

# IL CORRIERE VINICOLO

## WINE IN TOUR

TEMI, PROBLEMI  
E PROSPETTIVE  
DEL TURISMO DEL VINO  
IN ITALIA

Nasce con queste pagine un nuovo giornale nel giornale, "Il Corriere Vinicolo Wine in tour", dedicato ad esplorare le tematiche, i problemi, le opportunità e le prospettive del turismo del vino nel nostro Paese, con occhio attento a quanto succede a livello internazionale. Così, dopo "DNews" - Il Corriere delle Donne del Vino prende vita un altro "sogno nel cassetto" sul quale lavoravamo da tempo: un giornale dedicato all'enoturismo che nel nostro Paese è diventato ormai un asset economico importante per moltissime aziende. Abbiamo colto l'occasione di questa proposta di collaborazione del Movimento Turismo del Vino della Lombardia per avviare un progetto a cui crediamo molto e che svilupperemo insieme ai contributi, alle idee e suggerimenti che voi lettori vorrete inviarci. Consapevoli che, oggi, non esiste in Italia uno strumento di informazione dedicato a dare voce a questo importante movimento che rappresenta una rilevante realtà economica del comparto. Nelle prossime settimane daremo al nostro nuovo giornale una sua periodicità e organizzazione dei contenuti: siamo certi che diventerà uno strumento utile a tutti gli operatori del settore. Buona lettura!



## L'enoturismo diventa adulto



CARLO PIETRASANTA  
Cofondatore del Movimento Turismo  
del Vino e Vignaiolo

Con l'introduzione nella Legge di Bilancio 2018 dei commi 502, 503, 504, 505 è stato stabilito che in Italia si può svolgere questa importante attività di promozione delle produzioni vitivinicole, oltre che dei loro territori di riferimento. Con l'approvazione del Decreto Attuativo del 12 marzo 2019 a firma dell'ex ministro delle Politiche agricole, Gian Marco Centinaio, tutti i vignaioli italiani - singoli o associati - possono finalmente svolgere questa importante attività alla luce del sole - prima si era costretti ad espedienti diversi, più o meno creativi - previa presentazione della Scia, Segnalazione Certificata di Inizio Attività.

Ma se la presentazione della Scia è un necessario atto formale e amministrativo, ogni vignaiolo ora deve farsi un esame per verificare come sono organizzate le proprie strutture e quali tra le attività enoturistiche vuole e può svolgere, in sintonia con i principi della legge.

Diventare di fatto soggetti che vendono esperienze enoturistiche deve farci capire che per accogliere e far emozionare i turisti dobbiamo impegnarci allo stesso modo del produrre il nostro vino migliore.

Accogliere gli enoturisti è un vero lavoro da organizzare, gestire, promuovere come coltivare le vigne e produrre il vino: proprio per questo motivo abbiamo bisogno di aggiornare la nostra formazione sull'accoglienza per entrare sempre in empatia con i nostri interlocutori.

Spesso sono i dettagli che fanno la differenza, sia nell'accoglienza che nella gestione degli obblighi che le varie leggi ci impongono, vincoli che possono sembrare banali o noiosi ma che se ben gestiti ci consentono di evitare piccoli o grandi inciampi. Mettere i fiori del giusto colore, pensando alla natura e alla nazionalità dei turisti che riceveremo, permette di partire già avvantaggiati nell'entrare in empatia con il cliente/turista; conoscere il lato da dove iniziare a tagliare il salame per conservare sempre la tracciabilità del prodotto ci evita potenziali problemi durante un controllo; poter contare su partner come un tour operator internazio-

nale ci permette di promuovere il nostro turismo "in the world". Sono piccoli dettagli o importanti elementi per rendere più efficace il nostro progetto di enoturismo

Questa pubblicazione realizzata in collaborazione con Il Corriere Vinicolo è uno degli strumenti del progetto "Il Nuovo Enoturismo" - che abbiamo creato insieme a The Round Table - a complemento delle giornate formative pensate per le esigenze dei produttori di vino, momenti di informazione e per meglio sfruttare questa nuova opportunità.

