



**IL NUOVO ENOTURISMO**

l'accoglienza in Cantina, in Vigna  
e nel Territorio

**Buongiorno, benvenuti!**  
**Stiamo accogliendo i partecipanti,**  
**il webinar inizierà tra pochi minuti**



PIEMONTE  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
Piemonte  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
PIEMONTE

REGIONE  
PIEMONTE



the  
ROUND  
TABLE



15  
Giugno  
2021

## CORSO DI FORMAZIONE PER L'ENOTURISMO Il Giornata



### PRATICARE L'ENOTURISMO NEL 2021

#### **Carlo Pietrasanta**

cofondatore Movimento Turismo del Vino e Presidente MTVLombardia

#### **Carmen Caruccio**

Responsabile Area Vitivinicola Coldiretti Lombardia

#### **Sara Passeri**

Wine Hospitality Manager AZ Agr La Ciarliana - Toscana

#### **Alberto Riva**

co-fondatore di BikeSquare

#### **Coordinamento**

#### **Francesco Moneta**

Fondatore The Round Table progetti di comunicazione e Il Nuovo Enoturismo

### QUESTIONS & ANSWERS A CONFRONTO



## **Giornata II**

### **Francesco Moneta**

**The Round Table** progetti di comunicazione  
Fondatore **Il Nuovo Enoturismo**

**L'Enoturismo dopo il Decreto Ministeriale del  
2019: le 10 regole del Nuovo Enoturismo**



In tempo di Covid-19  
**L'Enoturismo è il  
 'Turismo della  
 ripartenza'**

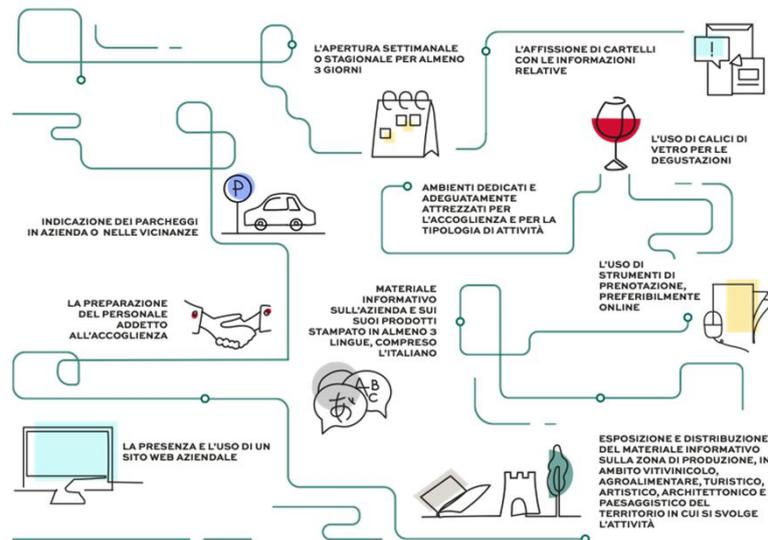


**PREVISIONI DEL TURISMO IN TEMPO DI CORONAVIRUS – PRE, DURANTE E POST LOCKDOWN:**

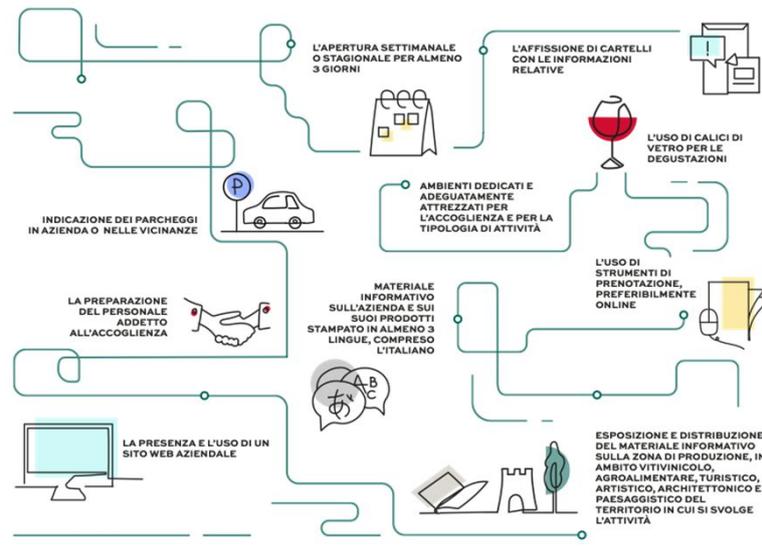
- ❖ TURISMO ITALIANO 'DI PROSSIMITA''
- ❖ TURISMO ACCESSIBILE ECONOMICAMENTE
- ❖ TURISMO TEMPORALMENTE MODULABILE: MEZZA GIORNATA, UN GIORNO, UN WE
- ❖ TURISMO A MOBILITA' SOSTENIBILE
- ❖ TURISMO 'OPEN AIR', VALORIZZANDO L'ESPERIENZA IN VIGNA OLTRE CHE IN CANTINA
- ❖ TURISMO 'ESPERIENZIALE' INTEGRATO CON GASTRONOMIA, CULTURA, AMBIENTE DEI TERRITORI

