



Associazione Nazionale Città del Vino

**POLITICHE, STRUMENTI E SCENARI DEL TURISMO
ENOGASTRONOMICO IN ITALIA**

**Conférence Européenne sur l'Oenotourisme
10 giugno 2013**

Associazione Nazionale Città del Vino
Villa Chigi - via Berardenga, 29
53019 Castelnuovo Berardenga (SI) - Italia
www.terredelvino.net

L'ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL VINO



Recevin
*La Rete Europea
delle Città del Vino*

**Associazione Internazionale
Iter Vitis**
*Itinerario Culturale della
Vite e del Vino*



L'Associazione nazionale Città del Vino nasce nel 1987 come rete dei territori a forte vocazione vitivinicola e conta ad oggi oltre 500 tra Comuni, Province, Parchi, Strade del Vino, Comunità Montane, Strade del Vino, Consorzi e Associazioni.

Da 26 anni opera per la valorizzazione delle risorse ambientali, paesaggistiche, culturali, storiche e turistiche dei territori del vino, sostenendoli nel loro sviluppo economico e sociale.

Collabora con i principali enti pubblici e associazioni di categoria, ambientaliste e culturali per diffondere la cultura della qualità, del rispetto per l'ambiente e del benessere alimentare e partecipa alla gestione di progetti europei sul turismo enogastronomico.

Fa parte di Recevin - La Rete Europea delle Città del Vino e di Res Tipica Anci - La Rete delle Associazioni di Prodotto italiane.

E' socia fondatrice di Symbola, la Fondazione per le qualità italiane che chiama a raccolta tutti coloro che puntano sui talenti del territorio, e dell'Associazione Internazionale Iter Vitis, l'organismo promotore dell'Itinerario Culturale Europeo della Vite e del Vino.



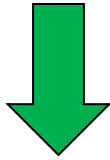
Symbola
*Fondazione per le
qualità italiane*

Res Tipica Anci
*La Rete delle Associazioni
di Prodotto italiane*



ENOTURISMO IN ITALIA: LE POLITICHE DELL'ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL VINO

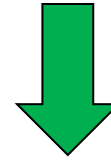
Oltre ad aver avviato e realizzato numerosi progetti finanziati dall'Unione Europea sul tema della promozione, dell'enoturismo e della valorizzazione dei territori rurali (Vintur, Odyssea, EcoBiAg), l'Associazione ha individuato e proposto ai suoi soci alcune indicazioni utili per raggiungere uno "standard qualitativo" che consenta ai territori di comunicare in modo più efficace la propria identità vitivinicola, economia e tipicità ambientale, culturale e storica.



La "Carta della Qualità"

I requisiti minimi perché un Comune si possa identificare come Città del Vino:

- Tutelare il paesaggio del vino
- Semplificare le procedure amministrative per le imprese del settore del vino
- Rendere evidente la percezione del vino
 - Rendere fruibile la cultura del vino
 - La strada del vino
 - L'enoteca del territorio
 - Il vino nella ristorazione
 - Vino e ambiente
 - Vino e creatività
 - Il calendario del vino



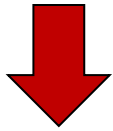
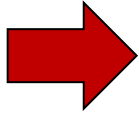
Il "Piano Regolatore delle Città del Vino"

Lo strumento urbanistico di pianificazione territoriale in linea con i principi della salvaguardia ambientale e sociale dei comprensori vitivinicoli di qualità, attraverso linee metodologiche su:

- espansione urbana e dei piccoli centri
- riqualificazione e riuso di edifici e sistemi insediativi rurali
- insediamenti produttivi di nuova costruzione
- difesa e valorizzazione del paesaggio agrario a livello aziendale
- uso e sostenibilità del patrimonio materiale e immateriale di una comunità

ENOTURISMO IN ITALIA: GLI STRUMENTI DELL'ASSOCIAZIONE CITTÀ DEL VINO

**STUDI,
FORMAZIONE E
SVILUPPO LOCALE**



Osservatorio nazionale Turismo del Vino

Dal 1999 esplora ogni anno la domanda e l'offerta del mercato del turismo enogastronomico nella rete delle Città del Vino, evidenziandone i punti di forza e di debolezza.

