



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE ED AZIENDALI
"M.FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

"DM 2779-19 ENOTURISMO: NORMATIVA E PRATICHE"

RELATORE:

CH.MO PROF. ANDREA MENINI

LAUREANDO: FILIPPO LEORATO

MATRICOLA N. 1160906

ANNO ACCADEMICO 2019 – 2020

ABSTRACT

Il contenuto di questa Prova Finale riguarda il Decreto ministeriale sull'Enoturismo del 12 Marzo 2019 che consente ad aziende agricole, associazioni e consorzi lo svolgimento in autonomia di attività enoturistiche come degustazioni e visite guidate.

La normativa ha l'obiettivo di incentivare l'enoturismo creando quindi una nuova fonte di business.

Analizzo, in questo elaborato, la normativa sull'enoturismo e la differenza con la Legge sull'agriturismo, analizzo le attività che possono essere svolte grazie al decreto e ne esamino il regime fiscale.

Nella sezione sperimentale controllo la pubblicizzazione svolta da parte dei Consorzi della normativa e dell'enoturismo in generale analizzando successivamente, con un'analisi dei dati, l'influenza della promozione di attività enoturistiche dei Consorzi in Italia sulle relative cantine di appartenenza.

SOMMARIO

Introduzione

Capitolo 1

1. La Normativa

1.1. Differenze rispetto al passato 5

1.2. Analisi della Normativa 7

Capitolo 2

2. Evoluzione dell'enoturismo

2.1. Tipologia di attività svolte 10

2.2. Gli enti promotori 12

Capitolo 3

3. La comunicazione dell'enoturismo

3.1. Differenze mediatiche 14

3.2. Analisi sui Consorzi italiani 18

Capitolo 4

4. Enoturismo e Covid-19

4.1. Analisi del fenomeno e possibili soluzioni 25

Conclusioni

Appendice

Bibliografia

INTRODUZIONE

L'enoturismo è la combinazione di vino e turismo, un percorso che le aziende fanno per il consumatore nel cui si riscopre il territorio locale valorizzando le tradizioni.

È quindi un trend culturale di rilevante importanza che, grazie anche al Decreto Ministeriale 2779-19, sarà destinato a crescere nei prossimi anni.

La valorizzazione dei prodotti enogastronomici italiani ne è il fine ultimo e l'utilizzo dei media e delle nuove tecnologie apporta un rilevante contributo per il raggiungimento di questo obiettivo.

Il settore vitivinicolo rappresenta il Made in Italy ed è un elemento fondamentale dell'economia italiana. Grazie alla rilevanza di questo settore i pionieri dell'enoturismo in Italia stanno già ottenendo dei risultati evidenti e sono in grado di incoraggiare anche le più piccole realtà del Paese.

L'obiettivo di questa Prova Finale è l'analisi delle differenze presenti nel territorio italiano sulla comunicazione del Decreto in questione e, più in generale sulla diffusione dell'enoturismo, verificando quanto influisca il contributo degli enti locali sullo sviluppo di questo settore.

CAPITOLO 1: LA NORMATIVA

Differenze rispetto al passato

Il Decreto ministeriale 2779-19 definisce come enoturistiche tutte le attività formative ed informative rivolte alle produzioni vitivinicole del territorio e la conoscenza del vino, con particolare riguardo alle indicazioni geografiche (DOP, IGP) nella cui area si svolge l'attività, quali, a titolo esemplificativo, le visite guidate ai vigneti di pertinenza dell'azienda, alle cantine, le visite nei luoghi di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, della storia e della pratica dell'attività vitivinicola ed enologica in genere;

Possiamo inoltre trovare come esempi di attività, nell'articolo del sito OCM Vino (2019), le iniziative di carattere didattico, culturale e ricreativo svolte nell'ambito delle cantine e dei vigneti, ivi compresa la vendemmia didattica; le attività di degustazione e commercializzazione delle produzioni vitivinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, da intendersi quali prodotti agro-alimentari freddi preparati dall'azienda stessa, anche manipolati o trasformati, pronti per il consumo.

Il nuovo Decreto di fatto va a modificare la legge più generale sull'agriturismo (Legge 20 Febbraio 2006) aggiungendo norme e dettagli specifici per il settore del vino.

Ma quali sono le differenze principali con l'attività agrituristica?

La più rilevante, descritta nell'articolo di Matteo Giusti (2020), è la possibilità dell'attività enoturistiche di essere svolta anche da associazioni come Strade del Vino, Consorzi di tutela e cantine sociali e quindi non solo dalle Aziende Agricole.

La giornalista Loredana Sottile (2017) specifica che: «Lo svolgimento di questo tipo di attività è consentito anche alle aziende di imbottigliamento se situate in zone di vini Doc, Docg e Igt.» Questo Decreto colma il vuoto legislativo che vi era in precedenza infatti questo tipo di attività nel passato erano permesse dal Codice Civile art. 2135 il quale include nella fattispecie di attività agricola le «... attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale.»

Proprio a causa dell'ambiguità di questo articolo in precedenza era stata redatta la legge per regolarizzare le attività agrituristiche.

Precedentemente l'unica legge che più specificatamente definiva le attività enoturistiche era il Decreto del Fare (legge 98/2013) secondo la quale «...devono essere rispettate le norme igienico-sanitarie e non può essere effettuata l'attività di somministrazione».

La legge vietava quindi la somministrazione dei vini e l'unica possibilità per farlo era dunque avere una licenza winebar, con la quale si possono somministrare i prodotti e consentire ai clienti di consumarli in loco.

L'ottenimento di quest'ultima prevedeva però un iter burocratico lungo, il quale scoraggiava gli interessati all'avvio di questo tipo di attività.

Con la nuova legge invece, si dovrà soltanto presentare apposita SCIA (acronimo di Segnalazione Certificata Inizio Attività) al proprio Comune.

Nella struttura giuridica della SCIA, come esplicitato nello Sportello Unico Enti Locali Valle d'Aosta*, è l'imprenditore segnalante che si assume la responsabilità di quanto dichiarato di fronte alla Pubblica Amministrazione e ai terzi. Esso non dovrà quindi attenersi ad alcuna autorizzazione, nulla osta o permesso che dipende dall'accertamento dei requisiti e dei presupposti previsti dalle norme di settore.

Inoltre, come in precedenza stabilito dalla Legge del Fare, ci si dovrà attenere alle norme igienico-sanitarie e alle idoneità dei locali.

* Sito del Consiglio Permanente degli Enti Locali consultato il 9 Settembre 2020 disponibile su:
<http://www.sportellounico.vda.it/datapages.asp?id=545&l=1>

Analisi della normativa

Dal punto di vista fiscale, come spiega Loredana Sottile (2019), questa nuova legge consente di fatturare le attività enoturistiche utilizzando la stessa disciplina delle attività agrituristiche.

Come riportato da Gian Paolo Tosoni (2019), capiamo che: solo nel caso in cui l'attività di enoturismo viene svolta dal medesimo soggetto che svolge l'attività agricola principale, trovano applicazione le disposizioni fiscali previste dall'articolo 5 della Legge 413/1991 ovvero quelle dell'attività di agriturismo citate in precedenza.

Nello specifico, le imposte dirette sono calcolate sul 25% dell'ammontare dei ricavi e non sul reddito imponibile (differenza tra ricavi e costi) questo avvantaggia l'imprenditore nel caso in cui i costi siano inferiori al 75% dell'ammontare dei ricavi.

Per l'Iva invece vi è una detrazione del 50% dell'Iva applicata sulle operazioni attive.

Sono però previste due eccezioni:

- il regime ai fini delle imposte dirette non si applica ai soggetti IRES ovvero alle società di capitali;
- il regime ai fini dell'Iva si applica solo ai produttori agricoli che svolgono l'attività nell'ambito di un'azienda agricola.

Nel primo articolo del testo normativo del DM 2779-19 si fa riferimento alla definizione di linee guida per gli standard minimi di qualità e quindi alle produzioni vitivinicole.

L'attività enoturistica è racchiusa nelle attività agricole di connessione secondo l'art. 2135 del Codice Civile e comprende: le attività formative e informative rivolte alle produzioni vitivinicole del territorio e la conoscenza del vino.

