Expo on Wine ed Expo on Food, due club lombardi di prodotto

expo-on-wine-1c5129d0

Due nuovi Club di prodotto in casa Explora, la società istituzionale, costituita da Camera di Commercio Milano, Regione Lombardia, Expo Milano 2015 e Unioncamere lombarde, per comunicare e promuovere ufficialmente la Regione.

Sono Expo On Wine ed Expo On Food, attraverso i quali si vuole valorizzare territori e zone di produzione dei vini, produttori, cantine ed operatori turistici del territorio.

D'altronde, i numeri parlano chiaro: l'immagine dell'Italia è sempre più collegata alla buona tavola ed al mangiar sano. Il Food & Wine in Italia è infatti in testa alla classifica (35%) delle motivazioni alla vacanza. Batte la visita a musei e mostre (29%), lo shopping (16%), la ricerca di nuove amicizie (12%) e lo sport (6%). Guardando poi all'Europa i Paesi dai quali il tema dell'enogastronomia è particolarmente apprezzato sono: Spagna 82%, UK 73%, Italia 61%, Francia 60%, Germania 55%.

Se il Food & Wine, dunque, rappresenta, per turisti nazionali e stranieri, una delle principali motivazioni per mettersi in viaggio, la promozione della nostra enogastronomia all'estero è una grande opportunità e un invito - per i turisti che la apprezzano e ne fanno esperienza - a scoprire il territorio italiano e tutte le sue attrattive. L'occasione è certamente Expo Milano 2015. Basti pensare che il 25% dei suoi visitatori risulta interessato ad approfondire il tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" anche fuori dallo spazio espositivo e che, soprattutto, il 42% di quegli stessi visitatori considera l'evento come un opportunità per provare cibi e ricette locali (fonte GsK Eurisko/Expo). Ma come intercettare i flussi di questi "turisti del gusto" che sempre più ricorrono a web e rete per costruire i loro itinerari soprattutto in vista dell'Expo 2015? Explora comunica informazioni mirate, proprio ricorrendo a strumenti online ed offline, in 12 lingue; conosce infatti il profilo dei visitatori di Expo Milano 2015 e li sta aiutando a pianificare in anticipo la visita al territorio in base ai propri interessi, proprio come richiesto dal 45% dei visitatori (fonte GsK Eurisko/Expo).

Il mondo del vino in Lombardia, in Piemonte ed in generale in Italia, rischierebbero, infatti, di non poter sfruttare l'evento direttamente, - soprattutto, perché il mercato internazionale non conosce abbastanza bene tutte le destinazioni del vino italiane - con ricadute immediate in tema di visibilità dei vini – pensiamo DOC e DOCG -, così come dei produttori, ma anche in tema di vendite dirette ai visitatori di Expo. Tra gli strumenti che Explora ha allora creato per intercettare i turisti del gusto, quello dei club di prodotto rappresenta la rete qualificata a mettere insieme: produttori e luoghi di produzione agroalimentare, ristoratori del territorio e luoghi di vendita di prodotti locali. Tutte le specifiche sono sul portale