



L'ENOTURISMO E' IL TURISMO DELLA 'RIPARTENZA'

***Il turismo della 'ripartenza' dovrà essere di prossimità, sostenibile, accessibile, all'aria aperta?
La soluzione è l'Enoturismo che vede impegnati insieme il settore della Produzione vinicola
e il Marketing turistico dei territori del vino e del cibo.
La piattaforma "Il Nuovo Enoturismo" fornisce le istruzioni e gli strumenti pratici
per rispettare e interpretare le nuove normative, anche in chiave covid-19.***

Milano, 8 maggio 2020 – E' un turismo di prossimità ed economicamente sostenibile, che consente esperienze per pochi o per piccoli gruppi della durata di una mezza giornata, di una giornata, di un week-end. Si può praticare anche all'aperto, con le visite in Vigna che accompagnano le visite in Cantina. E' integrato con il territorio, con i ristoranti e le strutture di accoglienza, con i beni culturali e le produzioni gastronomiche locali. E' rispettoso dell'ambiente, si praticherà sempre più anche con le e-bike, a mobilità sostenibile. Queste sono le peculiarità dell'**ENOTURISMO**, motore del Turismo enogastronomico, sempre più praticato dagli appassionati di vino e cibo italiani e dalla generazione dei Millennials, e per il quale **l'Italia è la meta mondiale preferita dagli enogastronauti di tutto il mondo (Food Travel Monitor 2020 – World Food Travel Association).**

*"Il Vino e i prodotti di qualità certificata (DOP, DOC e DOP) sono fondamentali per il turismo enogastronomico che a livello internazionale - informa **Magda Antonioli**, Professore Associato all'Università Bocconi e Consigliere di amministrazione di ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo - è uno dei driver della domanda di turismo, con una crescita quasi tripla rispetto ai settori turistici tradizionali. Il Turismo enogastronomico e l'Enoturismo in particolare sono la sintesi tra Produzione e Territorio. Affinché si possano sviluppare è indispensabile promuovere la narrazione di tutta la filiera, offrendo a un turista sempre più consapevole una rete strutturata di informazioni ed esperienze".*

In Italia l'Enoturismo - di tradizione antica - è riconosciuto per legge solo dal 2019, con il Decreto Attuativo dell'allora MIPAAFT, che indica con precisione che cosa si deve fare per rispettarne i parametri di qualità e di efficacia. *"Dal nostro Osservatorio, i Produttori e i Consorzi di tutela del Vino e gli Operatori dell'accoglienza risultano ancora poco informati su queste direttive, e il Covid-19 rende necessaria l'evoluzione di alcune di queste stesse normative – afferma **Francesco Moneta** di **The Round Table**, agenzia specializzata anche nella comunicazione del Vino, del Cibo e dei loro Territori. 'Con l'inizio del 2020 abbiamo dato quindi vita alla piattaforma **"Il Nuovo Enoturismo"**, trovando subito la condivisione di **Carlo Pietrasanta**, tra i fondatori del Movimento Turismo del Vino, che ha lavorato a questa legge per anni. **Il Nuovo Enoturismo** ha lo scopo di affiancare Produttori, Consorzi di Tutela ed Enti di Promozione Territoriale nell'applicare al meglio e in tempi rapidi le determinazioni del Decreto e la loro attualizzazione, sia con strumenti formativi che con soluzioni comunicative."* <https://www.youtube.com/watch?v=V9skoMj30jE>

Secondo un sondaggio condotto nelle scorse settimane tra le cantine aderenti al **Movimento Turismo del Vino Lombardia** *"la totalità degli intervistati – informa **Carlo Pietrasanta** – concorda sul fatto che quella legata all'Enoturismo sia, ora più che mai, un'attività economica strategica per contrastare il drastico calo nella vendita e distribuzione. Abbiamo anche verificato che, se prima del Covid-19 solo un 30% degli intervistati era dotato di un sistema e-commerce, a fine aprile la percentuale è in costante salita".*