**Obiettivo: esprimere al meglio il potenziale italiano verso i Wine&Food lovers italiani e internazionali**

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



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





## **Giornata II**

### **Carlo Pietrasanta**

Cofondatore **Movimento Turismo del Vino**  
Presidente **MTVLombardia**

**Organizzare l'accoglienza in Vigna  
in tempo di Covid-19.  
L'esperienza di Vigneti Aperti in Lombardia**



## Come sfruttare la Legge sull'Enoturismo?

### Legge di Bilancio 2018

#### Comma 502

Con il termine « enoturismo » si intendono tutte le attività di conoscenza del vino esercitate nel luogo di produzione, le visite nei luoghi di coltura, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, la degustazione e la commercializzazione delle produzioni vinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, le iniziative a carattere didattico e ricreativo nell'ambito delle cantine.

#### Comma 505

L'attività enoturistica è esercitata, previa presentazione al comune di competenza della segnalazione certificata di inizio attività (SCIA).

### Decreto Attuativo

#### Art. 1 Ambito di applicazione e definizioni

1.....omissis

2. L'attività enoturistica, di cui all'art. 1, comma 502 della legge 27 dicembre 2017, n. 205, è considerata attività agricola connessa ai sensi del terzo comma dell'art. 2135 del codice civile ove svolta dall'imprenditore agricolo, singolo o associato, di cui al medesimo art. 2135 del codice civile.

3. Coerentemente con la definizione di « enoturismo » di cui all'art. 1, comma 502, della legge 27 dicembre 2017, n. 205, sono considerate attività enoturistiche, ai fini del presente decreto, 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 ) nel cui areale 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; 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 e aventi i requisiti e gli standard di cui all'art. 2, commi 1 e 2.



**Come sfruttare la Legge sull'Enoturismo?**



Sinergia a 360° tra le Aziende Agricole Vitivinicole, le Cantine e tutti i soggetti presenti sul territorio.

Insieme devono creare delle vere reti territoriali mettendo nelle condizioni il pubblico dei Turisti di avere informazioni certe, attendibili, facilmente fruibili.

Solo con un vero spirito di squadra che coinvolge tutti gli attori protagonisti si può far fruttare al meglio questa importante opportunità.

**Da Produttori di Vino a Produttori di Esperienze**, una professione da apprendere con l'aiuto di altre professionalità.

A Milano si dice «*Ofele' fa el to meste'*» ...



**Organizzare  
l'accoglienza in  
Vigna in tempo di  
Covid-19**

Mettere a disposizione dei Turisti quello che abbiamo:

- . LA VIGNA
- . LA CANTINA
- . IL TERRITORIO
- . LE STORIE
- . UN TURISMO DI PROSSIMITA', ACCESSIBILE



**Organizzare  
l'accoglienza in  
Vigna in tempo di  
Covid-19**





**Organizzare  
l'accoglienza in  
Vigna in tempo di  
Covid-19**





**Organizzare  
l'accoglienza in  
Vigna in tempo di  
Covid-19**



La 'prova del nove':  
Territori Cantine Vigneti sono 'esperienza'?  
La narrazione aggiunge gusto all'esperienza?  
Un calice di vino è un assaggio di vita?

Le risposte devono essere **SI**.

In questo modo possiamo comunicare l'Enoturismo?

**SI**, se creiamo **EMPATIA**.



**Organizzare  
l'accoglienza in  
Vigna in tempo di  
Covid-19**

Ricordiamoci di trasmettere ai Turisti  
**voglia di ritornare**



**Giornata II**

**Carmen Caruccio**

Responsabile Area Vitivinicola  
**Coldiretti Lombardia**

**Promuovere l'Enoturismo,  
'il turismo della ripartenza', nel 2021**



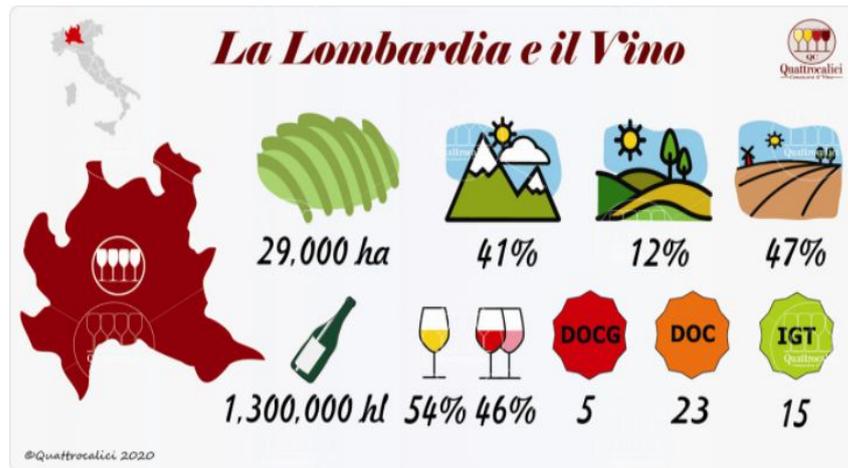
**Cosa rappresenta  
L'Enoturismo per  
noi e per le  
Aziende?**



