

IVG

Enoteca Pubblica Regionale sbarca su Clubhouse nella room di Roberta Garibaldi, esperta di turismo enogastronomico

di **Redazione**

03 Marzo 2021 - 17:13



Liguria. Ieri sera il battesimo su Clubhouse per Enoteca pubblica regionale, invitata da Roberta Garibaldi la nota esperta di turismo enogastronomico, per commentare i numeri di un fenomeno con dati in crescita. L'ultimo rapporto sul turismo enogastronomico, relativo all'anno precedente al Covid, confermano che il vino e il territorio restano un importante fattore di attrazione turistica: 56% degli italiani in viaggio aveva visitato negli ultimi tre anni un'azienda vitivinicola e il 44% partecipato a un evento a tema. Dati che derivano da un trend in crescita, se si raffrontano con quelli degli anni precedenti. La ricerca traccia poi il profilo dell'enoturista.

Dietro ogni prodotto di qualità certificata ci sono l'uomo e il territorio. Indissolubili e necessari, tutti da scoprire: soprattutto in una realtà come la Liguria, dove il paesaggio e le produzioni sono multiformi, come il clima e i panorami. L'unicità della Liguria, del resto è questione naturale: quanti altri luoghi al mondo hanno in pochi chilometri lineari spiagge sabbiose e montagne alpine? Lo stesso fil-rouge, la stessa varietà incredibile la possiamo incontrare anche nelle produzioni agro alimentari, nell'enologia, nelle certificazioni europee. E tutta questa meraviglia, questa tavolozza di sensazioni e di esperienze sono il nucleo e la forza di quel marketing turistico territoriale che rende la Liguria una meta unica per il turista gourmet o semplicemente desideroso di assaporare qualcosa di unico.

Regione Liguria ha sviluppato due format di successo, nel corso del 2020, che saranno potenziati nei prossimi mesi e costituiscono asset strutturali di un marketing turistico territoriale che fa leva sull'esigenza della domanda di vivere un turismo esperienziale a partire dall'identità di un territorio. Il vino è un fatto culturale che racconta di un luogo e dei suoi abitanti. Il turista vuole fare esperienze "di senso" e incontrare l'autenticità di una terra. Dietro ogni prodotto di qualità certificata ci sono l'uomo e il territorio. Indissolubili e necessari, tutti da scoprire.

Attraverso il progetto TERRAGIR3, sono state certificate 150 esperienze proposte da agriturismi, fattorie didattiche e aziende ittiche, una vera rete di aziende che può offrire un'accoglienza speciale e unica. Nei giorni scorsi sono stati installati nell'atrio di Palazzo Ducale a Genova e allo IAT di Alassio due postazioni multimediali che offriranno al pubblico la possibilità di andare alla scoperta dell'entroterra ligure puntando non solo su sapori, tradizioni e ricette, ma valorizzando una serie di proposte esperienziali. «Il progetto - spiega il vicepresidente e assessore all'agricoltura e marketing territoriale Alessandro Piana - ha portato a selezionare 54 tra aziende agricole, agriturismi e aziende ittiche in grado di proporre oltre 150 esperienze autentiche e di qualità, capaci di soddisfare le esigenze di golosi e curiosi dell'arte contadina e del mondo rurale. L'obiettivo è quello di promuovere il nostro territorio attraverso le diverse tipicità, puntando sul turismo sostenibile, di prossimità. Miriamo ad allargare la platea delle imprese aderenti, in modo da permettere a un numero sempre maggiore di realtà di essere valorizzate e conosciute, per potenziare l'offerta della nostra regione, in chiave di enoturismo e turismo enogastronomico».

"Adotta una cantina", un progetto sviluppato con enoteca regionale, ha messo a sistema circa 50 strutture ricettive e altrettante cantine per proporre all'ospite un'esperienza "di senso" e rendere più agevole la conoscenza dei vini liguri e dei viticoltori, con l'obiettivo di far vivere al turista un viaggio esperienziale e immersivo tra vigneti, cantine e calici di ottimo vino. "Si tratta di un'iniziativa di rilancio, ideata nell'estate 2020, per contrastare il difficile momento e migliorare la conoscenza delle produzioni di qualità della nostra regione che sarà ripetuta anche quest'anno- ha affermato l'assessore al turismo Gianni Berrino - gli alberghi, infatti, avranno la possibilità di proporre all'ospite un'es, esperienza unica e di promuovere al tempo stesso il vino della Liguria, una delle eccellenze del nostro territorio. La valenza di questa collaborazione pertanto è duplice: far conoscere i vini e far scoprire agli ospiti degli hotel i luoghi incantati in cui sorgono i vigneti liguri".

E poi "Assaggia la Liguria", brand che punta a creare eventi e momenti di piacere potendo contare su tre frecce al proprio arco: il basilico Genovese DOP, l'olio DOP Riviera Ligure e i vini DOC liguri, attraverso l'azione dei consorzi di riferimento e di enoteca regionale.

A fare da sintesi, e con l'obiettivo di fare della produzione agroalimentare il volano portante del turismo della regione, l'Agenzia di promozione "In Liguria" sta mettendo a

sistema queste iniziative e progettando strategie di marketing turistico territoriale per incidere nel complesso processo decisionale che porta alla scelta di una vacanza e in cui il fattore decisivo è il carattere esperienziale della stessa. L'enoturismo e l'enogastronomia saranno la leva di sviluppo sostenibile del territorio e del turismo, in una chiave di competitività sui mercati domestici e internazionali, perché la tipicità è la cifra distintiva di una destinazione. Tutte le esperienze si trovano sul nuovo sito progettato in giugno 2020, e popolato da oltre 500 esperienze.