CANTELE

L' ENOTURISMO COME SCOPERTA CULTURALE

WWW.CANTELE.IT

TERRITORIO – AGRICOLTURA – TURISMO

- Stretto rapporto esistente fra territorio, agricoltura e turismo nell'ottica di uno sviluppo delle aree rurali

- La possibilità di un approccio esperienziale alla scoperta dell'habitat rurale, del "terroir" rappresenta uno dei valori fondamentali del turismo enogastronomico.

- Nel momento in cui i prodotti vengono collegati al riferimento del terroir escono dalla sfera del *locale* per approdare a quella del *tipico*.
- *Locale: "made in" indipendentemente dalla sua collocazione in ambito di tradizioni*
- *Tipico: ogni cosa che risulta connotata da precisi riferimenti storici, culturali, territoriali.*

- L'habitat rurale non è solo il luogo di origine dei prodotti tipici ma anche il possibile luogo di "consumo esperienziale" l'incontro ravvicinato con i valori di un'autentica cultura locale.

- Ne deriva che il turismo rappresenta un valido strumento per uno sviluppo sostenibile delle aree rurali periferiche perché, se opportunamente gestito, permette il mantenimento dell'habitat rurale in tutti i suoi aspetti: ambientali, culturali, sociali ed economici.

Alla fine degli anni ’80, si riscontrava una generalizzata mancanza di offerte strutturate:

- nessuna “strada” o percorso enogastronomico
- nessuna “cantina aperta”
- ristoranti attenti a vini e sapori della propria terra

Oggi per qualche aspetto siamo finiti all’estremo opposto:

- incontrollata prolificazione di “strade” siano esse dei vini, dell’olio, dei sapori, etc.
- omogeneizzazione/standardizzazione dell’offerta
- latente co-operazione fra tutti gli attori della valorizzazione di un territorio

Come tutti i prodotti turistici, anche quelli legati al vino e all'enogastronomia necessitano di due condizioni imprescindibili per ottenere successo:

- fruibilità
- organizzazione

"Chi intende davvero allungare il passo deve forzatamente lavorare all'interno di una rete locale, perché da sola la singola azienda (con rarissime eccezioni) non vale nulla se non è in grado di collocarsi in un ambito di valenza territoriale: è il territorio l'unico elemento capace di creare plus valore".

Prima motivazione di viaggio verso il nostro paese:

- prodotti genuini in zone autentiche
- cibo
- vino

Ritratto turista vino:

- straniero (più esigente e "informato", utilizza tour operator dedicati, gradisce proposte in cui non siano presenti i soli noti, piuttosto nuove realtà emergenti)
- Italiano (più incline a gestirsi in proprio l'organizzazione del viaggio, ricorrendo a siti internet, guide cartacee specializzate, riviste di settore)
- tra I 30 e I 60 anni
- attenti alle applicazioni mobili e tecnologie

ELEMENTI DI OFFERTA

- Il responsabile dell'accoglienza
- La conoscenza delle lingue straniere
- Le modalità della visita:
  - ✓ le giornate di visita senza prenotazione
  - ✓ la durata della visita
  - ✓ la visita al vigneto
- Le strutture e le attrattive dell'accoglienza
- La degustazione
- I servizi offerti:
  - ✓ i servizi connessi al soggiorno
  - ✓ i servizi di vendita

La Puglia diventa un caso di studio dopo il prestigioso riconoscimento giunto dalla rivista internazionale "Wine Enthusiast", che l'ha inserita nella top world wine destinations 2013.

CHI SIAMO

- Azienda vinicola dal 1979
- Da 10 anni anche azienda agricola
- Proprietà di famiglia
- 50 ha di proprietà
- 150 ha in conduzione tecnica
- 2.000.000 di bottiglie prodotte annualmente
- 70% mercato export
- 30% mercato Italia

L'ENOTURISMO A GUAGNANO

- Cantina nuova e moderna strutturata per visite guidate
- Acquisizione di masseria storica. Intorno 10 ha di vigneto
- Progetto ristrutturazione masseria
- Resort con 10 mini appartamenti con centro benessere e vinoterapia

Nel 2005 progetto Enoteca

Nel 2013 progetto Laboratorio Sinestetico iSensi

ATTIVITA' iSENSI

- Degustazione prodotti tipici
- Light Lunch (km 0)
- Presentazione libri
- Mostre fotografiche/quadri
- Concerti Jazz
- Cooking classes
- Show cooking

ALTRE ATTIVITA' CON MTV

- CANTINE APERTE (ultima domenica di maggio)

ALTRE ATTIVITA' CON MTV

- CALICI DI STELLE (10 agosto)

STRUMENTI PROMOZIONALI PER TOUR OPERATOR