Il profilo dell’enoturista del futuro

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Maggio 2022



Nomisma Wine Monitor, progetto nato con l’obiettivo di aiutare imprese e istituzioni della filiera vitivinicola italiana a interpretare correttamente le dinamiche di mercato per sviluppare le giuste strategie di business, ha voluto predisporre uno strumento permanente di monitoraggio, realizzando un **osservatorio annuale nazionale sul turismo del vino in Italia.**

L’obiettivo è restituire un quadro completo sul fenomeno enoturistico in Italia attraverso l’**analisi di 2 target:**

- le aziende vitivinicole italiane,
- i Comuni aderenti a Città del Vino.

Città del Vino è una associazione nazionale che persegue l’obiettivo di costruire una proposta turistica legata al vino e ai prodotti tipici locali, in grado di offrire un’esperienza che salvaguardi le tipicità territoriali, lo sviluppo sostenibile e garantire opportunità lavorative per gli operatori locali.

Tanti gli aspetti da analizzare legati all'enoturismo in Italia, un mondo che ha registrato sviluppi notevoli negli ultimi anni e che si è dimostrato molto ricettivo verso le nuove istanze e tendenze legate soprattutto alle generazioni più giovani.

Come si evolverà e quali saranno le caratteristiche del futuro enoturista?

La ricerca di Nomisma Wine Monitor prova a dare una risposta analitica a questo interrogativo.

Secondo le aziende vitivinicole **il trend di crescita è spinto principalmente dai Millennials italiani** che sembrano essere la generazione più attiva ed interessata al turismo legato al vino.

Il nuovo enoturista ha un **livello di istruzione alto** (95%) ed un **reddito sopra la media** (84%), è un giovane (60%) che ricerca informazioni sull'enoturismo online (82%) e le condivide principalmente sul web (76%) anziché tramite il passaparola.

L'identikit inoltre rileva che il nuovo turista del vino **risiede in grandi città** (75%) ed integra la propria esperienza enoturistica anche andando oltre il vino, ricercando benessere, cultura e sostenibilità (90%).
Per quanto riguarda il genere, c'è un sostanziale **equilibrio tra uomini** (49%) **e donne** (51%).

Mediamente il 61% degli enoturisti spendono oltre 50€ per l'acquisto di vino durante la loro esperienza, tra questi il 18% investe oltre 100€. Solo il 40% spende meno di 50€ ed il 4% resta al di sotto dei 20€.

Un altro dato interessante che emerge dall'analisi riguarda **le aziende vitivinicole del Nord Est che registrano scontrini nettamente più bassi rispetto alle altre zone d'Italia, in particolare rispetto alle imprese del Nord Ovest.**
Infatti il 51% degli enoturisti che visitano le cantine del

Nord Est spendono meno di 50€, sono solo il 12% per quanto riguarda le aziende del Nord Ovest che possono godere di un 88% in grado di spendere oltre 50€.

Il Sud e le isole registrano numeri migliori rispetto al Nord Est, con un 48% degli enoturisti che investe meno di 50€, un 29% che oscilla tra 50-100€ ed un 23% che spende oltre 100€ per il vino durante l'esperienza enoturistica.
Anche questo è un dato da tenere in considerazione, visto che **la percentuale di alto-spendenti è maggiore al Sud e nelle isole** (23%) rispetto al Centro (13%), al Nord Est (15%) ed al Nord Ovest (21%).