Expo On Wine & Expo On Food, due nuovi club di prodotto per Explora

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 www.Wonderfulexpo2015.info