambiano anche le modalità di accesso. Se nella scelta di visitare un'azienda o un territorio continua a prevalere il passaparola tra amici e conoscenti (55%), la Ricerca evidenzia tuttavia un peso sempre più importante dei social network con Instagram in crescita (+4%) rispetto a Facebook che continua comunque a essere lo strumento social più utilizzato. Per le prenotazioni tiene ancora la chiamata diretta (62%), seguita dall'email (46%), ma è nel post-visita che il digitale diventa lo strumento prediletto: dall'acquisto dei prodotti con consegna a domicilio (che interessa il 70% degli intervistati) fino alle degustazioni digitali e alla possibilità di entrare a far parte di wine club. Sono, infatti, questi ultimi a dare l'accesso a offerte dedicate o esperienze esclusive. ❖



#stappacongamberorosso VINI D'ITALIA 2021



Gioia del Colle Primitivo Senatore '17 COPPI

In Puglia sulle colline della Murgia dei Trulli, nella terra del prestigioso Primitivo doc Gioia del Colle, troviamo la cantina Coppi di Antonio Coppi. L'azienda nata negli anni 70, oggi è gestita dai figli Lisia, Doni, Miriam e si estende per circa 100 ettari di vigneto. Con Marco Sabellico assaggiamo il Gioia del Colle Primitivo Senatore '17. Dal colore rosso rubino cupo fitto dai riflessi violacei, al naso è intenso, dolce, morbido, speziato. All'assaggio il vino è ricco, strutturato, profondo, ricco di frutta matura, con note di pepe bianco e di confettura di frutti rossi, tabacco, cedro. Si percepiscono tannini maturi ed eleganti con una bella vena acida che dona al tutto equilibrio all'assaggio. Un vino ottimo da abbinare a una parmigiana di melanzane, primi piatti a base di sughi di carne, paste ripiene, arrostiti, perfetto anche con formaggi stagionati. Visita il sito: www.vinicoppi.it/ e visita l'e-commerce: www.vinicoppi.it/shop/ Per guardare la puntata: www.instagram.com/tv/COF0TNANuWd/

