



DI ALESSANDRA PIUBELLO

FOTO: ©ANAKA / AGENCE CLÉMENCE FARREL

AI MUSEI DEL VINO OCCORRE UN CAMBIAMENTO
**UN FUTURO COME CATALIZZATORE
 DI ATTRATTIVE PLURIDIREZIONALI**

Il mondo del vino è in cambiamento: occorrono riletture che portino a connessioni con altri ambiti. Evoluzioni e innesti che riguardino anche i musei del vino, che non possono più essere concepiti solamente come un percorso di visita tra oggetti, pannelli informativi, attrezzature che ripercorrono la produzione del vino attraverso i secoli. Il vino è anche magia, convivialità, apertura al mondo, sangue della vita che scorre. Certamente è cultura, tradizione, archeologia, scienza ma è anche socialità, divertimento, contaminazione, relazione con il cibo e con il territorio, immersione in un mondo emozionale, intrattenimento per sorprendersi, per approfondire e condividere la conoscenza. I musei del vino vanno ripensati e attualizzati per aumentare la loro attrattività verso un pubblico eterogeneo, fatto anche di non bevitori e di bambini, per farli diventare luoghi da vivere. Una sfida complessa, che richiede un cambio di prospettiva.

Il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2023 testimonia che il 63 per cento degli italiani vorrebbe musei del vino che offrano una pluralità di servizi, in primis ristorazione (69 per cento), degustazioni (64 per cento), prenotazione di esperienze nelle aziende di produzione (65 per cento), acquisto di prodotti tipici (65 per cento). I musei del vino in Italia sono quarantasette, tra cui un "Louvre del vino", il Muvit, che coi suoi cinquant'anni di attività culturale ha mostrato al mondo bellezze artistiche enoiche (reperti archeologici, incisioni, disegni, manufatti, attrezzature dall'età medievale).



NON CAMBIERAI MAI
 LE COSE COMBATTENDO
 LA REALTÀ ESISTENTE.
 PER CAMBIARE QUALCOSA,
 COSTRUISCI UN MODELLO
 NUOVO CHE RENDA
 OBSOLETO IL MODELLO
 ESISTENTE.

