



DESTINATION
MAKERS

THE ART OF MAKING

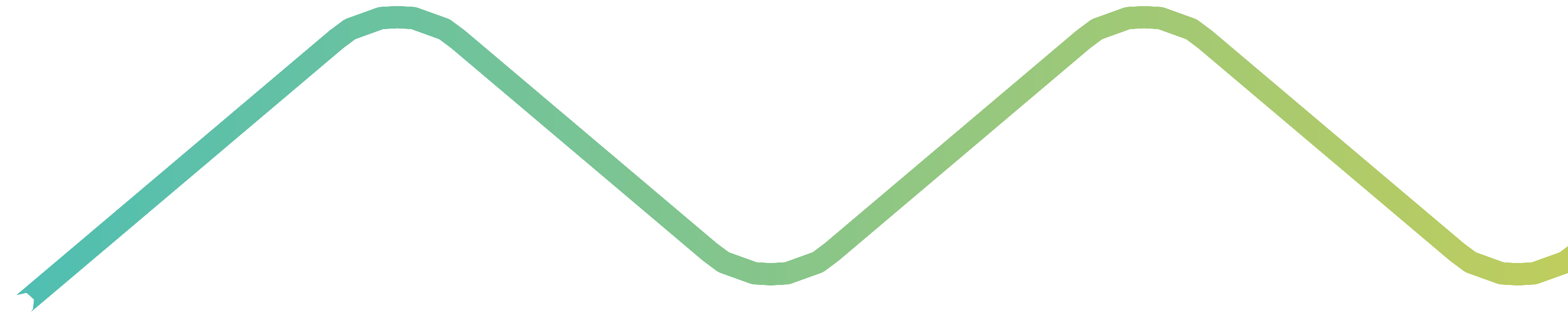
HAPPY DESTINATIONS



DESTINATION MAKERS

Creiamo
Destinazioni Felici

- Strategie di destinazione - management e marketing
- Sviluppo locale - formazione, creazione di prodotto
- Destination management - gestione di destinazioni
- Destination marketing - on-line e off-line



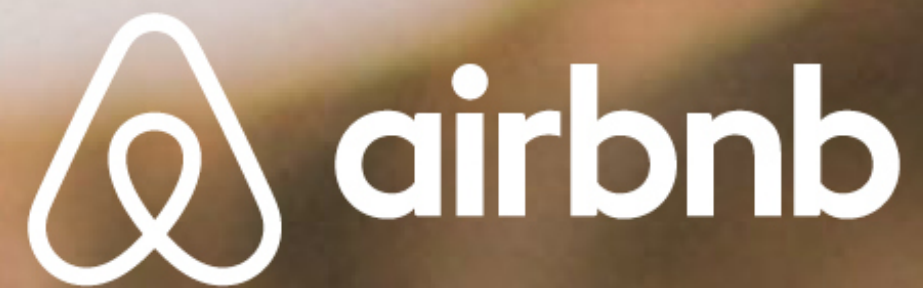
Alcuni Clienti



MATERA 2019

experienceAcademy

powered by



MATERA 2019
OPEN FUTURE

in collaboration with



DESTINATION
MAKERS

DESTINATION
MAKERS



NUOVI VIAGGIATORI
NUOVI TARGET
NUOVE ESIGENZE

Travel Trend 2019

DESTINATION MAKERS

- IL VIAGGIO PER REALIZZARE SE STESSI
- VIAGGIARE PER RICARICARSI
- EXPERIENCE!
- CONDIVIDERE, TUTTO, SEMPRE
- UNICITA' E CUSTOMIZZAZIONE
- TURISMO SOSTENIBILE
- DISCONNESSIONE
- VIAGGI BREVI E FREQUENTI
- DIGITAL, DATA DRIVEN TRAVEL

On-line & Mobile

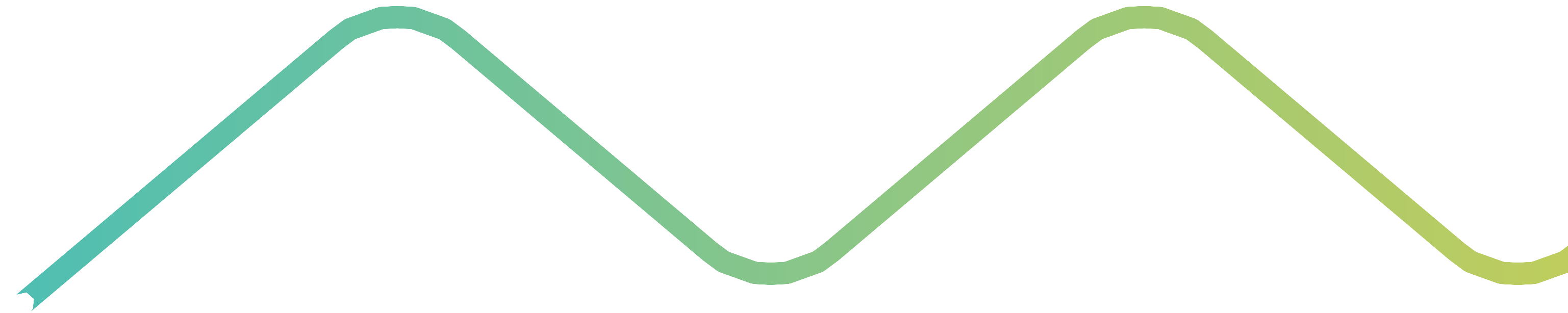
DESTINATION MAKERS

- IL 94% DEI VIAGGIATORI NAVIGA DA DIVERSI DISPOSITIVI MENTRE PRENOTA UN VIAGGIO
- ENTRO IL 2019 IL 46% DEI VIAGGIATORI PRENOTERÀ DA MOBILE
- IL 91% HA PRENOTATO ONLINE ALMENO UNA VOLTA NEGLI ULTIMI 12 MESI
- I MOTORI DI RICERCA PRINCIPALE FONTE ATTRAVERSO PER PIANIFICARE LA VACANZA