Nel secondo articolo vengono definiti i requisiti e standard minimi.

Viene regolarizzata l'apertura che deve essere settimanale o stagionale di un minimo di 3 giorni dove si possono comprendere la domenica, giorni festivi e prefestivi.

È necessario inoltre l'utilizzo di strumenti di prenotazione delle visite preferibilmente informatici e si deve posizionare un cartello all'ingresso dell'azienda che riporti i dati relativi all'accoglienza enoturistica ed almeno gli orari di apertura, la tipologia di servizio offerto e le lingue parlate.

Tra i requisiti possiamo trovare l'obbligo di dotarsi di un materiale informativo sull'azienda e sui suoi prodotti in almeno tre lingue compreso l'italiano il quale si deve esporre e distribuire sulla zona di produzione, sulle produzioni tipiche e locali sia in ambito vitivinicolo che agroalimentare, sulle attrazioni turistiche, artistiche, architettoniche e paesaggistiche del territorio in cui è svolta l'attività;

A riguardo degli spazi, si devono indicare nel sito internet i parcheggi in azienda o nelle vicinanze e si devono predisporre ambienti dedicati e attrezzati per l'accoglienza e la tipologia di attività svolta. Il personale deve essere dotato di formazione e competenza anche sulle caratteristiche del territorio ed essere composto dal titolare dell'azienda o i familiari che lavorano "abituamente e prevalentemente" nell'azienda, dai dipendenti dell'azienda e dai collaboratori esterni;

Le attività di degustazione e commercializzazione devono essere svolte da parte del personale citato in precedenza e la prima attività necessita di calici in vetro o altri materiali purché non siano alterate le proprietà organolettiche del prodotto;

Nel Decreto troviamo inoltre lo standard minimo dello stato dei prodotti agro-alimentari della degustazione i quali devono essere preparati, manipolati o trasformati dall'azienda stessa.

Inoltre, questi prodotti devono essere freddi, rispettare le condizioni e requisiti igienico sanitari e legati alle produzioni locali e tipiche della Regione in cui l'attività è svolta.

Possono essere prodotti agroalimentari tradizionali, di montagna e di denominazione DOP, IGP, STG che rientrano nei sistemi di certificazione riconosciuti dalla UE.

Devono poi appartenere all'elenco nazionale pubblicato ed aggiornato annualmente dal Ministero delle politiche Agricole Alimentari Forestali e del Turismo della Regione in cui è svolta l'attività agrituristica.

I piatti serviti devono essere quindi freddi per differenziare queste degustazioni dall'attività di ristorazione.

Questo ultimo vincolo può essere aggirato dalla normativa sullo Street Food introdotta dalla legge di Bilancio 2018 con il comma 499. Essa prevede la possibilità di vendere prodotti agricoli anche manipolati o trasformati, già pronti per il consumo, mediante l'utilizzo di strutture mobili nella disponibilità dell'impresa agricola anche con modalità itinerante su aree pubbliche o private purché non vi sia il servizio assistito (servizio al tavolo).

Data l'ambiguità, questo tipo di attività vengono fatturate come reddito agrario se i prodotti venduti e consumati sono compresi nell'elenco contenuto nel Decreto ministeriale del 13 Febbraio 2015.

In questo caso bisogna però fare attenzione alle attività che comportano la cottura dei cibi (ad esempio la somministrazione di un panino con salsiccia) perché, non essendo un'attività compresa nel Decreto ministeriale che esplicita le attività connesse, deve escludersi dal reddito agrario.

Le regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano possono promuovere autonomamente, o in collaborazione con le Organizzazioni più rappresentative dei settori vitivinicolo e agroalimentare e con gli enti preposti e abilitati, la formazione teorica-pratica per gli addetti e le aziende.

Possono inoltre istituire, provvedendo con le risorse umane, finanziarie e strumentali e senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, elenchi regionali degli operatori che svolgono attività enoturistiche.

Nella Normativa è stabilita alle Regioni la competenza di definire funzioni di vigilanza, sanzionatorie e di controllo.

Viene specificato che continueranno inoltre ad applicarsi le disposizioni regionali nelle relative materie alle aziende agricole che svolgono attività di degustazione, di fattoria didattica o di agriturismo e viene infine data la possibilità al Ministero di istituire un logo identificativo per l'indicazione facoltativa dell'enoturismo.

CAPITOLO 2: EVOLUZIONE DELL'ENOTURISMO

Tipologia di attività svolte

Se in passato il turismo del vino poteva essere visto come un segmento di nicchia, oggi è diventato un'attrattiva per un pubblico ampio composto sia da esperti e professionisti che da appassionati e curiosi.

Il profilo in cui si riconoscono la maggior parte dei turisti a prescindere dalla provenienza e dall'età è l'individuo eclettico, il quale cerca nel viaggio un po' di tutto e quindi anche di esperienze volte alla conoscenza del vino.

L'enoturismo comprende, oltre alla semplice degustazione, tutta una serie di attività collegate quali: visite aziendali alla cantina di lavorazione, cantina di affinamento e ai vigneti e può estendersi fino allo svolgimento di attività educative come il turismo vendemmiale.

Riferendosi a quest'ultimo, in molte aziende agricole, vengono organizzate delle giornate nelle quali si partecipa attivamente alla vendemmia scoprendone tutte le fasi dalla raccolta alla pigiatura, accompagnati per tutta la giornata dai canti popolari.

Tra le attività svolte troviamo inoltre: degustazioni al tramonto e cene nei vigneti, attività artistiche e di rilassamento psico-fisico, tour e laboratori didattici per l'intrattenimento dei bambini.

Si possono visitare, come riportato nel blog di Roberta Garibaldi*, anche i musei all'interno delle cantine nei quali vi sono illustrazioni che raccontano la storia, gli aneddoti relativi all'azienda e sono illustrati i vini prodotti. Si può inoltre chiedere informazioni ai dipendenti stessi e a volte dialogare anche con il titolare.

In molti casi viene utilizzata la realtà aumentata per illustrare l'intero ciclo di produzione seguendo l'ordine delle stagioni. Per intrattenere l'enoturista vengono create inoltre delle visite sensoriali con degustazioni dalle barrique in cui l'assaggio del vino si abbina alla scoperta degli aromi.

Ultimamente son sempre più comuni i pacchetti turistici che comprendono, oltre all'attività svolta in cantina, pernottamenti in albergo, tour a cavallo, visite con un trenino turistico e infine trekking tra i vigneti.

* Articolo "Enoturismo Turismo del vino in Italia" sul Blog Roberta Garibaldi, consultato il 9 Settembre 2020, disponibile su:

<https://www.robtagaribaldi.it/enoturismo-turismo-del-vino-trend-e-previsioni>

Queste iniziative mirano alla scoperta e valorizzazione del territorio ed essendo di diverse tipologie soddisfano una platea di turisti ampia e con esigenze differenti.



Grafico che raffigura le tipologie di turismo

Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano (2020)

Da questo grafico del Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2020 possiamo notare che il turismo enogastronomico è composto da turismo relazionale, esperienziale e culturale e che questi ambiti hanno importanza a pari livello.

Si conferma quindi l'importanza di far partecipare attivamente il turista, la rilevanza dell'esperienza unica e la necessità di valorizzare la storia della propria azienda agricola e quella del posto in cui è situata.

Come possiamo comprendere dall'analisi di Ciccioli e De Cicco* il turismo del vino si è sviluppato a partire dal 1993 e, in poco più di 10 anni, ha generato un giro di affari di due miliardi di euro l'anno. Esso rappresenta un fattore determinante per lo sviluppo del turismo nel suo complesso.

Le maggiori destinazioni di viaggio sono: la zona del Chianti, Conegliano, l'Oltrepò Pavese, Montalcino, Monferrato e Montepulciano.

Ma cos'ha determinato il successo di questo settore?

La forte domanda di qualità con segni di riconoscimento come DOC e DOCG, la ricerca di un territorio ecocompatibile, il legame tra produzione viticola e storia, tradizione e cultura locale e infine il rapporto diretto con il produttore.

