

## Si gradiscono ospiti in cantina...

*L'enoturismo, un fenomeno relativamente recente ma in rapido sviluppo, rappresenta un'occasione imperdibile per il vitivinicoltore e talvolta un elemento di traino dell'intera economia locale. Oggi non basta più offrire vino di qualità, ma occorre anche garantire un'accoglienza eccellente in termini di strutture, servizi e contatto umano.*

Francesco Lambertini  
Movimento Turismo del Vino

### **WELCOME TO VISIT BOLOGNA WINE CELLARS**

*Although wine tours are a relatively recent phenomenon, they are spreading very fast. Thus, wine tours represent a unique opportunity both for wine makers and local economy. Indeed, nowadays, besides offering optimum quality levels of wine, wine makers must provide their guests optimum structures, services and hospitality. The Wine Tour Net, the most representative association of Italian wine makers, promotes tours in wine production areas, in order to give prestige to wine farms and related territories, thus improving their economical development. Such association certifies the hospitality quality level of the associated farms which must provide minimum requirements in terms of space, skill and facilities. Within the territory of Bologna there are two wine routes (the Colli d'Imola route and the Città Castelli Ciliegi one), crossing very interesting areas for culture and landscape. Thus, tourist fruition of these two routes is very diversified, offering also good wine and food.*

Il turismo del vino sta vivendo una fase di profonda trasformazione. Credo che si possa essere concordi nell'affermare che la data di nascita dell'enoturismo, come fenomeno che ha assunto, in Italia, una precisa identità, può essere individuata con la fondazione, ad opera di Donatella Cinelli Colombini, del Movimento Turismo del Vino e con il debutto della sua manifestazione più conosciuta, Cantine Aperte.

### **Verso una nuova mentalità**

Questa data è il 1993, anno in cui si svolse in Toscana la prima edizione, sperimentale, di Cantine Aperte, con la partecipazione di poche decine di cantine. A dire il vero i presupposti della nascita, nel 1993 appunto, del Movimento Turismo del Vino e di Cantine Aperte, si ebbero l'anno precedente, quando in una domenica di giugno, furono presentati a Siena i risultati della ricerca commissionata dalla Vide (Viticoltori Italiani di Eccellenza) alla Prof.ssa Magda Antonioli Corigliano, volta a definire l'identikit del "turista del vino", dalla quale risultò che questi era una persona di età compresa fra i 26 e 45 anni, buona posizione economica e professionale, livello culturale medio-alto e altrettanto con buona capacità di spesa.

Nel 1994 si ebbe poi la prima edizione nazionale di Cantine Aperte, a cui ne sono seguite molte altre, con successo via via crescente, e oggi tradizionalmente questa giornata si colloca l'ultima domenica del mese di maggio. Ad essa partecipa un numero di aziende vicino alle mille unità e le visite alle cantine si attestano sul milione di presenze su tutto il territorio nazionale.

Gli anni trascorsi da allora sono stati straordinari e interessantissimi. Per il vino italiano, che, grazie a una crescita qualitativa senza precedenti, ha guadagnato posizioni rispetto ai tradizionali concorrenti esteri - anche se oggi si affaccia la minaccia di nuovi e sempre più agguerriti competitori - e anche, di conseguenza, per il fenomeno turismo del vino e turismo enogastronomico, che ha conosciuto uno sviluppo rapido e, per certi versi, tumultuoso. Sono stati dieci anni di crescita, sicuramente quantitativa, con un numero sempre più elevato di aziende e di vignaioli che ha capito che la mentalità caratteristica dell'agricoltore, e quindi anche del vignaiolo, andava cambiata. Una mentalità un po' chiusa che faceva percepire la visita in cantina da parte dell'enoturista più come una perdita di tempo, o addirittura un fastidio piuttosto che un'opportunità da cogliere come in realtà è. Dal 1993 quindi, epoca di cantine chiuse, si è passati alla situazione di oggi, in cui c'è la consapevolezza nell'operatore che le cantine possono essere oggetto di interesse turistico al pari di un castello, di una pieve e di un edificio storico.

