





## Il 27 settembre è il World tourism day. Come cambiano le visite in cantina?

Nei principali distretti mondiali dell'enoturismo, l'esperienza del Covid-19 ha stimolato l'innovazione. La crisi determinata dal lockdown ha modificato l'approccio al cliente da parte delle imprese e ha indotto a fare una riflessione sul modello d'offerta futura. Il tema è stato oggetto di un webinar al femminile, organizzato da Oiv e Unwto (l'organizzazione mondiale del turismo), a cui hanno partecipato esperte di Italia, Argentina, Cile, Sud Africa, Francia e Spagna, anche per lanciare il World tourism day del 27 settembre. Le indicazioni scaturite dai lavori segnano una nuova presa di coscienza che va in un senso preciso: il futuro passa per la promozione e la capacità delle imprese di strutturare un'offerta integrata, che unisca aspetti culturali, gastronomici ma in luoghi accoglienti e sicuri nel rispetto delle nuove regole sanitarie. **Esperienze taylor-made, possibilmente memorabili per l'ospite (dai sorvoli sui vigneti alle esperienze in catamarano) che va intercettato attraverso le tecnologie più moderne**, promuovendo campagne social e facilitando le modalità di prenotazione con piattaforme digitali.

Con la bella stagione, l'enoturismo è stato favorito dalla possibilità di sfruttare i grandi spazi all'aperto e ospitare piccoli gruppi in strutture accoglienti. Ora che ci si avvicina l'inverno, il movimento del turismo del vino sarà necessariamente in calo ma il settore è chiamato a un'altra sfida: intercettare i clienti attraverso l'online, promuovendo, ad esempio, degustazioni digitali oppure lezioni di cucina. Come ha ricordato, per l'Italia, Roberta Garibaldi (Associazione italiana turismo enogastronomico), le cantine hanno privilegiato le vendite online e l'home delivery, con degustazioni virtuali e gift card. La sfida futura sarà raccogliere dati e profilare i clienti per predisporre offerte personalizzate più vicine ai gusti individuali. Come ha fatto notare Pau Roca, direttore generale dell'Oiv, il turismo mondiale del vino ha grandi opportunità di crescita. E in Italia sarà proprio il web, secondo Donatella Cinelli Colombini, ideatrice di Cantine aperte, che consentirà al settore nazionale di tornare ai 15 milioni di accessi e a 2,5-3 miliardi di euro di business.

*foto Günther Schneider/Pixabay*