- **Nuove opportunità per il comparto in termini di valorizzazione del territorio e occasioni di crescita per tutta la filiera**, ma anche occasioni di conoscenza delle attività delle Aziende agricole;
- **Visibilità per le Aziende**: social, fiere, pubblicità non daranno mai la possibilità di vivere un'esperienza, nella propria cantina, tra i propri vigneti dove il turista vive la filosofia, la storia dell'Azienda;
- **Diversificazione dell'offerta di attività** delle Aziende vitivinicole;
- **Sinergia con il settore turistico** e opportunità di creazione di percorsi esperienziali e turistici incentivando il mercato dei viaggi, delle vacanze e del turismo territoriale.

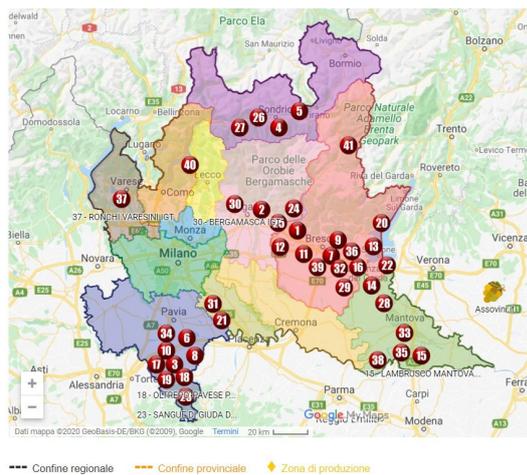


L'Enoturismo in Lombardia:  
il contesto





## L'Enoturismo in Lombardia: il contesto



### LISTA VINI LOMBARDIA

1. Franciacorta DOCG »
2. Moscato di Scanzo DOCG »
3. Oltrepò Pavese Metodo Classico DOCG »
4. Sforzato di Valtellina D.O.C.G. »
5. Valtellina Superiore D.O.C.G. »
  - Sottozona Grumello »
  - Sottozona Inferno »
  - Sottozona Maroggia »
  - Sottozona Sassella »
  - Sottozona Valgella »
6. Bonarda dell'Oltrepò Pavese D.C. »
7. Botticino DOC »
8. Buttafuoco dell'Oltrepò Pavese D.C. »
9. Capriano del Colle DOC »
10. Casteggio DOC »
11. Cellatica DOC »
12. Curtefranca DOC »
13. Garda DOC »
14. Garda Colli Mantovani DOC »
15. Lambrusco Mantovano DOC »
  - Sottozona Oltrepo-Mantovano »
  - Sottozona Viadanese-Sabbioneta »
16. Lugana DOC »
17. Oltrepò Pavese DOC »
18. Oltrepò Pavese Pinot Grigio DOC »
19. Pinot Nero dell'Oltrepò Pavese DOC »
20. Riviera del Garda Classico DOC »
  - Sottozona Valtènesi »
21. San Colombano al Lambro DOC »
22. San Martino della Battaglia DOC »
23. Sangue di Giuda dell'Oltrepò Pavese DOC »
24. Terre dei Colliani DOC »
25. Valcalepio DOC »
26. Valtellina Rosso DOC »
27. Alpi Retiche IGT »
28. Alto Mincio IGT »
29. Benaco Bresciano IGT »
30. Bergamasca IGT »
31. Collina di Milanese IGT »
32. Montenetto di Brescia IGT »
33. Provincia di Mantova IGT »
34. Provincia di Pavia IGT »
35. Quistello IGT »
36. Ronchi di Brescia IGT »
37. Ronchi Varesini IGT »
38. Sabbioneta IGT »
39. Sebino IGT »
40. Terre Lariane IGT »
41. Valcamonica IGT »



