



Gal Ogliastra Workshop Cibo e altre produzioni tipiche

Susana Alonso
Sorsi di Web

4 maggio 2023





C h i

Autrice del libro "*Digital Wine Marketing: Guida alla promozione online del vino e dell'enoturismo*";

-Fondatrice di Sorsi di Web e Digital Wine Marketing Academy;

-Consulente di web marketing;

-Formatrice, sommelier e blogger;

-Lavoro con aziende, cantine, e-commerce del vino, liberi professionisti, blogger ed enti di formazione.





La prima attrattiva dell'Italia
per gli stranieri
sono vino e cibo.



DECISIONE E AZIONE IN CONTEMPORANEA

LE NUOVE GENERAZIONI
OGGI DECIDONO
E OGGI PARTONO.



AL CENTRO LE PERSONE ASCOLTO; ATTENZIONE; SUPPORTO



Esperienze ed enoturismo in Italia



-Dei 28 milioni di italiani, il 39% ha scelto destinazioni a tema enogastronomico e ha speso un

terzo del proprio budget a tavola;

-Per le aziende vinicole gli enoturisti incidono in media per il 27% del fatturato;



Esperienze ed enoturismo in Italia



- Settore turistico è chiave per lo sviluppo e la valorizzazione dei territori e dei piccoli borghi;
- L'Italia è leader in Europa per prodotti certificati(844).



Esperienze ed enoturismo in Italia

- cantine in dimore storiche ed in edifici contemporanei realizzate da architetti di fama nazionale ed internazionale;
- aziende di produzione con installazioni artistiche visitabili dal pubblico;
- eventi musicali, letterali, teatrali, riconosciuti come eccellenze di livello nazionale ed internazionale.



Turismo enogastronomico



Chi sceglie questo tipo di vacanza spesso cerca di limitare il proprio impatto negativo sull'ambiente in termini di inquinamento e di sprechi e tenta di avvicinarsi e sostenere le piccole attività artigianali e commerciali dei luoghi che visita



Turismo enogastronomico in Italia, turismo più lento e sostenibile

-L'enoturismo unisce la qualità dei vini italiani alla bellezza del territorio;

-Un giro d'affari di 2,5 miliardi di euro annui e di 14 milioni di presenze sul territorio italiano.



Turismo enogastronomico in Italia, turismo più lento e sostenibile

-Non soltanto gli esperti e gli appassionati scelgono questo tipo di turismo;

-Il pubblico è ampio, composto da tutti coloro che amano scoprire la bellezza, la storia, i valori dei luoghi e della gente che vi vive attraverso il piacere di assaporare un buon bicchiere di vino.



Turismo ed Enogastronomia in Italia, alcuni dati

L'enogastronomia è una calamita per i turisti ed è la **principale motivazione di viaggio** per il 17% degli italiani e influenza la scelta della destinazione del 56% dei viaggiatori.

Questo spostamento dai musei e i monumenti alla tavola e ai luoghi di produzione del food and wine è comprovato dal boom degli agriturismi;

Nell'estate 2022, le 24.000 strutture di turismo green in Italia hanno superato le presenze pre-covid*;

Il 58% dei vacanzieri visita frantoi, malghe, cantine, aziende o mercati degli agricoltori;

L'Italia è in cima alle destinazioni enogastronomiche.

*dati [Agriturist di Confagricoltura](#)



Turismo enogastronomico

Sono tante le esperienze!

Attività *outdoor* (tour in bicicletta, e-bike, mountain bike, trekking del vino e del gusto);

Attività di rilassamento e immersione nella natura.



Enoturismo in Italia, alcuni dati

- 9 aziende su 10 offrono accoglienza enoturistica: il 74% per tutto l'anno; il 18% solo in alcuni periodi dell'anno;
- Il 58% delle aziende vinicole collabora con le OTA (Online travel agency);
- Sono circa 25 mila le cantine aperte al pubblico in Italia e creano 30 mila posti di lavoro stagionali;
- L'enoturista spende in media 85 euro per una giornata senza pernottamento e 160 se si include il pernottamento.





Un' opportunità...

Per i più giovani;
Per chi non ha
un'occupazione attuale,
ma vuole acquisire nuove
conoscenze e fare nuove
esperienze.



Elementi necessari



Cartellonistica appropriata;
Potenziare il digitale;
Destagionalizzare il turismo,
per stabilizzare anche i
lavoratori;
Promozione organizzata
(troppo frammentata).



