

ROTALIANA

Il presidente Alois Furlan: «Un anno davvero molto positivo»

Il turismo enologico ha il suo progetto

Il Consorzio turistico ha presentato «Enoturismo»

MARIANO MARINOLLI

FAEDO - Il Consorzio Turistico Rotaliana Königsberg, che annovera tutte le otto Pro loco della Piana, non poteva scegliere una location più azzeccata per presentare il suo ambizioso progetto «Enoturismo»: così mercoledì sera, al Bicigrill di Cadino, l'assessore provinciale al turismo, Michele Dallapiccola, ha tenuto a battesimo l'iniziativa dinanzi ai direttivi delle otto Pro loco, rappresentanti delle cantine, ristoratori e vari operatori turistici.

Nella premessa del presidente del Consorzio, Alois Furlan, sono stati esposti gli esaltanti dati certificati della stagione appena trascorsa che segnano un'autentica impennata rispetto al 2015 e premiano il lavoro delle Pro loco: 37.444 arrivi (+21,6%) e 75.617 presenze (+23%).

Il turismo del vino è una risorsa dalle grandi potenzialità e così dalla Piana rotaliana parte una proposta per la «messa in rete dell'enoturismo» che vedrà coinvolti vari promoter del mondo enologico provinciale: Trentino Marketing, Strada del Vino, tour operator e agenzie di Incoming, Fondazione Mach, ristoranti e agritur, musei, enoteche e, naturalmente, i protagonisti saranno i viticoltori, le cantine e distillerie. Per arrivare a comporre il cerchio saranno contattate tutte le quaranta aziende vitivinicole che operano sul territorio della Piana rotaliana e l'obiettivo è di offrire la possibilità di accogliere i turisti del vino per 365 giorni all'anno. Come? Semplice: si procederà con la stesura di un calendario per tenere aperte, a rotazione, le cantine. Saranno studiati dei cicli di turnazione, co-



me ha spiegato Francesco Anderlini (direttore del Consorzio) per garantire ogni giorno le visite ad una o più cantine e assistere agli eventi proposti nei fine settimana, dove i turisti del vino sono più numerosi. Sarà messa in rete la piattaforma «Enoweb-Trentino» per diffondere il calendario di apertura delle cantine e aziende agricole, percorsi tematici e specifici sul vino, l'offerta di pacchetti vacanze, il calendario degli eventi e dei musei, le proposte di shopping dei vini tipici trentini. Un progetto che parte dalla Rotaliana per estendersi, in futuro, su tutto il Trentino.

L'assessore | Dallapiccola scettico sulla docg

«Ci sono altre prospettive per valorizzare il nostro vino»

FAEDO - Gli esperti insistono nello scrivere sulle riviste di settore che senza una docg (denominazione di origine controllata garantita), una determinata zona del catasto vitivinicolo non potrà mai fregiarsi del blasone conferito ai vini più nobili. E il Trentino, a differenza di Piemonte (che ne conta 17), Veneto (14) e Toscana (11), di zone docg non ne ha nemmeno una. Non sarebbe il caso di farci un pensierino per il futuro del Teroldego? «Non credo che una docg possa accrescere la notorietà del nostro vino - asserisce l'assessore Michele Dallapiccola - poiché non è l'unica opportunità per promuovere una zona vitivinicola. Piuttosto, una strategia sulla comunicazione, che passi anche attraverso i social-web, e una promozione mirata possono suscitare più interesse sul Teroldego e sui vini trentini. Peraltro, c'è da chiedersi se il tessuto produttivo sia disposto ad accettare le restrizioni previste dalla docg e penso che poche sarebbero le nostre cantine interessate ad assumere questo marchio». Però, senza docg, è più difficile far conoscere il Teroldego, o il Müller-Thurgau, al di fuori della nostra regione. «Il Trentino è in grado di gestire un arrivo in massa di turisti del vino? Sarebbe sufficiente il nostro sistema ricettivo? E, pur volendo fare un prodotto di nicchia, esisterebbe la capacità produttiva della docg? Ci sono altre prospettive, forse più convenienti rispetto a una docg, per valorizzare il nostro vino».

M.M.