* Articolo "Il marketing del vino" di Ciccioli R. e De Cicco R. sul sito "Le donne del vino", consultato il 10 Settembre 2020, disponibile su:

<https://www.ledonnedelvino.com/wp-content/uploads/2018/03/Enoturismo-e-Strade-del-vino.pdf>

Negli anni 90 gli enoturisti erano raffigurati da sperimentatori, professionisti e curiosi a differenza dei primi anni 2000 in cui vi è il consolidamento di grandi numeri ed essi erano rappresentati da marginali, esclusivisti e modaioli.

I tipi di attività racchiusi nel turismo del vino sono i seguenti:

- Ricettiva come Hotel, residenze rurali, aziende agrituristiche, agri-campeggi;
- Di intermediazione per esempio tour operator e agenzie di viaggio;
- Riguardanti l'ambiente e il territorio per valorizzare le risorse naturali, culturali e sociali;
- La produzione rappresentata da agricoltura e trasformazione dei prodotti;
- L'artigianato, le sagre e fiere, le attività sportive e culturali.

Gli enti promotori

I due enti principali che promuovono l'enoturismo sono: le Strade del Vino e i Consorzi.

La strada del vino è un sistema di offerta turistica che comprende elementi differenti ma allo stesso tempo integrati al fine di avvicinare il mondo agricolo e quello vitivinicolo a quello del turismo.

È un'associazione che racchiude imprenditori agricoli ma anche artigiani e commercianti, istituzioni e associazioni.

La strada del vino collega tutte le risorse del luogo, è uno strumento di informazione, divulgazione e commercializzazione che crea un effetto sulla domanda di enoturismo.

Dall'altro lato il Consorzio agrario è, per definizione del dizionario La Repubblica (2018), una società cooperativa tra agricoltori di una Provincia con lo scopo di favorire l'incremento della produzione e lo smercio dei prodotti.

Come spiega la docente Magda Antonioli (2020) «I Consorzi si attribuiscono un compito strategico, che va oltre il lavoro qualitativo legato alla produzione e abbraccia anche gli aspetti turistici della filiera, partendo dal ruolo di collante tra i produttori associati e gli stakeholders esterni, pubblici e privati.»

Secondo la Legge n.410 del 28 Ottobre 1999 la funzione principale è quella di: «...contribuire all'innovazione e al miglioramento della produzione agricola nonché alla predisposizione e gestione di servizi utili all'agricoltura.»

L'idea di mettere a disposizione di una finalità condivisa le proprie risorse, idee, manodopera e strumentazione mediante strategie comuni ha il vantaggio di conquistare obiettivi che erano più difficoltosi da raggiungere da soli, ottenerli prima del previsto oppure in un modo migliore. Il contratto di Consorzio deve stipularsi per iscritto e deve essere indicato in esso l'oggetto, la durata, gli obblighi e i contributi dei consorziati, i casi di recesso ed esclusione.

Infine, alla base del rapporto consortile non deve esserci concorrenza tra le imprese partecipanti. L'enoturismo è un'opportunità di promozione e di diversificazione delle entrate e i Consorzi svolgono azioni di promozione "diretta" e combinata del prodotto-bottiglia, dei luoghi e della cultura del territorio, verso il mercato domestico e internazionale.

Stando ai dati forniti dal Sole e 24 Ore (2020) il 78% dei Consorzi promuove già adesso l'attività enoturistica delle aziende associate e questa sponsorizzazione avviene principalmente sui profili social (82%), sul sito internet (71%) e in modo più limitato anche ad eventi trade (60%) e consumer (49%).

Possiamo d'altra parte notare nei dati però che ci sono Consorzi sprovvisti del proprio sito internet e che la metà del totale dei Consorzi dispongono di una sezione del sito in lingua inglese.

Dal pensiero del Presidente del Consorzio Tutela del Gavi Roberto Ghio espresso nell'articolo del Sole e 24 Ore (2020), possiamo evincere che ogni azienda agricola presenta delle differenze notevoli in termini di dimensioni e di esigenze dinamiche e il Consorzio deve essere un grande abilitatore del turismo ma necessita dell'appoggio costante delle aziende le quali, ottimizzando l'accoglienza, devono sostenere il lavoro volto a rafforzare la loro reputazione.

Secondo i dati forniti dall'articolo del sito Informa Cibo (2019) possiamo constatare che il 22,3% dei turisti italiani e il 29,9% dei turisti stranieri sceglie l'esperienza enogastronomica.

L'evento più importante e da dove ha avuto origine l'enoturismo in Italia è: "Cantine Aperte" un format consolidato che prevede l'apertura di numerose cantine aderenti all'iniziativa con l'obiettivo di sviluppare e potenziare l'enoturismo nazionale. Nelle ultime edizioni si può assistere anche a spettacoli artistici e musicali e le cantine sono spesso animate da una serie di temi ispirati ai colori del vino, ai fiori, alla cultura e alla natura.

Secondo l'articolo del sito Movimento Turismo Vino (2019) l'enoturismo muove in Italia 14 milioni di persone per un valore complessivo di 2,5 miliardi di euro l'anno.

Il XVI Rapporto sull'enoturismo in Italia (2019) ci dice che a fine 2019 possiamo riscontrare un aumento del 7% di visitatori, passati da 14 a 15 milioni; e un aumento del 6% di giro d'affari, passato da 2,5 a 2,65 miliardi di euro.

CAPITOLO 3: LA COMUNICAZIONE DELL'ENOTURISMO

Differenze mediatiche

Il Decreto ministeriale 2779-19 è stato sponsorizzato principalmente dai blog sul vino e nei siti più rilevanti in materia, come il Movimento Turismo del Vino o il Gambero Rosso, ma l'informazione è stata scarsa o assente nei siti dei vari Consorzi.

Il consorzio del Gavi in Piemonte è stato l'unico a comunicare nel proprio sito web* l'introduzione della normativa. Possiamo notare che il consorzio è infatti molto attivo in questo settore e vuole anche creare la cosiddetta "destinazione Gavi", un programma che mira a promuovere, oltre all'enoturismo, i beni culturali e percorsi naturalistici grazie all'accordo con un tour operator che opera a livello nazionale e internazionale.

Il Consorzio mette in contatto i produttori vinicoli e operatori dell'accoglienza per la creazione di offerte turistiche esperienziali mirate. Prevede inoltre per il futuro

l'organizzazione di workshop formativi e un piano multimediale formato da contenuti per i social media diretto al pubblico degli operatori del settore ed ai winelovers.

Un'attività rilevante che viene organizzata dal Consorzio del Gavi è il "Premio Gavi La Buona Italia" che da sei anni valorizza i Consorzi più all'avanguardia nel settore enogastronomico.

Quest'anno il premio è stato vinto dal Consorzio Tutela del Vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg grazie, come ci riferisce nel suo articolo Monica Coviello (2020), all'orientamento all'estero, all'abilità nel coinvolgere la community di chi ama il Prosecco Docg e il suo territorio e la capacità di fornire informazioni chiare e coerenti ai visitatori.

Guardando nel sito del Consorzio vincitore** si trovano numerosi articoli sull'enoturismo e la valorizzazione del territorio ma non vi sono riferimenti al Decreto in questione.

* Sito del Consorzio del vino Gavi, consultato il 16 Ottobre 2020, disponibile su:

<http://www.consorzioGavi.com/index.php/it/>

** Sito del Consorzio di Tutela del Prosecco Superiore Docg, consultato il 16 Ottobre 2020, disponibile su:

<https://www.prosecco.it/it/?s=DM+2779>

Il quotidiano sull'enogastronomia e turismo Italia a Tavola (2020) ci riferisce che due promotori del Decreto sono stati i vicini Doc Bolgheri e Doc Bolgheri Sassicaia i quali, in collaborazione con il Movimento Turismo del Vino Toscana, hanno organizzato un corso formativo di 50 ore per formare i nuovi addetti.

