

L'ENOTURISMO È DONNA: + 12% DI AUMENTO DELLE PRENOTAZIONI IN CANTINA DAL PUBBLICO FEMMINILE

L'impresa tecnologica Divinea anticipa alcuni dati del suo report annuale sull'enoturismo che aiuta le cantine a profilare i winelover e valorizzare le esperienze in cantina e le vendite *direct-to-consumer*.

Il report completo uscirà a febbraio 2022



Milano, 13 gennaio 2022 – Crescono le donne che acquistano le esperienze enoturistiche in cantina. Se già nel 2020 la maggior parte delle prenotazioni risultavano arrivare da un pubblico femminile (il 54% del totale), oggi **i numeri sono cresciuti del 12%** e testimoniano che nel 2021 il **66% dell'acquisto** di esperienze in cantina è stato gestito da donne. I dati sono quelli emersi dall'anticipazione del report annuale sull'enoturismo e sulle vendite *direct-to-consumer* che

l'impresa tecnologica Divinea ha sviluppato basandosi sull'analisi dei dati aggregati con il software Wine Suite e il portale divinea.com, grazie ad un sondaggio condotto con le aziende cantine partner, come Marchesi Mazzei, Cantina Rainoldi e Cantina Cappellini.

“L'obiettivo di questa ricerca – spiega **Fillippo Galanti, co-founder di Divinea** insieme a Matteo Ranghetti – è dare alle cantine e agli attori coinvolti attorno al mercato dell'enoturismo e delle vendite di vino *direct-to-consumer* degli strumenti utili a migliorare l'esperienza in cantina nei confronti dei visitatori. Sapere che è il pubblico femminile quello che maggiormente si occupa di prenotare le visite in azienda, ci aiuta a capire che il vino italiano dovrebbe puntare su questo target per valorizzare l'esperienza in cantina. Il salto di qualità che le cantine devono compiere, oggi, è in questa opportunità che ci dà lo studio dei dati per profilare i winelover e rispondere con offerte e proposte che rispondano ai loro interessi”.

Tra gli altri dati interessanti emersi dal report di Divinea anche una differenza nell'acquisto tra il periodo pre-Covid e quello dopo il lockdown. I dati mostrano che si è ridotto il lasso di tempo tra il momento della prenotazione e il giorno dell'esperienza in cantina: prima della pandemia i visitatori prenotavano in media 23 giorni prima, **oggi 12 giorni prima**. La maggior parte delle prenotazioni avviene durante la settimana, con **preferenza il martedì**, mentre l'orario preferito è la mattina presto o intorno all'ora di pranzo. Il **76% dei visitatori** preferisce prenotare on line e più del 75% acquista vino dopo l'esperienza in cantina. “Sono dati fondamentali per una cantina che vuole progettare un'esperienza in cantina e una vendita al consumatore performante. – sottolinea **Matteo Ranghetti** di Divinea – Il nostro software Wine Suite nasce proprio per aiutare le cantine a raccogliere e leggere i dati, per aumentare le vendite e rispondere al pubblico di appassionati”.

Per maggiori informazioni:

<https://link.divinea.com/wine-suite/overview>

<https://link.divinea.com/academy/resources>

Ufficio Stampa ZEDCOMM