User Generated Content

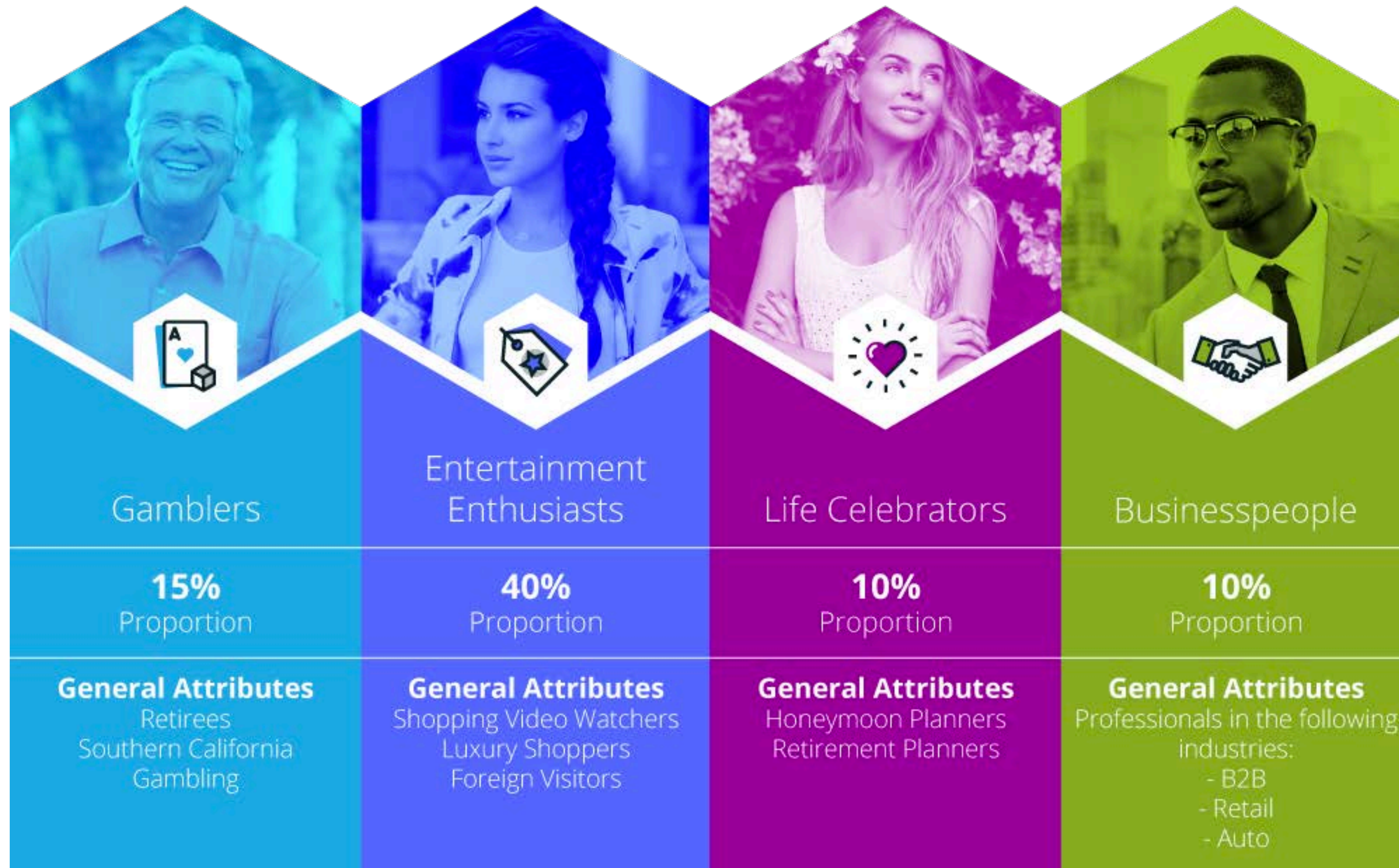
DESTINATION MAKERS

- NELLA FASE DI PIANIFICAZIONE E FRUIZIONE L'80% DEI VIAGGIATORI UTILIZZA INTERNET
- IL 58% UTILIZZA FONTI ONLINE PER VALUTARE ATTIVITÀ E SERVIZI
- IL 40% CREA DIRETTAMENTE NUOVI CONTENUTI (E LI CONDIVIDE ATTRAVERSO I SOCIAL)



Famiglie, gruppi, coppie, anziani ...?

Personas of a Las Vegas Visitor





**RELAX
WE POST.**

ibis

Check in. Log-out. Relax.

Enjoy your city trip without digital stress. Our Social Media Sitter takes care of your Instagram profile. And you can explore the city in peace. Bookable from November 2018

