Il futuro dell'enoturismo in Italia secondo Carlo Pietrasanta

20150512152446-0-3b4ed627

[caption id="attachment_79518" align="alignleft" width="300"]
daniela mastroberardino e carlo pietrasanta daniela mastroberardino e carlo pietrasanta[/caption]

La vendita diretta del vino in cantina è in aumento, secondo i dati Mediobanca (2014), diventa quindi strategica la nuova elezione del presidente del Movimento Turismo del vino, Carlo Pietrasanta, che succede a Daniela Mastroberardino. Titolare dell'az. agr. Pietrasanta, a San Colombano (Mi), Carlo Pietrasanta è tra i soci fondatori di MTV Italia fin dalla sua nascita nel '93. E' stato presidente del Movimento Turismo Vino Lombardo, prima associazione regionale costituita nell'aprile '97. Ha ideato nel 1997 il format della manifestazione nazionale "Benvenuta Vendemmia" (ora "Cantine Aperte in Vendemmia") e nel 2001 quello del "Giro Cantine" a livello regionale.

Abbiamo chiesto al nuovo presidente del MTV, di spiegarci la propria mission per i tre anni futuri del suo mandato, concentrandola in dieci punti fondamentali.

1. 20150512152446_0Ottenere il riconoscimento da parte dello Stato Italiano, per il MTV, come fu fatto per l'AIS o l'Accademia della cucina italiana.
2. Stendere con il Ministero delle Politiche agricole le regole per regolamentare le degustazioni, le visite in cantina, gli eventi del Movimento (Cantine Aperte, ecc), senza dover per forza avere una licenza da bar o ristoratori.
3. Allargare la base associativa (oggi sono circa 860) le aziende coinvolte, grazie ad una intensa collaborazione con i presidenti regionali.
4. Creare possibili sinergie con chi opera nel turismo e già offre dei pacchetti enoturistici nella propria offerta.
5. Regolamentare gli eventi del Movimento: Cantine aperte, calici di stelle, cantine aperte in vendemmia, con una formula codificata per tutte le regioni italiane, in modo che ogni cantina possa seguirla e non affidarsi all'improvvisazione.

6. Tornare a fare formazione e informazione tra gli associati per garantire un servizio sempre migliore agli enonauti
7. Sviluppare per tutti i nuovi associati, l'offerta del cofanetto regalo "Cantine Aperte", in sinergia con Emozione3 (emozione3.it) protagonista nel settore delle esperienze regalo, dell'incentivazione e del turismo.
8. Far sì che le cantine diventino all'interno del proprio territorio un trainer che coinvolga le produzioni del territorio con l'obiettivo di crescere reciprocamente nella promozione.
9. Creare sinergie aziendali con aziende anche non del settore ma interessate al mondo del vino, es. banche, produttori di prodotti in vigna e cantina, di cavatappi, calici, ecc.
10. Rilanciare il "moving club", l'associazione all'interno del MTV dove si iscrivono gli appassionati del mondo del vino.