### **Un pubblico esigente e raffinato**

Oggi il consumatore di vino, che è un consumatore attento e molto più consapevole e attrezzato, anche culturalmente, rispetto a quello di dieci anni fa, si intende realmente di vino, ha fatto corsi, legge le guide, sa distinguere un vino buono da un vino non buono, ha mille occasioni per assaggiare e per crescere ancora. Quello che non sa, o che gli è capitato raramente di vedere, è come si fa il vino. È vero che i vari corsi hanno sempre una parte di didattica sulla viticoltura e sull'enologia, ma è anche vero che, nella maggior parte dei casi, non ha mai avuto occasione di vedere e di toccare con mano quello che gli è stato insegnato.

Da qui il successo crescente di manifestazioni come Cantine Aperte o, più di recente, come "Benvenuta vendemmia". In quest'ultimo caso, ad esempio, l'interesse, da parte degli eno-appassionati, di visitare una cantina nel momento di maggiore fermento, in tutti i sensi, è altissimo. Centinaia di persone che non aspettano altro che di essere prese per mano e accompagnate nei meandri, per loro un po' misteriosi, che si celano dietro una bottiglia di buon vino. Ascoltano, con straordinaria attenzione, le spiegazioni che si cerca di fornire loro sulla viticoltura, portandoli direttamente nel vigneto, e sui processi di vinificazione.

Sono consumatori, e viaggiatori, tuttavia molto diversi da quelli di una volta. Innanzitutto si registra un abbassamento dell'età in cui inizia l'interesse al vino, che si attesta oggi sui vent'anni o poco più. Mi riferisco ovviamente a un interesse "serio" per il vino, non considerando tale quello che purtroppo, a volte, si manifesta nei ragazzi adolescenti che cercano solo, attraverso il vino, di "non pensare". Si tratta invece della curiosità di chi vuole "pensare bene" a quello che assaggia e che fa dell'interesse al vino un'esperienza culturale prima ancora che sensoriale. Come secondo dato, uno straordinario incremento dell'avvicinamento al vino da parte del pubblico femminile, anche, ma non solo, per un fatto di "moda".

In ogni caso si tratta di un pubblico più esigente, proprio perché più consapevole e conoscitore. Richiede un'accoglienza di qualità ed è sempre più interessato a tutto ciò che circonda la cantina, vale a dire al territorio in tutte le sue componenti.

Da quelle ambientali, artistiche e architettoniche a quelle più strettamente collegate agli aspetti enogastronomici. È un turista, dunque, che frequenta volentieri ristoranti, agriturismi e botteghe tipiche. Tutto ciò a vantaggio dell'economia complessiva del territorio. Da qui l'importanza che la salvaguardia dell'ambiente, delle sue caratteristiche originarie e della sua armonia ha oggi e avrà ancor più in futuro in funzione dello sviluppo di questo segmento di turismo che ha ancora ampi margini di crescita. È un turista il più delle volte raffinato, disposto a spendere nella misura in cui trova soddisfazione alle proprie aspettative.

### ***Competenza, disponibilità e comunicativa***

Per tutti questi motivi, in parte nuovi, la crescita quantitativa degli ultimi dieci anni deve essere affiancata da un necessario consolidamento qualitativo. A una domanda che cambia, e che alza il proprio livello, deve corrispondere un'offerta adeguata. Assisteremo pertanto a un processo di selezione.

L'improvvisazione non sarà più tollerata. Prevorrà chi saprà sempre più coniugare una proposta culturale accanto a una pura offerta commerciale. Sarà vincente chi saprà trasferire cultura ed emozioni al proprio visitatore.

Si richiede pertanto un salto di qualità nell'offerta, che si può articolare in diverse direzioni. Innanzitutto nella preparazione e nel livello dell'accoglienza da parte del vignaiolo. La fase della visita alla cantina deve essere caratterizzata da elevata professionalità, accompagnata da un adeguato calore umano. Ciò significa che sono richieste competenze tecniche, come buona conoscenza dell'azienda, dei vini da essa prodotti e del territorio ad essa circostante nonché uso di strumenti adeguati (ad esempio appropriate tecniche di degustazione e bicchieri atti ad esaltare le caratteristiche del vino). Il vignaiolo deve essere poi, sempre più, "padrone di casa". Una persona dotata di cortesia e disponibilità, capace di comunicare. Se vuole fare accoglienza nel modo in cui oggi è richiesta, il vignaiolo deve acquisire competenze ulteriori rispetto a quelle che gli erano proprie in passato. Deve imparare ad affascinare il suo interlocutore, a farlo sognare, a trasferirgli tutto il carico non solo di competenza tecnica, ma anche di entusiasmo e di passione che sono insiti in ogni bottiglia di vino in grado di essere ricordata a lungo. La vendita in cantina, pure importante, non deve essere la motivazione prevalente. L'occasione della visita deve far sì che il turista del vino acquisti la bottiglia anche successivamente, magari in enoteca, mosso tuttavia dal ricordo di un'emozione che deve portarsi con sé una volta uscito dalla cantina.

