



CASTELLO DI MELETO



IN CHIANTI – 6 SETTEMBRE 2013

Gaiole in Chianti, al Castello di Meleto tavola rotonda sull' enoturismo in Russia e Cina.

L'autenticità, la tipicità e l'accoglienza sono le tre caratteristiche necessarie a un'ottima offerta enoturistica. E' quanto emerso dalla tavola rotonda sull' enoturismo, ospitata nei giorni scorsi al Castello di Meleto di Gaiole in Chianti e che ha visto protagonisti Eleonora Scholes, giornalista russa della testata "Spaziovino", e Denis Lin, giornalista freelance di Shanghai e affermato wine educator.

All'appuntamento erano presenti anche il direttore commerciale Giovanni Mazzoni che ha presentato il nuovo Chianti Classico "Castello di Meleto" 2009; l'amministratore delegato del Castello, Guido Guardigli; l'enologo Emiliano Falsini; il sindaco di Gaiole in Chianti, Michele Pescini e l'assessore alle attività produttive, Paolo Rappuoli.

"La Russia e la Cina – commenta Pescini - sono diventati, in questi anni, due aree di mercato molto importanti, sia dal punto di vista agricolo che turistico. Non possiamo che essere soddisfatti, dunque, per aver ospitato nel nostro comune un dibattito così attuale in un territorio, quale è il nostro, dove proprio agricoltura e turismo sono i due settori economici più importanti e che in questo periodo di difficoltà sono tra i pochi a dare segnali di tenuta in tutto il territorio nazionale.

Nel settore turistico, inoltre, Gaiole ha registrato un dato di crescita in controtendenza rispetto agli altri comuni senesi, un segnale che quanto fatto fino a oggi comincia a essere recepito seriamente e che la strada intrapresa, tra investimenti e confronti con i mercati anche fuori le mura, sia la via giusta. Abbiamo – conclude il primo cittadino - molto apprezzato il nuovo Chianti Classico Castello di Meleto a cui auguriamo di portare nel mondo il sapore, il gusto e la tradizione del nostro Chianti".

Nella splendida cornice del Castello i relatori Eleonora Scholes e Denis Lin hanno delineato il profilo dell' enoturista proveniente da Russia e Cina, sottolineando la necessità di avere a disposizione materiale promozionale in lingua e i riferimenti dell'importatore sulla bottiglia, utili a reperire il vino anche una volta ritornato nel proprio paese.

La cura e la comunicazione delle attività extra delle aziende vinicole è un altro aspetto su cui investire e molto gradito dal turista che può avere, così, la possibilità di partecipare a eventi, corsi di cucina e attività all'aria aperta. Eleonora Scholes, infatti, ha sottolineato come il viaggiatore russo sia disposto a un investimento extra per effettuare visite e degustazioni in azienda, un momento di approfondimento che per lui hanno la medesima valenza culturale della visita a un museo.