Book now in

GENEVA

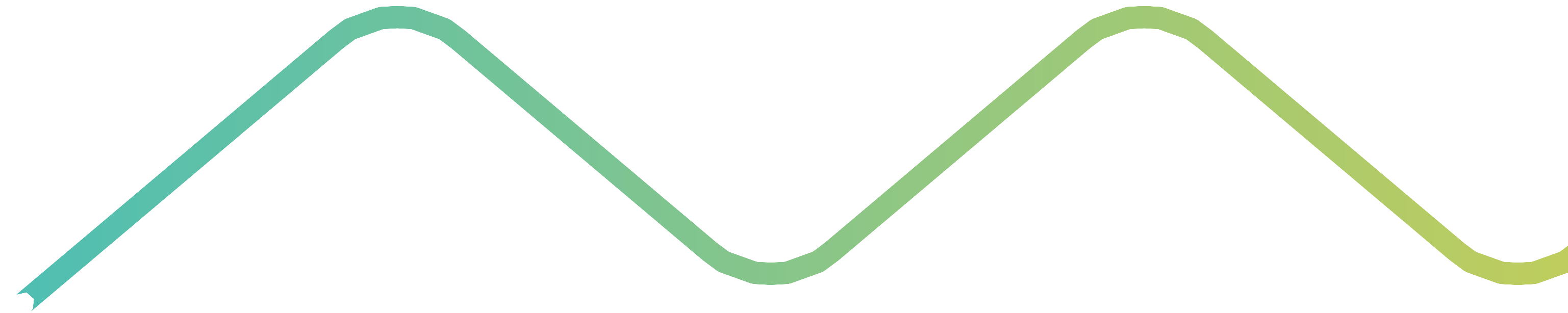
ZURICH



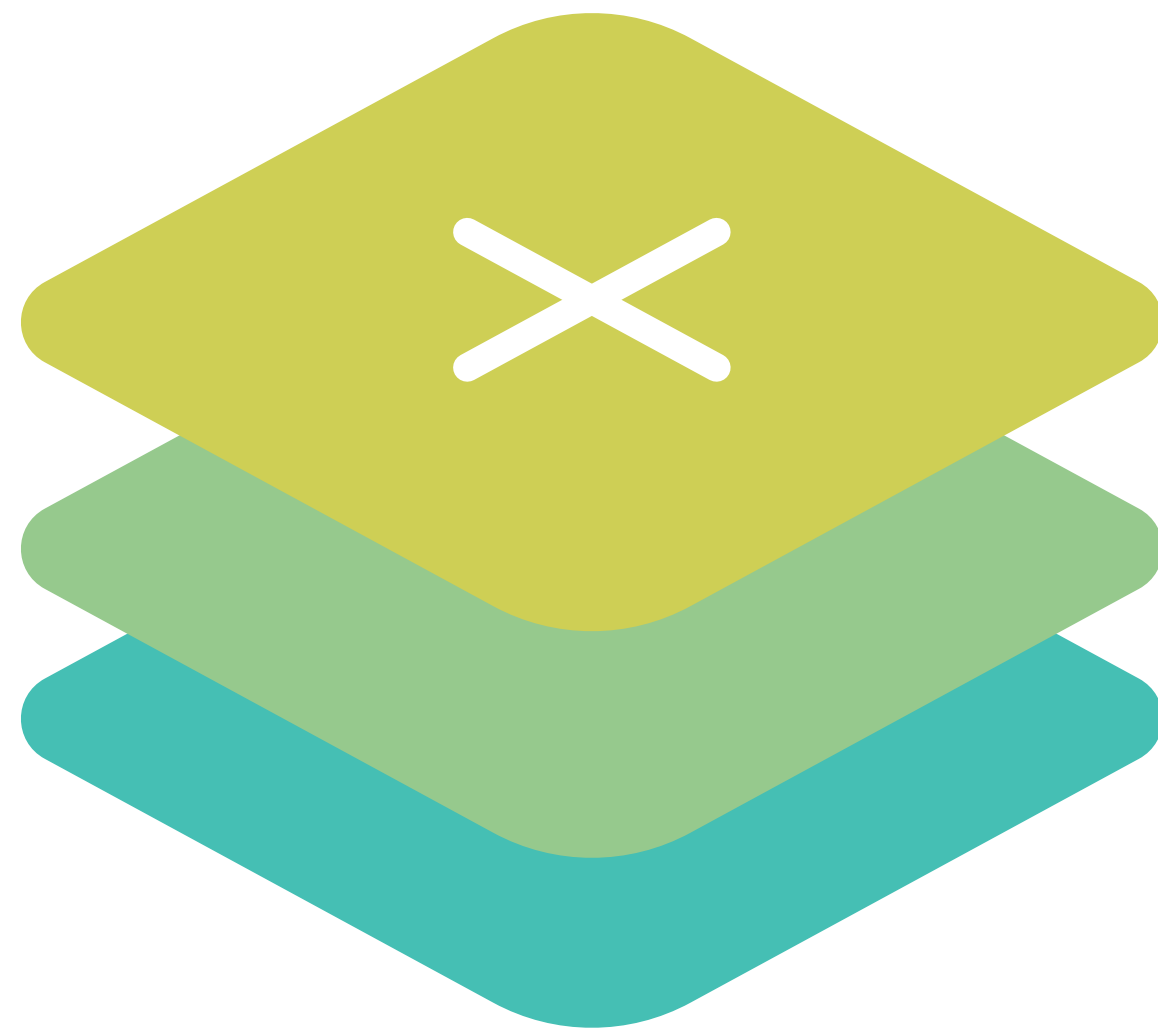
DESTINATION
MAKERS



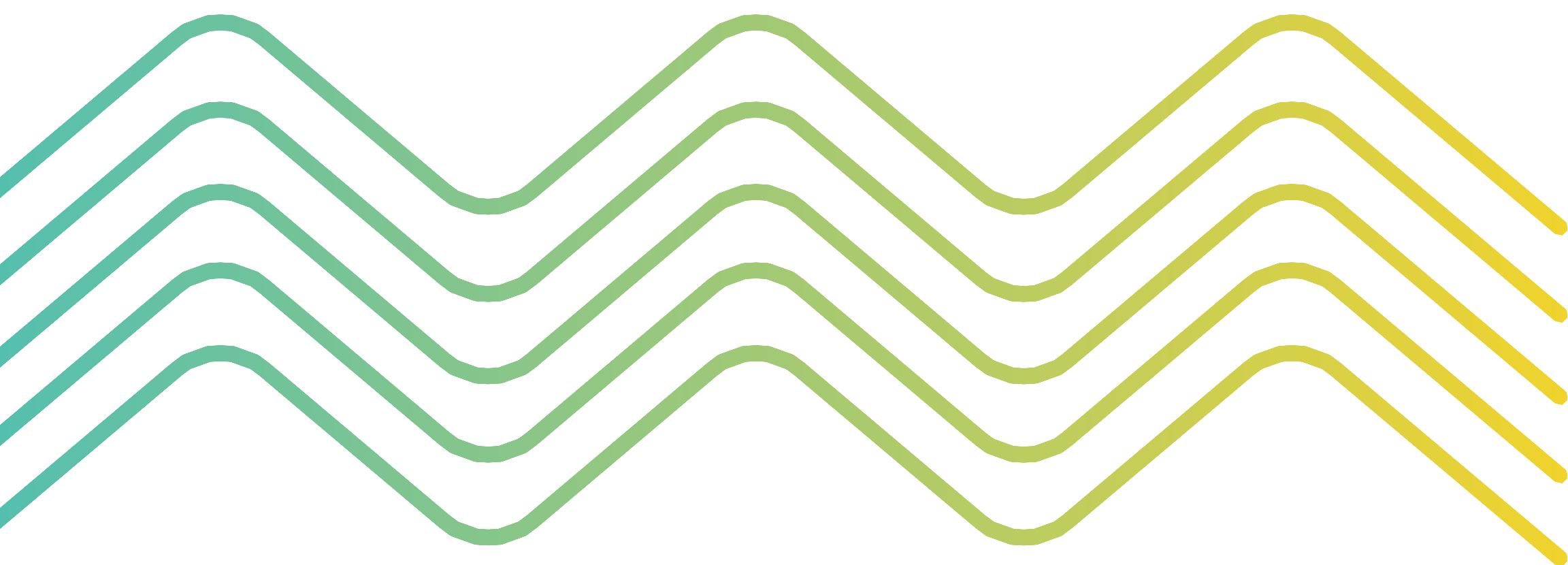
NUOVE DESTINAZIONI
NUOVE ESPERIENZE



“Abbiamo tutto. Non ci manca nulla.
Potremmo vivere di solo turismo!”



GRANDE DISTANZA TRA
DOMANDA E OFFERTA



DESTINAZIONE ESPERIENZA

Riconoscibile. Con un'offerta ben definita. Offre un'esperienza di viaggio completa, non un semplice soggiorno. Genera indotto reale per il territorio.



I FEEL
SLOVENIA

Things to do

Places to go

Plan your trip



Slovenia Unique

Enter the world of original adventures.



VIPP HOTELS

DESTINATION MAKERS



BUBBLE ROOMS

DESTINATION MAKERS



AGRITURISMO LA PIANTATA

DESTINATION MAKERS



DESTINATION MAKERS



Case uniche per il tuo prossimo viaggio

Prenota uno di questi luoghi unici per fuggire dalla quotidianità



1.912 CASE SUGLI ALBERI

Osserva tutto dalla giusta prospettiva

Raggiungi nuove vette durante il tuo viaggio con queste case sugli alberi davvero uniche.



9.167 BARCHE

Salpa per il mare aperto

Segui le orme degli avventurieri del passato con barche di ogni forma e misura.



1.829 IURTE

Perfetto per un soggiorno Glamping

Scegli il mix unico di un alloggio confortevole immerso nella natura incontaminata.



DESTINATION MAKERS

EREMITO



DESTINATION
MAKERS



NUOVE RICERCHE
NUOVI CANALI
NUOVI MEDIA

Ricerche su Google

DESTINATION MAKERS

Examples of growing "best" searches on mobile



Best umbrellas
(over 140%)



Best travel accessories
(over 110%)



Best deodorants
(over 60%)

Examples of growing mobile searches for best shoes



Best running shoes
for flat feet



Best shoes
for nurses



Best trail
running shoes



Best shoes for
plantar fasciitis



TOP LISTS

About TripAdvisor

TripAdvisor is the world's largest travel site*



455M

average unique
monthly visitors **



49

Markets
Worldwide



570M

Reviews and
Opinions

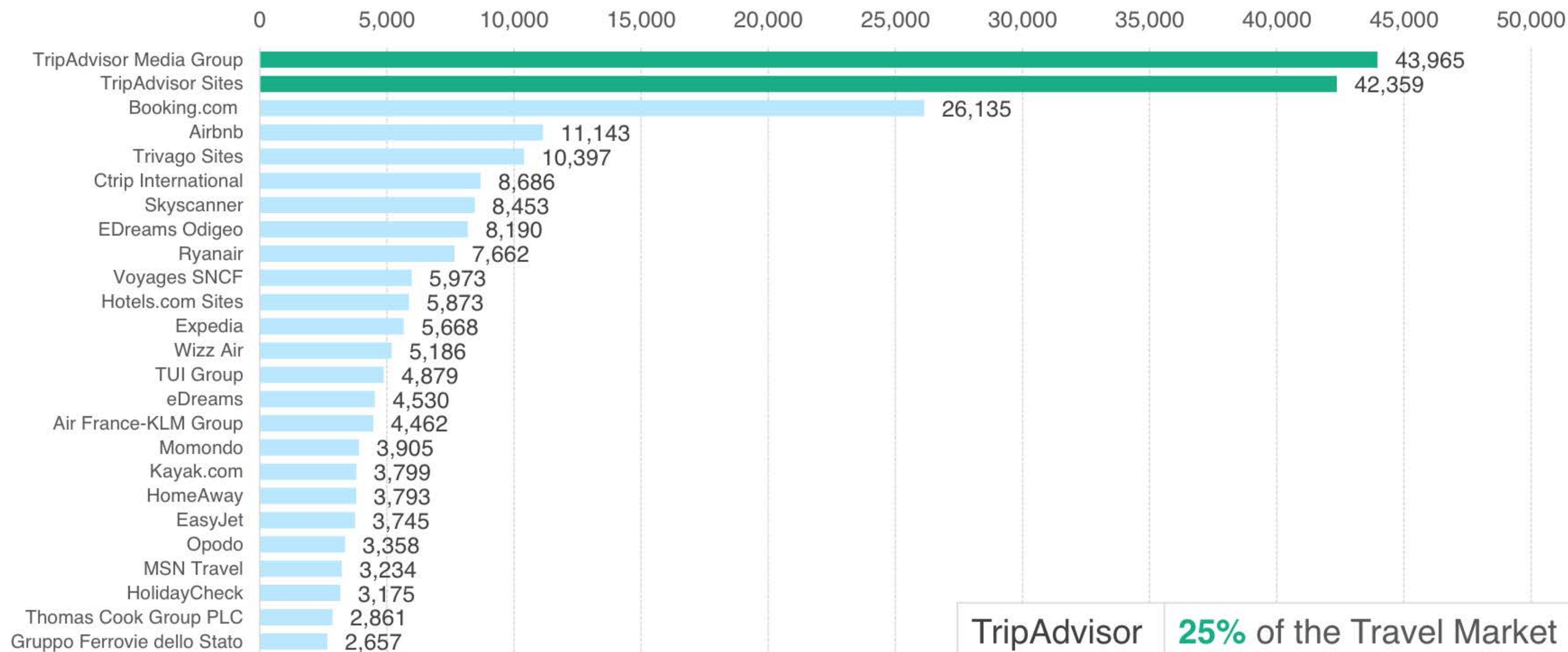


7.3M

Accommodations,
Restaurants and Attractions

TripAdvisor: Europe

TripAdvisor remains as the largest travel site in Europe over Booking.com



Fill your heart with Ireland

**Discover Ireland**

@DiscoverIreland

Contributi
119**Follower**
2.834**Following**
0 **Stai seguendo****Feed attività**

Viaggi

Video

Foto

Link

Mappa dei viaggi

In breve

Dublino, Irlanda

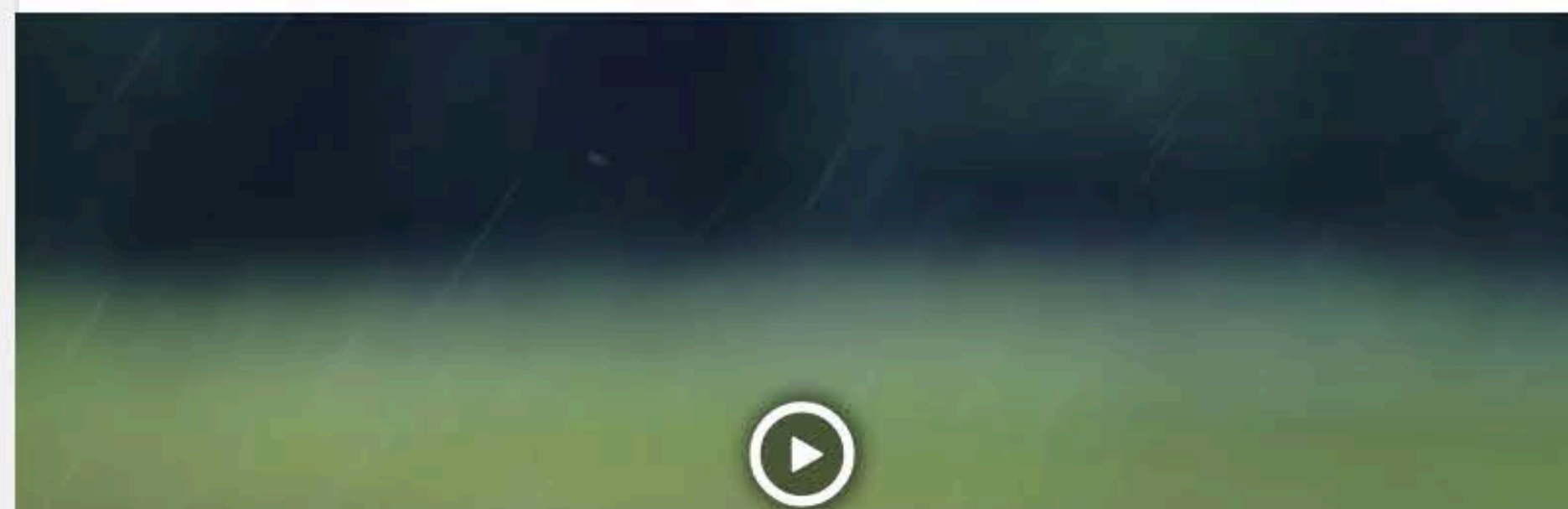
Iscritto nel lug 2018

ireland.com

Official Tourism Ireland. Stick with us for photos, stories and videos to help you plan your holiday to the island of Ireland – let us know if you #LoveIreland!