Concludo con un grande GRAZIE a tutti coloro che negli anni scorsi, non per onore di firma ma impegnandosi a fondo, hanno permesso di arrivare a questo importante risultato: la regolamentazione dell'enoturismo.



l'accoglienza in Cantina, in Vigna e nel Territorio



## Perché "Il Nuovo Enoturismo"



FRANCESCO MONETA  
The Round Table  
progetti di comunicazione

Il Nuovo Enoturismo\* è una piattaforma formativa, informativa e di azione che come The Round Table progetti di comunicazione, insieme al Movimento Turismo della Lombardia, abbiamo pensato di organizzare nei mesi successivi alla comunicazione del Decreto sull'Enoturismo promulgato dal Mipaaf: era la primavera del 2019, e il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali aveva anche la T di Turismo. Questa inedita competenza sarebbe durata solo pochi mesi, sufficienti per integrare felicemente per legge le dimensioni agricole e turistiche della nostra produzione enologica, arricchita di altre produzioni agroalimentari, come quella olearia.

Ci siamo resi conto che se il Decreto contiene diversi elementi pratici e strategici per praticare efficacemente il turismo del vino e del cibo, molti degli operatori del settore non ne sono informati, o non sono ancora organizzati per rispondere ai vincoli e alle indicazioni ministeriali, che non sono un elenco di formalità burocratiche e amministrative, rappresentando invece le necessarie azioni che l'enoturismo richiede. In questa avventura siamo stati presto affiancati da partner come Enonaitalus, Frigerio Viaggi e Il Corriere Vinicolo, portatori di competenze complementari.

La legge consente di aprire una finestra su una dimensione della produzione enologica che deve diventare strutturale, non più frontiera praticata dalle cantine più avvedute: "le visite in cantina valgono triplo - mi disse Roberta Ceretto, premiata per saper associare sapientemente il vino e l'arte - perché chi viene a trovarci, sia in quanto wine lover che appassionato d'arte contemporanea, una volta fatto il viaggio vuole acquistare il prodotto di cui ha conosciuto la storia e le modalità produttive. Quando è in visita, spesso già condivide l'esperienza con la propria rete di amici on line. Quando torna nella propria città o nel proprio Paese d'origine, porta con sé un ricordo memorabile, un'esperienza che assicura un valore diverso alla nostra

etichetta, che può essere cercata e scelta sullo scaffale di una enoteca, nel menu di un ristorante o più facilmente con le-commerce. Quella esperienza spesso è condivisa nella propria cerchia di amici, che verranno a cercarci quando sceglieranno anch'essi una vacanza motivata dalla passione per il vino, il cibo e le esperienze che il nostro Paese può offrire, unico al mondo."

Lenoturismo - turismo di esperienze sensoriali e culturali, fondato sulle storie e sulle relazioni - è un fattore trainante del turismo enogastronomico, protagonista di un trend in forte crescita a livello italiano e internazionale. Nasce dalla produzione vinicola e diventa elemento di interesse ad elevato valore aggiunto di diverse "industrie": la produzione agricola e alimentare: oggi il wine lover vuole conoscere non tanto le caratteristiche tecniche del vino, ma gli alimenti del territorio ai quali abbinarlo, oltre che le "storie" di cui è protagonista; la valorizzazione dei beni culturali, dove la cultura sta diventando sempre più "impresa", produce occupazione e diventa un valido alleato delle attività produttive contigue; il turismo delle esperienze, che sostituisce ed evolve il turismo dei luoghi, e produce occupazione e benessere sociale, grazie al fatto che l'Italia è considerata la destinazione più desiderata per esperienze enogastronomiche dai turisti di tutto il mondo. Condizione essenziale è che queste diverse dimensioni sappiano convergere e organizzarsi in reti territoriali la cui governance rimane uno dei fattori critici: anche a queste esigenze vogliamo dare risposta, producendo informazione, opportunità di confronto e soluzioni, insieme agli organismi che già stanno operando, come i Consorzi di tutela, le Città del Vino, gli Enti di promozione turistica territoriale.