La maggioranza dei Produttori intervistati che punteranno anche sull'Enoturismo - continua Carlo Pietrasanta - vogliono conoscere informazioni di contesto, le indicazioni della legge e soprattutto come gestirne la comunicazione, in particolare nel web"

Il Nuovo Enoturismo si è avviato con il ciclo di 3 Webinar **IL NUOVO ENOTURISMO: ISTRUZIONI PER L'USO**, coinvolgendo esperti di diverse tematiche, dallo scenario italiano e internazionale ai nuovi trend dell'enoturismo; dall'attenzione alla sicurezza in chiave covid-19 alle procedure amministrative e all'ospitalità in vigna e in cantina, fino alle connessioni con il territorio. Quindi la comunicazione con attenzione ai diversi strumenti off- e on line, la promozione e vendita dell'esperienza enoturistica in network con i tour operator, l'integrazione con l'e-commerce. Previste case - histories e testimonianze dirette di chi già sta lavorando con successo all'Enoturismo come asset strategico della propria Cantina.

I primi 3 Webinar si sono recentemente conclusi con successo per oltre 70 Cantine e operatori dell'accoglienza friulani, promossi da **PromoTurismo FVG** e dalla **Strada del Vino e dei Sapori** della Regione. I prossimi Webinar si svolgeranno per il territorio lombardo grazie a **UnionCamere Lombardia**, che ha subito aderito al Progetto collaborando anche alla produzione del video informativo. Sarà poi la volta del Piemonte a favore dei Produttori del **Consorzio Tutela del Gavi** e degli Operatori dell'accoglienza del territorio, nell'ambito del Progetto '**Destinazione Gavi**'.

Il Nuovo Enoturismo conta sulla collaborazione de **Il Corriere Vinicolo** che sta dedicando a questo tema '*Wine in Tour*', un vero e proprio giornale nel giornale, per approfondire tutti gli aspetti di questo asset economico importante per molte aziende, non solo vinicole, del nostro Paese.

Dal *Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2020* emerge che i MILLENNIALS (i nati tra il 1981 e il 1996, oggi 24-39enni) sono stati i principali trascinatori della crescita del Turismo enogastronomico a livello mondiale. Nel "prossimo domani" i turisti a cui riferirsi saranno la GENERAZIONE Z, i 'superfoodie' nati dopo il 1997, fortemente interessati alla vacanza enogastronomica come esperienza unica e memorabile. Questo è un pubblico che si documenta prevalentemente per via digitale, l'80% di loro ha visitato una destinazione o ha partecipato ad un'esperienza a tema in seguito a informazioni tratte da video, post e recensioni pubblicate in rete.

Se in tempi 'normali' **la wine experience** si viveva prevalentemente in cantina, ora in tempo di covid-19 **sarà sempre di più anche in vigna** dove ci sono naturalmente gli spazi per il distanziamento. *L'edutainment* - con vendemmia didattica, picnic tra i filari e degustazioni "open air" che coinvolgono anche le eccellenze agroalimentari del territorio - è un aspetto sempre più importante della nuova offerta enoturistica: un'esperienza semplice ed empatica, ludica ed educativa, sostenibile.

IL NUOVO ENOTURISMO

The Round Table progetti di comunicazione - Milano

Coordinamento: Virginia Piazza – virginia.piazza@theroundtable.it

Ufficio Stampa: Chiara Fossati – chiara.fossati@theroundtable.it – 347.7362313

www.ilnuovoenoturismo.it



I WEBINAR 'IL NUOVO ENOTURISMO: ISTRUZIONI PER L'USO'

Il programma e i contenuti di massima - la durata di ogni giornata è di circa 90'

Giornata 1

- saluti istituzionali dell'Ente promotore
- importanza strategica dell'Enoturismo per la produzione vinicola e il marketing territoriale

Modulo I - L'Enoturismo messo in pratica.

- l'impatto per il pubblico e gli operatori del settore con il Decreto del 2019 e la SCIA
- vincoli e attenzioni contenute nel Decreto, la sicurezza e le procedure amministrative
- l'ospitalità in Vigna nel tempo del coronavirus

Modulo II - L'Enoturismo come connessione col territorio.

