







visit
Piemonte

REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

8
Giugno
2021

CORSO DI FORMAZIONE PER L'ENOTURISMO

I Giornata

ENOTURISMO STRATEGICO PER IL MARKETING TERRITORIALE E PER L'ECONOMIA DEL VINO

Vittoria Poggio

Assessore Turismo, Cultura e Commercio Regione Piemonte

Marco Protopapa

Assessore Agricoltura, Cibo, Caccia e Pesca Regione Piemonte

Luisa Piazza

Direttore Generale VisitPiemonte

Magda Antonioli

Direttore ACME – Università Bocconi

Giulio Somma

Direttore Il Corriere Vinicolo

Donatella Cinelli Colombini

Fondatrice Movimento Turismo del Vino, Presidente Donne del Vino

Case history in Piemonte: **Roberta Ceretto** – Ceretto Aziende Vitivinicole

Coordinamento

Francesco Moneta

Fondatore The Round Table, progetti di comunicazione

QUESTIONS & ANSWERS A CONFRONTO



IL NUOVO ENOTURISMO®
l'accoglienza in Cantina, in Vigna
e nel Territorio

Giornata I

**Vittoria
Poggio**

Assessore Turismo, Cultura e Commercio
Regione Piemonte

Saluto istituzionale

Giornata I

Marco Protopapa

Assessore Agricoltura, Cibo, Caccia e Pesca
Regione Piemonte

Saluto istituzionale

Giornata I

Luisa Piazza

Direttore Generale
VisitPiemonte

Introduzione

Giornata I

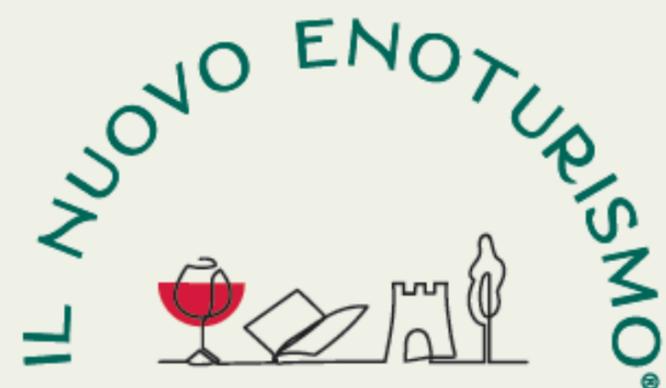
Francesco Moneta

Fondatore

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

Il progetto formativo
IL NUOVO ENOTURISMO:
ISTRUZIONI PER L'USO IN PIEMONTE

PROGETTO FORMATIVO



**l'accoglienza in Cantina, in Vigna
e nel Territorio**

IL NUOVO ENOTURISMO: ISTRUZIONI PER L'USO IN PIEMONTE

MODALITÀ

**Workshop
in live streaming**

DATE

**8 giugno - 13 luglio
2021**

ORARIO

9.30 / 12.30

Giornata I

Magda Antonioli

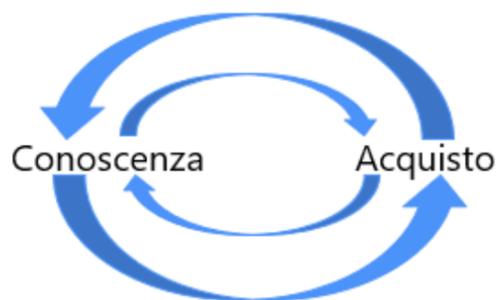
Direttore **ACME – Università Bocconi**
Vicepresidente **European Travel Commission**
Consigliere **ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo**

**Osservatorio: il Turismo enogastronomico
e l'Enoturismo in Italia e nel mondo**

VINO, ELEMENTO FONDANTE DELL'ITALIANITA'

- Ha un **peso economico** rilevante (fatturato) **13 mld €**
- Sostiene l'**export** (e l'**immagine** del Paese) **6,15 mld €**
- Attraverso il **turismo** sostiene le comunità rurali **2,5 mld €**

Gli **enoturisti** (14 mln) incidono per il 27% sul fatturato delle cantine e il 36% su altre attività della filiera



L'importanza dell'enoturismo esercita un «**effetto di ritorno**»: **maggiore conoscenza** porta a **maggiore consumo**. E il maggior consumo, anche nei mercati d'origine porta a **maggiore desiderio di conoscere** (→ enoturismo)

IL RUOLO DEI CONSORZI PER PROMOZIONE E SVILUPPO TURISTICI

- **Turismo** forte opportunità per:

