Turismo, Italia: arrivano gli hub enogastronomici per gli amanti del vino

mail-2-29a6fef4

Gli italiani amano viaggiare alla scoperta dei sapori e delle tradizioni enogastronomiche locali. Tuttavia, a volte non riescono a godere pienamente di quanto un territorio sa offrire poiché le informazioni sono difficili a reperire.

Ecco che luoghi quali gli hub enogastronomici diventano una possibile soluzione per facilitare la scoperta della cultura enogastronomica e delle esperienze della meta visitata. Lo sottolinea il **"Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano"**, curato da Roberta Garibaldi, che evidenzia come la possibilità di trovare questi luoghi nella meta visitata è gradita al 60% dei turisti italiani. "*Già nel 2019 avevamo riscontrato che la scarsa conoscenza di ciò che il territorio offre era fra le principali ragioni della mancata partecipazione alle esperienze enogastronomiche*", afferma la curatrice. "*Oggi è sempre più necessario mettere il turista nelle condizioni di trovare facilmente le proposte, prenotarle e parteciparvi. Non solo prima della partenza, ma anche durante il viaggio. Gli* ***hub enogastronomici sono spazi poli-funzionali che possono favorire la scoperta del territorio*** *e, al contempo, mettere in rete i produttori garantendo loro visibilità e facilitando l'arrivo dei turisti*".

Non solo informazioni: gli hub come luoghi per vivere esperienze

Il 67% degli italiani vorrebbe trovare informazioni di dettaglio sulle esperienze enogastronomiche da vivere ed avere la possibilità di prenotarle direttamente. Il 75%, inoltre, gradirebbe trovare degli spazi dedicati all'acquisto dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli locali. Ecco che gli hub possono diventare così **strumenti di promo-commercializzazione dell'offerta territoriale**, avvicinare i turisti ai produttori e fungere da "intermediari". Gli italiani non lo concepiscono però come semplice luogo di passaggio, come se fosse un tradizionale centro di informazioni. Vorrebbero che fosse la prima tappa – quasi "obbligatoria" – di un percorso di scoperta del territorio e del suo patrimonio enogastronomico. Ecco che il 61% vorrebbe avere la possibilità di svolgere tour che, dall'hub, li conducano alla visita delle aziende locali. Ed il 51% gradirebbe potervi noleggiare biciclette ed e-bike per poi recarsi dai

produttori.
Un mirabile esempio di come un hub possa “avviare” il turista alla scoperta del territorio è rappresentato dal **“Tempio del Brunello”**, innovativo museo che è espressione del più ampio progetto culturale “L’Oro di Montalcino” dell’omonimo e noto comune toscano. Qui, oltre a venire introdotti alla cultura enologica di questo importante territorio di produzione, è possibile noleggiare biciclette elettriche e tradizionali ed avere indicazione dei percorsi che conducono alla scoperta delle terre del Brunello, accompagnati anche attraverso un’app dedicata – “Oro di Montalcino”.

Non solo informazioni

Parimenti, i turisti del Belpaese vorrebbero **vivere in questi luoghi delle esperienze**. Il 66% gradirebbe potervi svolgere degustazioni delle tipicità del territorio con guide professioniste, ed il 55% partecipare a laboratori e corsi di cucina per apprendere le ricette locali. Nel nostro Paese vi sono enoteche regionali che offrono questa possibilità: l’**Enoteca Provinciale del Trentino**, ad esempio, ospita al suo interno una cucina didattica ed organizza laboratori di degustazione per conoscere dal vivo produttori e tecniche di produzione dei vini del territorio.

Gli hub come luoghi per vivere esperienze

Forte è l’interesse verso l’**utilizzo delle nuove tecnologie**: il 56% vorrebbe poter fruire di un percorso multimediale, con video, schermi touch-screen, … e alla scoperta del territorio e delle sue produzioni. Un’occasione per fare una pre-esperienza e decidere poi, in piena consapevolezza, cosa visitare. Un esempio mirabile è il **World of Wine-WOW di Porto**, hub culturale e turistico diffuso – consta, infatti, di 6 musei interattivi legati al mondo del vino e 9 ristoranti dislocati in tutta la città. Oppure, “Planet Cork” (Pianeta del Sughero) è un’esperienza interamente digitale: i visitatori, all’intero di una stanza dove vi è da una replica di una pianta di sughero, possono apprendere attraverso vari device la varietà di usi di questo materiale, di cui il Portogallo è fra i principali produttori al mondo. In Italia, il già citato “Tempio del Brunello” utilizza installazioni digitali come visori di realtà virtuale, video immersivi, … per raccontare la storia del vino, del territorio e delle persone. Ad esempio, nella sala “Quadro Divino”, il visitatore può creare la propria composizione artistica attraverso postazioni touch lasciando un segno tangibile delle emozioni e delle sensazioni ricevute. Fra gli altri esempi presenti nel nostro Paese, l’**Istituto Marchigiano di Enogastronomia a Jesi** – progetto multi-filiera che riunisce in un unico brand i prodotti di alta qualità della regione – offre al visitatore la possibilità di conoscere il patrimonio agroalimentare e vinicolo attraverso sale tematiche con monitor interattivi ed una sala sensoriale.
La nuova edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano vede confermato il sostegno di UniCredit, PromoTurismoFVG, Valdichiana Living e Visit Emilia, e il patrocinio di **Fondazione**

Qualivita, ISMEA e Touring Club Italiano.