www.ecostampa.it

Jose' Rallo
Imprenditrice, volto e voce di Donnafugata

RICEVI AGGIORNAMENTI DA JOSE' RALLO
FAN RSS EMAIL Segui Mi piace 1

Sud: come uscire dalla crisi. Turismo enogastronomico ed esport come fattori strategici

Pubblicato: 21/06/2013 06:00

Continua a leggere
Regno Unito, Stati Uniti, Donnafugata, Economia, Enogastronomia, Enoturismo, Lavoro, Low Cost, Sicilia, Stile, Svizzera, Turismo, Web, Notizie

RICEVI AVVISI:
Inserisci l'indirizzo e-mail REGISTRATI

Wow! Finalmente buone notizie da condividere: il **turismo enogastronomico** in Italia nel 2012 resiste alla crisi e registra un +12%. Un turismo di nicchia, ma di tendenza che riesce ad agganciare il forte trend di crescita degli arrivi dall'estero (+3,8% a livello mondo).

Un'analisi, quella dell'Osservatorio del Turismo del Vino, che ritrovo nella mia **esperienza aziendale**. 20 anni di impegno nell'enoturismo con un obiettivo chiaro: fare cultura del vino, offrire un'esperienza indimenticabile con particolare attenzione al visitatore straniero, sviluppare il passaparola e le vendite, anche all'estero. Nel 2012 Donnafugata ha visto: 11.000 enoturisti con un 30% di stranieri.

Sul fronte arrivi internazionali, bisogna riconoscere il grande ruolo svolto dalle compagnie low cost che operano nel territorio della provincia di Trapani. Siamo passati da 500.000 passeggeri ad 1.600.000 circa in 4 anni.

Il turismo wine&food è anche un eccellente **driver della produzione e dell'export dei prodotti tipici** di tante regioni italiane quali vino, olio, prodotti della gastronomia. È facile che il turista in vacanza si innamori dei vini e dei prodotti agroalimentari di qualità della regione e che, di ritorno a casa, decida di acquistarli.

Turismo enogastronomico ed internazionalizzazione possono essere considerati **fattori strategici** di sviluppo, è quello che ho sostenuto nel mio intervento al "Forum del Vino" organizzato da Unicredit in Sicilia e che proverò qui a sintetizzare.

Germania, Regno Unito, Svizzera e Stati uniti rappresentano i paesi da cui provengono il maggior numero di turisti in Italia e, al tempo stesso, i principali importatori di vino italiano nel mondo. Mentre l'Italia riceve 10 milioni di turisti tedeschi ogni anno, pari al 20% degli arrivi nazionali, la Germania acquista il 21% del nostro export di vino. La Svizzera che rappresenta il 4% degli arrivi compra il 6% del nostro export di vino. La vicinanza geografica di questi paesi all'Italia facilita certamente l'arrivo di turisti, ma anche l'amore per il nostro stile di vita.

PUBBLICITÀ

LA TUA COMMUNITY
Seguici

I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST 1 di 2

Anche il nome di Sara Tommasi nello scandalo che scuote la Regione Sicilia (FOTO)
Mi piace 236

Battiato: "Avevo ragione: il tempo è galantuomo"
Mi piace 3.4k

Mario Balotelli, Nicole Minetti e Alessandra Mussolini (FOTO)
Mi piace 7

Cerotto cucito sulla lingua per perdere peso (FOTO)
Mi piace 229

Belen Rodriguez e Stefano De Martino a Pitti Uomo (FOTO)
Mi piace 6

Partorirà nello stesso ospedale di Diana (FOTO)
Mi piace 13

Amanda e Raffaele insieme a New York. Le foto del Daily Mirror
Mi piace 7

"Ci sentiamo in trappola, salta il governo"
Mi piace 388

"I parlamentari? La gran parte sono idioti" (FOTO)
Mi piace 110

054038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

Interessante anche il potenziale turistico di paesi come Regno Unito e Stati uniti. Esportiamo il 12% del nostro vino in Regno Unito, mentre la quota di inglesi sul totale arrivi è solo del 6%. Esportiamo il 22% del nostro vino negli Stati Uniti, mentre la quota di americani sul totale arrivi è solo del 9%.

Due sono le leve, già sperimentate con successo, da utilizzare per sfruttare questo potenziale: soluzioni logistiche low cost e l'uso del web per la comunicazione e la commercializzazione di pacchetti turistici. L'89% dei turisti utilizza il web per raggiungere la meta e un numero crescente lo usa per acquistare il viaggio. Internet rappresenta un nuovo strumento di comunicazione low cost per fare informazione e soprattutto, promuovere e vendere online viaggi enogastronomici.

Alcuni esempi virtuosi di comunicazione online sono quelle del Trentino e dell'Alto Adige. Sui loro portali è possibile trovare informazioni, prenotare ed acquistare il viaggio: dalle camere ai corsi di sci. Conoscete altri esempi di siti anche al'estero che avete usato con successo per informarvi ed acquistare la vostra vacanza?

Guarda anche

Loading Slideshow

Loading Slideshow

054038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Donnafugata

www.ecostampa.it

Segui Jose' Rallo su Twitter: www.twitter.com/DonnafugataWine

SEGUI L'HUFFPOST

Mi piace 139 Segui

Inserisci l'indirizzo e-mail RICEVI AVVISI

4WNET

Vuoi cambiare le cose?
Aiutaci a sconfiggere la fame, ActionAid ha una ricetta!
Adottalo a distanza

Matrimonio di classe
Scegli l'eleganza di un hotel a 5 stelle
Scopri di più

UBS research

UBS - Alexander Friedman
Il futuro del wealth management. Un passo avanti con UBS.
ubs.com/wealth-management

Commenti 0 Commenti in sospeso 0 Visualizza le FAQ

Pubblica un commento

LA COMMUNITY HUFFPOST

Per rispondere a un commento: Per rispondere a un commento: Fai clic su "Rispondi" alla fine del commento; dopo l'approvazione, il tuo commento apparirà immediatamente sotto a quello a cui hai risposto..

Anteprima Pubblica

Condividi il tuo commento:

Pubblica su Facebook. Pubblica su Blogger. Pubblica su Twitter.
Pubblica su Wordpress. Pubblica su Typepad. Pubblica su Tumblr.

Visualizza tutto

Più recenti | Popolarità

Pubblica un commento

Cerca in Huffington Post CERCA

Copyright © 2013 , HuffingtonPost Italia s.r.l., o i Suoi licenzianti (in particolare THEHUFFINGTONPOST Holdings LLC) IVA n. 07942470969

Parte di **HPMG News**

054038

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.