### ***Utili servizi integrativi***

Un aspetto altrettanto importante risiede poi nell'adeguatezza dei locali stessi della cantina, di quelli attrezzati per la degustazione e dell'ambiente esterno. Anche qui non è più ammessa la scarsa professionalità. Deve trattarsi di ambienti consoni, dotati di tutte le caratteristiche oggi indispensabili, ma al contempo "caldi" nell'uso dei materiali e rispettosi delle tipologie costruttive del territorio circostante. La segnaletica deve essere efficace e i servizi puntuali. Soprattutto, è assolutamente indispensabile che ciò che viene promesso, attraverso le diverse forme di comunicazione che la cantina intende adottare, sia mantenuto. Ciò indipendentemente dal livello di qualità dell'accoglienza alla quale la cantina si vuole attestare. Non c'è niente di peggio che trovare una cantina chiusa in un orario in cui avrebbe dovuto essere aperta o trovare un'accoglienza non adeguata sul piano professionale o del rapporto umano. Il discredito cadrebbe non solo su quella cantina, ma anche su tutto un comparto che, proprio perché relativamente giovane, ha bisogno di "serietà" per consolidarsi.

Sempre più spesso capita poi che la cantina cerchi di soddisfare una domanda diversificata e a volte raffinata proponendo, in un'offerta integrata e ambasciatrice del territorio, non solo l'accoglienza nei locali a ciò predisposti ma una serie di servizi oggi sempre più qualificanti. Si va pertanto dalla ristorazione presente in azienda, a cui si attribuisce anche la funzione di promuovere e far conoscere più diffusamente i prodotti aziendali, alla possibilità di offrire alloggio in camere, le cui caratteristiche di sobrietà ed eleganza devono rappresentare l'ambiente rustico, ma non questo meno attraente, nel quale esse si inseriscono. Ancora è apprezzata dall'enoturista/agriturista evoluto la presenza di altri servizi come un museo aziendale, la piscina e un'eventuale zona benessere.

D'altra parte, tutto ciò è in sintonia con la più recente tendenza volta a trasformare l'azienda agricola e quella vitivicola in azienda multifunzionale, in grado di proporre servizi oltretutto il frutto della propria produzione.

### ***Un bollino all'ospitalità***

Se questo è il mutato quadro di riferimento, ci si può chiedere come il Movimento Turismo del Vino abbia accompagnato questo processo di crescita e come intenda esserne protagonista in futuro, attraverso le quasi mille aziende ad esso associate. Posto come pre-requisito la qualità del vino sul quale l'Associazione non può interferire se non evitando di accettare le cantine che non possedessero adeguati standard di qualità del prodotto, la partita si gioca sul livello di accoglienza che si è in grado di offrire.

Da qui nasce l'idea, che è diventata nel tempo un'esigenza, da parte del Movimento Turismo del Vino, di promuovere tra i propri associati la certificazione della qualità dell'accoglienza. Non si tratta, beninteso, della certificazione della qualità del vino, che, come detto, non dovrebbe mancare, ma piuttosto del modo di accogliere gli enoturisti. Una certificazione, il cui rilascio spetta a una società preposta, la CSQA, sulla base di una serie di regole e criteri messi a punto in accordo con il Movimento stesso. Ad essa viene demandato il compito di verificare, recandosi nelle cantine, il livello di accoglienza che la cantina è in grado di offrire.

