

Chi è il turista del vino? Una nuova indagine ne delinea le caratteristiche

scritto da Redazione | 24/05/2023



I dati riportati nel nuovo report elaborato da Divinidea hanno consentito di elaborare un profilo tipo dell'enoturista: ama anche il cibo e ha un alto potere di spesa

È ormai una certezza che il turismo contemporaneo in Italia sia fortemente influenzato dall'enogastronomia. Quando programmano un viaggio o una semplice escursione, le persone pianificano anche esperienze relative al cibo e al vino, partecipando a degustazioni, visite alle aziende o sperimentando nuove tendenze.

A questo proposito [Divinidea](#), realtà che si occupa di **turismo esperienziale**, ha voluto indagare le caratteristiche del **moderno turista del vino**.

Chi è il turista del vino? Ecco l'identikit

Il Report *"Enoturismo e Vendite direct-to-consumer 2023"*, basato su analisi dei dati e trend di mercato, ha evidenziato che il profilo di **enoturista più presente nelle visite alle cantine italiane** è quello che **ama sia cibo che vino**, ha un potere di spesa alto e un buon network di conoscenze che abilita altri visitatori tramite passaparola.

Al gradino più basso, ci sono sommelier e winelover mentre al terzo posto si collocano le **coppie romantiche**. A proposito degli innamorati, è stato confermato che pic-nic e cene romantiche sono tra le esperienze più gettonate soprattutto in occasione di ricorrenze come compleanni e San Valentino.

«Il turismo del vino vive un momento felice e conferma il trend della ricerca esperienziale di chi viaggia. - spiega **Roberto Villa** di Divinea - In questo contesto le aziende del vino hanno la necessità di conoscere il proprio cliente attraverso la raccolta dei dati e creare proposte enoturistiche sempre all'altezza delle aspettative».

L'IDENTIKIT DELL'ENOTURISTA

Le 10 tipologie di visitatori più presenti nelle cantine italiane



1 TURISTA ENOGASTRONOMICO

Si conferma di gran lungo il profilo più presente nelle cantine italiane. È particolarmente apprezzato da parte dei produttori in quanto è curioso di conoscere la realtà che visita, ha un potere di spesa mediamente alto ed ha spesso un buon network di conoscenze che abilita altri visitatori tramite passaparola.



2 WINE LOVER / SOMMELIER

Anche se le aziende sono ormai luoghi aperti a tutti, attrarre conoscenti del settore resta sempre una priorità da parte delle cantine. La loro testimonianza e il loro endorsement può portare prestigio all'azienda e raggiungere un pubblico maggiore visto che sono sempre di più i professionisti del settore che condividono la loro esperienza sui canali Social.



3 COPPIA ROMANTICA

Negli anni si sono fatti strada, spingendo sempre più aziende a creare proposte enoturistiche disegnate in funzione dei loro bisogni. Basti pensare che i pic-nic e le cene romantiche sono tra le esperienze più gettonate grazie anche alle coppie che la prediligono soprattutto in occasione di ricorrenze come compleanni e San Valentino.



4 VISITATORI STRANIERI

Durante il periodo di emergenza sanitaria, gli analisti dicevano che ci sarebbero voluti anni prima di rivedere i turisti stranieri. Probabilmente il numero di visitatori esteri è calato rispetto agli anni pre Covid ma, in termini qualitativi, restano un bacino prezioso con un potere di spesa alto e che tendono ad acquistare significativi quantitativi di vino.



5 NEOFITI

Fino a qualche anno fa si camuffavano tra i wine lover per paura di far sapere che non avevano mai visitato una cantina o che non conoscevano le tecniche di vinificazione. Oggi le cose sono cambiate e sempre più aziende stanno adattando la comunicazione per avvicinare persone curiose di scoprire per la prima volta cosa c'è dietro una bottiglia di vino.



6 SPORTIVI

Le aziende sono ubicate quasi sempre in luoghi belli anche dal punto di vista naturalistico. Non sorprende che sempre più sportivi scelgono le aziende vinicole e che quest'ultime si siano attrezzate per venire incontro alle loro esigenze con proposte dedicate e strutture dotate dei servizi necessari.



7 FAMIGLIE

Specialmente nel fine settimana e durante la stagione estiva, sempre più famiglie scelgono le cantine come luogo per passare una giornata in famiglia. Sono spesso persone che arrivano nel fine settimana dai principali centri cittadini e che scelgono cantine della stessa regione o, comunque, raggiungibili con tragitti in auto relativamente brevi.



8 VISITATORI PER CASO

Capita una giornata estiva di pioggia oppure un turista che si è perso, fino a chi ricerca sul navigatore l'azienda più vicina tramite geolocalizzazione senza aver pianificato con anticipo. Sono molteplici le circostanze che portano persone inaspettate in azienda e che, se ben gestiti, possono riservare piacevoli sorprese.



9 VISITATORI CON ANIMALI DOMESTICI

Sempre più persone si muovono in compagnia degli amici a quattro zampe. Le aziende vinicole sono per natura un ambiente ospitale per questo genere di visitatori, tuttavia, avere l'accortezza di prendersi cura degli animali è un piccolo investimento che può far felice il padrone.



10 VISITATORE RICORRENTE

Un visitatore su 25 torna a visitare la stessa azienda nel corso dell'anno. Sono persone che hanno vissuto un'esperienza positiva e sono i migliori candidati a diventare ambasciatori del brand cantina. Dall'altra parte le aspettative di queste persone sono crescenti ed è importante creare un percorso esperienziale ingaggiante.

Altre tipologie di enoturisti

Al quarto posto, dopo i "romantici", tra gli enoturisti ci sono i **visitatori stranieri**. Oltre a visitare le nostre città d'arte e degustare la nostra cucina, essi visitano cantine ed enoteche e acquistano **significativi quantitativi di vino** avendo alta possibilità di spesa.

Al **quinto posto** entrano i **neofiti** e non è un caso che sempre più aziende si siano organizzate per favorire l'avvicinamento al vino, attraverso corsi e attività varie. Al **sesto posto** si trovano gli sportivi che coniugano la bellezza dei luoghi del vino alle visite in cantina, in particolare quelle che si sono attrezzate per venire incontro alle loro esigenze con proposte dedicate e strutture dotate dei servizi necessari.

Al **settimo posto** ci sono le **famiglie**, che soprattutto nel fine settimana e durante la stagione estiva, scelgono di passare in cantina una giornata in famiglia o dedicano alla visita un turismo di prossimità. All'**ottava posizione** c'è il **turista casuale** che non pianifica la visita, mentre al **nono posto** i **visitatori con animali domestici** che premiano le aziende che hanno l'accortezza di prendersi cura degli animali.

All'ultimo posto il **visitatore ricorrente**, ovvero persone che hanno vissuto un'esperienza positiva in una cantina e sono i migliori candidati a diventare ambasciatori di un brand del vino.

Giovedì 25 maggio, alle 17.00 sarà possibile seguire il Webinar di presentazione del *Report Enoturismo e Vendite Direct-to-Consumer 2023*. È possibile registrarsi al seguente link:

<https://hubs.la>