Itinerari e team bulding a tema vitivinicolo con Delitaly

Ripartire dal territorio per rilanciare il turismo. Questo è il mantra a cui si è ispirato **Delitaly**, il nuovo operatore italiano specializzato nella creazione di esperienze di viaggio e soggiorno presso aziende vitivinicole dotate di ospitalità e ristorazione. Che, non per nulla, nasce da una costola di un'azienda, **AutoctonO srl**, specializzata da 15 anni nell'organizzazione di eventi di intrattenimento enogastronomico per gruppi aziendali. Ne abbiamo parlato con il fondatore, nonché presidente e ad di Autoctono, **Christian Fabrizio**, che sottolinea il profondo lavoro di scelta delle località offerte: "proponiamo una selezione di location veramente esclusiva, ma pur sempre accessibili per , nelle quali siamo in grado di fornire servizi di ricettività completi, rilvolti sia ad una clientela Leisure che Corporate".

Proprio dal Corporate proviene al momento la maggioranza della clientela di Delitaly: "Provenendo da una lunga esperienza nell'ambito degli eventi aziendali il grosso della clientela proviene ancora dal settore aziendale, anche se sempre più attenzione sta giungendo però dagli individuali, orami arrivati al 30% del totale" dice Fabrizio. Indiviaduali che, Italia a parte, provengono anche dall'estero, facendo di Delitaly uno straordinario strumento di incoming di alto livello soprattutto in vista dell'**Expo 2015**: "Abbiamo notato uno speciale interesse sulle nostre proposte dai Paesi del Nord Europa, *in primis* Germania e Scandinavia – aggiunge Fabrizio -. E noi speriamo che l'Expo sia una straordinaria opportunità per italiani e stranieri per scoprire, o riscopire, il nostro ricchissimo territorio. Grazie a Delitaly e al nostro altro brand che si occupa di itinerari enogasronomici principalmente in barca tra le isole italiane **Rotte del Gusto**".

Tra gli itinerari i più battuti vi sono i classici in **Piemonte, Toscana e Sicilia**, ma "con parecchia curiosità e interesse anche per mete un po' meno battute, quali **Veneto, Campania e Lombardia**" dice Fabrizio, che sottolinea la "qualità" della propria clientlea, sia questa leisure che corporate: "I nostri clienti *tipo* hanno un'età compresa fra i 30 e 50 anni, un livello di istruzione medio-alto e una spiccata propensione allo shopping post-soggiorno. Soggiorni che vanno per 3 giorni e 2 notti in mezza pensione dai 500 agli 800 euro a coppia, mentre sul fronte Corporate, la clientela è costituita quasi esclusivamente da aziende multinazionali, sempre attente a investire nell'arricchimento degli eventi istituzionali attraverso la scelta di location esclusive e di forme di intrattenimento inedite e

impattanti. In entrambi i casi – chiosa Fabrizio - la distribuzione avviene sia direttamente, sia attraverso la Rete agenziale”.