## IL VIAGGIO E IL VINO

Il viaggio e il vino condividono analoghe origini, millenarie e radicate nella cultura dell'uomo, ritrovandosi, al giorno d'oggi, uno stesso destino: arricchire il bagaglio esperienziale di donne e uomini curiosi di conoscere, offrendo opportunità di scoperta e piacere di mondi dove natura e cultura, ambiente e uomo, tradizione e innovazione si intrecciano, restituendo dimensioni di vita uniche e per certi versi irripetibili. Ed è proprio questa unicità e irripetibilità di esperienza ed emozione sensoriale la straordinaria ricchezza e forza attrattiva sia del vino che del turismo, una forza che, oggi più che mai, si fonda su competenze, professionalità, impegno e dedizione degli operatori. Che non nascono per caso ma si acquisiscono con un paziente lavoro formativo dove teoria e pratica, benchmark e sperimentazione diretta sono i principali driver del percorso di crescita professionale.

Convinti di ciò, abbiamo accolto con entusiasmo la proposta del Movimento del Turismo del Vino lombardo e The Round Table di partecipare a questo progetto formativo su "Il Nuovo Enoturismo" che parte dalla illustrazione delle novità introdotte dalla recente legge sull'enoturismo, diventata operativa con il Decreto attuativo del 12 marzo 2019 del Ministro delle Politiche agricole, per approdare, però, a un più ambizioso piano formativo e informativo rivolto al moderno operatore dell'enoturismo. Perché, come scrive bene Carlo Pietrasanta, "per accogliere e far emozionare i turisti dobbiamo impegnarci allo stesso modo del produrre il nostro vino migliore (...), accogliere gli enoturisti è un vero lavoro (...) dove i dettagli fanno la differenza".

Quei "dettagli" e quella "differenza" che è necessario imparare a inventare e gestire perché è lì che si nasconde il segreto del successo

GIULIO SOMMA - Direttore de Il Corriere Vinicolo







# L'ospitalità, chiave di volta dell'enoturismo



Su quali elementi investire per accrescere competenze e professionalità e promuovere quindi un'offerta enoturistica di livello, capace di diventare una leva strategica per destagionalizzare, con successo, il business vinicolo?



di CRISTINA MASCANZONI KAISER - titolare di ClubAppeal e di WineHo

**L'**enoturismo è la chiave per far crescere significativamente il fatturato delle cantine destagionalizzando il business vinicolo. L'ospitalità è il driver principale di questo percorso, e per farla nel modo corretto ecco alcuni degli elementi più significativi:

**1.** Formazione del personale sulla corretta reattività e competenze nell'accoglienza sono il primo bisogno di chi cerca un'offerta enoturistica: la sua importan-

za è citata nel 35% dei casi verso il 28% della pubblicità, secondo il XV Rapporto sul Turismo del Vino in Italia realizzato dalle Città del Vino e pubblicato nel 2019.

**2.** La potenzialità dell'enoturismo è enorme se si considera come solo nel 2,7% dei casi gli Uffici del turismo offrono percorsi enoturistici poi praticati dai viaggiatori, mentre nel 67,4% dei casi questa offerta non è presente. Ciò nonostante il volume enoturistico ha generato in Italia 2,5 miliardi di euro per circa 14 milioni di turisti.



**3.** La crescita è verticale: i turisti che hanno compiuto almeno una esperienza enogastronomica con viaggio e pernottamento negli ultimi 3 anni sono cresciuti del 48% tra il 2017 e il 2018, secondo il Rapporto sul Turismo Enogastronomico 2019.