Nel programma di questo corso possiamo trovare una sezione riguardante il Decreto ministeriale 12 Marzo 2019 e altri argomenti molto correlati come la tutela della Privacy, le caratteristiche richieste dai locali e cenni per la somministrazione, ristorazione e vendita. Questo corso denota la volontà dei due Consorzi di informare e formare su questo argomento. Nei siti web dei diversi Consorzi presenti in Italia possiamo trovare notevoli differenze causate dal fenomeno del turismo di massa che fa concentrare i turisti nelle zone vinicole italiane già famose incrementando il distacco, in numero di turisti, con quelle meno conosciute.

Dalla lista delle principali zone vinicole Italiane* possiamo notare come l'enoturismo si stia diffondendo velocemente in queste zone a conferma del fatto.

Per esempio, il Consorzio del vino Bottacino in Lombardia**, non appartenente a questa lista, presenta un sito in cui non vi è nessun riferimento ad attività enoturistiche e non vi sono i link di tutte le aziende agricole appartenenti al Consorzio quindi possiamo dedurre che quest'ultime non hanno un sito web. Inoltre, le poche cantine che dispongono di un sito lo tengono poco curato e non vi è menzionata nessuna attività di tipo enoturistico.

La mancanza di informazioni la possiamo subito notare anche nel Consorzio tutela vino Malvasia Casorzo d'Asti in Piemonte*** il quale promuove il vino, la storia del luogo e i vigneti ma l'unica cantina a cui fa riferimento presenta un link non funzionante. Non vi è cura quindi del sito da parte del Consorzio anche se, con ulteriori ricerche, possiamo notare la buona volontà della cantina in questione. Essa ha creato un sito web dove possiamo trovare anche diversi percorsi di degustazione.

* Articolo "Le 12 principali zone vinicole italiane" consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:
<https://blog.musement.com/it/le-12-principali-zone-vinicole-italiane/>

** Sito del Consorzio Bottacino D.O.C., consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:
<http://www.consorziobotticino.it>

*** Sito del Consorzio tutela vino Malvasia Casorzo d'Asti, consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:
<http://www.malvasiadicadorzo.it>

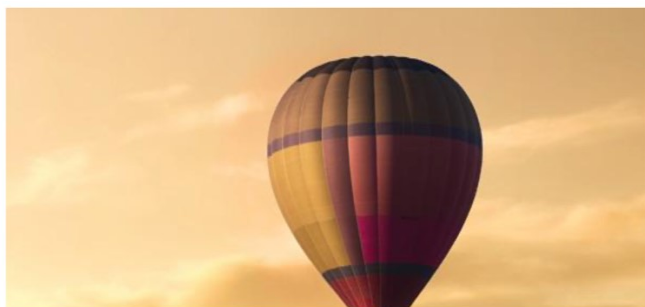
Confrontando questi siti di Consorzi con quello del Chianti Colli Fiorentini* notiamo subito la differenza che intercorre.

In una sezione dedicata vi è la descrizione di diverse aziende agricole con appositi link tra cui il link dell'azienda agricola Malenchini**. Questa azienda dove ospita i turisti e offre degustazioni, esperienze culinarie e itinerari personalizzati. Tra le esperienze che organizza c'è la giornata da WineMaker nella quale vengono spiegati i processi di vinificazione.

Sempre dal Consorzio Chianti Colli Fiorentini troviamo l'Azienda Le Torri*** che organizza esperienze più stravaganti come dei giri nelle colline del Chianti in quad oppure dei tour in mongolfiera.

Questo consorzio caratterizzato dal vino Chianti appartenente alla lista delle principali zone vinicole Italiane è molto più propenso alla sponsorizzazione dell'attività enoturistica rispetto ai due precedenti. Questo può essere anche dovuto dell'enorme flusso di turisti che si recano appositamente in questo luogo grazie alla riconoscibilità internazionale del vino Chianti.

TOUR IN MONGOLFIERA



Tour in mongolfiera rappresentati nella sezione Attività del sito dell'Azienda Agricola Le Torri***

Su richiesta organizziamo voli in **mongolfiera sulla regione del Chianti**, prenotatili all'arrivo in struttura.

L'attività è soggetta a disponibilità e condizioni climatiche.
Prezzi e maggiori informazioni su richiesta.

* Sito del Consorzio del Chianti Colli Fiorentini, consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:

<https://www.chianti-collifiorentini.it>

** Sito dell'Azienda Agricola Malenchini, consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:

<https://medicivilla.com>

*** Sito dell'Azienda Agricola Le Torri, consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:

<https://www.letorri.net/it/>

Consultando il sito web del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino* data la grande popolarità del Vino sia in Italia che all'estero possiamo subito notare che il sito viene tradotto persino in lingua cinese e giapponese e sponsorizza eventi di degustazione e promozione del vino in città di estrema rilevanza internazionale come New York e San Francisco.

Tra gli eventi passati troviamo il “Brunello di Montalcino in tour” tenutosi nelle città italiane Torino e Napoli, evento con degustazioni, seminari e formazione per i commercianti di questa tipologia di vino.

I pionieri dell'enoturismo sono quindi i Consorzi con le tipologie di vino più riconosciute a livello mondiale che si trovano quindi al giorno d'oggi in una situazione di netto vantaggio rispetto a tutti gli altri in termine di esperienza e flusso di turisti.



CONSORZIO DEL VINO
BRUNELLO DI MONTALCINO®

Lingue tradotte nel sito del
Consorzio del Vino Brunello di
Montalcino*

IT EN 中文 日本語

* Sito del Consorzio del Vino Brunello di Montalcino, consultato il 15 Ottobre 2020, disponibile su:
<https://www.consorziobrunellodimontalcino.it/it/home/home>

Analisi sui Consorzi italiani

Vista la rilevanza degli esempi precedenti sono stati analizzati tutti i Consorzi italiani per approfondire la questione allargando quindi lo studio a tutto il Paese.

Nell'analisi sui 135 Consorzi listati nel sito Quattrocalici* sono state considerate numerose informazioni.

Sono stati analizzati i Consorzi rilevando quelli in cui veniva sponsorizzato il territorio circostante, quelli dove c'erano riferimenti al DM 2779-19 e i Consorzi dove venivano organizzati eventi di carattere enoturistico.

È stata utilizzata come fonte di ricerca delle informazioni sui Consorzi il sito internet, strumento utilizzato come biglietto da visita con il quale sia i turisti che i consorziati si interfacciano e trovano facilmente informazioni.

Di tutte queste caratteristiche del fenomeno, l'analisi più rilevante è stata il confronto sul fatto di organizzare o no eventi di tipo enoturistico di due campioni composti da due Consorzi simili ciascuno.

Il primo campione si riferiva a Consorzi che organizzavano eventi di carattere enoturistico e quindi sponsorizzavano il territorio circostante mentre nel secondo campione non veniva organizzato nessun evento e quindi non veniva promosso il territorio circostante.

Sono state poi categorizzate le cantine appartenenti ai Consorzi verificando la caratteristica di svolgere attività enoturistiche o agrituristiche e se disponevano di una sezione per l'e-commerce.

Il primo campione era formato dai Consorzi Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane e il Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese, rispettivamente con 38 e 8 cantine.

Son stati presi in considerazione due Consorzi di dimensioni differenti perché, visto che nei prossimi passaggi verrà calcolata la media dei due Consorzi, si otterranno dei risultati più affidabili rispetto all'analisi di Consorzi di ugual dimensione e, in questo modo, i risultati non saranno condizionati dalle dimensioni dei Consorzi in esame.

Analizzando il sito del primo Consorzio cioè il Consorzio Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane* si nota la sezione itinerari enoturistici dove è illustrato un percorso che mostra le ricchezze artistiche e paesaggistiche della Val Vomano. Vi è inoltre un secondo itinerario che mostra sia opere d'arte di carattere religioso che le tracce delle battaglie nella Provincia di Teramo.

* Sito del portale del vino Quattrocalici, consultato il 2 Novembre 2020, disponibile su:

<https://www.quattrocalici.it/consorzi-di-tutela/>

Possiamo inoltre trovare sul sito una sezione denominata Collaborazioni nella quale ci sono i partner del Consorzio tra cui gruppi e istituzioni con la finalità di promuovere il territorio e sponsorizzare i prodotti agroalimentari della Regione.

