

Perché il turismo del vino?

- Perché un piatto tipico o un vino locale rappresentano la massima espressione dell'identità, della cultura e del territorio di appartenenza.
- aumenta la soddisfazione del cliente: accompagna e arricchisce qualsiasi offerta vacanza già presente sul territorio (dai turisti upper class della vacanza benessere, agli sportivi, agli amanti della cultura).
- Offre molti margini di crescita ed è potenzialmente strategico per aumentare la spesa media dei turisti.
- In quanto prodotto trasversale favorisce la destagionalizzazione.
- È un mezzo di rivalutazione dei saperi e della cultura del luogo per l'economia locale.
- Il settore food&wine ha un tasso di occupazione potenzialmente alto.
- Coerenza con piano marketing di PromoTurismoFVG che prevede il FVG come destinazione SLOW.

Profilo del turista enogastronomico

- Età compresa tra i 30 e i 50 anni
- Prevalentemente di sesso maschile 62% ma con una percentuale di donne in crescita
- Tipologia di vacanza legata al turismo di coppia o ai piccoli gruppi
- Predilezione degli short-break (3-5 giorni)
- Livello sociale ed economico medio-alto
- Turista itinerante, non fedele alla destinazione
- Disintermediazione, decide in maniera autonoma -> web, smartphone, social sono fondamentali, info (anche meteorologiche) sempre aggiornate e accessibili

L'enoturista ricerca un'offerta integrata, capace cioè di abbinare al prodotto vino anche un'offerta di tipo culturale, paesaggistico, sportivo, di relax e benessere.