PRODOTTO TURISTICO E OFFERTA

- L'economia locale;
- La società e i residenti;
- Paesaggi, ordine e pulizia;
- Visibilità e qualità della destinazione.



PRODOTTO TURISTICO E OFFERTA

Paesaggio

Divertimento

Apprendimento



PRODOTTO TURISTICO E OFFERTA

Value for money

Value for time



Fidelizzare i Wine Lover con il Wine Club

SUSANA ALONSO - GIUGNO 2022



Invitare i clienti a fare parte di un wine club è un ottimo modo per fidelizzarli;

Il wine club è integrabile alle esperienze enoturistiche e alle offerte che favoriscono l'instaurazione di un contatto più coinvolgente e duraturo con la cantina.





WINE CLUB

È molto più economico mantenere un cliente che acquisirne di nuovi;

In cambio di vantaggi esclusivi, i membri si impegnano a fare acquisti periodici;

Molti dei membri diventano dei **Brand Advocate** e diffondono la conoscenza e la buona reputazione del brand.



- Una recente indagine di Morning Consult ha rilevato che quasi la metà della Gen Z (46%) e dei Millennial (49%) è interessata agli abbonamenti, rispetto a circa un terzo (34%) del pubblico in generale.

- Per la Gen Z e i Millennial, l'opzione migliore per un abbonamento è quello "tailor made" che si adatta ai loro obiettivi e desideri particolari, soprattutto quando è promosso sui social media, dove la Gen Z trascorre in media più di quattro ore al giorno.



Wine Club



Acquisto online con consegna a domicilio;
Attenzione a sostenibilità, Made in Italy e Km 0;
Sensibilità per la solidarietà;
Sicurezza come principio guida per cittadini e aziende;
Attenzione alla convenienza, dovuta all'incertezza del futuro.

VALORI DEL
BRAND

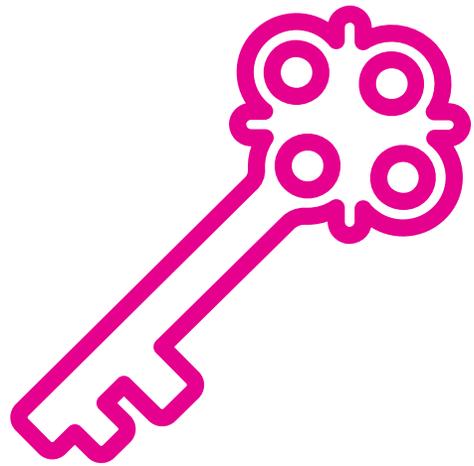


NEGOZIO ONLINE



- Conoscere il pubblico di riferimento;
- Fare una corretta ricerca di mercato;
- Lavorare sulla Brand Identity del negozio elettronico;
- Usare la “prova sociale”;
- Mostrare al meglio i prodotti con le immagini;





Il marchio è l'insieme degli elementi visivi e testuali che identificano l'azienda.



CREAZIONE

IMMAGINE + NOTORIETA'

PRODOTTO ADATTO AL MERCATO

EQUAZIONE



Fattori di attrazione del prodotto turistico (multiprodotto)

01

Risorse

Qualcosa che induce il viaggiatore a spostarsi. Enogastronomia, shopping, spettacoli, eventi sportivi, religione, ecc.

02

Dintorni immediati

Dintorni attraenti importanti anche per grandi città.

03

Popolazione locale

Il ruolo dei residenti.

04

Animazione e Ambiente

Esibire una vita il più possibile scintillante.



Fattori di attrazione del prodotto turistico (multiprodotto)

05

Strutture di divertimento

Evitare di trasformare la tranquillità in noia.

07

Sistemi di trasporto

06

Strutture ricettive

Trovare quello per qui si è pagato.

08

Immagine

Una buona immagine è un buon punto di partenza, ma non sufficiente.