**Discover Ireland** ha pubblicato un video

22 mag

**Chi seguire su TripAdvisor****Turismo IT**

@Turismo_IT

124 contributi • **11.233** follower

Tutti i colori dell'Italia! Segreti, monumenti da scoprire o riscoprire, borghi autentici, ricette r...

Segui

DESTINATION
MAKERS



EXPERIENCE
ONLINE
TRAVEL
AGENCY

TOURIST-INFO



Tourist-Info
täglich 9-19 Uhr
Information, Hotelreservierung, Wien-Karte,
Stadtführer, Bahnkarten, Eintrittskarten für
Theater, Oper, Musicals, ...
daily 9 a.m. to 7 p.m.
Inquiries, Rooms, Vienna Card, Sightseeing Tours,
Train Tickets, Tickets for Theater, Opera, Musicals, ...
VIENNA
NOW OR NEVER
WWW.VIENNA.INFO



Tourist-Info
täglich 9-19 Uhr
Information, Hotelreservierung, Wien-Karte,
Stadtführer, Bahnkarten, Eintrittskarten für
Theater, Oper, Musicals, ...
daily 9 a.m. to 7 p.m.
Inquiries, Rooms, Vienna Card, Sightseeing Tours,
Train Tickets, Tickets for Theater, Opera, Musicals, ...
WIEN
JETZT ODER NIE
WWW.WIEN.INFO

Tour in aereo, elicottero e mongolfiera

Vedi tutti



Cappadocia Balloon Ri...

★★★★★ 79 recensioni

a partire da **160,00 €***



Cappadocia Balloon To...

★★★★★ 25 recensioni

a partire da **149,00 €***



Fairy Chimneys in Cap...

★★★★★ 15 recensioni

a partire da **159,00 €***



Cappadocia Morning B...

★★★★★ 5 recensioni

a partire da **157,30 €***

Tour di una giornata

Vedi tutti



Tour of Highlights of Ca...

★★★★★ 17 recensioni

a partire da **60,00 €***



Southern Cappadocia T...

★★★★★ 8 recensioni

a partire da **39,00 €***



Cappadocia in a Day

★★★★★ 3 recensioni

a partire da **30,20 €***



Private Day Tour of Ca...

★★★★★ 1 recensione

a partire da **24,00 €***

Get
Your
Guide

Where are you going?



♥ Wishlist

🛒 Cart

🔍 Help

👤 Log in

👤 Sign up

Amsterdam Museums

Amsterdam is home to many a great museum. Get your ticket right here

Travel guides

Make the most of an upcoming trip or find inspiration for a future getaway

Things to do

Destinations

Q

- Tranquillity
42,941 destinations
- Nature
40,627 destinations
- Relaxation
36,765 destinations
- Scenery
31,407 destinations
- Food
28,318 destinations
- Friendly locals
24,315 destinations

for top destinations

ime to visit, and reviews from travellers





Discover Australia’s best Wildlife, Outback, and Wine experiences, all easily accessed from Adelaide

Hotel only

Flight only

Flight + Hotel

Leaving from

Los Angeles

Going to

Adelaide

Departing

mm/dd/yyyy

Returning

mm/dd/yyyy

Rooms

1

Adults (18 +)

1

Children (0 - 17)

0

☐ I only need a hotel for part of my trip

[Advanced options](#)

Economy





Museums & art



Tours & attractions



Performances



Food & wine



Active & adventure



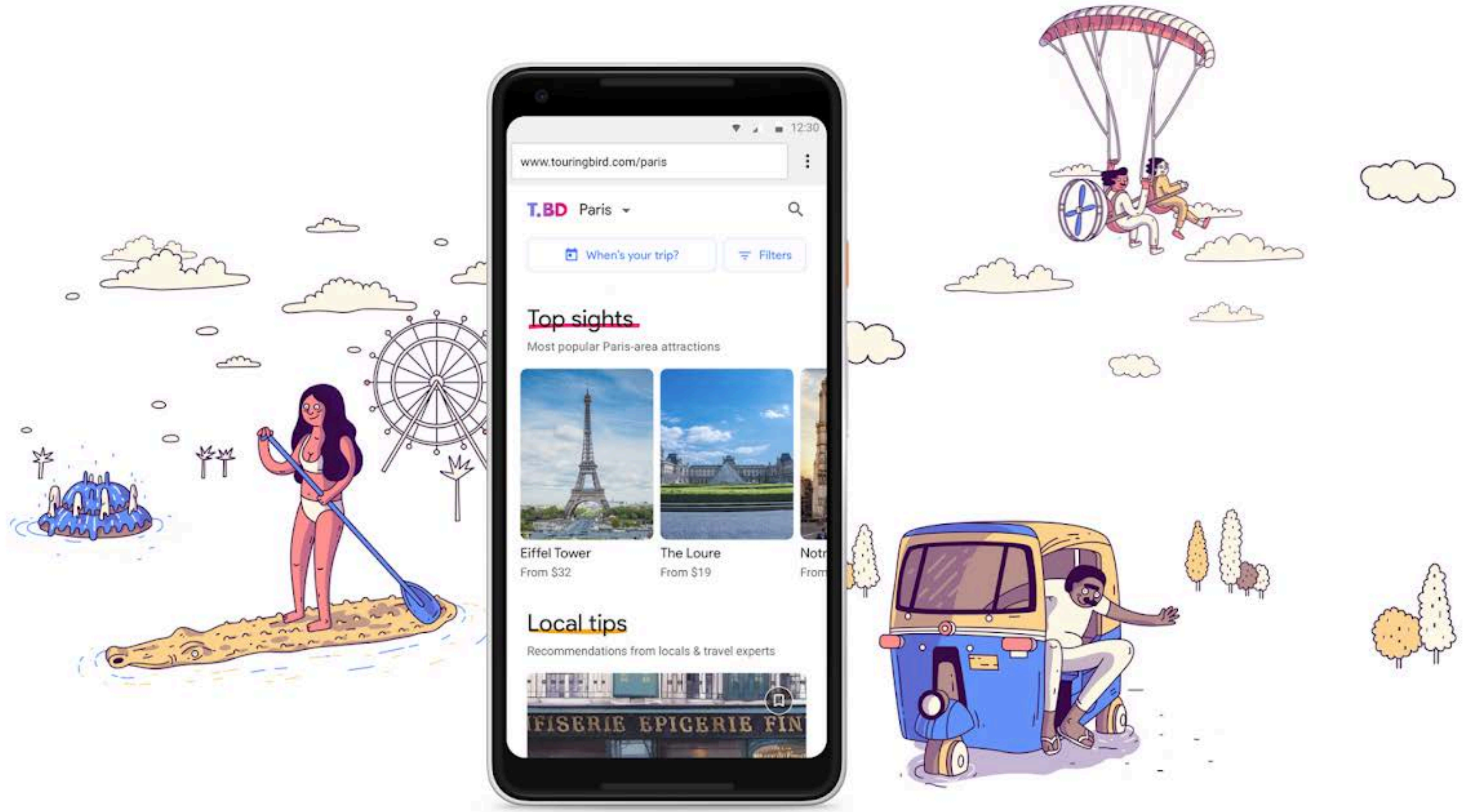
Sports



Travel for a cause

**BOOK TICKETS TO MUSEUMS, ATTRACTIONS AND FUN ACTIVITIES
ALL OVER THE WORLD**

Q Enter a destination or attraction



TRAVEL FOR THE 21ST CENTURY

Every experience is for a cause

Q

Where are you going?

Find the ultimate experience

Connecting travelers with locals through food and experiences



Where are you going?



