

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.