

Dal mondo delle professioni
PROFILI COMUNICATIVI
DELL'INFORMAZIONE
INTERNET-BASED NEL
CAMPO DELL'ENOTURISMO
IN ITALIA AL TEMPO
DELL'EMERGENZA
COVID-19

GIUSEPPE FESTA*, PAOLO CORBINI**, IOLE PISCOLLA***

Riassunto

Scopo della ricerca è quello d'indagare le possibili dimensioni di rappresentazione dell'informazione/comunicazione tramite Internet della situazione dell'enoturismo italiano nel post-lockdown del 2020. Lo studio, dalla natura esplorativa, è stato svolto nell'agosto 2020 tramite content analysis di determinate risultanze emergenti da apposite query su Google. I risultati della ricerca segnalano che la principale dimensione della "narrazione" enoturistica su Web nei tempi del post-lockdown 2020 è stata quella economica, anche in ragione delle notevoli performance registrate dall'enoturismo italiano fino a tutto il 2019. Al riguardo, la neces-

* Professore associato di Economia e gestione delle imprese, Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Università degli Studi di Salerno. Direttore del Corso di perfezionamento universitario e aggiornamento culturale in "Wine Business" dell'Università degli Studi di Salerno. Coordinatore scientifico dell'Osservatorio sul turismo del vino dell'Associazione nazionale delle "Città del Vino". E-mail: gfesta@unisa.it.

** Direttore generale, Associazione nazionale delle "Città del Vino", Siena. E-mail: corbini@cittadelvino.com.

*** Responsabile Area Turismo, Associazione nazionale delle "Città del Vino", Siena. E-mail: piscolla@cittadelvino.com.

sità/opportunità di una più organizzata e intensa collaborazione pubblico-privato nel campo del turismo del vino in Italia sembra essere la principale implicazione derivante dalla ricerca.

Parole chiave: turismo del vino, enoturismo, COVID-19, lockdown, Italia, comunicazione, Internet.

Abstract

The aim of the research is to investigate the possible dimensions of representation of the information/communication operated via the Internet about the situation of Italian wine tourism in the post-lockdown of 2020. The study, with an exploratory nature, was carried out in August 2020 developing a content analysis of selected results emerging from specific queries on Google. The outcomes of the research indicate that the main dimension of the wine tourism 'narration' on the web at the time of the post-lockdown of 2020 concerned the economic side, also due to the remarkable performances achieved by Italian wine tourism in 2019. In this regard, the necessity/opportunity of a more organized and intense public-private collaboration in the field of wine tourism in Italy appears as the main implication deriving from the research.

Keywords: wine tourism, oenotourism, Covid-19, lockdown, Italy, communication, Internet.

Introduzione

La pandemia da Covid-19 ha impattato duramente le società e le economie mondiali e l'Italia è stata tra le prime nazioni al mondo, dopo la Cina e più in generale l'Asia, ad esserne stata interessata in generale. Uno dei settori più colpiti, se non in assoluto quello più colpito, sia a livello mondiale sia a livello nazionale, è stato il turismo e quindi anche il segmento del turismo del vino più in particolare (cfr. "Global Report of Covid-19 Impact on Wine Tourism", WineTourism.Com).

Nonostante le ottime performance, forse le migliori in assoluto, registrate dal comparto enoturistico in Italia nel 2019, tanto che l'Osservatorio sul turismo del vino dell'Associazione nazionale delle "Città del Vino" aveva stimato nel XVI Rapporto circa 15 milioni di accessi come flusso e circa 2,65 miliardi di euro come valore (www.cittadelvino.com), nel 2020 si è purtroppo assistito a un considerevole calo delle performance. Se la ripartenza, almeno a livello "tecnico", era fortunatamente già iniziata con l'estate 2020, subito dopo il lockdown, restano tuttavia ancora molte incognite, prevalentemente collegate a quanto potrebbe accadere in termini di salute pubblica nei successivi sviluppi temporali.

Allo stesso tempo, la "macchina" Italia è notevolmente più preparata rispetto a quanto lo fosse a marzo 2020 e naturalmente di questo patrimonio di conoscenza bisognerà fare completo uso per gestire la situazione in divenire. Accanto alla conoscenza tecnica, ha avuto, sta avendo e continuerà ad avere un essen-