Atenei dei prodotti della Lombardia  
Prodotti DOP e IGP

Atenei dei prodotti della Lombardia  
Prodotti DOP e IGP

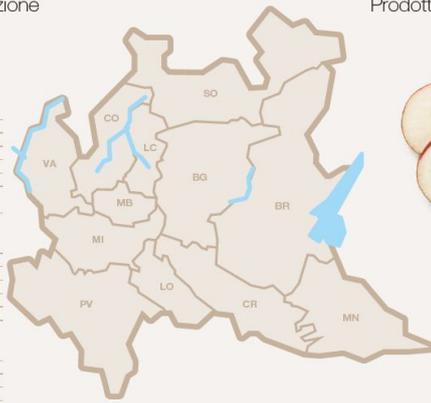


**L'Enoturismo in Lombardia: il contesto**

### Zone di Produzione

### Prodotti DOP e IGP





<p><b>Lecco (LC)</b> Gorgonzola DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Taleggio DOP Salame Brianza DOP Salame Cremona IGP Olio Extravergine di Oliva Laghi Lombardi DOP</p>	<p><b>Varese (VA)</b> Formaggiola del Luliseo DCP Gorgonzola DOP Quartirolo Lombardo DOP Salame Cremona IGP Asparago di Camisalo IGP Miele Varesino DCP</p>	<p><b>Como (CO)</b> Gorgonzola DOP Quartirolo Lombardo DOP Taleggio DOP Salame Brianza DOP Salame Cremona IGP Olio Extravergine di Oliva Laghi Lombardi DOP</p>	<p><b>Milano (MI)</b> Gorgonzola DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Taleggio DOP Salame Brianza DOP Salame Cremona IGP</p>
<p><b>Pavia (PV)</b> Gorgonzola DOP Grana Padano DOP Quartirolo Lombardo DOP Taleggio DOP Salame Cremona IGP Salame di Vazzi DOP Salame d'Oca di Montara IGP</p>	<p><b>Lodi (LO)</b> Gorgonzola DOP Grana Padano DOP Provolaone Valpadana DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Taleggio DOP Salame Cremona IGP</p>	<p><b>Cremona (CR)</b> Gorgonzola DOP Grana Padano DOP Provolaone Valpadana DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Taleggio DOP Salame Cremona IGP Melaone Mantovano IGP</p>	<p><b>Brescia (BR)</b> Gorgonzola DOP Grana Padano DOP Nostrano Valtrompia DOP Provolaone Valpadana DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Stiler DOP Taleggio DOP Salame Cremona IGP Olio Extravergine di Oliva Garsi DCP Olio Extravergine di Oliva Laghi Lombardi DOP</p>
			<p><b>Sondrio (SO)</b> Bitto DOP Valtellina Casera DOP Bresola della Valtellina IGP Salame Cremona IGP Miele di Valtellina IGP Pizzoccheri della Valtellina IGP</p>
			<p><b>Monza e Brianza (MB)</b> Gorgonzola DOP Quartirolo Lombardo DOP Salame Brianza DOP Salame Cremona IGP</p>
			<p><b>Bergamo (BG)</b> Bitto DOP Formi di Miel dell'Alta Valle Brembana DOP Gorgonzola DOP Grana Padano DOP Provolaone Valpadana DOP Parmigiano Reggiano DOP Quartirolo Lombardo DOP Salva Cremasco DOP Stracchini DOP Taleggio DOP Salame Cremona IGP Olio Extravergine di Oliva Laghi Lombardi DOP</p>



**L'Enoturismo in Lombardia:  
il contesto**





**Il percorso  
formativo IL  
NUOVO  
ENOTURISMO:  
come è nato?**



- **Regolamento regionale 24 luglio 2020** fatta salva la possibilità di svolgere l'attività enoturistica a seguito della sola presentazione della **SCIA**, la Regione riconosce i corsi di formazione all'esercizio dell'attività enoturistica tenuti anche dalle associazioni;
- Coldiretti Lombardia ha ricevuto il riconoscimento da parte della Regione per il corso intitolato IL NUOVO ENOTURISMO;
- **L'attestato di partecipazione**, si consegue a seguito di **frequenza del corso per almeno l'ottanta per cento delle ore previste**;
- **Fiscalità e contabilità**, le regole dell'**accoglienza**, la **cultura enologica e gastronomica** del territorio, **l'attività didattica**, il **marketing territoriale**.



### Che cos'è la MULTIFUNZIONALITA'?

Rappresenta il nesso fondamentale tra agricoltura sostenibile, sicurezza alimentare, equilibrio territoriale, conservazione del paesaggio e dell'ambiente, nonché garanzia dell'approvvigionamento alimentare.

**Multifunzionalità:** la stessa attività può avere due prodotti;

### Quindi sono possibili:

- Manipolazione, Conservazione; Trasformazione, Commercializzazione di prodotti ottenuti prevalentemente dalle attività primarie;
- La vendita diretta dei prodotti agricoli;
- Fornitura di beni e servizi utilizzando prevalentemente mezzi impiegati nell'attività primaria;
- Valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale;
- Ricezione e ospitalità;





CIBO



TERRITORIO

IDENTITA'



