

Qual è l'identikit dell'enoturista del 2023?

scritto da Lavinia Furlani | 21 Febbraio 2023



Il volto del wine lover che viaggia sta cambiando: se fino a qualche anno fa il prototipo del visitatore di una cantina superava decisamente la quarantina, oggi si assiste, se non ad un cambio generazionale, ad un **deciso calo dell'età media degli ospiti**.

Passare del tempo in cantina sta diventando un modo alternativo di stare insieme, per i giovani adulti, **un luogo dove festeggiare i propri eventi, un modo piacevole di viaggiare con una meta**.

Le ragioni della diffusione dell'enoturismo tra i più giovani sono probabilmente da mettere in relazione al **mutato linguaggio del vino, che ha saputo intercettare, attraverso i canali social, una fascia di giovani che manifestano un**

desiderio di cultura o quantomeno di curiosità enologica e che sono destinati a diventare i principali protagonisti della spesa in vino e turismo del vino.

Parliamo dei **Millennials, che popolano la fascia dei trenta-quarantenni**, ormai protagonisti già da qualche anno del mercato del vino, ma anche della c.d. **generazione Z**, cioè dei giovanissimi adulti che iniziano ad avere una propria capacità di spesa e iniziano ad apprezzare le escape legate al mondo del vino.

L'enoturista giovane manifesta comportamenti molto diversi da quelli che caratterizzano la generazione precedente: se la fascia dei cinquantenni di norma prenota le visite enoturistiche poco prima di partire per un viaggio, o addirittura in loco, l'enoturista giovane ama fissare l'esperienza quando prenota il viaggio, agevolato in questo dalla sua capacità di navigare online, dalla confidenza nelle piattaforme di prenotazione, e in generale dal suo maggiore accesso alle informazioni.

I giovani si dimostrano più inclini a farsi ispirare dalle esperienze rappresentate sui social: la scelta della meta è spesso influenzata dalle vetrine di Instagram e TikTok. **Le esperienze enoturistiche che vanno più forte sono quelle più a portata di click**, come si suol dire quelle più instagrammabili.

Di questo aspetto le cantine dovrebbero tenere conto: **a nulla vale costruire l'esperienza più esclusiva se poi, in cantina, il wi-fi non funziona**: il tam tam dei social non partirà, perdendo occasioni uniche di intercettare il pubblico più giovane.

Il meccanismo che porta alla prenotazione di una visita è semplice e rapido: dalla percezione del desiderio di vivere un'esperienza unica e autentica, alla **pianificazione dell'esperienza, alla prenotazione, rigorosamente online**. Il

giovane enoturista ha rapidità di azione ed elevato dinamismo ed è favorevolmente influenzato dalla semplicità e la velocità della prenotazione.

Quanto più si **rende semplice e veloce il processo che conduce alla prenotazione**, tanto più si ha la possibilità di intercettare l'enoturista sotto la soglia degli "anta".

Rendiamo facili e quanto più possibile automatici questi passaggi ed avremo più **possibilità di accedere a un mercato di visitatori che è destinato a fare la differenza** tanto sul mercato del vino quanto nel panorama dell'enoturismo.