Eat with locals



Tours with locals



Activities with locals

As seen in world wide press:



USA TODAY

TechCrunch

JakartaGlobe

De Telegraaf

Vietnamnet



Eat Withlocals

Get a real taste of the local culture by dining with a family in their home. [Read more](#)



Tours Withlocals

Experience your trip through the eyes of a local. [Read more](#)



Activities Withlocals

Enjoy activities and learn new skills together with talented locals. [Read more](#)

Welcome to the world of trips.

DESTINATION MAKERS

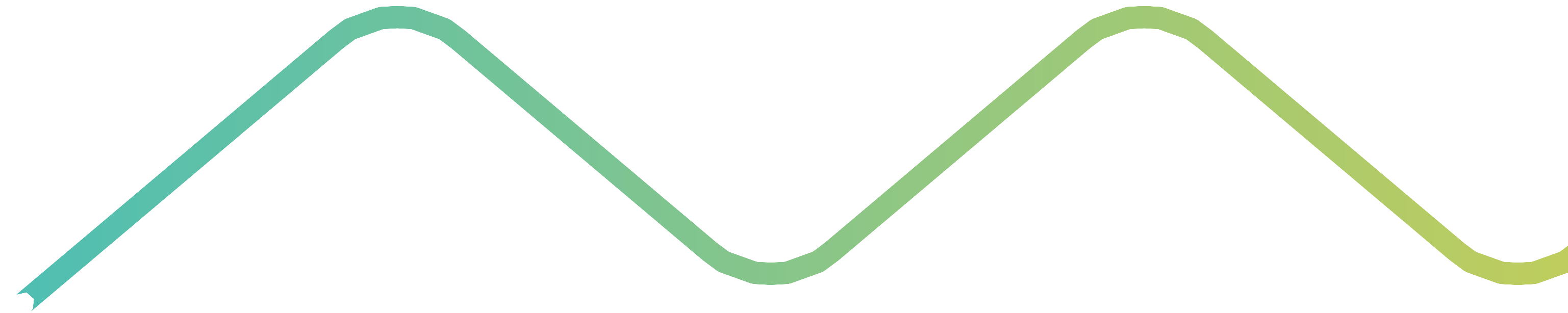




DESTINATION
MAKERS



DESTINATION BRANDING



Il brand di Destinazione
non ha confini amministrativi

The Four C's



Visit Finland

Creative

Technologically,
academically and culturally
attractive; architecture and
design; with a touch of
creative madness



Visit Finland

Contrasting

Seasons, east/west,
cold/warm, midnight
sun/winter darkness,
sauna/ice swimming



Visit Finland

Credible

Efficient
infrastructure,
services, safety and
security, and
technology.



Visit Finland

Cool

Nice, happening,
trendy, and refreshingly crisp.



Visit Finland

www.peru.info

Perú

www.peru.info

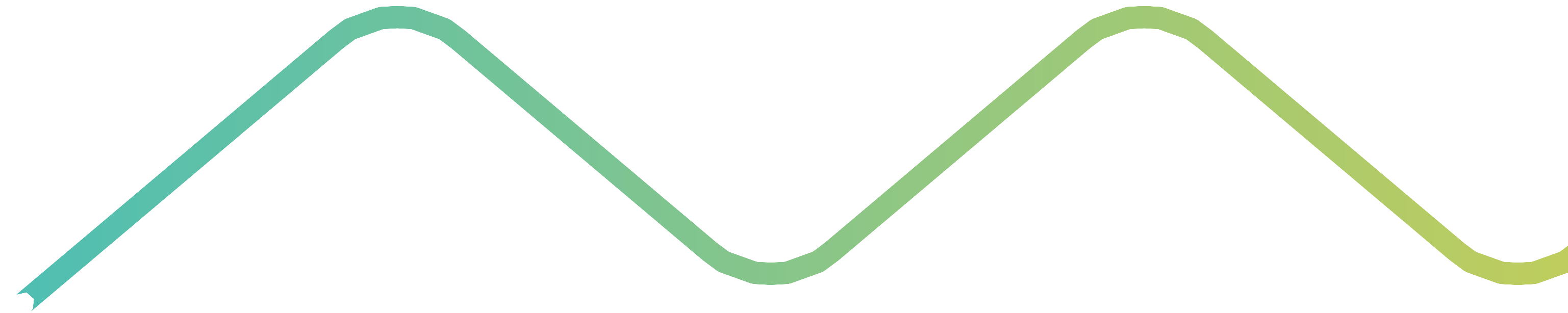




DESTINATION
MAKERS



SITO WEB DI DESTINAZIONE



Il sito web di destinazione esiste ancora?

Oodi opens in Helsinki, marking a new era of libraries

Read more ▶



**Your local guide to
Christmas**



INSPIRED BY ICELAND

THINGS TO DO

PLAN YOUR TRIP

ABOUT ICELAND

ICELAND A TO Ö

THE ICELANDIC PLEDGE



EN ▼



EXPLORE THE

a-ö

OF ICELAND

Make sure you check out the most
comprehensive guide to Iceland, yet.



JOURNEY



TASTE



LIVING

RELAX

 PIAZZOGNA

Dove la primavera si veste di colori sgargianti



27 marzo - 11.08



19°



365 m



Ispirato



DESTINATION
MAKERS



CAMPAGNA DI MARKETING?!



Enjoy *my* Japan

*Create your own
Japan travel movie!*

Start



RENT A *Finn*



FIND YOUR CALM



CLOSED
FOR
MAINTENANCE



PASSION MADE POSSIBLE

Find your passion, find your tribe.





Experience the happiness of the Swiss on the Grand Tour of Switzerland.

828,108 views

 386  14  SHARE  



MySwitzerland 
Published on Apr 12, 2016

SUBSCRIBE 14K



SWEDEN ON AIRBNB

EXPLORE THE FREEDOM TO ROAM

**The Italian Sabbatical è un progetto parte del
Community Tourism Programme di Airbnb,
sviluppato con Wonder Grottole e Matera 2019
per promuovere un turismo sostenibile**



DESTINATION
MAKERS



WINE DESTINATIONS EXPERIENCES

[illegible]



Porto.

Porto.

Porto.

Porto.

Porto.

IL PERCORSO DI BRANDING

DESTINATION MAKERS



IL PERCORSO DI BRANDING

DESTINATION MAKERS

- IL BRAND DI DESTINAZIONE È STATO TOTALMENTE RIPENSATO E RICOSTRUITO SUGLI ELEMENTI CARATTERISTICI DELLA CITTÀ E DEL SUO CARATTERE
- TRA QUESTI: IL VINO
- FORTE DEL BUON NOME DEL VINO «PORTO», LA CITTÀ HA COSTRUITO UNA SERIE DI ESPERIENZE ATTORNO AD ESSO

