

Turismo tra vigne e cantine, Piace a un italiano su tre

I dati dell'Osservatorio sull'agricoltura di Reale Mutua

Itinerari tematici e ricerca di vini particolari spingono l'enoturismo, ma anche l'affetto per il territorio italiano e il sostegno all'economia locale giocano un ruolo sempre più importante nelle scelte delle persone

ROMA

Più di un italiano su tre (38%) si dice interessato a vivere un'esperienza enoturistica, visitando vigne e cantine alla scoperta delle tante eccellenze vitivinicole presenti sul territorio nazionale. Lo evidenzia l'Osservatorio Reale Mutua dedicato all'agricoltura. Un dato importante nel periodo della vendemmia e in vista dell'autunno, dopo le difficoltà del lockdown e della scarsa affluenza di turisti stranieri. Il dato ben si lega alle tradizioni del nostro Paese, che da sempre prevede un ruolo importante per il vino: non a caso il 41% degli italiani lo considera un elemento importante della convivialità, mentre il 37% si ritiene un appassionato se non, addirittura, un esperto.

A spingere gli italiani verso l'enoturismo è, innanzitutto, la possibilità di vivere esperienze uniche e appaganti, ad esempio grazie agli itinerari tematici (44%), insieme all'opportunità di ricercare vini e produzioni particolari (25%) e alla curiosità di scoprire luoghi di produzione sempre nuovi e diversi (19%). Ma a rendere attraente la visita a vigne e cantine è anche l'occasione di

conoscere meglio gli elementi della cultura e delle tradizioni delle nostre campagne (38%), e più di uno su quattro (27%) sottolinea l'importanza del fascino delle bellezze naturali; a questi si aggiunge un ulteriore 11% che pone l'accento sulla possibilità di potersi anche rilassare grazie a un'esperienza come questa.

Parliamo di un ambito, quello dell'enoturismo, che per il 41% dei connazionali dà lustro al concetto stesso di Made in Italy e che, nota un intervistato su tre (31%), sostiene l'economia locale impattando in maniera importante su quella nazionale (23%). Non è quindi un caso che quasi un italiano su quattro (22%) dichiari di non essere interessato all'enoturismo estero, almeno fino a che non avrà visitato tutte le principali mete del Bel Paese.

Un'affezione verso il territorio italiano molto importante in una fase come quella attuale, fortemente influenzata dagli effetti dell'epidemia di Covid-19, ma anche un'opportunità per le realtà del settore che si lega sempre di più a canali e strumenti digitali: più di un italiano su tre (42%), infatti, afferma di guardare sempre più a siti e social media per in-

formarsi sul vino e organizzare viaggi ed escursioni all'insegna dell'enoturismo.

«La ricerca del nostro Osservatorio evidenzia la grande affezione nei confronti di una delle eccellenze italiane maggiormente riconosciute, ovvero quella del vino», commenta Michele Quaglia, direttore commerciale e brand del gruppo. «Il vino e il suo valore tradizionale e culturale – continua – rappresentano risorse importanti per il Paese. Noi siamo da sempre vicini al mondo dell'agricoltura ed è per questo che crediamo fortemente in AGRICOLTURA100: un progetto che conferma la nostra storica collaborazione con Confagricoltura e che vuole promuovere il ruolo dell'agricoltura nella crescita sostenibile e nel percorso di rilancio del Paese, individuando e premiando quelle imprese che affrontano questioni fondamentali come la sostenibilità ambientale, sociale ed economica con decisione e spirito di innovazione. Questo allo scopo di poter sostenere un comparto fondamentale della nostra economia e allo stesso tempo elaborare una visione ancora più approfondita delle dinamiche del rischio agricolo, cui fornire risposte sempre più evolute».

Il 37% si ritiene un appassionato di vino, se non un esperto

