Per il 20% degli italiani vacanza fa rima con (buon) vino

Il potenziale del vino italiano e la sua capacità di attrazione turistica potrebbero essere un volano eccezionale per il nostro Paese. Eppure questo immenso valore è ancora poco sfruttato. Solo il 9% dei turisti stranieri, infatti, dichiara che la scelta del territorio italiano è collegata ad una prevalente motivazione enogastronomica. Percentuale che scende ulteriormente se si considerano solo i turisti italiani: solo il 4,7% di loro è infatti spinto da questa variabile (in crescita, tuttavia, rispetto al 2008, in cui si era fermi al 3,2%). Ne emerge che il vino italiano non catalizza ancora l'attrattività che è in grado di esprimere. A dirlo sono i numeri che **Wine Monitor Nomisma** ha raccolto, realizzando anche una survey dal titolo "**Il mercato interno: consumi, tendenze, prospettive. L'attrattività del vino nella scelta delle mete turistiche e il ruolo degli acquisti diretti di vino durante le vacanze/escursioni** ", con 1.300 interviste sulla popolazione italiana, commissionata dal **Consorzio di Tutela Vini del Trentino.**

L'indagine, che focalizza l'attenzione sul posizionamento reputazionale del Trentino, stimola una riflessione sulle enormi potenzialità comunicative del territorio e delle sue eccellenze vitivinicole. Il 12% degli italiani lo giudica infatti il luogo ideale dove trascorrere vacanze e fare escursioni (al quinto posto, insieme al Veneto, dopo Toscana, Sicilia, Puglia e Sardegna e con una buona capacità di creare fedeltà oltre al trial) e tra i luoghi del Bel Paese in cui i vigneti contribuiscono maggiormente a rendere unica la bellezza del paesaggio (al quarto posto, insieme alle Langhe, con l'11% di preferenze, a ridosso dei Terrazzamenti liguri, al 12%, del Franciacorta, al 13%, ma distaccato dal 29% delle colline senesi, al primo posto della classifica). Numeri confermati dall'alto tasso di Retention Rate (39 su 100), cioè il rapporto tra esperienza recente e trial-almeno una volta, che dimostra la capacità del brand Trentino di creare fedeltà dopo la prima esperienza di vacanza. Tra i punti di forza spicca l'enogastronomia, considerata al primo posto per l'11% dei turisti.

Oltre a rappresentare occasioni per incrementare la notorietà delle principali denominazioni, le vacanze e gite in Trentino sono anche il momento perfetto per sperimentare e approcciarsi alle eccellenze del territorio: il 77% di turisti ed escursionisti ha bevuto in almeno una occasione vini trentini durante il soggiorno e ben il 24% dei turisti acquista vino del territorio in negozi/enoteche ogni volta che trascorre una vacanza in Trentino. Anche gli acquisti diretti in

azienda rappresentano un canale utilizzato da escursionisti e turisti.
“Sono dati che ci aiutano a capire quali sono le potenziali strade da intraprendere per la promozione delle nostre eccellenze - ha dichiarato **Fabio Piccoli**, Responsabile della promozione del Consorzio Vini del Trentino -. Interessante notare, per esempio, che oltre il 40% degli escursionisti e turisti del Trentino potrebbe essere interessato a trascorrere un breve periodo di vacanze accolto da un'azienda vitivinicola trentina. Questo ci fa capire che forse i tempi sono maturi per sviluppare un modello ricettivo nuovo che non fa solo leva sull'originalità ma che stimola la componente enoica ancora latente nel turismo italiano e strizza l'occhio al turismo internazionale, maggiormente attento a questi aspetti”.