WHAT'S
NEW

OUR
WINES

COCKTAILS
& FOOD

ESTD 1790
SANDEMAN

OUR
STORIES

ENJOY
LIFE

VISIT
US



Porto CELLARS

PLAN YOUR VISIT >



Douro QUINTA DO SEIXO

PLAN YOUR VISIT >



to GEORGE TERRACE

R VISIT >



Porto THE HOUSE OF SANDEMAN HOSTEL & SUITES

PLAN YOUR VISIT >



Jerez SHERRY BOTTLING

PLAN YOUR VISIT >

CANTINE SANDEMAN

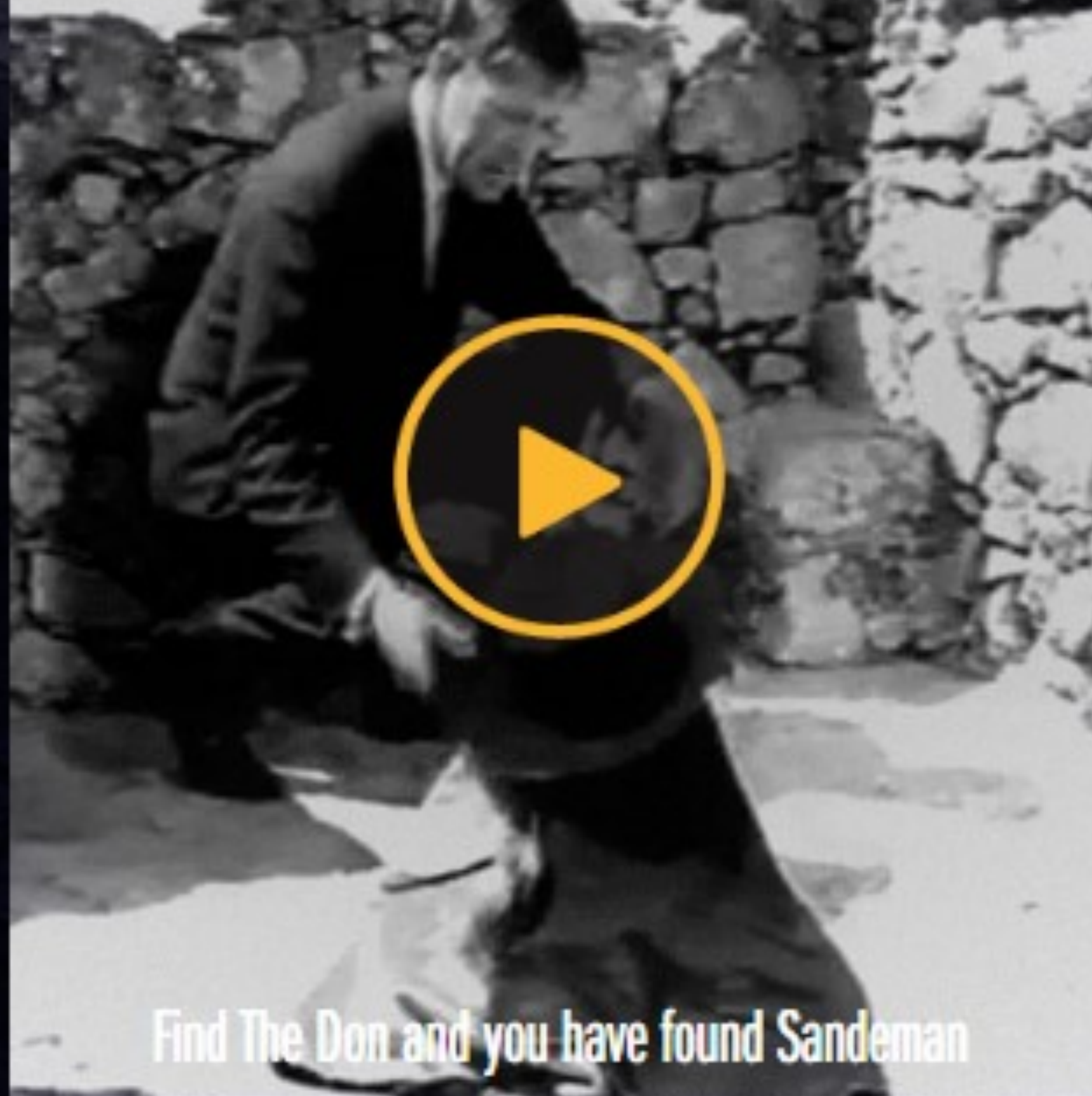
DESTINATION MAKERS

- NEI 2 SECOLI DI ATTIVITÀ SONO STATI I PRIMI A BRANDIZZARE IL VINO PORTO
- VIVERE L'ESPERIENZA DI QUESTE CANTINE SIGNIFICA VIVERE UNA PARTE DELLA STORIA DELLA CITTÀ E DEL SUO VINO
- OGGI «SANDEMAN» È SINONIMO DI QUALITÀ NON SOLO PER IL VINO MA PER L'ESPERIENZA CHE OFFRE AL VISITATORE: RISTORANTE, CANTINA CON MOSTRA PERMANENTE SULLA SUA STORIA, ALLOGGIO A TEMA E LE VIGNE NELLA VALLE DEL DOURO
- ANCHE LA USER EXPERIENCE ONLINE È STUDIATA IN OGNI DETTAGLIO, RENDENDO IL POTENZIALE VISITATORE CURIOSO E PARTECIPE DI QUESTA REALTÀ FONDANTE DELLA CITTÀ PORTOGHESE

◆ 1928 ◆

Drawn in 1928 by a French Artist who was not French

TAP
TO READ



Find The Don and you have found Sandeman



◆ 1928 ◆

A Mysterious Coincidence?

Wine Tasting & Sightseeing in the Douro Valley



DOURO VALLEY TOUR

DESTINATION MAKERS

- FRA LE ESPERIENZE PIÙ SUGGESTIVE E AMATE DA CHI VISITA PORTO
- CROCIERA SUL FIUME DOURO, DEGUSTAZIONE DEI VINI, CUCINA TIPICA E VISITA ALLE VIGNE E ALLE AZIENDE VINICOLE
- UN'ESPERIENZA FULL IMMERSION NELL'ANIMA DELLA REGIONE UNESCO DOVE CRESCONO LE VITI CHE DANNO VITA AL VINO «PORTO», CON LE SUE BELLEZZE E I SUOI SAPERI ATTORNO ALLA PRODUZIONE




GITA DI UN GIORNO

Avventura di vino e navigazione nella valle del Douro

 Porto

 9.5 ore in totale

 Cibo, Bevande, 1 biglietto, Attrezzatura e Trasporto

 Offerto in Inglese



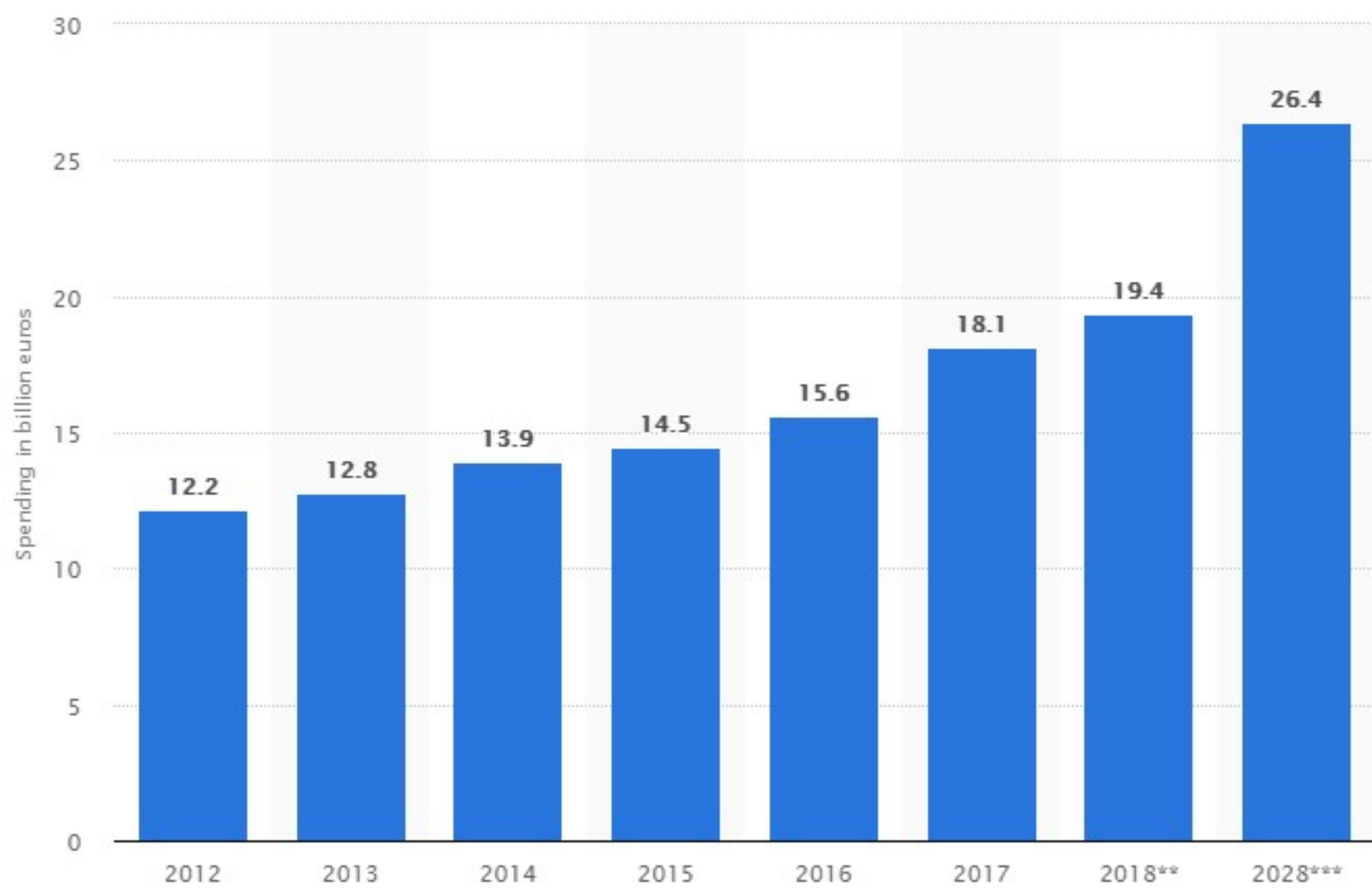
Oltre 980 persone hanno valutato questa esperienza con 5 stelle.