- fare rete con il territorio e le DOP, individuando gli obiettivi comuni: dove la destinazione incontra l'origine.
- interagire con gli ospiti raccontando cronaca e 'storie'
- dove finisce un territorio? Interagire con i territori limitrofi

Giornata 2

Modulo III - L'Enoturismo come ospitalità.

- come organizzare l'ospitalità in Cantina e nelle strutture di accoglienza
- dal prodotto all'esperienza, con una visione internazionale
- Indicazioni e prospettive nel tempo del coronavirus

Modulo IV - L'Enoturismo come opportunità commerciale e di comunicazione.

- come 'vendere' l'esperienza enoturistica: il network dei Tour Operator, i Canali commerciali
- le partnership in Italia e all'Estero, Web 2.0, le connessioni con l'e-commerce

Giornata 3

Modulo V - Comunicare l'Enoturismo.

- la comunicazione integrata dell'offerta enoturistica, nel tempo del coronavirus
- identità del brand e valori distintivi, lo storytelling multimediale, gli eventi, i materiali di comunicazione
- comunicare con i Media: l'Ufficio stampa e le Media Relations del vino nell'era digitale

Modulo VI - L'enoturismo online.

- focus sulla comunicazione on-line: il sito internet, i social media,
- le relazioni con i blogger e gli influencer
- l'Enoturismo digitale nel tempo del coronavirus

Al termine di ogni modulo: Q&A, confronto con i partecipanti: casi, esigenze, istanze

Il panel di base dei relatori

- **Francesco Moneta** – Fondatore di *The Round Table* progetti di comunicazione (**Modulo V**)
- **Carlo Giovanni Pietrasanta**- Fondatore *Mov.Turismo del Vino, Resp. MTV Lombardia* (**Modulo I**)
- **Patrizia Marazzi** - *Wine Export Manager, Sommelier, organizzatrice di Wine Experiences* (**Modulo II**)
- **Cristina Mascanzoni Kaiser** – docente di *Wine Hospitality - CUOA School of Business* (**Modulo III**)
- **Giorgio Mariani** – *Incoming Travel Coordinator e Network Developer Frigerio Viaggi Group* (**Modulo IV**)
- **Anna Prandoni**- *Direttore di Gastronomika, Social Media Manager e Influencer* (**Modulo V**)
- **Marco Andreani** – *Digital Strategist e Social Media Manager* (**Modulo VI**)



IL DECALOGO DELL'ENOTURISMO

10 standard minimi per garantire la qualità del servizio enoturistico previsti dal decreto MIPAAFT 2019

- 1) Apertura settimanale o stagionale per almeno 3 giorni**
- 2) Utilizzo di strumenti di prenotazione delle visite preferibilmente online**
- 3) Affissione di cartelli con le informazioni che riporti l'eventuale marchio dell'enoturismo adottato a livello nazionale e o regionale, i dati relativi all'accoglienza enoturistica, ed almeno gli orari di apertura, la tipologia del servizio offerto e le lingue parlate**
- 4) La presenza e l'uso di un sito o pagina web aziendale, anche non gestita direttamente dall'azienda**
- 5) Indicazione dei parcheggi in azienda o nelle vicinanze**
- 6) Materiale informativo sull'azienda e sui suoi prodotti stampato in almeno 3 lingue, compreso l'italiano**
- 7) Esposizione e distribuzione del materiale informativo sulla zona di produzione, sulle produzioni tipiche, sulle attrazioni turistiche, artistiche, architettoniche e paesaggistiche del territorio in cui si svolge l'attività enoturistica**
- 8) Ambienti dedicati o comunque adeguatamente attrezzati per l'accoglienza e per il ricevimento del cliente e per la tipologia di attività**
- 9) Preparazione del personale addetto all'accoglienza**
- 10) L'uso di calici possibilmente di vetro per le degustazioni**

<https://www.youtube.com/watch?v=V9skoMj30jE>