**4.** La spesa media a persona è di circa 85 euro, che salgono a 160 euro se si aggiunge il pernottamento.



**5.** I servizi offerti devono essere orientati al pubblico dell'enoturismo, tipicamente tra i 30 e i 50 anni, che ama evadere dalla città e dedicare a questo svago extra urbano uno o due giorni se italiano, tre-quattro giorni se estero.

Altri elementi chiave per promuovere e accrescere in modo organizzato l'enoturismo sono le sinergie col territorio, l'evoluzione del turismo convenzionale da "turismo per luoghi" a "turismo di esperienze", e soprattutto la formazione, ad esempio per accrescere la disponibilità

di wine hospitality manager, professionisti dell'enoturismo a tutto tondo. Il percorso formativo deve dare spazio anche alla conoscenza dei regolamenti istituzionali – come il Decreto del 2019 che norma l'enoturismo – e alla competenza nel dialogo con le associazioni.

Dando seguito a questo percorso si possono realmente cogliere le potenzialità di un settore in forte crescita, con significativi vantaggi per tutti gli attori della filiera enologica e turistica, producendo nuova occupazione grazie all'inserimento di nuove necessarie competenze professionali.

## Enoturismo: numeri e tendenze

**L'**Italia è la destinazione più desiderata dai gastronomi di tutto il mondo (Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano), e deve organizzarsi per esprimere al meglio il proprio potenziale. Intercettare i wine lovers italiani è il primo obiettivo delle nostre cantine e dei loro territori, ma il grande potenziale deriva dai turisti che vengono dall'estero.



Magda Antonioli

"I turisti internazionali – segnala Magda Antonioli – professore associato all'Università Bocconi, e vicepresidente di Enit (Agenzia nazionale del turismo) – rappresentano un target strategico, ad elevato valore economico, e lo confermano alcuni numeri tratti dall'Ufficio Studi di Enit e dall'European Travel Commission: la spesa per la vacanza enogastronomica è quella che segna il più elevato trend di crescita da parte dei turisti stranieri in Italia, con un incremento del

35,8% tra il 2017 e il 2018, contro ad esempio il +19,8% della vacanza al mare e il +15,9% della vacanza verde e in agriturismo. Ma oltre al trend in forte crescita è da considerare con grande attenzione la spesa pro-capite giornaliera in Italia, pari a circa 149,00 euro, più elevata rispetto alla media europea della spesa pro-capite dei turisti enogastronomici (dati Etc)".

Se un turista su quattro in Italia è mosso da interessi enogastronomici, questa scelta è praticata dal 22,3% dei turisti italiani e dal 29,9% degli stranieri. Per Enit due sono i fattori dell'offerta enogastronomica italiana che danno valore aggiunto al settore: da una parte il legame radicato con i territori e la valorizzazione delle produzioni locali nei piatti, dall'altra la capacità di estendere la stagionalità dei flussi turistici durante tutto l'arco dell'anno, anche verso i mercati long haul. I primi mercati di origine che generano i maggiori introiti per vacanza enogastronomica in Italia sono: Stati Uniti (45,5 milioni di euro), Uk (25,4 milioni), quindi Austria, Svizzera, Francia, Canada, Brasile, Germania, Danimarca, Belgio. I pernottamenti generati nel 2017 dalle vacanze enogastronomiche sono stati 1,5 milioni, cresciuti del 50% nell'ultimo quinquennio. Altre informazioni interessanti provengono dal XV Rapporto sul Turismo del Vino in Italia, recentemente presentato dall'Associazione Città del Vino, che rileva almeno 14 milioni annuali di accessi enoturistici tra escursioni e pernottamenti, e almeno 2,5 miliardi di euro annuali di giro d'affari considerando l'intera filiera enoturistica, dove le cantine e i produttori possono contare sulle numerose iniziative nei Comuni e sui territori per la promozione e il miglioramento dell'offerta enoturistica. Il Rapporto segnala anche alcune criticità: la qualità dei collegamenti, specie stradali; la completezza dei servizi in cantina e in vigna, come l'accessibilità ai disabili; la funzionalità degli organismi territoriali come le Strade dei Vini e/o dei Sapori; l'efficacia delle attività di comunicazione.

