A BitCongress va in scena la "diversità" italiana

Farinetti sottolinea sempre come la biodiversità italiana sia la ricchezza del nostro paese. parlando naturalmente dell'agroalimentare. Ma anche la grande diversità proposta dal turismo italiano è un'altrettante ricchezza. Andata in scena anche durante l'ultima **BitCongress** tenutosi durante **Bit2015 a FieraMilano**, dove si è parlato dei tanti "turismi" in crescita in tutto il mondo (Leggi: I nuovi trend di viaggio aprono BitCongress). "Diversità" italiane guarda caso spesso collegate al territorio. O al Terroir, visto che tante di queste realtà hanno a che fare con il vino.

Ma andiamo per gradi (zuccherini naturalmente). Il conduttore del congresso, **Gianni Riotta**, ha intervistato il **Barone Francesco Ricasoli**, presidente dell'omonima casa vinicola, il quale, però, non ha presentato il suo vino, bensì la sua iniziativa legata all'ospitalità, ovvero il **Castello di Brolio**. "Un'iniziativa - ci ha tenuto a sottolineare il barone - che non è certamente un grande business per me, ma è sicuramente un grande progetto di comunicazione e di marketing". Soprattutto con l'estero, visto che gli ospiti sono in maggior parte stranieri, "gli italiani vengono durante le feste comandate, ma i nostri principali clienti sono gli americani, i francesi, gli olandesi, i tedeschi anche se ora un po' meno, gli scandinavi, i canadesi, gli europei dell'est in generale e, ora, incominciando ad affacciarsi gli asiatici. E devo dire la verità - commenta soddisfatto il barone -: molti ci dicono che *We never expect something like that*". Ovvero, orto, cucina del territorio, ma anche itinerari tematici seguiti da 13 guide in 7 lingue diverse e, naturalmente, "le nostre bottiglie dove mettiamo non solo vino, bensì tutto il nostro territorio" afferma Ricasoli, che aggiunge come questa attività porti ben "40 mila visitatori nella tenuta da maggio a ottobre".

Numeri un po' di versi ma stessa cura del territorio e delle proposte turistiche da parte di **Giovanna Dello Iacono, Managing Director di Wine&Wedding**, operatore nel campo della ricettività di lusso e dell'enologia di qualità che riunisce 24 strutture e cantine italiane promuovendole come location specializzate in destinazioni wedding & honeymoon: "un mercato quello dei matrimoni di stranieri in Italia sempre più interessante (Vedi la fotogallery: Italia terra di matrimoni (da Vip) o George (e Amal), testimonial d'Italia), con 200 mila stranieri che vengono a celebrare le nozze nel Belpaese" dice Dello Iacono, che spiega come perché abbia inserito la parola Wine nella sua ragione sociale, "perché il vino è il nostro miglior ambasciatore nel mondo".

Proprio il vino è il *Fil Rouge* che lega tutta l'attività del giovane tour operator **Delitaly**, guidato da **Christian Fabrizio**, una vita nel settore vitivinicolo come distributore ma anche come organizzatore di eventi aziendali in tenute, manco a dirlo, legato al mondo dell'enologia (vedi: Itinerari e team bulding a tema vitivinicolo con Delitaly): "Veniamo da 15 anni di esperienza con gruppi aziendali, per i quali abbiamo organizzato oltre 3 mila eventi coinvolgendo 20 mila persone - spiega Fabrizio -. E sono proprio loro che ci hanno spinto a fare questo passo, perché tutte, o quasi, ci sottolineavano come le loro aspettative di ospitalità, cucina e contatto con il territorio venissero sempre di gran lunga superate". *We never expect...* E forse anche per questo Delitaly ha allargato il suo perimetro di azione con **Rotte del gusto**, operatore specializzato in itinerari enogastronomici a bordo di imbarcazioni (vedi: Le nozze perfette tra nautica ed enogastronomia con le Rotte del gusto).

Nozze e vino, oltre che ospitalità di alto livello e cura delle tradizioni, sono i credo anche di **Aldo Melpignano, Managing Director di San Domenico Hotels**, la catena di famiglia che ha creato delle vere e proprie icone dell'ospitalità di alto livello, andando a recuperare vecchie masserie: "Con la Masseria San Domenico, con la Masseria Cimino e con Borgo Egnazia abbiamo creato uno standard di ospitalità di grande successo, che abbiamo completato con il San Domenico Golf e abbiamo portato all'estero con il Dal San Domenico House a Londra" racconta Melpignano .

L'ultima storia di successo non ha nulla a che vedere con il vino anche se chi l'ha presentata in questa sessione del BitCongress, **Gianni Martino, country manager Sud Europa di Car2Go**, ha confessato di possedere una tenuta vitivinicola in Sicilia, il **Feudo del Biviere**, e, guarda caso, di trovarsi nel portfolio di Delitaly...."Noi raccontiamo una storia di grandissimo successo di un'iniziativa tedesca, della Mercedes. Ovvero il lancio del primo che in italiano ha fatto diventare il car sharing di moda, ovvero Car2Go. Un successo, soprattutto a Milano, che, nel seppur globale network di Car2Go, non ha avuto eguali". Progettualità tedesca ma modi e tocco italiani, tanto che Martino ha voluto, nel possibile, personalizzare l'esperienza di "noleggio" di una sua smart con un'esperienza olfattiva, con un profumo realizzato da un *Maitre Perfumier* fiorentino specializzato in profumeria selettiva, Sileno Cheloni di Aquaflor (leggi le tante novità e il percorso di Car2Go in Italia: Car2Go: Torino e Car2Go Black le novità 2015). A quando il vino di Cra2Go? Da consumarsi naturalmente non alla guida delle smart a noleggio del colosso tedesco...