

# I nuovi luoghi del turismo: gli hub enogastronomici

[etrurianews.it /28/07/2022/i-nuovi-luoghi-del-turismo-gli-hub-enogastronomici/](https://etrurianews.it/28/07/2022/i-nuovi-luoghi-del-turismo-gli-hub-enogastronomici/)

Benedetta Ferrari

28 luglio 2022



**Il 60% degli italiani gradirebbe trovarne nella meta visitata. Non solo per avere informazioni e prenotare le esperienze in loco, ma anche per vivere esperienze: il 66% vorrebbe svolgervi degustazioni, il 56% fruire di percorsi multimediali e il 55% partecipare laboratori e corsi di cucina**

Gli italiani amano viaggiare alla scoperta dei sapori e delle tradizioni enogastronomiche locali. Tuttavia, poiché a volte non riescono a godere pienamente di quanto un territorio sa offrire le informazioni sono difficili a reperire. Ecco che luoghi quali gli hub enogastronomici diventano una possibile soluzione per facilitare la scoperta della cultura enogastronomica e delle esperienze della meta visitata.

Il **“Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano”** curato da **Roberta Garibaldi** evidenzia che la possibilità di trovare questi luoghi nella meta visitata è gradita al 60% dei turisti italiani. *“Già nel 2019 avevamo riscontrato che la scarsa conoscenza di ciò che il territorio offre era fra le principali ragioni della mancata partecipazione alle esperienze enogastronomiche”*, afferma **Roberta Garibaldi**. *“Oggi è sempre più necessario mettere il turista nelle condizioni di trovare facilmente le proposte, prenotarle e parteciparvi. Non*

*solo prima della partenza, ma anche durante il viaggio. Gli hub enogastronomici sono spazi poli-funzionali che possono favorire la scoperta del territorio e, al contempo, mettere in rete i produttori garantendo loro visibilità e facilitando l'arrivo dei turisti”.*

## **NON SOLO INFORMAZIONI: GLI HUB COME LUOGHI PER VIVERE ESPERIENZE**

Il 67% degli italiani vorrebbe trovare informazioni di dettaglio sulle esperienze enogastronomiche da vivere ed avere la possibilità di prenotarle direttamente. Il 75%, inoltre, gradirebbe trovare degli spazi dedicati all'acquisto dei **prodotti agroalimentari e vitivinicoli locali**. Ecco che gli hub possono diventare così strumenti di promocommercializzazione dell'offerta territoriale, avvicinare i turisti ai produttori e fungere da “intermediari”.

Gli italiani non lo concepiscono però come semplice luogo di passaggio, come se fosse un tradizionale centro di informazioni. Vorrebbero che fosse la prima tappa – quasi “obbligatoria” – di un percorso di scoperta del territorio e del suo patrimonio enogastronomico. Ecco che il 61% vorrebbe avere la possibilità di svolgere tour che, dall'hub, li conducano alla visita delle aziende locali. Ed il 51% gradirebbe potervi noleggiare biciclette ed e-bike per poi recarsi dai produttori. Un mirabile esempio di come un hub possa “avviare” il turista alla scoperta del territorio è rappresentato dal “**Tempio del Brunello**”, innovativo museo che è espressione del più ampio progetto culturale “L'Oro di Montalcino” dell'omonimo e noto comune toscano. Qui, oltre a venire introdotti alla cultura enologica di questo importante territorio di produzione, è possibile noleggiare biciclette elettriche e tradizionali ed avere indicazione dei percorsi che conducono alla scoperta delle terre del Brunello, accompagnati anche attraverso un'app dedicata – “Oro di Montalcino”.

Parimenti, i turisti del Belpaese vorrebbero vivere in questi luoghi delle esperienze. Il 66% gradirebbe potervi svolgere degustazioni delle tipicità del territorio con guide professioniste, ed il 55% partecipare a laboratori e corsi di cucina per apprendere le ricette locali. Nel nostro Paese vi sono enoteche regionali che offrono questa possibilità: l'Enoteca Provinciale del Trentino, ad esempio, ospita al suo interno una cucina didattica ed organizza laboratori di degustazione per conoscere dal vivo produttori e tecniche di produzione dei vini del territorio.

Forte è l'interesse verso l'utilizzo delle nuove tecnologie: il 56% vorrebbe poter fruire di un percorso multimediale, con video, schermi touch-screen, e alla scoperta del territorio e delle sue produzioni.

Un'occasione per fare una pre-esperienza e decidere poi, in piena consapevolezza, cosa visitare. Un esempio mirabile è il **World of Wine-WOW di Porto, hub culturale e turistico diffuso** – consta, infatti, di 6 musei interattivi legati al mondo del vino e 9 ristoranti dislocati in tutta la città. “Planet Cork” (Pianeta del Sughero) è un'esperienza interamente digitale: i visitatori, all'intero di una stanza dove vi è da una replica di una pianta di sughero, possono apprendere attraverso vari device la varietà di usi di questo materiale, di cui il Portogallo è fra i principali produttori al mondo. In Italia, il già citato “**Tempio del Brunello**” utilizza installazioni digitali come visori di realtà virtuale, video

immersivi, per raccontare la storia del vino, del territorio e delle persone. Ad esempio, nella sala “Quadro Divino”, il visitatore può creare la propria composizione artistica attraverso postazioni touch lasciando un segno tangibile delle emozioni e delle sensazioni ricevute.