**Alcune evidenze riguardo Comuni, cantine ed enoturisti**  
Il Rapporto ha indagato tra i Comuni, le cantine e gli enoturisti. Alcune

evidenze, in ordine sparso sul lato Comuni, che ritengono che l'attività su cui dovrebbero investire gli operatori del settore per migliorare i servizi offerti agli enoturisti è in generale la formazione del personale (33%), seguita dalla comunicazione (28%). Quasi 3 Comuni su 4 tra quelli interpellati hanno realizzato nel 2018 uno o più progetti per promuovere l'attrattività enoturistica del territorio e/o per migliorare i servizi offerti agli enoturisti. L'investimento è anche motivato dal fatto che gli enoturisti che arrivano nel territorio comunale sembrano incidere in media per il 27% del fatturato delle aziende vitivinicole della zona. Gli stessi enoturisti che arrivano nel territorio comunale sembrano incidere in media per il 36% sul fatturato delle altre aziende della filiera enoturistica (ristoratori, albergatori, altri produttori tipici ecc.) L'ascolto delle cantine e dei produttori di vino – per oltre metà il campione è in territorio toscano – indica tre attività primarie nello svolgimento dell'offerta enoturistica: vendita diretta in cantina, degustazioni e visita in cantina. Infine un focus sugli enoturisti, che in oltre la metà dei casi sono escursionisti che si muovono nell'arco della giornata. La Toscana si conferma regione enoturistica più attrattiva d'Italia, con quasi la metà delle preferenze globali (48,41%). Seguono Piemonte, Trentino-Alto Adige e Campania. Questo sondaggio esplorativo indica una spesa media di circa 85 euro per gli escursionisti e circa 160 euro per i turisti, considerando i servizi complessivi dell'esperienza enoturistica: viaggio, vitto, alloggio, acquisto di bottiglie in cantina, acquisto in loco di prodotti tipici ecc.. Il turista del vino si conferma disposto a spendere bene per un'esperienza enoturistica di qualità.





## IL NUOVO ENOTURISMO

l'accoglienza in Cantina, in Vigna  
e nel Territorio

## IL NUOVO ENOTURISMO, IN BREVE

[www.ilnuovoenoturismo.it](http://www.ilnuovoenoturismo.it)

## GLI ELEMENTI ESSENZIALI

### Quali attività sono enoturistiche

Il Decreto sull'Enoturismo del 12 marzo 2019 considera come enoturistiche tutte le attività formative e informative rivolte alle produzioni viti-vinicole del territorio e alla conoscenza del vino, tra cui:

- 1 **Visite guidate nei vigneti**
- 2 **Visite nei luoghi di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, della storia e della pratica vitivinicola ed enologica** (come i Musei del vino)
- 3 **Iniziative di carattere didattico, culturale e ricreativo svolte nell'ambito delle cantine e dei vigneti** (come la vendemmia didattica)
- 4 **Attività di degustazione delle produzioni vitivinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti**, da intendersi quali prodotti agroalimentari freddi, anche manipolati e trasformati dall'azienda stessa e purché pronti per il consumo (NB: sono escluse le attività che prefirano un servizio di ristorazione)