RICHARD BUCKMINSTER FULLER

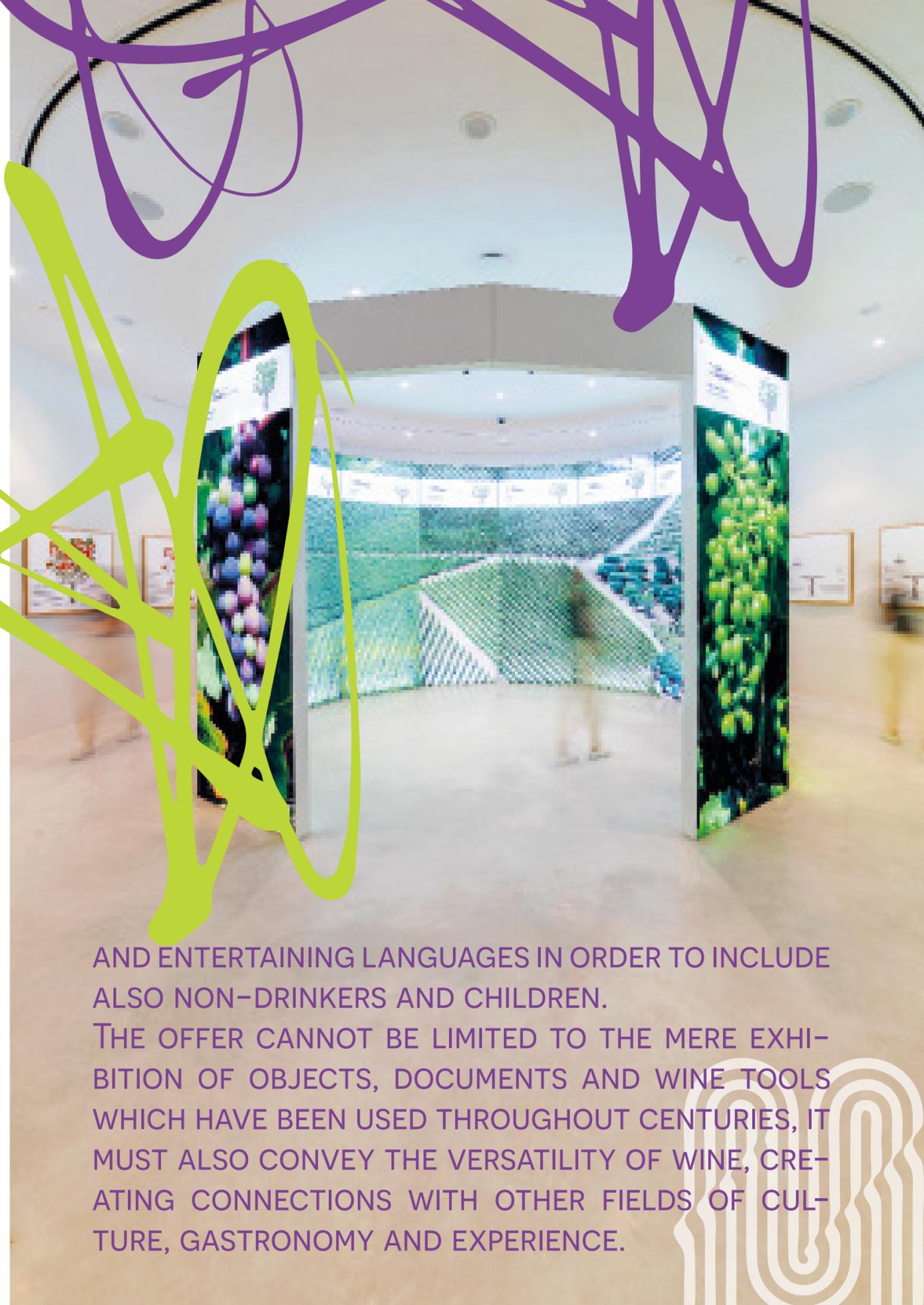




Il vino, *in primis*, ricco di esperienze sensoriali attraverso varie sale interattive (mondo, suoli, vite, uva, vinificazione, percorso in Portogallo e sala degustazione); il mondo del sughero; il Palazzo rosa (con intrattenimenti divertenti); la collezione Bridge, ovvero un'esposizione archeologica sui contenitori per bevande e il rituale del bere; la regione di Porto nei secoli; la storia del cioccolato. Al suo interno, una scuola del vino con corsi Wset, sette ristoranti, una cioccolateria-caffè, un wine & cocktail bar, una pasticceria, venti negozi (con e-commerce sul sito principale), gallerie d'arte, spazi per eventi. Anche in Italia esistono esempi innovativi, lontani nei numeri ma con la visione aperta. Il Tempio del Brunello intrattiene i visitatori con un percorso tra arte e multimedialità, immergendoli in un viaggio tra archeologia e tecnologia, paesaggio e biodiversità, usando la realtà virtuale o proiettando film, stimolandoli con un'esplorazione multisensoriale tra profumi e suoni, con giochi virtuali dove ognuno può lasciare il segno della propria visita. Anche all'enoteca bistrot, tra sommelier digitali e umani, si prosegue l'esperienza interattiva. Il Museo del Vino di Berchidda, nella provincia di Sassari, offre un intrattenimento variegato che va dall'approfondimento enoico alla degustazione, dalla promozione di prodotti agroalimentari locali agli eventi letterari e musicali, dalle proiezioni cinematografiche al percorso ludico-didattico dedicato ai bambini.

Spostiamoci fuori dall'Italia: inevitabile pensare alla Cité du Vin di Bordeaux, il museo del vino più famoso al mondo. Dal 2016 a oggi ha accolto oltre due milioni e mezzo di visitatori, offrendo un viaggio ampio: mostre interattive e didattiche sulla storia del vino, laboratori di degustazione, auditorium dove si svolgono spettacoli, concerti e proiezioni, sala di lettura gratuita di libri sul vino, postazioni per ottenere informazioni e per prenotare la visita ai vigneti, mostre temporanee con opere d'arte provenienti dai più grandi musei internazionali, ristoranti. Forse il segreto del suo successo sta nell'aver dosato l'utilizzo del digitale con le esperienze sensoriali, nell'essere al passo coi tempi: nel 2023 il museo si è rinnovato, spostando il focus dalla civiltà legata al vino, all'ambiente, alla biodiversità, alla sostenibilità e all'impatto dell'uomo sulla natura. Un altro esempio è il World of Wine di Porto. Il percorso si snoda attraverso sei esperienze differenti.

MOST WINE MUSEUMS ARE NOW FACING A GREAT CHALLENGE: THE URGE TO CATALYSE THE DISCOVERY OF WINE THROUGH NEW, INTERACTIVE AND MULTISENSORY CHANNELS, USING DIGITAL MEDIA IN ADDITION TO NEW, INCLUSIVE



AND ENTERTAINING LANGUAGES IN ORDER TO INCLUDE ALSO NON-DRINKERS AND CHILDREN. THE OFFER CANNOT BE LIMITED TO THE MERE EXHIBITION OF OBJECTS, DOCUMENTS AND WINE TOOLS WHICH HAVE BEEN USED THROUGHOUT CENTURIES, IT MUST ALSO CONVEY THE VERSATILITY OF WINE, CREATING CONNECTIONS WITH OTHER FIELDS OF CULTURE, GASTRONOMY AND EXPERIENCE.