Il secondo Consorzio, il Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese**, propone invece diversi eventi come il FreisaFriday, serata con cadenza settimanale dove si svolgono degustazioni, cene a tema e incontri per promuovere i produttori consorziati e i tesori enogastronomici del territorio.

Il primo campione è composto quindi da Consorzi molto attivi nella promozione dell'enoturismo con siti aggiornati con le informazioni dei consorziati.

Per il primo campione è stata ricavata la percentuale di cantine che svolgono attività di tipo enoturistico o agrituristico rapportandole al numero di cantine totale.

Questa percentuale è molto rilevante perché denota l'influenza diretta dell'attività di promozione dei Consorzi sulle cantine.

Dall'analisi son stati ottenuti questi risultati:

Per il Consorzio Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane la percentuale di cantine che svolgono attività di tipo enoturistico o agrituristico sul totale delle cantine rappresenta il 68,4%.

Per il Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese la percentuale di cantine che svolgono attività di tipo enoturistico o agrituristico sul totale delle cantine rappresenta il 75%.

Calcolando la media aritmetica tra i risultati dei due Consorzi, così da avere un campione non condizionato dalla numerosità di cantine, si ottiene il valore 71,7%

Questo è un risultato che conferma la grande influenza del lavoro svolto dai primi due Consorzi sulle aziende agricole consorziate di riferimento.

Nei grafici di seguito possiamo vedere, in tutti e due i casi, l'alta percentuale di enoturismi e agriturismi sul totale delle cantine.

Nello specifico 22 cantine su 38 svolgono attività enoturistiche e agrituristiche nel Consorzio Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane e 6 cantine su 8 svolgono attività enoturistiche e agrituristiche nel Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese.

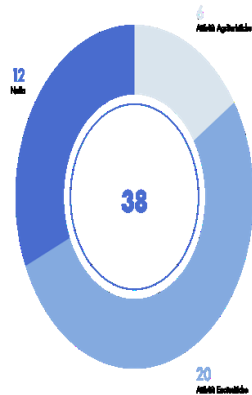
* Sito del Consorzio Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane, consultato il 2 Novembre 2020, disponibile su:

<http://collineteramane.com/it/>

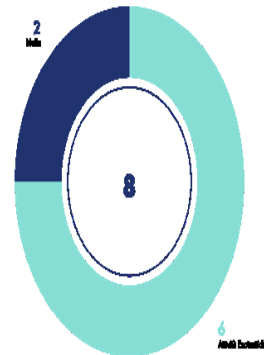
** Sito del Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese, consultato il 2 Novembre 2020, disponibile su:

<http://www.freisadichieri.com>

CONSORZIO MONTEPULCIANO D'ABRUZZO COLLINE TERAMANE



CONSORZIO DOC FREISA DI CHERI E COLLINA TORINESE



Grafici che rappresentano la percentuale di cantine con attività di tipo agriturismo o enoturistico sul totale delle cantine

Nostra elaborazione sullo studio dei 135 Consorzi Italiani

Dopo questa prima analisi è stata studiata la caratteristica dei rispettivi Consorzi di disporre o no della sezione e-commerce. Rilevando anche in questo caso il numero di cantine sul totale che disponevano della compravendita online si sono ottenuti questi risultati:

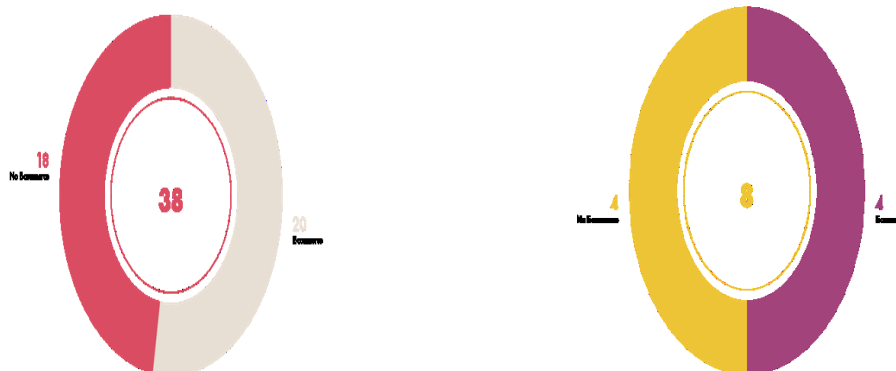
nel Consorzio Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane la percentuale di cantine che vendono prodotti online è del 52,6% mentre per il Consorzio Doc Freisa di Chieri e Collina Torinese rappresenta il 50%.

La media delle due percentuali raffiguranti i due Consorzi risulta 51,3%.

Più della metà delle cantine quindi disponevano già del servizio di compravendita online.

L'e-commerce è di notevole importanza sia per i turisti che per i winelovers italiani i quali possono ordinare il vino della località in precedenza visitata e, in questo modo, le cantine riescono a mantenere i rapporti anche con clienti distanti dal luogo di produzione.

Nel grafico di seguito vengono esplicitati i valori che hanno determinato i risultati.



Grafici che rappresentano il numero di cantine con la sezione e-commerce nel proprio sito
Nostra elaborazione sullo studio dei 135 Consorzi Italiani

Dopo l'analisi del primo campione è stata effettuata la stessa analisi sul secondo campione composto dai Consorzi Vini d'Acqui e Vini Matera DOC con rispettivamente 17 e 7 cantine. Controllando il sito del Consorzio Vini d'Acqui* a prima impressione sembra poco aggiornato. Nel sito possiamo trovare numerose sezioni che parlano di cibi da abbinare ai vini prodotti e riferimenti alla storia del vino ma vi è solo un accenno al territorio.

Non vi è una sezione per gli eventi o per le news e questa è una grande mancanza per un mezzo di comunicazione così rilevante.

Il Consorzio Vini Matera DOC** presenta un sito aggiornato l'ultima volta nel 2007 dove non vi è né la lista delle cantine, né una sezione di eventi. Nel sito vi sono solo informazioni sulle tipologie di vino prodotte e sulle zone di produzione.

Attenendosi alle informazioni ricavate dai due siti possiamo dedurre che questi Consorzi non pubblicizzano il territorio inoltre non organizzano e sponsorizzano attività di carattere enoturistico.

* Sito del Consorzio Vini d'Acqui, consultato il 2 Novembre 2020, disponibile su:

<http://www.brachettodacqui.com>

** Sito del Consorzio Vini Matera DOC, consultato il 2 Novembre 2020, disponibile su:

<http://www.vinomateradoc.it>

Verificando il numero cantine del secondo campione che svolgono attività di tipo enoturistico o agrituristico si sono ottenuti questi risultati:

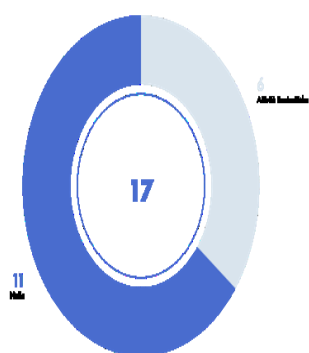
Nel Consorzio Vini d'Acqui la percentuale sul totale delle cantine è del 35,3% e quella del Consorzio Vini Matera DOC rappresenta il 28,6%.

La media aritmetica dei valori rappresentanti i due Consorzi risulta il 31,9%.

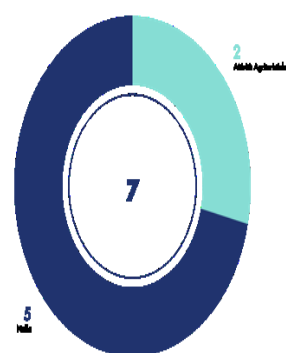
Questo valore è nettamente inferiore al valore 71,7% calcolato nel primo campione che raffigurava Consorzi promotori di attività agrituristiche o enoturistiche.

Nei grafici che rappresentano i dati si può subito notare che, a differenza dei grafici del primo campione, vi è una contrapposizione netta. Questa è dovuta al numero inferiore di cantine che dispongono di attività di tipo enoturistico o agrituristico.