Nasce così il "Decalogo dell'Accoglienza", attraverso cui si vogliono definire i requisiti minimi che devono essere garantiti dalle aziende socie del Movimento Turismo del Vino. L'obiettivo è quello di rendere immediatamente evidente al cliente/consumatore la qualità del servizio attraverso l'utilizzo di un simbolo grafico rappresentato dalle foglie di vite. Quante più foglie vengono rilasciate all'azienda, tanto più rilevante e significativo è il servizio offerto.

Gli elementi considerati per definire i requisiti che ciascuna classe di aziende deve garantire sono tre: spazio e servizi, metodo, persona.

## Dal Decalogo dell'accoglienza

*Per certificare la qualità dell'accoglienza promossa dal Movimento Turismo del Vino, gli associati devono garantire alcuni requisiti minimi: indicazioni valide per ogni azienda che intenda puntare sul fronte enoturistico.*

### Spazio e servizi

- **Segnaletica** a norma del codice stradale, situata nelle vicinanze dell'azienda, che consenta di reperirla con facilità.
- **Cartello di ingresso** all'azienda ben visibile.
- **Locali per la prima accoglienza** e per il ricevimento del cliente commisurati alla capacità ricettiva per visita dichiarata.
- **Ambiente attrezzato per le degustazioni** caratterizzato da un numero di posti a sedere proporzionato alla capacità ricettiva per visita.
- **Servizi igienici** ad uso dei visitatori in numero adeguato alla capacità ricettiva dichiarata e provvisti di requisiti igienico-sanitari conformi all'uso pubblico.
- **Targa-cartello**, che identifichi la **cantina** quale socia del Movimento Turismo del Vino e riporti i dati relativi all'accoglienza (giornate e orari di apertura), da affiggere all'ingresso dell'azienda entro un anno dalla verifica di certificazione.
- Locali e **ambienti** destinati al visitatore **puliti** e privi di elementi che possano costituire ostacolo o pericolo per l'ospite (materiali di ingombro, attrezzature).

Requisiti supplementari per accedere a livelli superiori di certificazione: disponibilità di materiale informativo sull'ambiente e la cultura del territorio stampato in almeno due lingue straniere, possibilità di passeggiate individuali in vigneti aziendali sperimentali o didattici attrezzati con segnaletica, ecc.

### Metodo

- Effettuare la prima accoglienza con **familiarità**, mettendo a proprio agio gli ospiti (disponibilità di acqua e possibilità di usufruire dei servizi igienici).
- Predisporre per il turista esclusivamente **vini confezionati**.
- Disporre di almeno una **tipologia di bicchiere** da degustazione.
- Chiarire verbalmente se le **degustazioni** sono a pagamento.

Requisiti supplementari: accoglienza nei gironi festivi, conoscenza di una lingua straniera, ecc.

### Persona

- L'addetto all'accoglienza deve avere un buon livello di **conoscenza dell'azienda, dei prodotti aziendali** e del loro processo di lavorazione.
- Conoscenza e applicazione delle **tecniche di degustazione**.
- **Cortesia, professionalità e disponibilità** a effettuare la visita delle attività di cantina e a offrire le degustazioni dei vini di produzione.

Requisiti supplementari: conoscenza anche degli altri prodotti agroalimentari tipici e della cultura del territorio, delle tecniche di abbinamento cibo-vino, ecc.

L'applicazione del Decalogo dell'accoglienza è ancora agli inizi. D'altra parte l'implementazione del sistema su di un numero così elevato di cantine, comporta, naturalmente, qualche difficoltà.

Personalmente attribuisco molta importanza a questo programma, che dovrebbe diventare uno dei nostri fiori all'occhiello. Mi piacerebbe che nell'arco di un tempo ragionevolmente breve il conseguimento almeno delle tre foglie diventasse un requisito per entrare nel Movimento e per restarci qualora la cantina già vi appartenesse.

È il mercato del prodotto enoturistico che lo richiede. Spetterà alle aziende che in esso operano dimostrare di essere all'altezza delle sfide che già si pongono dinanzi a loro. Il *Made in Italy* nel campo enogastronomico è una grande carta da giocare e il turismo del vino, che ancora manifesta ritmi di crescita consistenti, può fare da traino a questo interesse. Se ne gioverà tutto il comparto turistico, che denota, oggi, qualche segno di stanchezza. Il futuro è, davvero, nelle nostre mani. A noi la capacità di non lasciarci scappare questa occasione, facendo della qualità a trecentosessanta gradi, non ostentata ma praticata, il nostro vessillo.

