L’enoturista? È giovane, donna e digitale

Il ritratto di chi ama il **turismo del vino** è stato stilato da **Winedering**, il primo Marketplace internazionale per l’Enoturismo dedicato alle cantine e ai turisti di tutto il mondo che desiderano vivere esperienze enogastronomiche uniche e sensazionali.

Nonostante le difficoltà della pandemia, nel 2021 l’impatto sull’enoturismo è stato inferiore al 2020 e, soprattutto nella stagione estiva, ha raggiunti picchi di domanda estremamente alti. La **ricerca di Winedering**, che ha preso in considerazione le prenotazioni raccolte nel 2021 e un sottinsieme profilato **di 23 mila sessioni web**, si propone, attraverso il profilo dell’enoturista, di consentire agli operatori turistici legati al vino di modulare la loro offerta per accontentare questo target sempre più numeroso.

Ecco chi è l’enoturista

La ricerca è partita dagli utenti del sito Winedering ed è stato rilevato che il **32%** aveva un’età compresa **tra i 25 e i 34 anni**, il **21%** tra i **18 e i 24** e il **19,8%** tra i **35 e i 44 anni**. La sorpresa maggiore è stata la buona percentuale nella fascia 18-24, che si sta imponendo in maniera rilevante all’interno del target di riferimento del panorama enoturistico.

Un altro dato molto interessante è che questa **fascia di età (18-24)** prenota in cantine e strutture legate al turismo del vino per un 5% in più rispetto alla fascia 25-34. I più giovani sono anche più tecnologici. In questa fascia di età, infatti, la maggior parte delle **prenotazioni e dei pagamenti avvengono online,** fattore che, invece, in più di un’occasione “frena” gli utenti over 40. Anche se anche la fascia più alta, nel periodo della pandemia, ha aumentato i pagamenti digitali.

Largo alle donne “tecnologiche”

Dalla ricerca emerge anche che il **53,25%** degli utenti è **donna**, e che le donne sono anche più “decise” a prenotare rispetto agli uomini. Ben il 14% in più di informazioni tradotte in prenotazioni. Le donne, del resto, sono più avvezze, in generale, agli acquisti online. E questo si riflette anche nelle utenti del turismo legato al vino.

Lo **smartphone**, poi, è il miglior alleato nell’enoturista. Il **73%** degli utenti naviga e prenota direttamente dal proprio cellulare. Un dato interessante, questo, per chi ha un’attività legata all’enoturismo. Se non si possiede un sito web veloce e ottimizzato per la navigazione da smartphone, si rischiano di perdere i ¾ dei potenziali “clienti” del mercato turistico di riferimento.

Ma che cosa cercano gli enoturisti?

Dalla ricerca emerge che il 70% delle prenotazioni ricevute prevede **esperienze che contengono espressamente abbinamenti gastronomici**. Queste spaziano dal semplice **tagliere di salumi** agli **assaggi di formaggi e prodotti locali**, fino ai **pranzi completi**, anche in versione “light”. Insomma, gli enoturisti sono sempre più esigenti e non si accontentano più di accompagnare alla degustazione di vini il semplice pane tostato o i grissini, ma qualcosa di ben più ricco, sostanzioso e “tipico”, anche se non necessariamente molto elaborato.

INFO

www.winedering.com