Rappresenta uno dei pochi strumenti di analisi esistente in Italia in questo settore, pensato in relazione all'evolversi della società, del costume, delle tendenze, alla gestione economica della vacanza e del tempo libero

CittadelVinoLAB

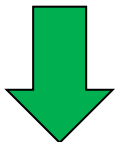
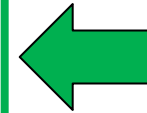
Scuola-laboratorio che, rispondendo anche alle richieste e sollecitazioni dei Soci, è in grado di:

- organizzare corsi, workshop, momenti formativi e di confronto
- promuovere ricerche, studi e analisi
- raccolgere e valorizzare le buone pratiche
- proporre progetti formativi per la gestione e valorizzazione dei territori

Selezione del Sindaco

L'unico concorso enologico internazionale che prevede la partecipazione congiunta dell'Azienda (che produce il vino) e del Comune (in cui sono localizzate le vigne) e che si propone di valorizzare le partite di vino di qualità, frutto della tradizione e di un ben individuato territorio.

**TURISMO
E
PROMOZIONE**



Calici di Stelle

Organizzato insieme al Movimento Turismo del Vino e giunto alla sua XVI edizione, è considerato l'evento estivo di maggiore rilevanza nel panorama dell'enoturismo nazionale.

Ogni anno la notte del 10 Agosto, mentre si ripete la magia del fenomeno delle stelle cadenti, le Città del Vino ospitano degustazioni ed incontri in luoghi aperti, nelle piazze e nei borghi, nei centri storici o nelle aziende vitivinicole

XI OSSERVATORIO SUL TURISMO DEL VINO: LA CONCRETEZZA DI UN TURISMO ANCORA IN FASE DI SVILUPPO

Il Rapporto 2013, redatto da Censis, rileva la coesistenza di due mondi paralleli e non comunicanti

↓

↓

i **turismi maggioritari e di tendenza** (mare, monti, neve, viaggi esotici), sensibilmente toccati negli ultimi anni dalla contrazione dei redditi e dei consumi e rubricati nell'immaginario come consumi superflui

i **turismi minoritari e tematici** di short break e di prossimità, vissuti come comportamenti di piccola evasione, compensativi dei traumi e delle ansie da bassa congiuntura

Il mix di offerta tra prodotti e servizi tangibili (vini, cibi, sagre, ecc.) risulta sostanzialmente equilibrato rispetto alle proposte più immateriali (eventi, esperienze, ecc.)

La concorrenza fra destinazioni è molto bassa

Il mercato dei turismi enogastronomici è ancora di nicchia

La tipologia dei turisti è ancora dominata da specialisti e appassionati


Le prospettive di sviluppo ancora risentono delle tendenze positive dell'ascesa

I distretti allargati e innovativi di più recente proposta si manifestano più attrattivi delle destinazioni classiche


**TURISMO
ENOGASTRONOMICO**

LO STATO DELL'ARTE DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA


Obiettivi:

- 
- più concreti (potenziamento della comunicazione, ricerca di risorse finanziarie, promozione dei sistemi di vendita, ecc.)
 - meno fantasiosi (specializzazione per cluster di turisti, distrettualizzazione dei territori, promozione di imprese innovative, ecc.)

Prudenza in ordine agli strumenti di innovazione:

- 
- meglio qualità e vivibilità ambientale che investimento in education sensoriali
 - più attenzione alla certificazione degli alimenti che alla promozione delle attrattive e degli eventi immateriali

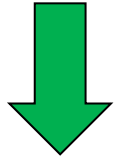
Uno scenario:

- 
- poco permeabile al pensiero strategico orientato dalle chimere del futuribile metropolitano, che pur sarebbe necessario promuovere con nuovi mix di specializzazione e sviluppo tra risorse e vocazioni della nostra economia nazionale.
 - molto attento a coltivare le opportunità offerte dalla bassa congiuntura e a dispiegare le astuzie del pensiero tattico tutto orientato dal buon senso contadino, col quale forse non si va molto lontano ma certamente non si sbaglia quasi mai.