- Riconoscibilità
- Diversificazione delle entrate dei soci



USA*
DE
N. EU

55%

79%

77%

- Ruolo strategico dei consorzi:

- «**Facendo da collante**» **45%**
- Facendo **promozione** «diretta» del territorio **35%**

(Il 78% ritiene di promuovere già l'enoturismo)



45%

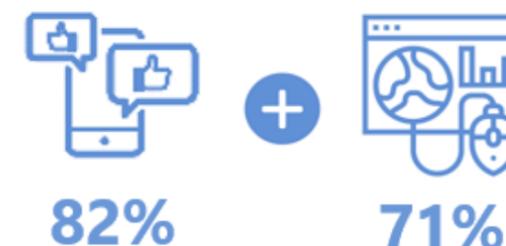
35%

* Principali mercati per l'export di vino e per l'incoming turistico

LA PROMOZIONE ENOTURISTICA E L'ONLINE (IL SITO WEB)

I canali utilizzati per la **promozione** dell'**enoturismo** dai Consorzi sono:

- i **social media** (**82%**)
- il **sito web** (**71%**)



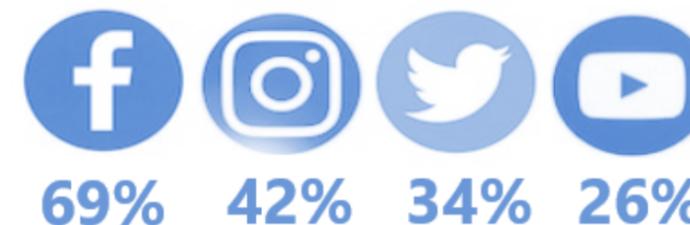
Tuttavia:

- **9% sprovvisto** di una propria **pagina web** (I portali non sempre sono aggiornati).
- Solamente il **50%** ha un portale in **doppia lingua**
-
- Comunque il **66%** dei consorzi con un sito promuove il **territorio** ed il **56%** gli **eventi**

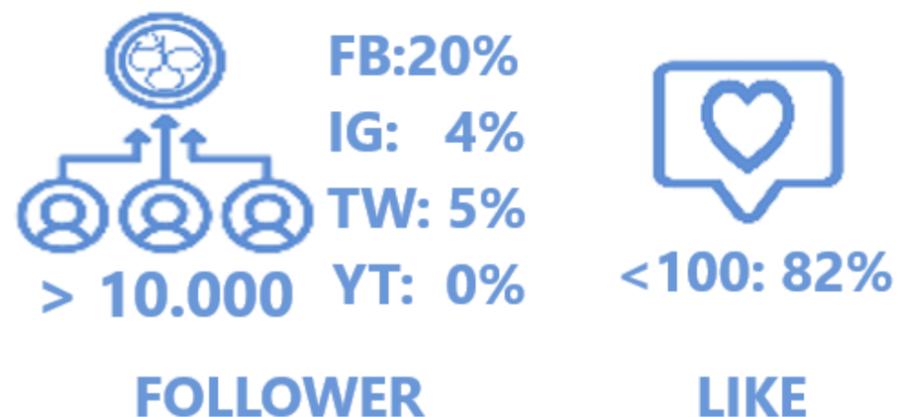


...ANCORA SUL DIGITALE (I SOCIAL MEDIA)

- L'**88%** dei Consorzi dispone di almeno un **account social** e lo aggiorna frequentemente



- Nonostante utilizzino **attivamente** i social, il numero di **follower** e l'**engagement** è in media piuttosto **basso**



I FONDAMENTALI DELLA COOPERAZIONE

- Il **95%** dei Consorzi ha almeno un socio che fa **già attività enoturistica**, con eterogeneità tra realtà diverse
- I soci riconoscono che per i nuovi turisti **personalizzazione** e **unicità** sono essenziali, ma che «**da soli si è invisibili**»
- Oltre alle tecniche di produzione, il **rapporto umano** con struttura ed enologo è essenziale
- L'**esperienza del territorio** è altrettanto importante e implica la **cooperazione** di tutti gli attori
- Solo il **39%** coopera con una **Strada del Vino** locale, mentre il **76%** ha **partnership** con soggetti **esterni**



95%



76%

I VANTAGGI DELLA COOPERAZIONE

- Il **77%** svolge **attività di formazione** (tecnico e normativo/legislativo)
→ Forte desiderio di estenderla al campo enoturistico
- Il **73%** dei rispondenti partecipa in partnership a **eventi** sul territorio e il 61% ne organizza di propri
- Il **66%** ha già un **ufficio aperto al pubblico** che potrebbe fungere da «**punto informazioni**»
- Assente qualsiasi **conoscenza** della **domanda**



ALCUNI TREND DI FONDO ED UNA CERTEZZA...