AGRICOLTURA

CULTURA

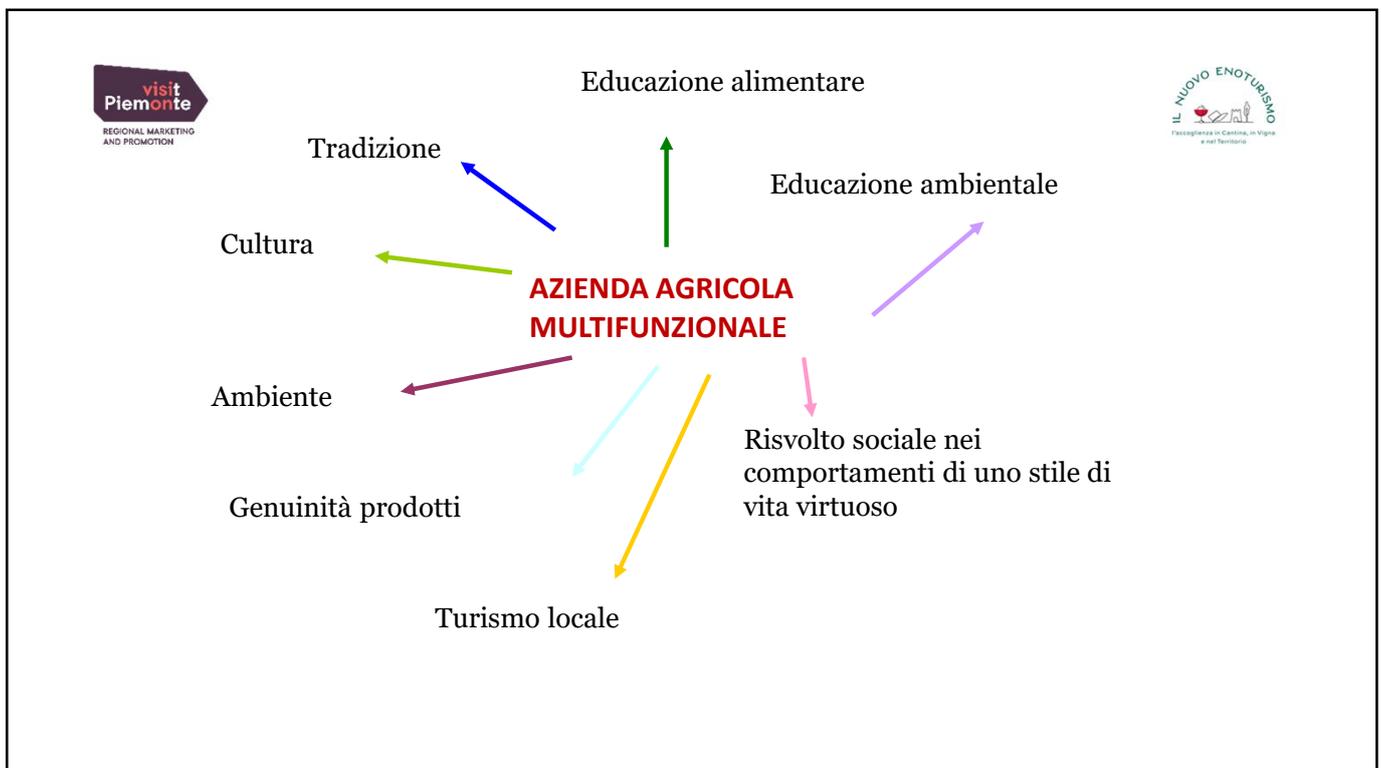


CITTADINANZA ATTIVA

CONVIVALITA'



QUALITA'





### Agriturismo ed Enoturismo

	ENOTURISMO	AGRITURISMO
Attività legate al «vino»	X	
Attività ristorazione classica, pernotta		X
Fattoria Didattica accreditata		X
Agricoltura sociale erogativa		X
Agricoltura sociale inclusiva	X	
Attività ricreative-culturali-educative non solo con tema vino		X
Attività legata al «vino» e servizio agrituristico es. pernotta**	X	X

**PIEMONTE**  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
**Piemonte**  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
PIEMONTE

REGIONE  
PIEMONTE

IL NUOVO ENOTURISMO®



l'accoglienza in Cantina, in Vigna  
e nel Territorio

**10' DI BREAK, A TRA POCO!**

THE  
ROUND  
TABLE



## **Giornata II**

### **Sara Passeri**

Wine Hospitality Manager  
**Az Agr La Ciarliana - Toscana**

**L'accoglienza in Cantina e nelle strutture  
ricettive, con una visione internazionale**



**Il networking con il territorio: cosa possono fare le Istituzioni per le Cantine, e che cosa possono fare le Cantine per le Istituzioni?**

### **Enoturismo risorsa non de-localizzabile di turismo esperienziale, il vino e l'Enoturismo come network di un territorio**



Obiettivo comune degli operatori della medesima denominazione, che insistono con le loro aziende all'interno di uno stesso comune (o comuni), deve essere quello di **trattenere quanto più a lungo possibile il turista in loco**. Perché tanto più a lungo il turista staziona in uno spazio, quanto più a lungo di quello spazio fruisce, creando interazioni che ingenerano flussi economici. Tanto più a lungo soggiorna in un territorio, tanto maggiore è l'indotto economico, virtuoso e fruttuoso, che si crea in quello spazio, appunto. Il prodotto vino non è più solo un oggetto tangibile, non è più solo una bottiglia: è diventato esperienza. Turistica. Fruizione integrata di un 'area geografica.





