

Italia a Tavola

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Sabato 08 Gennaio 2022 | aggiornato alle 16:00 | 80812 articoli in archivio



GIECK-IN

APP DOWNLOAD  



Metodo Classico.
Emozione Contemporanea.



#NONTOCATENILAPADELLA 

Ristori: ecco i trend sui cui le aziende devo investire | 12:23 Turismo, Omicron porta nuovi ristori e rinnova la cassa integrazione | 11:04 Terra madre: radici, tuberi e bu

PER IL FUTURO

HOME » TENDENZE e MERCATO » HORECA e TURISMO

Anno nuovo, nuovi enoturisti: ecco i trend sui cui le aziende devo investire

I viaggiatori del food sono sempre più attivi e attenti. Tra i trend in ascesa l'enoturismo legato alla salute (fisica e mentale). Serve un mix tra esperienza virtuale prima e dopo il viaggio e le esperienze in loco



di Emanuele Bottirollo

08 gennaio 2022 | 13:03 

Anno nuovo, vita nuova anche per l'enoturismo. Roberta Garibaldi, opinion leader di riferimento per il comparto (tra i candidati al Premio Italia a Tavola Personaggio dell'anno dell'enogastronomia, [per votare clicca qui](#)), ha tracciato nei giorni scorsi le linee guida relative ai trend di settore 2022. L'esperta spiega: «I viaggiatori stanno cambiando, in particolare sono attivi, più esigenti, e cercano un benessere fisico e mentale. Diventeranno sempre più attivi e vorranno fare escursioni tra i vigneti, pedalare lungo sentieri sterrati e fruire di percorsi ciclabili sempre più attrezzati; vorranno partecipare alla vendemmia ma anche ad altre fasi».



Anno nuovo, vita nuova anche per l'enoturismo

Tra i trend enoturismo della salute

Spazio anche a un enoturismo all'insegna della salute: «Molti cercheranno anche opportunità per ripristinare la loro salute fisica e il benessere mentale, che sono stati gravemente colpiti durante la pandemia. Crescerà il desiderio di termalismo, turismo del vino e dell'olio, ma sarà anche l'anno di attività rilassanti all'aperto, corsi di yoga e molto altro».

Enoturisti viaggiatori attivi

Secondo Garibaldi c'è spazio per sviluppare esperienze che facciano sentire i viaggiatori protagonisti attivi, coinvolti emotivamente in armonia con sé stessi, l'azienda e l'ambiente. Ai gestori delle destinazioni e ai fornitori sarà richiesto di rafforzare i propri elementi interni legati al benessere e alla sostenibilità. Bisognerà insomma educare i viaggiatori incoraggiando il loro coinvolgimento in un processo di miglioramento aziendale che va reso percepibile e misurabile.

Mix tra esperienza in loco e virtuale

«Occorrerà far leva - spiega Garibaldi - sia sull'esperienza in loco che virtuale, nonché combinando le tecniche di narrazione con il gioco».

Ci sarà un pre e post viaggio

Nel 2022, insomma, il viaggio non finirà con il viaggio. «Le fasi prima e dopo il viaggio - chiarisce ancora l'esperta - aiuteranno i viaggiatori a prepararsi alla visita in loco e a creare un ricordo indelebile dell'esperienza. Prima della partenza, la tecnologia consentirà ai turisti del gusto di visitare virtualmente i

luoghi, dando loro l'opportunità di fare una scelta più consapevole. I food influencer, con chef in prima linea, ispireranno le persone, mentre le degustazioni digitali – che sono state offerte dalle aziende più lungimiranti per superare le restrizioni durante la pandemia – aiuteranno i produttori a stabilire un rapporto più caloroso con i loro visitatori reali e potenziali prima la loro partenza».

LEGGI ANCHE

Valorizzare i borghi con lo smart working: proposta una nuova legge

Le degustazioni non bastano più, il successo delle cantine passa dal rapporto con il territorio

Amanti dell'enoturismo? Ecco 10 cantine da visitare

Enoturismo: livelli pre Covid fra due anni. Le strategie per accelerare

Enoturismo, vendita, wine digital bar: come la tecnologia migliora la cantina

Grandi opportunità per le imprese

Grazie a queste esperienze i produttori possono portare i loro prodotti direttamente nelle case delle persone e stimolarli virtualmente a fare una visita in un momento successivo. A quel punto i viaggiatori conquistati dall'esperienza in loco diventeranno ambasciatori delle aziende che hanno visitato durante le loro vacanze. Ad esempio, condividendo foto e video con parenti e amici, incoraggiandoli ad acquistare online e a degustare i prodotti delle aziende, coinvolgendoli in un'esperienza digitale, entrando a far parte di veri e propri club enogastronomici.

Smart working per il rilancio del turismo rurale

Secondo Roberta Garibaldi anche lo smart working può aiutare il comparto del turismo enogastronomico: «Il lavoro a distanza aiuterà il rilancio del turismo rurale. Le piccole città e i paesi avranno l'opportunità di diventare luoghi ideali per vivere e lavorare a stretto contatto con la natura. Cantine e aziende agricole possono decidere di ospitare più meeting e riunioni di lavoro in sicurezza, generando nuova economia per molte realtà comprensoriali (enoteche, ristoranti tradizionali, botteghe, mercati storici, ecc.). Le degustazioni digitali potranno invece evolvere e diventare hub per la promozione online delle destinazioni, ma solo con investimenti in strumenti tecnologici». Occorre dunque capire, investire e prepararsi.



Roberta Garibaldi

È il momento del turismo enogastronomico 4.0

È il momento di costruire un vero turismo enogastronomico 4.0 anche in Italia: il 2022 fisserà un "prima" e un "dopo". Per non essere tagliati fuori servono piani d'impresa, nuove competenze e obiettivi chiari. Il pubblico pronto a recepire, secondo Roberta Garibaldi che in questi anni ha sempre anticipato correttamente le tendenze, non manca. È ora di una nuova semina.