## Movimento Turismo del Vino

Si tratta di un'associazione senza fini di lucro articolata in 20 Movimenti regionali, ai quali aderiscono direttamente quasi mille aziende vitivinicole, la più ampia rappresentanza organizzata del mondo produttivo del vino in Italia.

Obiettivo dell'attività è quello di promuovere le visite nei luoghi di produzione del vino, al fine di accrescere il prestigio delle aziende e dei territori e così creare prospettive di sviluppo economico. Gli eventi promossi dal Movimento sono molteplici, fra cui si ricordano i seguenti appuntamenti fissi: Cantine aperte nell'ultima domenica di maggio, Calici di stelle durante la settimana del 10 agosto, Benvenuta vendemmia in una domenica di settembre, Novello in cantina nel mese di novembre e infine, solo in alcune regioni, Natale in cantina durante la prima domenica di dicembre.

La certificazione di qualità dell'accoglienza enoturistica attraverso la società CSQA costituisce un elemento di distinzione per gli imprenditori che la ottengono e una garanzia nei confronti dei turisti. È uscita, infine, la prima guida ufficiale del Movimento, Giravino, che illustra le 978 cantine aperte all'accoglienza, fornendo le informazioni pratiche per visitarle.

### MOVIMENTOTURISMO DELVINO

#### **Segreteria Nazionale**

Piazzale Cella 19/21

33100 Udine

Tel. 0432.26339

Fax 0432.294021

[www.movimentoturismovino.it](http://www.movimentoturismovino.it)

## Vino, sapori e tanto altro

*Le due Strade dei vini e dei sapori attive in provincia di Bologna attraversano territori di notevole pregio paesaggistico e culturale - oltre che, naturalmente enogastronomico -, proponendone una fruizione turistica articolata e accattivante.*

**La Strada dei vini e dei sapori dei Colli d'Imola** si snoda lungo l'antica Via Emilia, fra Imola e Ozzano Emilia, ad est di Bologna e comprende anche l'altrettanto lunga vallata del fiume Santerno, che inizia dall'Autodromo "Enzo e Dino Ferrari" e sale morbida fino al pittoresco Castel del Rio, al confine con la Toscana.

Diversificata è l'offerta turistica: culturale (mostre, palazzi, castelli, numerosi eventi di prestigio), sportiva (Formula Uno, golf, mountain bike), del benessere ( beauty farm, termalismo e pacchetti tematici) e, ovviamente, enogastronomica.

È un territorio unico, attraversato da quattro fiumi. Un territorio di confine (anche culinario) fra Emilia e Romagna, fra mare e Appennino. Ricco è il paniere dei sapori: Albicocca di Romagna, Pesca nettarina Igp, Scalogno di Romagna Igp, Marrone di Castel del Rio Igp. E ancora: lo Squacquerone, il miele e le stregchette, crackersideali per accompagnare le degustazioni dei vini Colli d'Imola Doc.

I Comuni associati sono: Imola (Città del Vino), Castel San Pietro Terme (Città del Miele, Città del Vino e Città Slow), Ozzano Emilia, Castel Guelfo, Dozza (Città del Vino e sede dell'Enoteca Regionale Emilia Romagna), Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice (Città del Vino), Castel del Rio (sede del Museo del Castagno), Medicina.

In tutto sono oltre 60 i soci: aziende vitivinicole, agriturismo, allevamenti, ristoranti, alberghi, associazioni di categoria, Comuni e scuole (agraria e alberghiera).

### ASSOCIAZIONE STRADA DEI VINI E DEI SAPORI DEI COLLI D'IMOLA

Via Boccaccia, 27 - 40026 Imola (BO)

Tel. 0542.25413 Fax 0542.613252

[info@stradaviniesapori.it](mailto:info@stradaviniesapori.it) - [www.stradaviniesapori.it](http://www.stradaviniesapori.it)

**La Strada dei vini e dei sapori Città Castelli Ciliegi** sulle colline tra Modena e Bologna nasce come network enogastronomico regionale nel 1999 e oggi è una realtà che rappresenta ben 19 territori, 2 Comunità Montane, 2 ParchiRegionali e oltre centocinquanta