CONSORZIO VINI D'ACQUI



CONSORZIO VINI MATERA DOC



Grafici che rappresentano la percentuale di cantine con attività di tipo agrituristico o enoturistico sul totale delle cantine

Nostra elaborazione sullo studio dei 135 Consorzi Italiani

Analizzando la variabile e-commerce sul secondo campione sono stati ottenuti questi risultati: le cantine del Consorzio Vini d'Acqui che dispongono della compravendita online rappresentano il 17,7% del totale.

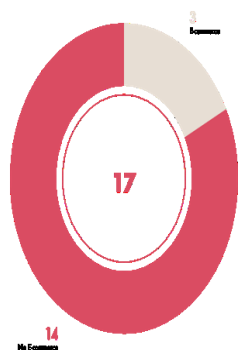
Nel secondo Consorzio Vini Matera DOC le cantine che dispongono dell'e-commerce sono il 28,6% del totale.

Ricavando la media delle percentuali dei due Consorzi il risultato ottenuto è del 23,1%.

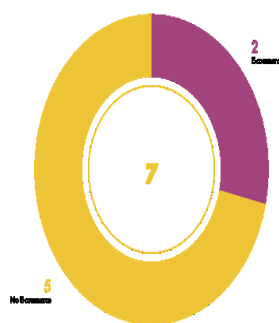
Se confrontiamo i risultati della variabile e-commerce di questo campione (23,1%) con quelli ottenuti nel primo campione (51,3%) vi è un netto distacco che possiamo notare anche nei grafici sottostanti.

In questi grafici è rappresentata una piccola porzione di cantine con il servizio on-line rispetto al primo campione in cui il numero di cantine con la compravendita online rappresentava più della metà delle cantine totali.

CONSORZIO VINI D'ACQUI



CONSORZIO VINI MATERA DOC



Grafici che rappresentano il numero di cantine con la sezione e-commerce nel proprio sito
Nostra elaborazione sullo studio dei 135 Consorzi Italiani

È stata dimostrata quindi l'ipotesi: “Appartenere ad un Consorzio attivo nella sponsorizzazione del territorio circostante che organizza eventi di carattere enoturistico questo influisce sulla percentuale di cantine, appartenenti al Consorzio, che svolgono attività enoturistiche o agrituristiche e sull'aumento dei siti di cantine che dispongono dell'e-commerce.”

Dal database ricavato dall'analisi dei siti web dei Consorzi possiamo inoltre ricavare la percentuale di Consorzi che non dispongono del sito internet. Analizzando i dati abbiamo ottenuto che 35 Consorzi su 135 non hanno un sito web, una percentuale del 25,9% e quindi un dato molto rilevante visto che il sito web al giorno d'oggi dovrebbe essere un requisito fondamentale per un Consorzio.

È stato analizzato poi il numero dei Consorzi che hanno il sito internet ma non dispongono della sezione con l'elenco delle Aziende Agricole.

Dai risultati possiamo notare che 19 Consorzi su 100 cioè il 19% non dispone di questa sezione. La caratteristica di disporre di una lista delle cantine è un elemento fondamentale per l'enoturista il quale, essendo interessato ad una tipologia di vino, la utilizza per confrontare le varie aziende agricole e scegliere quelle da visitare.

È quindi uno strumento che contribuisce alla promozione delle cantine e per questo il Consorzio stesso fornisce spesso, oltre al link funzionante, anche una breve didascalia che descrive l'azienda agricola.

Gianni, il titolare della cantina GianniTessari, della quale vi è successivamente un approfondimento nella sezione appendice, ha un suo punto di vista particolare sull'enoturismo. Secondo la sua opinione il DM 2779-19 è stato redatto per regolarizzare le varie attività di tipo enoturistico svolte in cantina ma non funge molto da incentivo per la creazione di nuove fonti di business a carattere enoturistico. Nella sua realtà trova molti problemi per lo svolgimento di degustazioni, eventi e tour e, nello specifico difficoltà di tipo organizzativo.

Gianni afferma inoltre che: «Chi accoglie gli enoturisti necessita di una struttura adeguata, di personale dedicato e di un flusso costante delle visite. Solo le grandi imprese agricole possono dedicare risorse a questo gestendole autonomamente. Queste ultime, grazie alle possibilità di cui disponevano in precedenza svolgevano attività enoturistiche già prima del Decreto in questione.»

Gloria dell'Azienda Agricola Le Battistelle, cantina che verrà illustrata nella sezione appendice riferisce che numerosi imprenditori agricoli della zona del Soave non vogliono attrezzare la propria struttura per ospitare gli enoturisti e rimandano gli investimenti in questo settore lasciandoli in secondo piano.

Questi impieghi di risorse porterebbero enormi vantaggi a diversi settori dell'economia locale ed in primis alle cantine stesse grazie al flusso di enoturisti che le visiterebbero.

Gloria non ha ricevuto nessuna informazione sul Decreto da parte del Consorzio e questa disinformazione può essere dovuta, anche da una mancata o tardiva comunicazione da parte della Regione.

Nell'articolo di Roberta Garibaldi (2020) viene descritto il comportamento delle Regioni Lombardia e Toscana le quali si sono attivate sin da subito per raggiungere rispettivamente nei mesi di Ottobre e Novembre 2019 grandi traguardi dal punto di vista normativo.

La Regione Lombardia ha infatti emanato il Decreto attuativo con lo schema di Segnalazione Certificata di Inizio di un'Attività e in Toscana è stata licenziata all'unanimità in seconda commissione la proposta di Legge sull'enoturismo che andrà a modificare la Legge regionale 23 Giugno 2003, n.30.

Si può notare in questo articolo la volontà dei Consorzi di riferimento di comunicare il Decreto ai propri consorziati e delle Regioni di agevolarne l'applicazione. Confrontandolo con la testimonianza dell'Azienda Agricola Le Battistelle, viene confermata la situazione di disinformazione presente in numerosi Consorzi Italiani.

CAPITOLO 4: ENOTURISMO E COVID-19

Analisi del fenomeno e possibili soluzioni

Il virus ha bloccato la vendita e distribuzione del vino, questo fattore ha fatto diminuire il numero di clienti diretti della cantina e ha decrementato il vino acquistato da consumatori come enoteche e ristoranti. Per il vino di alta qualità questo è stato un ingente danno.

Da un punto di vista enogastronomico c'è stato un aumento delle vendite online, l'introduzione delle degustazioni digitali e l'incremento del servizio di delivery ma anche l'aumento di vendite delle botteghe di vicinato le quali rappresentano la nostra identità e storia, dove possiamo trovare ingredienti, consigli e spunti sulle ricette del territorio.

La crescita esponenziale del turismo negli ultimi anni è stata la conseguenza del fenomeno di Over Tourism, un problema del settore dell'enoturismo in cui si mira invece all'opposto cioè a ridurre il turismo di massa per l'impossibilità di rendere uniche le esperienze con un ingente numero di persone. Con il distanziamento sociale e quindi con un numero di posti limitati si è potuto aumentare il livello qualitativo delle visite nelle cantine dei Consorzi colpiti dal turismo di massa.

Il Corona Virus ci ha fatto notare la rilevanza della fidelizzazione del frequentatore locale e l'importanza di disporre dei luoghi adatti ad ospitare anche i bambini così da intrattenere tutta la famiglia.

Il Movimento Turismo del Vino e la professoressa Roberta Garibaldi hanno presentato il protocollo internazionale: «Tranquillamente enoturismo linee guida e buone pratiche per un enoturismo

Covid-Free.» (2020) contenente informazioni utili per gestire le visite in cantina in piena sicurezza.

Secondo i dati del Rapporto sul turismo enogastronomico italiano del 2019 gli italiani amano vivere esperienze gastronomiche in Italia. Nel 2019 il 92% dei viaggi degli italiani sono stati nel nostro Paese e il 64% dei viaggiatori vorrebbe conoscere maggiormente il territorio in cui vive.

Il protocollo sulla sicurezza da loro stilato mira ad adeguare le strutture e i servizi di accoglienza salvaguardando la salute delle persone con riferimento alle prenotazioni, all'accoglienza dei clienti, all'adattamento degli spazi in cantina fino alla gestione dei collaboratori.