LE NUOVE FORME DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Il turismo oggi interessa l'intero sistema del territorio: le risorse storico-artistiche, il gusto, la vita quotidiana della comunità locale.

E' un turismo di tipo esperenziale, personalizzato, in cui il visitatore è protagonista.



Occorre strutturare il territorio, trasformare le risorse in offerte che diventino esperienze da raccontare.

Occorre cioè creare un prodotto turistico integrato, il prodotto-destinazione.

- Costruire e gestire prodotti esperenziali e ad alto valore aggiunto a supporto della fruizione del territorio e che valorizzino maggiormente le risorse
- Mettere a sistema risorse e servizi seguendo una logica di mercato e codificandoli per temi-vacanze
- Concretizzare l'offerta strutturando un portfolio prodotti e creando il prodotto-destinazione
- Individuare elementi esperenziali da valorizzare attraverso prodotti turistici innovativi
- Valorizzare la componente umana e di condivisione all'interno dei prodotti turistici di destinazione
- Fornire una "reason why" per essere preferiti alla concorrenza

Basare i messaggi su contenuti concreti: comunicare il prodotto!

IL CONTRIBUTO DELLE CITTA' DEL VINO ALLA NUOVA PROGRAMMAZIONE COMUNITARIA

- I “Fondi comunitari 2014-2020” prevedono una più forte declinazione territoriale e integrazione dei Fondi strutturali europei (FESR, FSE e FEASR) e una specifica potenzialità dei Programmi di sviluppo rurale:
- nel promuovere filiere agricole corte e lunghe di qualità
 - nel rafforzare i beni pubblici locali (dalla sistemazione del suolo, al mantenimento del paesaggio rurale, ai servizi alla popolazione)



All'inizio del 2013 le Città del Vino hanno voluto dare il proprio contributo al confronto pubblico aperto dal Ministro per la Coesione Territoriale Fabrizio Barca sul documento “**Metodi e obiettivi per un uso efficace dei Fondi comunitari 2014-2020**”



L'Associazione delle Città del Vino ha delineato tre linee progettuali generali declinandole in rapporto agli ambiti più strettamente collegati alla valorizzazione della vitivinicoltura, dell'agroalimentare e del turismo enogastronomico:

CONCENTRARE I PROGETTI

VALORIZZARE L'ESISTENTE

RAFFORZARE LE RETI DI COLLABORAZIONE E L'ASSOCIAZIONISMO

REGOLARE LA CITTÀ A PARTIRE DALLE ESIGENZE DELLA CAMPAGNA: ALCUNE IPOTESI DI LAVORO



Progetti pilota finalizzati alla costruzione di **reti di ristorazione di qualità a km zero**, con una particolare attenzione al rilancio di produzioni agricole di qualità alla base della dieta mediterranea, organizzati con il modello del franchising per i giovani, soprattutto nei bacini più a rischio di esclusione sociale, attraverso un percorso formativo e di incubazione di impresa fortemente incentrato sulla valorizzazione dei mestieri, della manualità e della cultura rurale territorio.



Incentivi ad imprese del comparto vitivinicolo ed agroalimentare e ad enti locali che partecipino a **reti di collaborazione** finalizzate a: a) promuovere e tutelare specificità agricole locali, istituire consorzi di acquisto di forniture, condividere le spese di infrastrutturazione del territorio (smaltimento rifiuti, opere di bonifica, ecc.); b) creare un marchio comune per le attività di importazione e di esportazione e di promozione dei territori; c) attivare rapporti con università e centri di ricerca per consulenze e sperimentazioni su colture e prodotti o processi produttivi.



Sostegno dell'intervento a rete usufruendo o rafforzando gli strumenti già esistenti (es. promuovendo una legge speciale per il terzo settore che opera nei beni culturali e nell'**associazionismo di prodotto**) e valorizzando le **reti europee della cultura della vite** (Itervitis, Recevin, ecc.) e della biodiversità a livello europeo.