I DATI DI DESTINAZIONE

DESTINATION MAKERS

- IL LAVORO SUL BRAND E LA COMPONENTE VINICOLA HA PORTATO AD UNA CRESCITA IMPORTANTE DEI TURISTI INTERNAZIONALI IN VISITA NELLA CITTÀ
- NEL 2028 SI PREVEDE CHE LA LORO SPESA ARRIVI A TOCCARE I 26.4 MILIARDI DI EURO
- SECONDO UNA RICERCA DI MERCATO DI GLOBAL WINE CAPITALS, IL TURISMO DEL VINO RAPPRESENTA CIRCA IL 20% DEGLI INTROITI DELLE CANTINE
- LA MAGGIOR PARTE DEI GUADAGNI DEL WINE TOURISM SONO RAPPRESENTATI DALLA VENDITA DIRETTA DEL VINO (BOTTIGLIE, DEGUSTAZIONI ECC)

Spending of international tourists in Portugal from 2012 to 2028* (in billion euros)



DOWNLOAD

SETTINGS

SHARE

PNG +

PDF +

XLS +

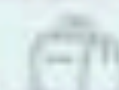
PPT +

DESCRIPTION

SOURCE

MORE INFORMATION

This statistic shows the total annual spend of international tourists (visitor exports) in Portugal from 2012 to 2018 and a forecast for 2028. In 2017 international visitors in Portugal spent a total of 18.1 billion euros. This is expected to increase in 2018 to 19.4 billion euros.



WINE COUNTRY EXPERIENCES

BLEND YOUR OWN WINE, RIDE AN ATV, OR SIP & CYCLE THROUGH THE VINEYARDS

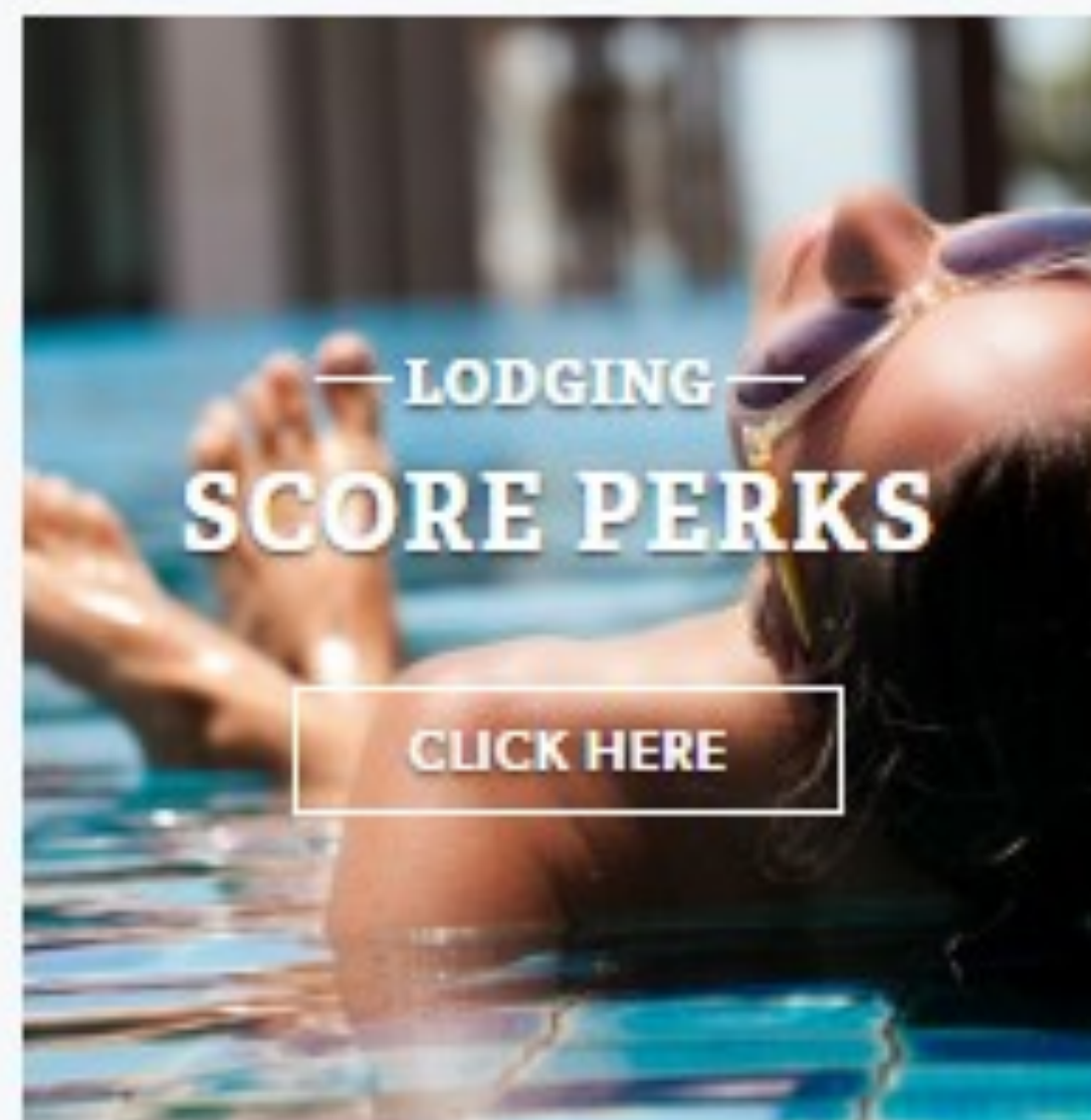
RESERVE NOW

NAPA VALLEY: TURISMO WINE ESPERIENZIALE

DESTINATION MAKERS

- HA COSTRUITO IL SUO INTERO BRAND DI DESTINAZIONE SUL VINO
- È STATA COSÌ IN GRADO DI SFRUTTARE LA SUA INDUSTRIA PRIMARIA: QUELLA VITIVINICOLA...
- ...UNENDOLA ALLE SUE CARATTERISTICHE DISTINTIVE TERRITORIALI: NATURA, COUNTRYSIDE, PAESAGGI VINTAGE, SENSO DI AVVENTURA
- CREANDO COSÌ PRODOTTI ESPERIENZIALI UNICI E AUTENTICI

CHECK OUT NAPA VALLEY



9 Fantastic Napa Valley Wine Tours For Every Traveler

WINERIES by HANA-LEE SEDGWICK on OCTOBER 3, 2018

6496 0



♡ Like this content?

GET THE NEWSLETTER

RELATED

FOOD

15 Best Restaurants in Napa Valley

THINGS TO DO

The Definitive Guide to Choo-Choosing Your Wine Train Adventure

THINGS TO DO

8 Things to Know About the Napa Valley Wine Train



ESPERIENZE PER TARGET

DESTINATION MAKERS

- PARTE DAI PROPRI ELEMENTI DISTINTIVI PER CREARE UN'OFFERTA SU MISURA PER IL VIAGGIATORE.
- TRA LE TOP EXPERIENCE: 9 FANTASTICI WINE TOUR NELLA NAPA VALLEY PER OGNI VIAGGIATORE:
 - I VISITATORI VENGONO SEGMENTATI
 - PER OGNI PROFILO VIENE PRESENTATA L'ESPERIENZA PIÙ ADATTA
 - TRA LE PIÙ RILEVANTI:
 - PER L'AMANTE DELL'ARIA APERTA: NAPA VALLEY TOUR IN BICI
 - PER IL ROMANTICO: NAPA VALLEY TOUR IN MONGOLFIERA
 - PER IL VIAGGIATORE VECCHIO STILE: NAPA VALLEY TRENO DEL VINO
- OGNUNA DI QUESTE SI COMPLETA CON LA DEGUSTAZIONE DEL VINO

I RISULTATI

DESTINATION MAKERS

2018 NELLA NAPA VALLEY L'INDUSTRIA TURISTICA HA GENERATO:

- 3.85 MILIONI DI VISITATORI
- \$2.23 MILIARDI DI DOLLARI DI SPESA DA PARTE DEI TURISTI NEL TERRITORIO
- AUMENTO DELLA SPESA DIRETTA DEI VISITATORI DEL 15.9% RISPETTO AL 2016
- AUMENTO DEL 13.7% DEI PERNOTTAMENTI RISPETTO AL 2016

L'INDUSTRIA TURISTICA RIMANE LA SECONDA PER ASSUNZIONI, DOPO QUELLA VINICOLA:

- SUPPORTA LA QUALITÀ DELLA VITA DELLA COMUNITÀ
- TOTALE RETRIBUZIONI DI \$492 MILIONI

WINE DESTINATION

Bordeaux's five wine routes

BORDEAUX, GATEWAY TO THE VINEYARDS

ENTRE-DEUX-MERS


GRAVES AND SAUTERNES


MÉDOC

SAINT-ÉMILION-POMEROL-FRONSAC

BLAYE AND BOURG



WHAT ? 

WHEN ? 

OK

BORDEAUX, GATEWAY TO THE VINEYARDS

Bordeaux has long had a reputation as a town that takes itself very seriously - too seriously perhaps - but no more. The history and culture are still here but UNESCO classified Bordeaux has shed her dowager frocks and the city of wine has become fun, lively and an award winning holiday destination. Welcome to Bordeaux, vintage 2016!

