

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 determinante 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 alte (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 www.cinellicolombini.it



Donatella Cinelli Colombini