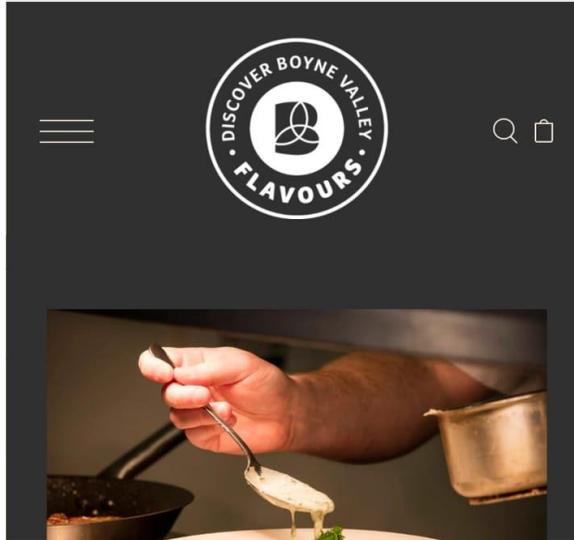




Malin Head, contea di Donegal

1. Tour gastronomici del Donegal

Il tour: questi tour vogliono celebrare il patrimonio, i paesaggi e la ricca cultura gastronomica della zona, con tre opzioni disponibili, oltre alla possibilità di effettuare tour privati. Taste the North inizia a Letterkenny e viaggia verso gli splendidi villaggi costieri di Downings e Carrigart. Con il tour Taste the South potrai immergerti nei meravigliosi paesaggi del Lough Eske e di Killybegs, conoscere i produttori locali e gli eroi della gastronomia. O che ne dici di un Gin Trail? Se guida qualcun altro, non c'è modo migliore per assaporare la vivace scena irlandese.



Discover Boyne Valley Flavours

Let us help you to plan your visit, so you can discover and immerse yourself in the traditions of the ancient Boyne Valley, in the heart of Ireland's Ancient East. We are known around the world for being home to iconic sites such as Newgrange and The Hill of Tara; but what you might not know is that we are also home to many passionate farmers, food and drink producers, chefs, eateries and accommodation providers whose passion is to bring the unique flavours of our landscape to your table.



Producers

The Boyne Valley is home to a host of talented and passionate food and drinks producers. Many using the fertile lands surrounding the River Boyne to grow, rear and create their produce. Explore this page and learn more about the fantastic local producers.





Pensa alla Spagna. E ora pensa a un piatto tipico. Sarà sicuramente uno di questi: paella, gazpacho, prosciutto iberico, cocido, fabada... Sono tante le ricette che hanno conquistato tutti coloro che hanno visitato la Spagna. Tuttavia, ciò che molti ignorano è anche ciò che spesso rimane in secondo piano: gli ingredienti chiave che usiamo nella cucina spagnola per conferire a questi piatti un sapore unico.

Parleremo degli ingredienti (segreti e non) che fanno parte della famosa **dieta mediterranea** e della cultura gastronomica spagnola, rendendola una delle migliori del mondo.

Olio extra vergine d'oliva: l'oro liquido

Cominciamo con un classico: l'olio di oliva. Il contenuto di grassi sani e il suo essere ingrediente imprescindibile della dieta mediterranea soddisfano le esigenze nutrizionali e di sapore del consumatore più esigente. **La Spagna è leader mondiale** in questo settore sia in termini di produzione sia per quanto riguarda la lavorazione e le vendite. Ed è andando in Andalusia (ma anche in Castiglia-La Mancia e Catalogna) che puoi perderti tra milioni di ettari di spettacolari oliveti. Così nutriente che, con una bottiglia di olio e una fetta di buon pane, molti si ritrovano davanti una vera delizia.



Zafferano. Un segreto pieno di sapore

Nonostante sia originario dell'India, lo zafferano ha trovato rapidamente posto nella cucina spagnola e, più concretamente, contribuisce a potenziare il gusto di piatti a base di riso, stufati, carni e persino dolci. Si tratta di un ingrediente molto caro, da alcuni **chiamato "oro rosso"**, che deve essere trattato con molta delicatezza sia per quanto riguarda la raccolta (nelle prime ore del mattino per evitare l'appassimento del fiore e la perdita di qualità del prodotto finale), sia per quanto riguarda l'applicazione in cucina. In Spagna si coltiva soprattutto in Castiglia-La Mancia, zona da cui prende la denominazione d'origine. Una curiosità: per ottenere un chilo di questa spezia, è necessario raccogliere e levare gli stigmi a circa 150.000 fiori di zafferano.





Grazie per
l'attenzione!



susana@sorsidiweb.com

348.7998864

Sorsi di Web

Via A. Gramsci, 87 – Piano 2°

08100 – Nuoro (NU)

sorsidiweb.com