

Usiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche disattivare la personalizzazione degli annunci o consultare la nostra informativa privacy.



Non riceve alcun finanziamento pubblico

Direttore responsabile:
CLARA MOSCHINI



Home ► Vini

L'Enoteca pubblica regionale ligure sbarca su Clubhouse

Presentati i format vincenti come il turismo esperienziale negli agriturismi e Adotta una cantina

IL TURISMO DEL ITALIA

Ann. 17,57 € - Econor
Finanza e Management
HOEPLI.it

Compra



Battesimo su Clubhouse per Enoteca pubblica regionale, invitata da **Roberta Garibaldi**, nota esperta di turismo enogastronomico, per commentare i numeri di un fenomeno con dati in crescita. Il turismo esperienziale nelle terre liguri, insomma, approda su Clubhouse, il nuovo social che si basa esclusivamente sulla comunicazione vocale, arrivato in Italia a metà gennaio. L'ultimo rapporto sul turismo enogastronomico, relativo all'anno precedente al covid, conferma che il vino e il territorio restano un importante fattore di attrazione turistica: il 56% degli italiani in viaggio aveva visitato negli ultimi tre anni un'azienda vitivinicola e il 44% partecipato a un evento a tema. Dati che derivano da un trend in crescita, se si raffrontano con quelli degli anni precedenti.

Anche per questo Regione Liguria ha sviluppato nel 2020 alcuni format di successo che saranno potenziati nei prossimi mesi e costituiscono asset strutturali di un marketing turistico territoriale che fa leva sull'esigenza della domanda di vivere un turismo esperienziale a partire dall'identità di un territorio. Il vino è un fatto culturale che racconta di un luogo e dei suoi abitanti. Il turista vuole fare esperienze di senso e incontrare l'autenticità di una terra. Dietro ogni prodotto di qualità certificata ci sono l'uomo e il territorio.

Attraverso il progetto Terragir3, sono state certificate 150 esperienze proposte da agriturismi, fattorie didattiche e aziende ittiche, una vera rete di aziende che può offrire un'accoglienza speciale e unica. Nei giorni scorsi sono stati installati nell'atrio di Palazzo Ducale a Genova e allo Iat di Alassio due postazioni multimediali che offrono al pubblico la possibilità di andare alla scoperta dell'entroterra ligure puntando non solo su sapori, tradizioni e ricette, ma valorizzando una serie di proposte esperienziali.

"Il progetto ha portato a selezionare 54 tra aziende agricole, agriturismi e aziende ittiche in grado di proporre oltre 150 esperienze autentiche e di qualità, capaci di soddisfare le esigenze di golosi e curiosi dell'arte contadina e del mondo rurale - spiega il vicepresidente e assessore all'agricoltura e marketing territoriale **Alessandro Piana** - L'obiettivo è quello di promuovere il nostro territorio attraverso le diverse tipicità, puntando sul turismo sostenibile, di prossimità. Miriamo ad allargare la platea delle imprese aderenti, in modo da permettere a un numero sempre maggiore di realtà di essere valorizzate e conosciute, per potenziare l'offerta della nostra regione, in chiave di enoturismo e turismo enogastronomico".

Adotta una cantina è il progetto sviluppato con enoteca regionale: ha messo a sistema circa 50 strutture ricettive e altrettante cantine per proporre all'ospite un'esperienza di senso e rendere più agevole la conoscenza dei vini liguri e dei viticoltori, con l'obiettivo di far vivere al turista un viaggio esperienziale e immersivo tra vigneti, cantine e calici di ottimo vino.

"Si tratta di un'iniziativa di rilancio, ideata nell'estate 2020, per contrastare il difficile momento e migliorare la conoscenza delle produzioni di qualità della nostra regione che sarà ripetuta anche quest'anno - sottolinea l'assessore al turismo **Gianni Berrino** - gli alberghi, infatti, avranno la possibilità di proporre all'ospite un'esperienza unica e di promuovere al tempo stesso il vino della Liguria, una delle eccellenze del nostro territorio. La valenza di questa collaborazione pertanto è duplice: far conoscere i vini e far scoprire agli ospiti degli hotel i luoghi incantati in cui sorgono i vigneti liguri".

E poi Assaggia la Liguria, brand che punta a creare eventi e momenti di piacere potendo contare su tre frecce al proprio arco: il basilico genovese dop, l'olio dop Riviera Ligure e i vini doc liguri, attraverso l'azione dei consorzi di riferimento e di enoteca regionale.

A fare da sintesi, e con l'obiettivo di fare della produzione agroalimentare il volano portante del turismo della regione, l'Agenzia di promozione In Liguria sta mettendo a sistema queste iniziative e progettando strategie di marketing turistico territoriale per incidere nel complesso processo decisionale che porta alla scelta di una vacanza e in cui il fattore decisivo è il carattere esperienziale della stessa.

L'enoturismo e l'enogastronomia saranno la leva di sviluppo sostenibile del territorio e del turismo, in una chiave di competitività sui mercati domestici e internazionali, perché la tipicità è la cifra distintiva di una destinazione. Tutte le esperienze si trovano sul nuovo sito progettato in

Simili



VINI **Vittoria Chianti in Tribunale Ue/2: stop al falso Gallo Nero**

Coldiretti commenta: tarocco vale 100 miliardi

Lo stop al falso Chianti è importante in una situazione in cui sul mercato globale le imitazioni dei prodotti agroalimentari made in Italy hanno superato il valore di 100 miliardi nell'anno del Covid. E'... [continua](#)

VINI **Italian Wine Brands lancia bond per 130 milioni**

Munizioni per realizzare acquisizioni "nel frammentato mercato italiano wine&food"

Il cda di Italian Wine Brands, considerate le condizioni favorevoli di mercato, ha deliberato l'emissione di un prestito obbligazionario senior, non convertibile, non subordinato e non garantito per... [continua](#)



VINI **Falso Made in Italy: Chianti continua a vincere in Europa**

Il tribunale afferma ancora una volta notorietà e carattere distintivo simbolo Gallo Nero

Nel settembre 2017 una società di Roma richiede la registrazione in classe 33 (vini) di un marchio riportante un'immagine simile a quella del marchio Gallo Nero. Immediatamente il Consorzio Vino Chianti cl... [continua](#)