

IL FENOMENO

07167

07167

# Arte, vino e cultura passione enoturismo “Un asset strategico per l’economia”

Garibaldi: “Serve un’offerta innovativa”  
Palumbo: “Un driver turistico consolidato”

di Margherita Cecchin

## Il riconoscimento Il “Premio Phillips” a Fabio Rizzari

È prevista per sabato, in occasione dell’inaugurazione di PrimAnteprima in programma al Cinema della Compagnia di Firenze (via Cavour 50R, dalle 10,45) la cerimonia di consegna del “Premio Kyle Phillips 2022”, il riconoscimento che Aset (Associazione Stampa Enogastroagroalimentare Toscana) ha istituito nel 2014 per ricordare l’amico e collega prematuramente scomparso. Quest’anno il premio è stato assegnato a Fabio Rizzari che, iniziato il suo percorso per la rivista Ex Vinis di Luigi Veronelli, è stato per molti anni firma del Gambero Rosso e curatore dal 2003 al 2014 della guida I Vini d’Italia dell’Espresso.

Odori e sapori si incontrano e raccontano, dentro ad un calice, i territori. Il tempo libero delle vacanze si riempie di esperienze tra natura, sostenibilità, cultura e degustazioni con l’e-

noturismo. In Toscana, «il vino rappresenta un asset turistico di grande rilievo ed importanza strategica», così Roberta Garibaldi, vicepresidente del Comitato Turismo dell’Ocse, docente universitaria ed esperta di enoturismo, già ad di Enit. «Con un totale di 58 produzioni certificate, è la regione numero due in Italia per prodotti certificati. A livello economico – prosegue Garibaldi – secondo le ultime stime dell’Osservatorio Ismea-Qualivita, il settore del Vino DOP IGP in Toscana vale 1004 milioni di euro (86,9% del paniere di produzioni certificate del Paese)».

Toscana sul podio del turismo legato al vino anche per essere la regione più attrattiva nel panorama italiano, secondo l’ultimo rapporto di Città del Vino, e medaglia di bronzo dopo Piemonte e Campania, da dati Isnart per Enit, per la presenza nei pacchetti turistici food and wine.

Ma cosa cerca l’enoturista? «Vuole vivere un’esperienza a 360 gradi, che sappia valorizzare il vino con modalità innovative e nuovi abbinamenti» risponde la vicepresidente del Comitato Turismo dell’Ocse. Dal rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano del 2021 spicca la cultura «con il 64% dei turisti italiani che desiderano partecipare a proposte che collegano vino, e cibo, con l’arte e il 62% con la musica». I viaggiatori inoltre sono sempre più alla ri-

cerca di trekking e picnic nei vigneti, cene nelle cantine o ancora corsi di yoga e trattamenti di benessere, legati al nettare di Bacco. Si trovano poi gli hotel a tema vino o i “glamping”, campeggi di lusso immersi nei vigneti.

Una modalità di visitare posti nuovi, attenta anche alla sostenibilità, «un valore aggiunto per il turista – dice Garibaldi – la filiera italiana già si caratterizza per un forte orientamento in ambito produttivo, con attività volte a massimizzare i benefici per i dipendenti, la comunità e il territorio».

Un settore cresciuto negli ultimi anni, «secondo Città del Vino, prima della pandemia, le presenze enoturistiche ammontavano a circa 15 milioni per un valore economico pari a 2,65 miliardi di euro». Numeri che hanno portato ad un aumento dell’offerta, «è fondamentale – conclude Roberta Garibaldi – che questa spinta ad innovarsi prosegua da parte di tutti gli attori in gioco».

Vino, paesaggio e produzione



Superficie 54 %

in un'unica esperienza, che attrae sempre più pubblico anche in Toscana. A confermarlo sono i dati di [Visittuscany.com](http://Visittuscany.com): «L'enoturismo rappresenta ormai un driver di viaggio consolidato – afferma Francesco Palumbo, direttore di Fondazione Sistema Toscana – lo vediamo dall'incremento delle ricerche registrate su [Visittuscany.com](http://Visittuscany.com), il sito ufficiale della destinazione Toscana gestito dalla Fondazione. Nel 2022 i contenuti a tema enoturismo sono stati visti per più di 180mila volte, con una media di circa 500 visite al giorno, da un totale di quasi 160.000 utenti».

Maggior interesse da parte degli italiani, con un incremento del 16% rispetto al 2021, seguiti da americani, tedeschi, spagnoli e inglesi. Tra i contenuti più cliccati ci sono visite e degustazioni in cantina, wine tasting e itinerari relax con la vinoterapia. «La sensazione – conclude Palumbo – è che i turisti vogliono archiviare i lunghi mesi di reclusione forzata per godersi ancora di più le attività all'aria aperta».