Tendenze post Covid-19:

- **Campagna**, contatto con la **natura**, riscoperta dei **ritmi slow**
- Contatto con la **comunità locale, borghi, food & wine** con «**atmosfera**» del luogo
- **Sostenibilità ambientale, sociale** ed **economica**
- Benessere oltre *wellness* come **star bene, sano, buono, genuino** ed **autentico**



- L'enoturismo risponde ai **bisogni profondi** del consumatore odierno (*buon vivere, Italian way of living, ...*)
- Nel **ripensare** alla propria offerta Consorzi e territori vanno oltre «gli aspetti produttivi»
- Sviluppo **reti territoriali diffuse**, molto **digitale** e **innovazione sistemica**, per ottimizzare le azioni di promozione dei singoli soci anche sui mercati esteri



Giornata I

Giulio Somma

Direttore

Il Corriere Vinicolo

**L'Enoturismo nell'Economia del Vino,
in Italia**

IL CORRIERE VINICOLO

WINE IN TOUR

TEMI, PROBLEMI
E PROSPETTIVE
DEL TURISMO DEL VINO
IN ITALIA

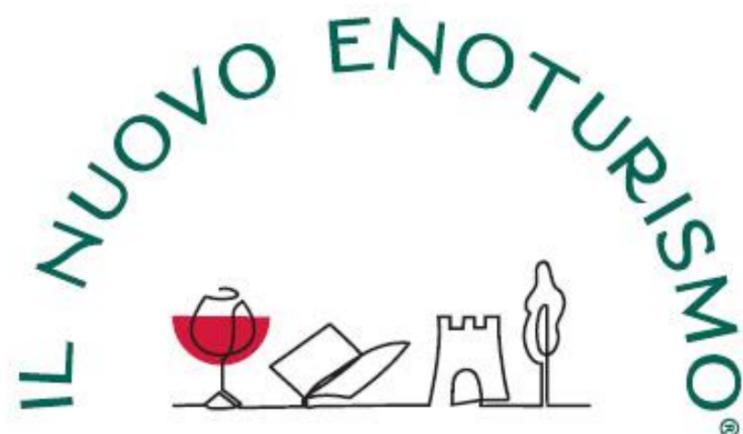


Nasce con queste pagine un nuovo giornale nel giornale, "Il Corriere Vinicolo Wine in tour", dedicato ad esplorare le tematiche, i problemi, le opportunità e le prospettive del turismo del vino nel nostro Paese, con occhio attento a quanto succede a livello internazionale. Così, dopo "DNews" - Il Corriere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

L'enoturismo diventa adulto



CARLO PIETRASANTA
Cofondatore del Movimento Turismo
del Vino e Vignaiolo



l'accoglienza in Cantina, in Vigna
e nel Territorio

Perché "Il Nuovo Enoturismo"

FRANCESCO MONETA
The Round Table
progetti di comunicazione



IL CORRIERE VINICOLO

WINE IN TOUR



TEMI, PROBLEMI
E PROSPETTIVE
DEL TURISMO DEL VINO
IN ITALIA

NUOVO SERVIZIO DI UIV E MTV PER LE IMPRESE ENOTURISTICHE

Arriva la Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19

IL CORRIERE VINICOLO

WINE IN TOUR



TEMI, PROBLEMI
E PROSPETTIVE
DEL TURISMO DEL VINO
IN ITALIA

ARRIVA IN ITALIA UNA NUOVA FRONTIERA DELLA PROMOZIONE DIGITALE DEL TURISMO DEL VINO

Gamification: la ri-evoluzione dell'enoturismo



Dopo recenti applicazioni di successo all'ambito culturale e museale, si cerca di capire quanto e come le modalità di digital gaming siano utilizzabili per promuovere l'enoturismo. Le tecniche del gioco per coinvolgere Millennials e Generazione Z stimolando interesse e curiosità verso i territori, i vini e le cantine. Le testimonianze di Fabio Viola, esperto internazionale per la gamification applicata