Secondo il protocollo citato in precedenza, grazie ad un'analisi preliminare sugli effetti del virus, su 262 aziende l'87% di esse dichiara di essere stato molto danneggiato dall'emergenza sanitaria.

Dai dati dell'analisi possiamo notare inoltre che il 50% delle cantine che non disponevano del servizio di vendita online l'hanno attivato proprio in questo periodo forzate dallo stop delle vendite a causa del lockdown.

Anche nell'articolo del sito Italia a Tavola (2020) si afferma infatti: «Quanto più il turista è consapevole del patrimonio enogastronomico del luogo in cui vive, tanto più sarà propenso a ricercare esperienze a tema nel corso dei propri viaggi.»

La Wine Experience che prima si viveva in cantina ora si svolgerà sempre di più in vigna dove, mantenendo le distanze di sicurezza, si potranno degustare i vini.

A questo proposito possiamo citare la cantina Alessandro Benini che quest'estate ha avuto molto successo con il progetto denominato "Luci di Vite" *.

Le vigne sono state addobbate con delle luci per rendere l'esperienza possibile anche nelle calde serate d'estate e sono state posizionate poltroncine e tavolini per coinvolgere, in sicurezza anche gruppi di amici, il tutto accompagnato da un dj che intratteneva le serate.

Molte persone erano eccitate da questa esperienza unica e innovativa che incentivava le realtà locali.

Dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2020 possiamo notare che i millenials (i nati tra il 1981 e 1996) sono stati i principali trascinatori della crescita del turismo enogastronomico a livello mondiale.

Inoltre, i turisti denominati "super foodie" appartenenti alla generazione Z, nati dal 1997 e il 2010, sono fortemente interessati alla vacanza enogastronomica come esperienza unica e memorabile.

Questa tipologia di pubblico si documenta prevalentemente per via digitale e dai dati possiamo vedere che 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.

Nel caso dell'azienda Alessandro Benini la location era infatti "instagrammabile" studiata quindi appositamente per farsi conoscere in poco tempo tra le nuove generazioni che utilizzano quotidianamente i social network.

* Progetto "Luci di Vite" dal sito della cantina Alessandro Benini, consultato il 1° Ottobre 2020, disponibile su:

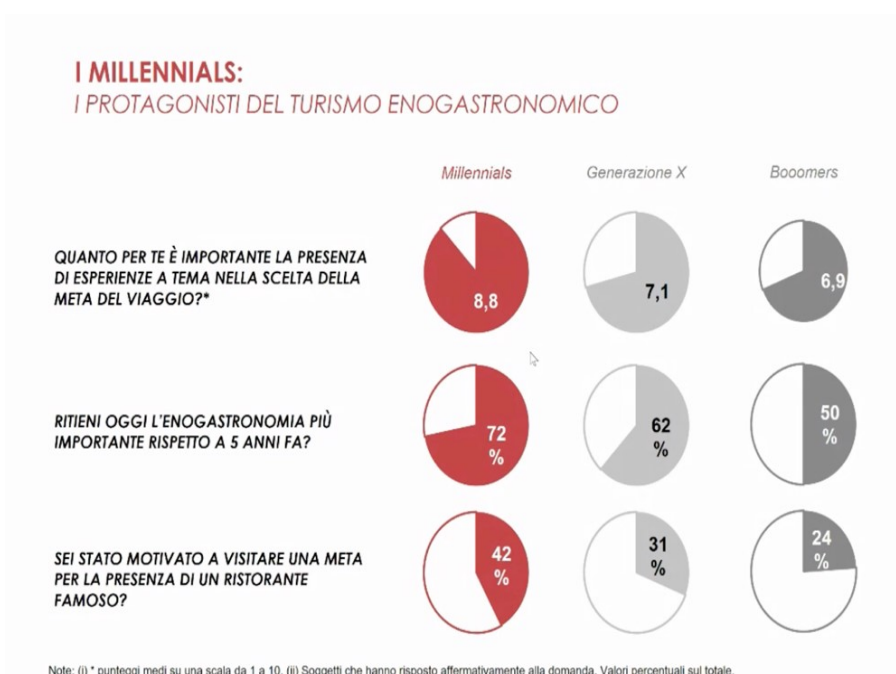
<https://www.alebenini.com/news/2015/10/15/bratwurst-sauerkraut-soup-gyn8x>



“Luci di Vite”: Soluzione adottata dall’Azienda Agricola Alessandro Benini per rispettare il distanziamento sociale.

Come possiamo notare nel grafico qui sotto appartenente al Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2020 per i millenials le esperienze a tema sono molto importanti nella scelta del viaggio e i social influenzano nettamente la scelta del luogo. Per esempio, il fattore: “ristoranti famosi che richiamano la loro attenzione” ne influisce per il 42% molto superiore al 24% della generazione Boomers, nati tra il 1946 e il 1964.

I turisti sono influenzati da parenti e amici, recensioni e post pubblicati sui social media e programmi televisivi, il viaggio enogastronomico inizia quindi, da casa, dal desiderio di conoscenza.



Grafici che raffigurano delle questioni sull’enoturismo poste a persone appartenenti a diverse fasce d’età

Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano (2020)

CONCLUSIONI

L'enoturismo è un turismo tematico molto importante, appartenente al turismo enogastronomico. Un nuovo modo di viaggiare, di scoprire un territorio e le sue tradizioni, è destinato a coloro che vogliono conoscere nuove culture e a tutte le persone in cerca di esperienze emozionali.

Proprio per questi motivi gli enti italiani vogliono diffondere l'enoturismo in tutto il Paese creando esperienze differenti tra loro che siano in grado di valorizzare la biodiversità del territorio italiano.

Dall'analisi dei dati sui Consorzi possiamo quindi notare che la comunicazione delle possibilità derivanti dall'enoturismo presenta due scenari.

Molti Consorzi svolgono numerose attività creando nuove opportunità di business comunicando in modo efficace e rapido le novità alle cantine.

Altri all'opposto sono ancora in una fase embrionale dove anche semplici adattamenti, come l'adozione di un sito web aggiornato, li porterebbero ad un livello comunicativo molto più elevato sia per i turisti che cercano informazioni sul territorio e sulle cantine che per le cantine stesse come strumento per l'aggiornamento costante sulle novità.

Nell'analisi effettuata l'ostacolo maggiore era dovuto alla mancanza dei siti internet di numerosi Consorzi italiani che implicava l'omissione di informazioni rilevanti.

Alla luce di ciò emerge chiaramente la complessità al giorno d'oggi di mappare l'offerta legata a questo settore turistico.

Quando tutti i Consorzi italiani, dotandosi di strumenti di comunicazione adeguati, promuoveranno in modo adeguato le attività di tipo enoturistico, le cantine, grazie al Decreto del 12 Marzo 2019, riusciranno ad incrementare notevolmente il numero di turisti che le vorranno visitare.

In questo modo crescerà il numero delle aziende correlate creando quindi un effetto a catena in grado di sviluppare l'economia locale.

APPENDICE

L'Azienda Agricola GianniTessari guidata da Gianni e la sua famiglia si trova a Roncà, nel cuore della Valle d'Alpone in provincia di Verona.

La fondazione dell'impresa è abbastanza recente perché risale al 2013. I suoi vigneti sono distribuiti in tre zone DOC: Roncà, Soave e Sarego e questi diversi diversi terroir sono anche tra loro complementari.

Il fatturato nel 2019 ammonta a 940 mila euro con un utile netto di 33 mila euro e un rapporto EBITDA/vendite del 4,78%. La Società a Responsabilità Limitata è amministrata da Giovanni Tessari, ha 3 dipendenti ed è controllata da Unione Fiduciaria SPA, società fiduciaria e di servizi delle banche popolari italiane.

Grazie ad un bagaglio di conoscenze maturato lavorando con territori e stili diversi Gianni ha appreso la capacità di ascoltare il terroir, riconoscerne i segnali, intuirne le potenzialità per dare espressione enologica ad un territorio.