**Il networking con il territorio: cosa possono fare le Istituzioni per le Cantine, e che cosa possono fare le Cantine per le Istituzioni?**

### Il territorio

Il Terroir è l'insieme di saper far antico dell'abitante di un luogo, che non a caso si definisce "native", delle caratteristiche geografiche, climatiche, culturali, tradizionali, politiche, artistiche, colturali che in maniera intrinseca impregnano, determinano, ingenerano quel prodotto. E' la Cantina: la storia di famiglia, il lavoro, le tradizioni, gli aneddoti.

E' il Sence of Place. Il senso di un luogo: quello per cui vale la pena di viverlo. Il fascino per cui vale la pena di innamorarsene.

È Place of Sence. Quel senso che trasforma un posto, un punto in una mappa, una indicazione geografica in un luogo ove soffermarsi. Ove trascorrere del tempo. Per trarne piacevolezza. Beneficio. Benessere. Suscitando la voglia di scoprirlo, conoscerlo, fruirlo.





**Che cosa rende  
attraente una  
Cantina per i turisti  
italiani e per quelli  
stranieri?**

### **Il vino non è un bene necessario E', per sua natura, una magia.**

Oggi il vino è diventato un prodotto edonistico, artistico ed- anche - turistico. Enoturismo, una condizione fruibile nello spazio della azienda agricola ma anche emozione immateriale ed acquistabile.

La cantina è non più solo luogo di produzione ma oggetto estetico, vocato al bello, da fruire come entità artistica, opera d'arte. Turistica. Molte sono ormai le cantine progettate da famosi architetti, arredate da interior designer e alcune delle cantine d'autore si sono gemellate all'insegna del concetto di fruizione artistico-turistica.

**Il vino non è più solo prodotto ma è  
diventato esperienza.**





**Che cosa rende  
attraente una  
Cantina per i turisti  
italiani e per quelli  
stranieri?**

### Il valore simbolico del vino

Il vino è già una forma di comunicazione, il suo valore simbolico ha raggiunto livelli altissimi. La scelta di un cibo o di un vino comunica tanto di noi. Il vino ed il cibo da sempre hanno, anche, valore simbolico ed emozionale e, oggi come mai, ne stanno acquisendo sempre più.

L'univocità del binomio inscindibile cibo + vino contraddistingue da sempre usi e costumi, consuetudini consolidate. L'univocità del binomio cibo + vino da sempre pregna ed imbeve la cultura, l'arte, la poesia, la religione, il quotidiano.

**Una bottiglia contiene molto più che mosto fermentato.**

**Per il turista è molto di più che una bottiglia di vino.**





**Che cosa rende  
attraente una  
Cantina per i turisti  
italiani e per quelli  
stranieri?**

### **Il vino si vende con gli occhi**

Si deve lavorare sull'empatia, mettersi nei panni dell'altro per far star bene l'ospite, fargli vivere una esperienza memorabile.

Essere coinvolgenti, perché l'ospite possa godere di una esperienza fantastica. Indimenticabile.

La persona preposta all'accoglienza non può essere solo operatore enoturistico: Guest Assistance, Genius Loci, Travel Consultant, Confidente, Vignaiolo Amico, Micro Influencer... e ovviamente sapere le lingue!!!

**Forza comunicativa, espressività,  
eloquenza, capacità di interrelazione,  
bella presenza, affabilità.**





**Come organizzare  
l'ospitalità in  
Cantina e nelle  
strutture di  
accoglienza?**



### La visita

Progettare un itinerario ergonomico. Come guida turistica.

La progressione logica della visita segue il processo produttivo: dalla vigna alla cantina e poi la sala degustazione (da fuori a dentro – dal generale al particolare).

Geo-localizzazione: cominciare la narrazione dando indicazioni su dove si trovano.

Appellation system: spiegare quale sia il sistema valido a livello nazionale delle denominazioni/parametri produttivi.

Grape variety:  
sua maestà il Sangiovese  
(Nobile, Brunello, Chianti).





**Come organizzare  
l'ospitalità in  
Cantina e nelle  
strutture di  
accoglienza?**



### Storytelling dell'azienda (dove farlo)

Entriamo nel vivo: raccontare la storia di famiglia e la brand philosophy.

Focus sull'azienda (biodinamici, convenzionali, anticonformisti, quali i flagship, le peculiarità aziendali). Cosa rende UNICA e irripetibile l'azienda.

Far memorizzare il Logo aziendale.

