Giovani e digitali: la rivoluzione silenziosa che sta trasformando l’enoturismo

scritto da Lavinia Furlani | 2 Settembre 2024



L’enoturismo, già un segmento di mercato in forte crescita, sta vivendo un’evoluzione significativa grazie al contributo dei giovani e all’adozione di strumenti digitali. Questi due elementi si stanno rivelando fondamentali per il futuro del settore, creando nuove opportunità e migliorando l’efficienza delle cantine. I dati di Wine Suite, software CRM e Marketing per la gestione dell’attività enoturistica in Italia, ci mostrano più da vicino questi cambiamenti.

I giovani: protagonisti del cambiamento

Nel 2023, **il 43,8% delle prenotazioni di visite in cantina è stato effettuato da persone tra i 25 e i 34 anni**. Questo dato

evidenzia un crescente interesse dei giovani per l'enoturismo, un fenomeno che non può essere ignorato dagli operatori del settore. Questa fascia d'età, spesso caratterizzata da un forte desiderio di esperienze autentiche e di qualità, rappresenta una risorsa preziosa per le cantine. I giovani sono infatti alla ricerca di esperienze che vadano oltre la semplice degustazione di vini; vogliono scoprire il territorio, comprendere le tecniche di produzione e immergersi nella cultura del vino.

Per le cantine, quindi, diventa fondamentale creare offerte che rispondano alle esigenze di questo pubblico, sempre più attento alla sostenibilità e alla genuinità delle esperienze. Le esperienze enoturistiche devono evolversi per includere elementi che parlano direttamente a questa generazione: dalla narrazione autentica delle tradizioni locali all'integrazione di percorsi sensoriali e culturali che arricchiscano la visita.

Il digitale: un alleato indispensabile

Parallelamente, il digitale si è affermato come uno strumento cruciale per il successo dell'enoturismo. Nel 2023, ben **il 79,4% delle prenotazioni di visite in cantina è stato effettuato online**, un dato che riflette non solo la crescente familiarità dei consumatori con le tecnologie digitali, ma anche la necessità delle cantine di adattarsi a questa tendenza.

Leggi anche: Il calo dei consumi di vino e l'enoturismo come soluzione: una panoramica sui dati del 2023

L'uso di piattaforme digitali per la gestione delle prenotazioni, d'altro canto, porta notevoli vantaggi operativi:

- Riduzione significativa del rischio di no-show
- Ottimizzazione dei flussi di lavoro grazie al calendario

automatico
- Possibilità per l’enoturista di prenotare in qualsiasi orario e verificare in tempo reale la disponibilità
- Minor lavoro per il personale

Questo cambiamento, però, non riguarda solo le prenotazioni, ma si estende a tutte le fasi dell’esperienza enoturistica. Dalla promozione sui social media all’e-mail marketing post-visita, il digitale offre alle cantine la possibilità di raggiungere un pubblico più ampio e di creare una relazione diretta con i visitatori. L’integrazione di strumenti digitali nella strategia enoturistica non è più un’opzione, ma una necessità per restare competitivi e rispondere alle nuove esigenze del mercato.