

Nuove tendenze del turismo enogastronomico: la sostenibilità al centro del gioco

scritto da Redazione Wine Meridian | 4 Novembre 2021



Il settore del turismo continua a essere uno dei campi più colpiti dal COVID-19, il che ha modificato in maniera potenzialmente permanente i comportamenti dei viaggiatori di tutto il mondo. Nonostante ci si auspichi un ritorno alle consuetudini pre-pandemiche, l'industria si sta già adattando ad una "nuova normalità" caratterizzata da trend innovativi ed esperienze turistiche più sostenibili.

In questo scenario nazionale ed internazionale, Roberta Garibaldi ha guidato l'annuale Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano per evidenziare le nuove tendenze che

hanno segnato il 2021 e che influenzeranno il 2022.

Ciò che è emerso dalla ricerca è che **il turismo legato al food&wine è cresciuto significativamente negli ultimi quattro anni, salendo da una percentuale del 21% di viaggiatori esclusivamente interessati al turismo agroalimentare ad un 55%**. Ma questa tendenza al rialzo è destinata a crescere ancora nei mesi a venire: esaminando in particolare i dati relativi al turismo del vino, possiamo osservare che gli italiani che viaggiano con lo scopo primario di compiere visite enoturistiche sono molto attivi e sono alla ricerca di esperienze sempre più innovative.

Per quanto riguarda i fattori determinanti che influenzano la scelta di una destinazione enoturistica, possiamo osservare che **il paesaggio e la cultura del luogo sono decisivi rispettivamente per il 90% e l'88% dei viaggiatori**.

I dati indicano un trend positivo soprattutto relativamente all'interesse dei turisti nei confronti di cantine situate in strutture storiche, come castelli e centri storici rinomati: l'attenzione per queste destinazioni è salita del 7% durante il 2021. La seconda categoria più ambita dai turisti è rappresentata dalle cantine a conduzione familiare (+8% di interesse), il che testimonia il **desiderio dei visitatori di vivere esperienze autentiche a contatto con gli abitanti del luogo**. In terza e quarta posizione troviamo le cantine in cui hanno sede produzioni rinomate e cantine con particolarità architettoniche significative.

Nonostante il loro interesse per i tour enogastronomici sia in crescita, **i turisti sono sempre più esigenti in termini di qualità e varietà delle esperienze** e cercano attività sempre più innovative, coinvolgenti e sostenibili. La chiave per mantenere vivo il loro interesse, in questo caso, è riuscire a rendere l'esperienza diversa ed unica per ogni enoturista.

Il primo elemento da prendere in considerazione quando si mettono a punto nuove esperienze di enoturismo è il desiderio

dei turisti di scoprire nuovi aspetti della cultura del luogo che vanno a visitare (non solo dal punto di vista culinario ed enologico). **Il turista italiano medio è interessato a tutti gli aspetti della cultura locale:** per questa ragione, può essere particolarmente efficace proporre esperienze enoturistiche che integrino la cultura gastronomica ad altri aspetti culturali o tradizionali del posto.

Attività enoturistiche di successo del 2021

I trend evidenziano che i turisti sono particolarmente interessati ad **esplorare le molte sfaccettature enogastronomiche del nostro Bel Paese;** non si limitano quindi a cercare produttori di vino, ma anche di formaggi, pasta ed altri tipi di generi alimentari.

La maggior parte dei viaggiatori enogastronomici (75%) ha trovato stimolanti i picnic e le cene in vigna, gli eventi artistici in cantina (75%) e le esperienze che prevedono l'abbinamento dei vini aziendali a pietanze del luogo (66%). Anche le attività sportive e di fitness integrate alle visite (come il wine trekking, ad esempio, interessante per 53% dei turisti enogastronomici) e le esperienze multi-sensoriali che combinano cibo, vino e ad altri stimoli in gallerie culinarie (64%) **sono risultati particolarmente efficaci.**

Nuovi trend emergenti dell'enoturismo

Nel 2022, **la propensione all'innovazione toccherà anche gli alloggi turistici:** i recentissimi "wine hotels", alberghi legati ad attività wine&food, interessano al 56% dei viaggiatori enoturistici, nonostante solo il 32% abbia avuto la possibilità di soggiornarvi finora.

Il nuovo trend del **"glamping"** (o campeggio di lusso), meglio se con la **possibilità di seguire visite autoguidate con applicazioni digitali,** interessa al 56% dei turisti italiani, grazie anche all'influenza dell'ecologia e della sicurezza.

Seguendo quest'onda, un'altra tendenza che sta prendendo piede e che dovremo monitorare nel 2022 è il **"bleisure"**, termine che

nasce dalla fusione di “business” e “pleasure” e che si traduce nell’organizzazione di soggiorni di lavoro in cantine o strutture agroalimentari.

Infine, non possiamo non sottolineare **il tema della sostenibilità**, che guida ed influenza le scelte della quasi totalità dei viaggiatori (in particolar modo delle generazioni più giovani).

È importante però notare che la sostenibilità che interessa ai turisti non è limitata solo ai processi produttivi aziendali, ma **si espande anche all’etica produttiva ed alla percezione di fare del bene per tutto il sistema economico e sociale.**