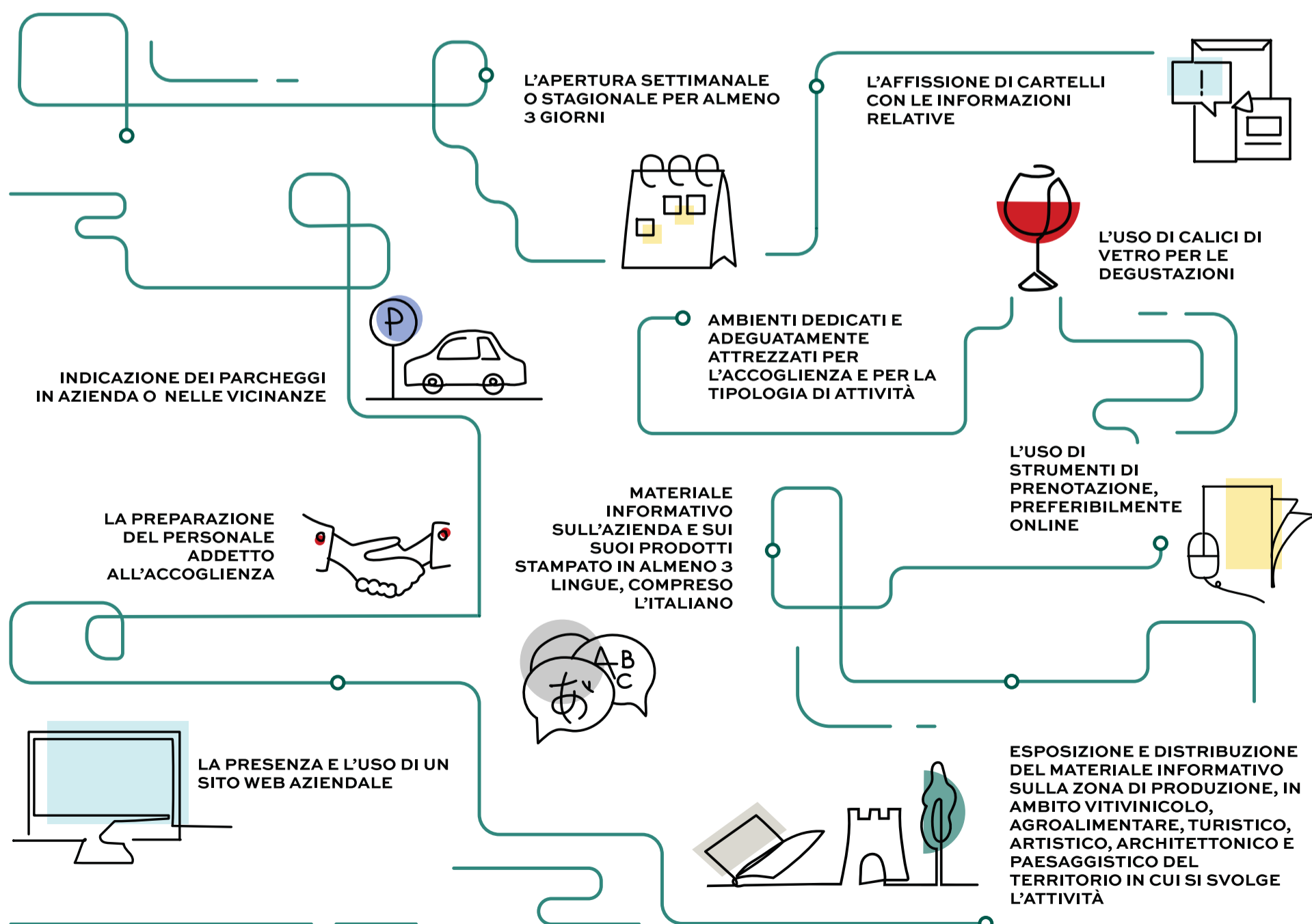
### Le implicazioni fiscali e amministrative

Il decreto in sostanza fa rientrare l'enoturismo nelle attività connesse all'attività agricola come stabilito dall'Articolo 21 35 del Codice Civile, 3° Comma. **Da un punto di vista fiscale quindi la cantina ha la possibilità di mettere costi e ricavi nel bilancio dell'azienda agricola, fatturando gli incassi relativi all'enoturismo.**

[ilnuovoenoturismo.it](http://ilnuovoenoturismo.it)  
Prima di iniziare l'attività occorre presentare la SCIA (segnalazione certificata di inizio di un'attività) presso il portale [www.impresainungiorno.gov.it](http://www.impresainungiorno.gov.it) selezionando il Comune dove si svolgerà l'attività enoturistica.