Gianni racconta che il wine maker deve basare tutte le sue scelte sull'obiettivo enologico che conosce quindi già in partenza.

In questa azienda vengono svolte attività come tour della cantina e serate a tema nelle quali si abbina alla degustazione del cibo di strada. Si organizzano anche tappe per raduni di auto e moto d'epoca. Gli eventi di questa azienda agricola sono sporadici e molte volte il titolare decide di appoggiarsi ad imprese esterne per lo svolgimento di queste attività. Il suo wine shop è gestito dalle persone che sono nell'ufficio situato a fianco le quali all'occorrenza accolgono i clienti.

Tra gli eventi organizzati possiamo notare: "Durello sotto le stelle" organizzato ad Agosto 2020 dopo il lockdown. L'evento consisteva in una degustazione accompagnata da un menu gourmet creato da uno chef e cucinato in un food truck.

L'evento è stato ideato da un giornalista del Giornale di Vicenza con la collaborazione del Consorzio di Tutela del vino Durello.

L'azienda agricola Le Battistelle è situata nella zona del Soave Classico.

La sua fondazione risale al 2002 quando la famiglia decise di iniziare a vinificare le uve che prima venivano conferite ad una cantina sociale. Il potenziale di questa zona è dovuto dal terreno di origine vulcanica ideale per la tipologia di uva garganega.

L'azienda è una realtà a conduzione familiare che rispetta la tradizione privilegiando la qualità e rispettando la natura utilizzando le sole pratiche agronomiche che si rendono necessarie e limitando quindi l'uso di prodotti fitosanitari.

Negli ultimi anni utilizza un sito immerso nella natura chiamato "Roccolo del Durlo" per svolgere le degustazioni, accompagnando al vino i cibi tipici locali.

Inoltre, l'azienda collabora con il Consorzio Ippostrade Europee che organizza itinerari turistici equestri giornalieri e tour fino a quattro giornate. Questo percorso prevede degustazioni di vini e prodotti tipici in diverse cantine e aziende agricole tra cui l'azienda agricola Le Battistelle.

BIBLIOGRAFIA

DM 2779-19 Enoturismo, Gazzetta Ufficiale del 12 Marzo 2019, disponibile su:

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2019/04/15/19A02460/sg>

Articolo 2135 Codice Civile, disponibile su:

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaArticolo?art.progressivo=0&art.idArticolo=2135&art.versione=3&art.codiceRedazionale=042U0262&art.dataPubblicazioneGazzetta=1942-04-04&art.idGruppo=270&art.idSottoArticolo1=10&art.idSottoArticolo=1

Legge 20 Febbraio 2006, n.96, Gazzetta Ufficiale del 16 Marzo 2006, disponibile su:

<https://www.camera.it/parlam/leggi/060961.htm>

Decreto del Fare 21 Giugno 2013, n.69, Gazzetta Ufficiale del 21 Giugno 2013, disponibile su:

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/06/21/13G00116/sg>

Enoturismo: Cos'è e numeri del Turismo del vino in Italia, OCM Vino del 18 Luglio 2019 disponibile su:

<https://www.ocmvino.it/enoturismo-turismo-del-vino-italia>

Giusti M., Toscana com'è la nuova legge sull'enoturismo, Agronotizie del 5 Febbraio 2020 disponibile su:

<https://agronotizie.imaginenetwork.com/agricoltura-economia-politica/2020/02/05/toscana-come-e-la-nuova-legge-sull-enoturismo/65711>

Sottile L., L'enoturismo e legge ecco cosa cambia punto per punto, Tre Bicchieri del 22 Dicembre 2017 disponibile su:

<https://www.gamberorosso.it/notizie/notizie-vino/l-enoturismo-e-legge-ecco-cosa-cambia-punto-per-punto-2>

Sottile L., Enoturismo: Al via il decreto. Ecco quali sono le linee guida, 14 Marzo 2019, disponibile su:

<https://www.gamberorosso.it/notizie/enoturismo-adesso-si-parte-davvero>

Tosoni G.P., L' enoturismo può rientrare nel regime forfettario, IL Sole e 24 Ore, 27 Giugno 2019, disponibile su:

<https://www.ilsole24ore.com/art/l-enoturismo-puo-rientrare-regime-forfettario-ACX9yZQ>

DM 13 Febbraio 2015, Gazzetta Ufficiale del 13 Febbraio 2015, disponibile su:

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=2015-03-16&atto.codiceRedazionale=15A02038&elenco30giorni=true

Garibaldi R., Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2020, disponibile su:

https://www.tastetrentino.it/uploads/tx_news/RTEI_2020_Trend__Tendenze.pdf

Consorzio Agrario, La Repubblica, consultato il 14 Ottobre 2020, disponibile su:

<https://dizionari.repubblica.it/Italiano/C/consorzio.html>

Rusconi. G., Consorzi del vino: digitale è risorsa chiave per l' enoturismo post Covid-19, 30 Luglio 2020, disponibile su:

<https://www.ilsole24ore.com/art/consorzi-vino-digitale-e-risorsa-chiave-l-enoturismo-post-covid-19-ADERqlg>

Legge 28 Ottobre 199, n. 410, Gazzetta Ufficiale, disponibile su:

https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?atto.dataPubblicazioneGazzetta=1999-11-11&atto.codiceRedazionale=099G0482&elenco30giorni=false

Troiano D., Vinalty, Enoturismo: dal decreto ai prossimi appuntamenti, 9 Aprile 2019, disponibile su:

<https://www.informacibo.it/vinality-enoturismo-dal-decreto-ai-prossimi-appuntamenti/>

Troiano D., Vinalty, Enoturismo: dal decreto ai prossimi appuntamenti, 9 Aprile 2019, disponibile su:

<https://www.informacibo.it/vinality-enoturismo-dal-decreto-ai-prossimi-appuntamenti/>

Enoturismo, il Ministro delle Politiche Agricole e del Turismo ha firmato il decreto, 13 Marzo 2019, disponibile su:

<http://www.movimentoturismovino.it/it/news/nazionali/0/0/1382/enoturismo-il-ministro-delle-politiche-agricole-e-del-turismo-ha-firmato-il-decreto/>

Romeo G., Presentato il XVI Rapporto sull' enoturismo italiano Ripartire ma come?, 10 Giugno 2020, disponibile su:

https://winemeridian.com/news_it/presentato_il_xvi_rapporto_sull_enoturismo_italiano_ripartire_ma_come_.html

Coviello M., Premio Gavi La Buona Italia 2020: vince il Consorzio del Prosecco Docg, La cucina italiana, 15 Luglio 2020, disponibile su:

https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/premio-gavi-la-buona-italia-2020-vince-il-consorzio-del-prosecco-docg/?refresh_ce=

Enoturismo, un corso online per formare nuovi addetti, Italia a tavola, 26 Maggio 2020, disponibile su:

<https://www.italiaatavola.net/tendenze-mercato/vino-beverage/2020/5/26/enoturismo-corso-online-per-formare-nuovi-addetti/67697/#>

Garibaldi R., Decreto enoturismo: nuova normativa ridisegna l'offerta, Blog di Roberta Garibaldi, 27 Aprile 2020, disponibile su:

<https://www.robertagaribaldi.it/decreto-enoturismo-nuova-normativa-ridisegna-lofferta/>

Garibaldi R., Protocollo per l'accoglienza in cantina Covid-19, 26 Maggio 2020, disponibile su:

<https://www.robertagaribaldi.it/protocollo-per-le-cantine/>

Garibaldi R., Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2019, disponibile su:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj3k4qEttnsAhWhsKQKHeYvBAMQFjAEegQICRAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cittadelvino.it%2Fdownload.php%3Ffile%3Dabstract-rapporto-turismo-enogastronomico-2019_64.pdf&usg=AOvVaw1xHhMheMdZN19a5OM

L' enoturismo non perde appeal dopo il Covid, pronto a nuove sfide, 21 Agosto 2020, disponibile su:

<https://www.italiaatavola.net/tendenze-mercato/horeca-turismo/l-enoturismo-non-perde-appeal-dopo-covid-pronto-a-nuove-sfide/69235/>