Giornata I

Donatella Cinelli Colombini

Fondatrice **Movimento Turismo del Vino**
Presidente **Donne del Vino**

**Enoturismo come valore aggiunto
per i Produttori vinicoli
e per il Marketing territoriale**



Giornata I

Roberta Ceretto

Ceretto Aziende Vitivinicole

Testimonianza: l'Enoturismo in Piemonte

CERETTO

IT | EN







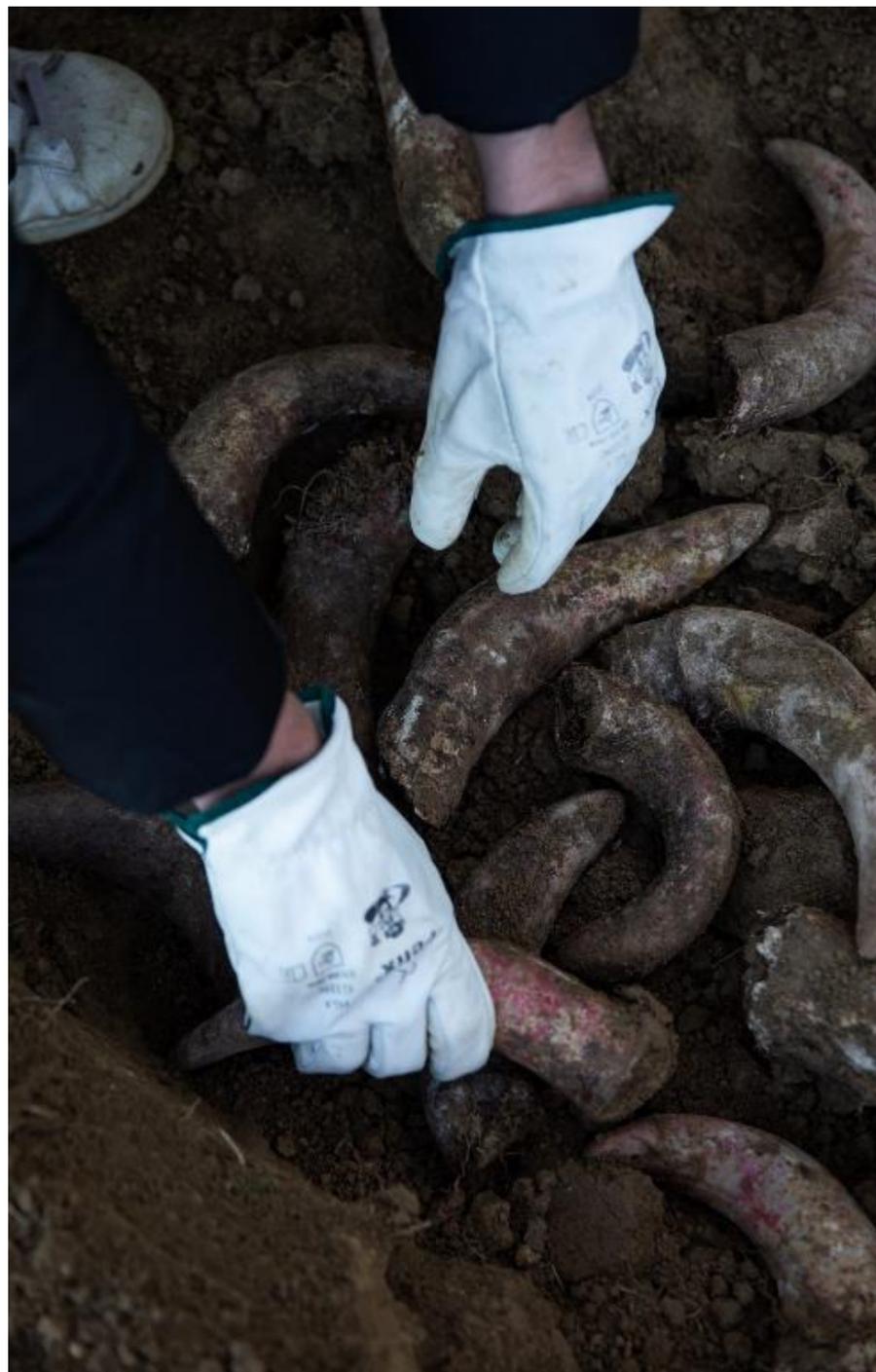


REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION







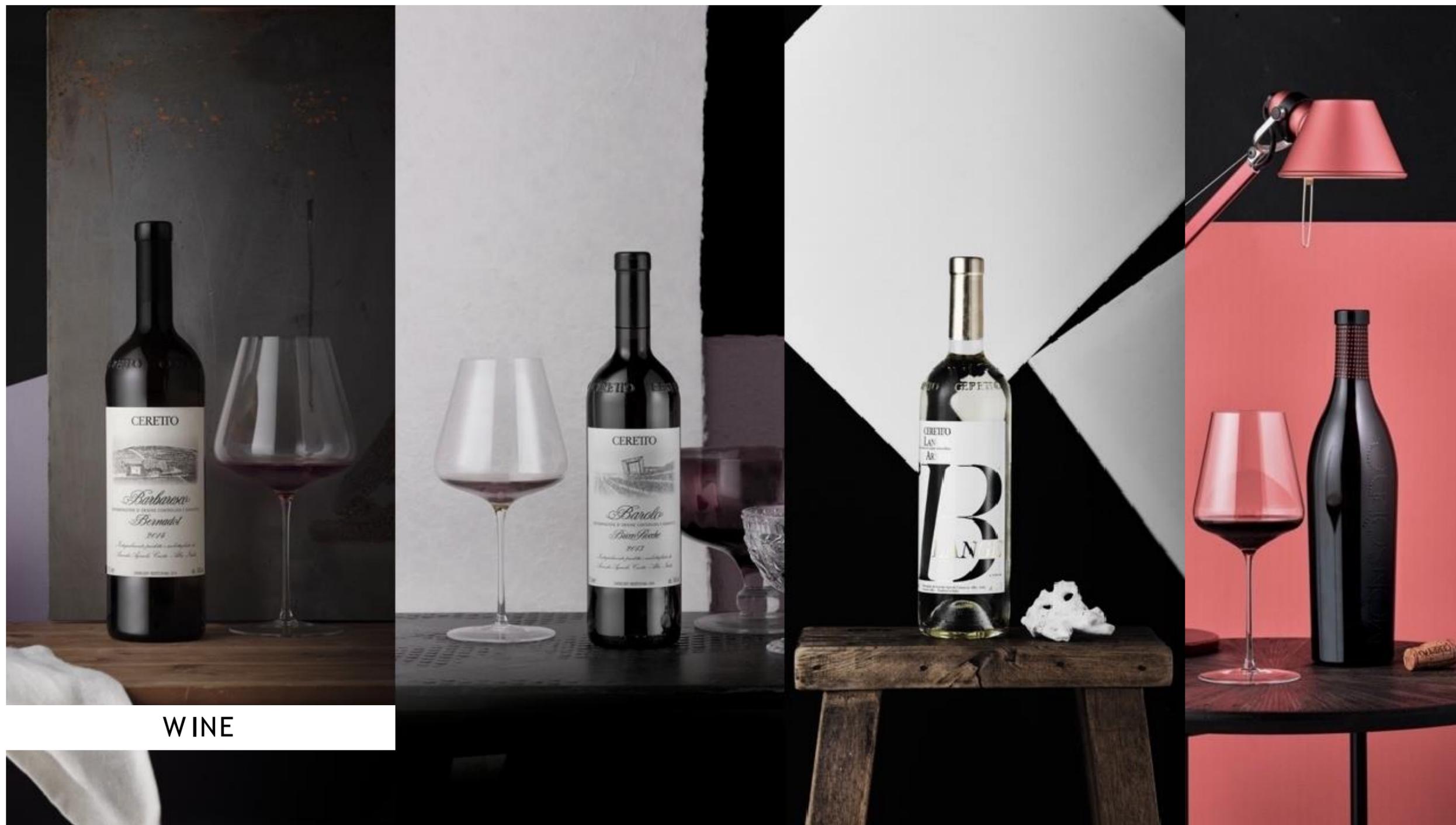




CAPPELLA DEL BAROLO - Sol Lewitt



MONSORDO-BERNARDINA ESTATE, Alba



WINE



PIAZZA DUOMO RESTAURANT



visit
Piemonte

REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

15
Giugno
2021

CORSO DI FORMAZIONE PER L'ENOTURISMO I Giornata

PRATICARE L'ENOTURISMO NEL 2021

Francesco Moneta

The Round Table progetti di comunicazione, fondatore Il Nuovo Enoturismo

Carlo Pietrasanta

cofondatore Movimento Turismo del Vino e Presidente MTVLombardia

Carmen Caruccio

Responsabile Area Vitivinicola Coldiretti Lombardia

Sara Passeri

Wine Hospitality Manager Tenuta La Ciarliana - Toscana

Alberto Riva

co-fondatore di BikeSquare

Coordinamento

Francesco Moneta

Fondatore The Round Table, progetti di comunicazione

QUESTIONS & ANSWERS A CONFRONTO



IL NUOVO ENOTURISMO®



l'accoglienza in Cantina, in Vigna
e nel Territorio

GRAZIE