Raccontare la denominazione locale **DOCG VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO**.



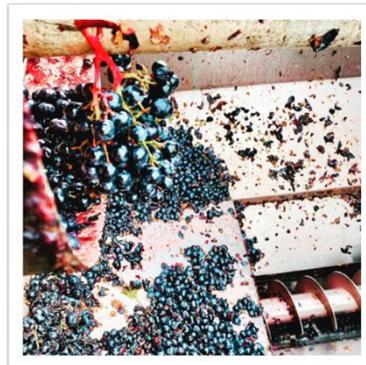


**Come organizzare  
l'ospitalità in  
Cantina e nelle  
strutture di  
accoglienza?**

### **Storytelling di una meraviglia. Le tecniche di cantina.**

La parte più bella del percorso, il racconto della vinificazione, dal conferimento delle uve alla fermentazione: la magia.

Creare empatia, raccontare la fatica, l'impegno, la dedizione, l'emozione di assistere ad una meraviglia che si rinnova ogni anno.





**Come organizzare  
l'ospitalità in  
Cantina e nelle  
strutture di  
accoglienza?**



### **La degustazione. Storyacting. Storyplaying. Wine learning games**

Comunicare [dal lat. comunicare, der. di communis "comune"<sup>1</sup>; nel sign. eccles., dal lat. eccles. comunicare (altari) "partecipare (alla mensa eucaristica)"] - ■ v. tr. 1. **[fare partecipi altri di qualcosa: c. un' idea] ≈ annunciare, confidare, diffondere, divulgare, esprimere, palesare, partecipare, propagare, propalare, riferire, rivelare, trasmettere** ■ v. intr. 1. a. [essere in relazione verbale o scritta con qualcuno, b. [assol., **entrare in comunicazione con altri, istituendo un rapporto di comprensione o partecipazione**] (fonte Treccani)

Insegnare a degustare. Spiegazione dei vini e del come usarli e di come abbinarli.

Il gioco, la dimensione ludico-didattica e le diverse tipologie di degustazione.





**Come si promuove  
efficacemente  
l'Enoturismo?**



### **Enoturismo: come generare i flussi turistici?**

Per veicolare un buon numero di enoturisti verso la cantina, si deve essere davvero appetibili: tra le variegatissime proposte di wine tours nelle aziende della zona il turista dovrà scegliere di prenotare proprio nel vostro territorio, da voi e non altrove!

Ergo si deve essere estremamente attraenti e agevolare la prenotazione.

#### **La Presenza on line**

- Sito (tradizionale o booking engine)
- Social (Facebook Instagram Tik Tok Pinterest; Newsletter, Blog)
- Marketplace

#### **La Presenza on site**

- Network territoriale (strutture ricettive, ristoranti e affini)
- Guide turistiche
- To, Travel Consultant, Agenzie Viaggio
- Fiere di settore





**Come è andato il 2020?  
Che cosa fare nel 2021?**

### **Come è cambiato il turismo al tempo del Covid-19.**

Wine & web tasting. Webinar.

Turismo di prossimità. Turismo di vicinato. Stranieri ed Italiani.

### **Q&A**





**Vi lascio qualcosa di mio: la mia vigna del cuore.  
Vigna 'Scianello'.**

Come il vignaiolo ha il compito etico di curare, conservare la terra per donarla alle generazioni future, consegnarla dalle sue mani nelle mani dei giovani, così l'operatore enoturistico ha il dovere morale di trasmettere ai posteri quel saper fare antico, divulgandolo attraverso il racconto.

Sara  
Passeri

Winery Hospitality: l'Arte  
dell'Accoglienza  
*Come fare enoturismo e vendere più vino  
in cantina*



