

Nuove frontiere per l'enoturismo tra caccia al tesoro e Tik tok

Secondo Roberta Garibaldi, i nuovi turisti del food vogliono essere sempre più coinvolti e ricercano esperienze che uniscano l'aspetto ludico a quello informativo. Importante anche la sostenibilità e la comunicazione sui social



di Emanuele Bottioli

05 febbraio 2022 | 10:05 f t i in v p r

Roberta Garibaldi, esperta internazionale di turismo enogastronomico, ha raccontato nei giorni scorsi come è mutato il profilo dei turisti che si muovono per scoprire vino, sapori e identità, per vivere esperienze tra gusto e accoglienza in cantina e sui territori dell'agroalimentare italiano d'eccellenza. Si tratta di persone, uomini e donne sempre più giovani, attive, esigenti e sedotte da approcci innovativi.



Cresce il desiderio di modalità sempre più green di vacanza

Viaggiatori alla ricerca di esperienze autentiche

«Il momento storico che abbiamo vissuto e in parte stiamo ancora vivendo, ha cambiato il modo di fare turismo e, con esso, le necessità del viaggiatore, il quale ha oggi nuovi bisogni ed esigenze. Il turista ama conoscere, comprendere e innovarsi, diventando, così, sempre più attivo ed esigente. Cerca luoghi caratterizzati da bellezza ed integrità, ricerca cultura e tradizioni, senza mai dimenticare la qualità e la sostenibilità - spiega Garibaldi - L'esperienza enogastronomica viene spesso abbinata ad attività culturali e ricreative, dove la visita si interconnette ad un senso di appartenenza, alla volontà di vivere la comunità. Forte è la voglia di sentirsi più coinvolto, ad esempio trascorrendo una giornata con i produttori locali: il 66% dei turisti italiani sarebbe più propenso a visitare le aziende di produzione se disponibili queste opportunità, dalla vendemmia collettiva alla semina, potatura, mungitura».

Verso modalità di vacanza sempre più green

In questo quadro cresce il desiderio di modalità sempre più green di vacanza: trekking tra vigneti, uliveti, frutteti, passeggiate e tour in bicicletta o e-bike (con il 54% degli italiani che gradirebbe l'opzione), così come l'utilizzo di trasporti ecosostenibili come il treno e la presenza di aree a traffico limitato per potersi spostare in piena libertà. Creatività ed innovazione divengono quindi essenziali per le imprese del settore per soddisfare queste nuove esigenze.



Roberta Garibaldi

Mix tra divertimento e informazione

Una nuova modalità di far vivere l'esperienza ed enogastronomica consiste nell'unire l'aspetto ludico e creativo, stuzzicando la curiosità e la volontà di esplorazione del turista. Ad esempio, attraverso attività come caccia al tesoro, escape room e gaming all'interno delle proprie aziende di produzione, alla scoperta dei prodotti locali. Proposte, queste, apprezzate dal 53% degli italiani.



Tra nuove sicurezze e social network

Roberta Garibaldi osserva: «Certamente la **pandemia ha fatto emergere il tema della salute e della sicurezza**, che è oggi di grande rilevanza per il turista. Ecco che gli imprenditori ed i produttori del settore devono far tesoro di quanto avvenuto in questi anni, dalle polizze assicurative nel caso di disdette all'utilizzo di sistemi touchless per le visite, passando attraverso nuove modalità di promozione e fruizione dell'esperienza enogastronomica attraverso i social network – Instagram e TikTok in modalità entertainment. Nel nostro Paese sono numerose le realtà virtuose che sono state capaci di rispondere in modo efficace alle nuove esigenze dei turisti».