



VIAGGI & REPORTAGES

CONDIVIDI t f

## Turismo del vino in grave sofferenza

### Il settore è in crisi: analisi tra Toscana e Trentino

(foto copertina.#visitTuscany, le colline del Chianti) - Secondo i dati della Banca d'Italia (2019) i turisti esteri in Italia spendono 12 miliardi all'anno in cibo e vino consumato nei pasti oppure acquistato come shopping goloso. Un autentico motore per la ristorazione e i negozi di tutte le città turistiche. Un motore che oggi è spento.

"Il turismo è la vittima economica principale dell'epidemia covid: un miliardo e quattrocento milioni di viaggiatori l'anno con un business mondiale intorno a 1.300 miliardi bloccato dalla paura. Paura di salire in aereo dove potrebbero esserci dei passeggeri contagiosi oppure di andare in alberghi o ristoranti dove il viaggiatore precedente, forse malato di Covid-19, potrebbe aver starnutito su coperte o cestini del pane" afferma **Donatella Cinelli Colombini**, ideatrice della giornata Cantine Aperte e prima promotrice del turismo del vino in Italia, docente di enoturismo in Master universitari e autrice di tre manuali sulla wine hospitality.

Colombini fa il punto sugli effetti del Covid-19 nelle cantine turistiche italiane. L'evidenza è che perdono business e posti di lavoro. La ripartenza è per loro piena di incognite. "Il turismo del vino è stato ucciso dal Covid" afferma. "Non scordiamoci che fino allo scorso anno metà dei 58 milioni di turisti stranieri in Italia aveva comprato almeno una bottiglia di vino. La crisi del turismo mondiale blocca un business da 1.300 miliardi vuotando aerei, alberghi, ristoranti, agenzie viaggi e cantine che perdono i migliori clienti".

“ E' probabile che nel 2020 i turisti resteranno entro i propri confini nazionali e probabilmente anche gli Italiani faranno viaggi di prossimità. Per questo le destinazioni turistiche dove i viaggiatori sono prevalentemente italiani saranno meno colpite rispetto a regioni, come la Toscana, dove gli arrivi dall'estero hanno percentuali molto alte e fra loro gli Statunitensi sono numerosi (9% degli arrivi totali). "Qui si sta delineando un autentico tracollo. Non dimentichiamo che il turismo estero vale oltre 40 miliardi per l'Italia" afferma **Donatella Cinelli Colombini**. ”

Cerca

NEWS

La censura c'è (ma anche le fake news d'autore)  
Covid e Centri di Rimpatrio  
Bufale d'autore

Fase 2: aumenteranno le nostre solitudini  
di Isabella Bossi Fedrigotti

Eroica: la bellezza dell'impresa  
Vacanze 2020

Covid19, ammetto di non capire  
Pausa Caffè di Manuel D'Elia

Fondazione Caritro, 460 mila euro per la cultura  
Covid Fase 2

Sentieri: occorre fare grande attenzione  
Passeggiate

Riapre il Centro Pecci di Prato

VALSUGANA TRENTINO

Valsugana & Lagorai: Vacanze per tutti i gusti!

SCOPRI LA TUA VACANZA!

NEWSLETTER

ISCRIVITI

PAUSA CAFFÈ

Più grave la situazione in campagna dove il turismo si è sviluppato sotto forma di agriturismo e turismo enogastronomico. "In queste zone, ad esempio, i ristoranti hanno pochissima clientela locale e, rispetto ai colleghi di città non possono usare il delivery come alternativa. Non escluderei che molti decidessero di rimanere chiusi per tutto il 2020" aggiunge.

“ Per le destinazioni del turismo enogastronomico che negli ultimi anni sono cresciute a doppia cifra facendo da locomotore alla ripresa del turismo in Italia, il futuro prossimo appare molto preoccupante. Il Chianti classico, le Langhe, la Valpolicella... hanno costruito un autentico sistema economico sull'attrattiva vino con alberghi e agriturismi, ristoranti, enoteche, cantine aperte al pubblico per visite, degustazioni e vendita diretta. ”

Il settore annovera 25.000 aziende enologiche italiane aperte al pubblico, con 5-8.000 ben organizzate per l'hospitality, con 30.000 dipendenti stagionali addetti all'entoturismo, oltre al personale a tempo indeterminato e ai membri delle famiglie produttrici "Tutte persone che potrebbero rimanere senza lavoro" afferma Donatella Cinelli Colombini. Il contraccolpo dalla mancanza di vendita diretta nelle cantine è calcolato in 2-2,5 miliardi di Euro e costituiscono una liquidità importante per le imprese italiane.

Preoccupazioni anche in Trentino dove si era fatto molto in questi anni. **La Strada del Vino e dei Sapori del Trentino** ha deciso di puntare ad un turismo di prossimità e quindi si è concentrata per studiare attività esperienziali ([www.tastetrentino.it/esperienzegusto](http://www.tastetrentino.it/esperienzegusto)) adatte non solo ad escursionisti o turisti che vogliono arricchire la propria vacanza, ma anche a residenti che desiderano scoprire nuovi angoli del loro territorio. Nel Post-Covid continuerà a produrre eventi di comunicazione del vino.

“ La varietà dei nostri associati ci permette di spaziare e soddisfare varie tipologie di target, dai food-and-winelover agli amanti degli animali, dagli appassionati di cucina a quelli di storia locale in cerca delle tradizioni anche nei piatti che degustano. Le nostre esperienze prevedranno quindi visite guidate in azienda (cantina, caseificio, distilleria, azienda agricola, birrificio, macelleria, etc.), laboratori di cucina, attività didattiche per bambini che permettano agli ospiti di scoprire i segreti dei prodotti trentini, ma anche attività all'aria aperta come picnic dei vigneti o passeggiate nell'olivaia. ”

Ma anche la Strada del Vino Trentino dovrà fare i conti con le disposizioni emanate a livello locale e nazionale. "Questo non ci spaventa dal momento che sin dalla loro genesi sono state studiate per essere organizzate anche solo per piccoli gruppi, come una singola famiglia. In questo momento, poi, stiamo lavorando ad un progetto televisivo per andare dalla Strada alle "case" dei nostri soci attraverso dei brevi video di presentazione in cui potranno raccontarsi a 360 gradi".

Il settore si è intanto reinventato con i servizi a domicilio (in Italia e all'estero), di eccellenze food&wine. A disposizione degli utenti di alcune zone del Trentino, c'è anche il delivery di piatti proposti da alcuni ristoranti. A breve verranno inoltre pubblicate le aziende che offrono la possibilità di acquistare i cosiddetti bond, cene al ristorante, ma anche visite guidate in cantina o proposte vacanza da acquistare in anticipo.

Alla crisi insomma bisogna rispondere con creatività.

[www.giornalesentire.it](http://www.giornalesentire.it) - riproduzione riservata\*

23 aprile 2020