  
LA CIARLIANA



**Giornata II**

**Alberto Riva**

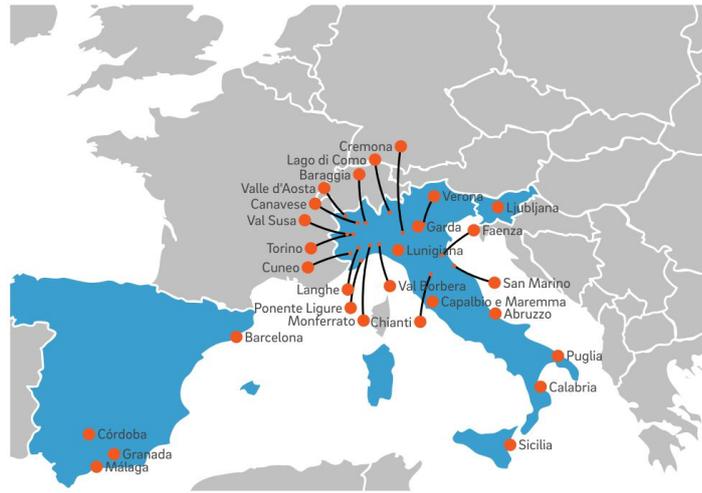
co-fondatore di **BikeSquare**

**Enoturismo + bike & e-bike**



### Dove siamo

Scopri dove puoi divertirti in sella ad una ebike in Italia e in Europa



**30**

Destinazioni



**285**

Percorsi

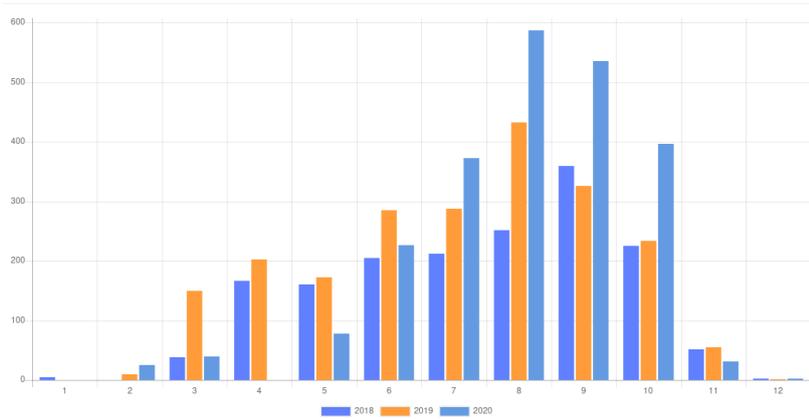


**627**

Partner e Punti di Interesse

## Numeri

Noleggi Langhe 2018-2019-2020





## Numeri



### Provenienza di chi pedala

NAZIONALITÀ/ANNO	2018	2019	2020
ITALIA	75%	64%	84%
DACH	5%	7%	5%
SCANDINAVIA (NO+SE+DK+FI+IS)	6%	6%	0,3%
BENELUX	6%	9%	7,5%
STATI UNITI	1,5%	1%	0%
REGNO UNITO	2%	1,6%	1,2%
FRANCIA	1,2%	1,8%	1,4%
ALTRI PAESI	3,3%	9,6%	0,6%



## La proposta di BikeSquare



### SCARICA

L'app BikeSquare è gratuita ed è disponibile per dispositivi Android e iPhone.



### SCEGLI

Guarda i percorsi BikeSquare e scegli quello che ti ispira di più.



### FATTI GUIDARE

Pedala in tranquillità, l'app ti guida e ti dice dove andare.



### SCOPRI I RISTORANTI

Sosta per il pranzo? scopri dove mangiare lungo il tuo percorso.



### COSA VEDERE?

Pedala sul tuo percorso, l'app ti segnala se ci sono punti di interesse turistico e naturalistico dove fermarti.



### DECIDI DOVE DORMIRE

Qualche giorno di vacanza? L'app ti aiuta a scegliere dove dormire.



## Dalla Ciclovia del Po alle colline del Gavi docg

Lungo strade romane, attraverso la storia

## Da Gavi a Capriata d'Orba e S. Cristoforo

Tra i vigneti di Cortese e Dolcetto

## Le colline del Gavi e la Riserva naturale del Neirone

La riserva naturalistica nascosta tra i vigneti del Gavi

## Da Gavi, l'anello dei mulini

Vigneti e antichi mulini, patrimonio della cultura materiale dell'uomo



## BikeSharing Partner Based



### COME FUNZIONA



Le e-bike sono disponibili presso una rete di partner (non sono per strada)



Molte aziende fanno piccoli investimenti sostenibili



Collaborando, i partner condividono i ricavi ed attraggono più clienti nel proprio punto.



## Il Business Model



MARTEDÌ

22

GIUGNO

**LA FILIERA  
DELL'ENOTURISMO: FARE  
RETE, CREARE SINERGIE  
NEI TERRITORI**

**Roberto Cerrato - Direttore Associazione Unesco  
Langhe Roero Monferrato**

*Il ruolo dei Consorzi Turistici e il valore aggiunto della  
Cultura per l'Implementazione dell'Enoturismo*

**Conversazione con Mario Arosio - Presidente Enoteca  
Regionale Ovada e Monferrato, Annalisa Vittore -  
Presidente Enoteca Regionale di Acqui Terme,  
Roberto Bodrito - Presidente Enoteca Regionale  
Cavour**

*Quale ruolo delle Enotecche Regionali per  
l'organizzazione enoturistica?*

**Bruno Bertero - Direttore Marketing PromoTurismo  
Friuli Venezia Giulia**

*Il ruolo degli Enti di Promozione Turistica per  
l'implementazione dell'Enoturismo*

**Sabina Piacenti - Tourism Manager Designer Outlet di  
Serravalle - Gruppo McArthurGlen**

*Arricchire l'esperienza di visita: la Shopping  
Experience, le sinergie con gli Outlet territoriali*

**Coordina Francesco Moneta - Fondatore di The  
Round Table progetti di comunicazione**