Si tratta dell'autocertificazione che l'impresa deve presentare quando inizia un'attività che richiede requisiti specifici. Permette di iniziare immediatamente senza attendere i controlli, che l'autorità preposta potrà effettuare nei 60 giorni successivi all'apertura dell'attività. Per ulteriori informazioni consultare il sito: [www.impresainungiorno.gov.it/](http://www.impresainungiorno.gov.it/)

## I 10 STANDARD MINIMI per garantire la qualità del servizio enoturistico rispettando la legge







DAL PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2019

# L'ospitalità smart: le testimonianze di Frescobaldi e Antinori

## Il vino e la comunicazione

Il mondo digital, nella sua più larga accezione, come il sito internet e i social sono un'opportunità straordinaria. Se la missione del vino è avvicinarsi alle persone, è necessario rendere il proprio messaggio e le proprie storie più fruibili, più interessanti, più emozionali. Bisogna saperlo fare, bisogna codificare storie belle che partono dal territorio e dalle persone e poi raccontarle: si avvicinano le persone al mondo del vino anche attraverso questi canali.

Raccontare storie non è semplice, sono parte dei nostri cuori e dei nostri ricordi, bisogna renderle fresche, interessanti, perché la gente in genere vuole questo,

non tanto i dati tecnici del vino, non sono questi a catturare l'attenzione di un visitatore, di un navigatore della rete, di un lettore di giornali.

Oltre a divulgare storie, si costruiscono esperienze portando le persone nelle nostre vigne, nelle nostre tenute, e loro a loro volta le racconteranno ad altre persone.

Questo percorso funziona, è il messaggio che vorrei dare a tutti gli imprenditori e gli operatori del mondo del vino. Dobbiamo rendere il nostro mondo più accessibile, facile da conoscere e da vivere con emozione, perché il vino è emozione.



Filippo Marini / Direttore Marketing Frescobaldi

Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2019 per lo Smart Wine

## Supporti emozionali per amplificare un'esperienza



Il racconto che cerchiamo di veicolare ai nostri consumatori parte dalla storia della famiglia, dal luogo in cui siamo, dalle tecniche di produzione, per concludersi poi con la degustazione. Alla fine il consumatore entra dentro una passione che è la nostra e la condivide fino in fondo. Da un punto di vista teorico i social sono quasi antitetici perché se l'esperienza personale rappresenta il massimo del coinvolgimento, i social invece sono per loro stessa definizione un momento di condivisione. Constatiamo ogni giorno che rispetto al passato e alle generazioni precedenti, soprattutto i giovani o coloro i quali sono più esperti

dell'uso dei device digitali e della rete, le esperienze vengono affrontate già pensando al momento in cui verranno condivise attraverso i social media. Questo ci obbliga naturalmente a fornire ai nostri visitatori tutti quei supporti emozionali nel momento della progettazione dell'esperienza: li aiutiamo già ad entrare nell'atmosfera di quello che poi vivranno, e cerchiamo di abituarli al condividere al meglio quello che hanno vissuto. Quindi i social e gli strumenti digitali sono un'amplificazione dello "Smart Wine nell'Accoglienza": una volta ci si affidava al passaparola, oggi si conta sul passaparola web 2.0.

Alessandra Marini / Responsabile Ospitalità e Accoglienza Cantina Antinori nel Chianti Classico  
Menzione Speciale "Smart Wine nell'Accoglienza" - Premio GAVI LA BUONA ITALIA 2019

## I WORKSHOP FORMATIVI

### Il Nuovo Enoturismo: istruzioni per l'uso

Un nutrito team di professionisti di diverse discipline tocca i vari aspetti che devono essere considerati per organizzare una efficace offerta enoturistica in sintonia con il Decreto sull'enoturismo

"Il Nuovo Enoturismo: istruzioni per l'uso" è il titolo dei workshop formativi che The Round Table e il Movimento Turismo della Lombardia hanno studiato per fornire una risposta pratica ed efficace alle esigenze non solo dei produttori di vino, ma anche degli operatori dell'accoglienza dei rispettivi territori di riferimento.

In una mezza giornata abbondante, eventualmente completata da un educational in una cantina, un nutrito team di professionisti di diverse discipline tocca i vari aspetti che devono essere considerati per organizzare una efficace offerta enoturistica in sintonia con il Decreto sull'enoturismo: dallo scenario italiano e internazionale ai nuovi trend dell'enoturismo; dall'attenzione alla sicurezza e alle procedure amministrative all'ospitalità in vigna e in cantina, fino alle connessioni con il territorio. Quindi la comunicazione e gli eventi, con attenzione ai diversi strumenti off- e on line, e la promozione e vendita dell'esperienza enoturistica, anche in network con i tour operator, e l'integrazione con le-commerce. Non mancano case-stories e testimonianze di chi già sta lavorando con successo all'enoturismo, considerandolo un asset strategico della propria impresa enologica.



### Il Calendario

I workshop sono itineranti, organizzati in collaborazione con le diverse istituzioni e associazioni territoriali di riferimento per i mondi del vino e del turismo.

✓ Il primo ciclo viene avviato l'8 e il 9 di marzo in quattro territori del Friuli-Venezia-Giulia, promosso da **Promo Turismo FVG** e **Strada Vino Sapori Friuli Venezia Giulia**.

✓ Seguono cinque appuntamenti in altrettante province del vino della Lombardia, promossi da **Unioncamere Lombardia**, nel periodo **aprile-maggio 2020**.

✓ Sempre in aprile il **Consorzio Tutela del Gavi** nell'ambito del programma "**Valore Gavi**" ha programmato due workshop "**Il Nuovo Enoturismo: istruzioni per l'uso**" dedicati il primo ai produttori e alle cantine associate, il secondo alle strutture e agli operatori dell'accoglienza degli **11 Comuni della Denominazione del Gavi Docg**, in Piemonte.

Per informazioni e contatti si può fare riferimento al sito [www.ilnuovoenoturismo.it](http://www.ilnuovoenoturismo.it)



IL PREMIO GAVI LA BUONA ITALIA 2020

### DEDICATO A "ENOTURISMO: IL VINO E IL TERRITORIO"

Per la prima volta il Premio Gavi LA BUONA ITALIA - promosso dal Consorzio Tutela del Gavi e dal Laboratorio Gavi e giunto alla sua VI edizione - è dedicato esclusivamente ai 124 Consorzi di Tutela del Vino incaricati dal Mipaaf, riconoscendone la centralità del ruolo per il settore enoturistico.

Si vogliono quindi osservare, valorizzare e premiare le attività svolte dai Consorzi per favorire l'enoturismo, per quanto è possibile osservare on line nei siti, nei social media, con webzine, app e altri strumenti di comunicazione e informazione multimediale, in quanto la competizione turistica ormai si gioca nella rete, perché è nella rete che i turisti si informano, acquistano, si confrontano.

Nel 2020 il Premio Gavi LA BUONA ITALIA si avvale per la prima volta della collaborazione del Met - Master Turismo dell'Università Bocconi di Milano, che contribuisce con informazioni di scenario sull'impatto economico dell'enoturismo e del turismo enogastronomico in Italia, e con una survey ad hoc tra i Consorzi di Tutela del Vino per osservare conoscenza, aspettative, strategie e azioni in materia di enoturismo.

Su questi temi verrà pubblicato il Rapporto "Enoturismo: il vino e il territorio", che sarà oggetto anche di un Inserto speciale prodotto in collaborazione con Il Corriere Vinicolo.

Il 26 giugno 2020, a Gavi, è prevista l'assegnazione del Premio Gavi LA BUONA ITALIA 2020, nell'ambito del "Di Gavi in Gavi Festival 2020" (26-28 giugno 2020)