The Bordelais love their wines, and it shows. It's a city that lives and breathes wine - from the towering new temple to world wine - the Cité du Vin - to tiny restaurants dedicated to matching food with the perfect claret - you're never more than a step away from the urban wine trail.



BORDEAUX, THE WINE DESTINATION

DESTINATION MAKERS

- BORDEAUX È VINO PRIMA ANCORA DI ALTRO.
- SITO WEB DEDICATO ESCLUSIVAMENTE AL WINE TOURISM
- UN EMBLEMA PER IL VINO: LA CITÉ DU VIN
- L'ANIMA RAFFINATA DELLA CITTÀ SI UNISCE ALLA SIGNORILITÀ DEL VINO: EXCLUSIVE DESTINATION



La Cité du Vin
un monde de cultures

A SIGNATURE BUILDING

The architecture evokes the soul of wine and captures a fluid essence, 'a seamless curve, intangible and sensual'.

BORDEAUX, THE WINE DESTINATION

DESTINATION MAKERS

- THE WINE BAR È UNO DEI LOCALI DI VINO MIGLIORI DI BORDEAUX.
- È RINOMATO PER VIA DELLA SUA POSIZIONE NEL QUARTIERE STORICO DI SAINT PIERRE
- OFFRE UN'ATMOSFERA PRIVATA DA BISTROT, DOVE OGNI ACCOSTAMENTO È STUDIATO IN MANIERA PRECISA
- IL SERVIZIO È DI ALTO LIVELLO E OFFRE PIÙ DI 80 VINI DI BORDEAUX TRA I PIÙ RINOMATI

6. The Wine Bar



DESTINATION
MAKERS



WINE TRAVELLERS

WINE TRAVELLERS

DESTINATION MAKERS

- THE WINE LOVER KNOWS WINES AND CAN DISCUSS THE FINER POINTS OF WINE WITH THE WINE-MAKER. FOOD AND WINE MATCHING IS IMPORTANT. VISITS THE WINERY FOR BUYING, TASTING AND LEARNING ABOUT WINE
- THE WINE INTERESTED TOURIST LIKES WINES AND HAS ATTENDED TASTINGS AND WINERIES BEFORE. ENJOYS FOOD AND EXPLORING THE COUNTRYSIDE. GENERALLY TRAVELS WITH FRIENDS TO WINE REGIONS. EAGER TO LEARN ABOUT WINE
- THE WINE CURIOUS TOURIST HAS A LOW TO MODERATE INTEREST IN WINE, IS MOTIVATED TO VISIT THE REGION BY NON-WINE REASONS AND WINERIES ARE SEEN AS 'JUST ANOTHER ATTRACTION'. IS SATISFIED WITH BASIC KNOWLEDGE OF WINE
- THE DISINTERESTED WINE TOURIST VISITS WINERIES AS PART OF A GROUP, AND SEES IT AS AN ALTERNATIVE TO A BAR. GENERALLY JUST CONCERNED WITH DRINKING WINE, AND HAS NO INTEREST IN LEARNING ABOUT WINE



Jean, WINE LOVER

Luxury seeker

Organised

Aknowledged

Reserved

OCCUPAZIONE: quadro aziendale

STATO: sposato

VIAGGIA: spesso

VIENE DA: Francia, UK, Germania

VIAGGIA CON: sua moglie

MOTIVAZIONI PRIMARIE

- Visitare una regione vinicola rinomata

MOTIVAZIONI SECONDARIE

- Conoscere le caratteristiche del vino, assaggiarlo e comprarlo
- Gustare cibo gourmet in abbinamento
- Godere di un servizio di alto livello in un ambiente riservato

ASPETTATIVE

- Vivere un'esperienza di lusso
- Relax e lontananza da vita quotidiana e lavoro
- Arricchire la propria conoscenza riguardo al vino
- Socializzare con altri esperti
- Ambiente intimo e privato
- Comprare vino di prima qualità

STILE DI VIAGGIO

Organizzato
High spender
Lusso
Relax

INFLUENZANO LA DECISIONE

- Internet
- Guidebooks sul vino
- Media (TV, riviste sul vino)

DESCRIZIONE

Il *wine lover* è un intenditore. Ha un buono stipendio e pertanto ricerca esperienze esclusive e autentiche che garantiscano servizio di alto livello, confronto con esperti e produttori di vino e soprattutto un'atmosfera privata. Tiene molto al giusto accostamento vino-pietanze.

Di solito viaggia in coppia con il/la coniuge che condivide la ricerca di raffinatezza.

Un fattore rilevante per amplificare la sua esperienza è la regione: predilige paesaggi rustici, naturali e poco frequentati dalle masse che però presentano anche caratteristiche storico-culturali importanti.

Fondamentali sono le informazioni ben segnalate online e sul territorio e la facilità di accesso alle esperienze.



Brian, WINE INTERESTED

Open

Sociable

Curious

Relaxed

OCCUPAZIONE: marketing

STATO: single/fidanzato

VIAGGIA: abbastanza spesso

VIENE DA: UK, Germania, Benelux, USA, Italia

VIAGGIA CON: fidanzata/gruppo di amici stretti

STILE DI VIAGGIO

Più spontaneo
High spender
Genuinità
Attivo

INFLUENZANO LA DECISIONE

- Internet
- Raccomandazioni da altre persone
- Media (TV)

MOTIVAZIONI PRIMARIE

- Imparare qualcosa di nuovo sul vino

MOTIVAZIONI SECONDARIE

- Accumulare esperienze
- Apprezzare la calma, la genuinità
- Condividere la propria passione con persone affini
- Conoscere il territorio di produzione

ASPETTATIVE

- Vivere un'esperienza autentica
- Socializzare e rilassarsi
- Arricchire la propria conoscenza del vino
- Approfondire una passione
- Portare a casa del buon vino
- Vivere il territorio attraverso i saperi e la produzione del vino

DESCRIZIONE

Il *wine interested* è un appassionato di vino ma non si definisce un intenditore. È infatti improbabile che abbia un'educazione vera e propria sul vino rispetto al *wine lover* anche se ha sicuramente fatto esperienza di degustazione. Nonostante disponga di una buona entrata spende meno rispetto al *wine lover* ed è meno attento all'accostamento vino-pietanze.

Predilige infatti la conoscenza all'alta qualità del servizio: la sua priorità è imparare a degustare e capire come l'uva viene coltivata e trattata per arrivare al prodotto finale. Non disdegna la socialità, purché sia all'insegna della sua passione: il vino! Di solito infatti viaggia in coppia con il/la fidanzato/a o un gruppo ristretto di amici con cui può condividere la sua passione.

Ha uno stile di viaggio meno impostato e più spontaneo, motivo per cui apprezza anche le caratteristiche più selvagge e rustiche del territorio vinicolo.



Laura, WINE CURIOUS TOURIST

Open

Friendly

Adventurous

Daring

OCCUPAZIONE: universitaria

STATO: single

VIAGGIA: abbastanza spesso, vacanze brevi

VIENE DA: Germania, Benelux, USA, Italia

VIAGGIA CON: gli amici

STILE DI VIAGGIO

Spontaneo
On a budget
Lifestyle
Attivo

INFLUENZANO LA DECISIONE

- Internet
- Informazioni locali
- Raccomandazioni di altre persone

MOTIVAZIONI PRIMARIE

- Vivere una nuova, emozionante avventura

MOTIVAZIONI SECONDARIE

- Accumulare esperienze
- Accostare attività uniche alla semplice visita della città/regione
- Divertirsi con gli amici
- Avere qualcosa da raccontare
- Veicolare un lifestyle

ASPETTATIVE

- Sentirsi un'esploratrice
- Rompere gli schemi con attività extra e uniche
- Imparare qualcosa di nuovo
- Esperienza immersiva ma non cognitivamente impegnativa
- Gustare le specialità locali a prezzi più contenuti
- Attività di lifestyle e ad alta intensità emotiva

DESCRIZIONE

Il *wine curious tourist* non ha come destinazione principale la regione vinicola. Si tratta soprattutto di giovani universitari che nelle loro brevi e intense vacanze sono a caccia di esperienze che possono arricchirli e su cui possono costruire un lifestyle. Sono inclini a bere vino e molto probabilmente hanno già avuto esperienze di degustazione ma non in regioni tipiche ed esclusive.

Tuttavia, l'unico modo per attrarli in regioni vinicole rinomate è che queste si trovino nelle immediate vicinanze della loro destinazione primaria (normalmente città culturali). Sebbene siano legati al budget ridotto spendono volentieri in esperienze culturali «local» che gli permettano di avere accesso ad un'esperienza esclusiva: sono i più inclini a comprare i wine tours spinti dalla curiosità verso il mondo del vino. Prediligono esperienze dove possono socializzare e rafforzare i legami con i loro gruppi di amici di viaggio.

DESTINATION
MAKERS



WINE MARKET

Experience a different kind of wine travel

Where are you going?



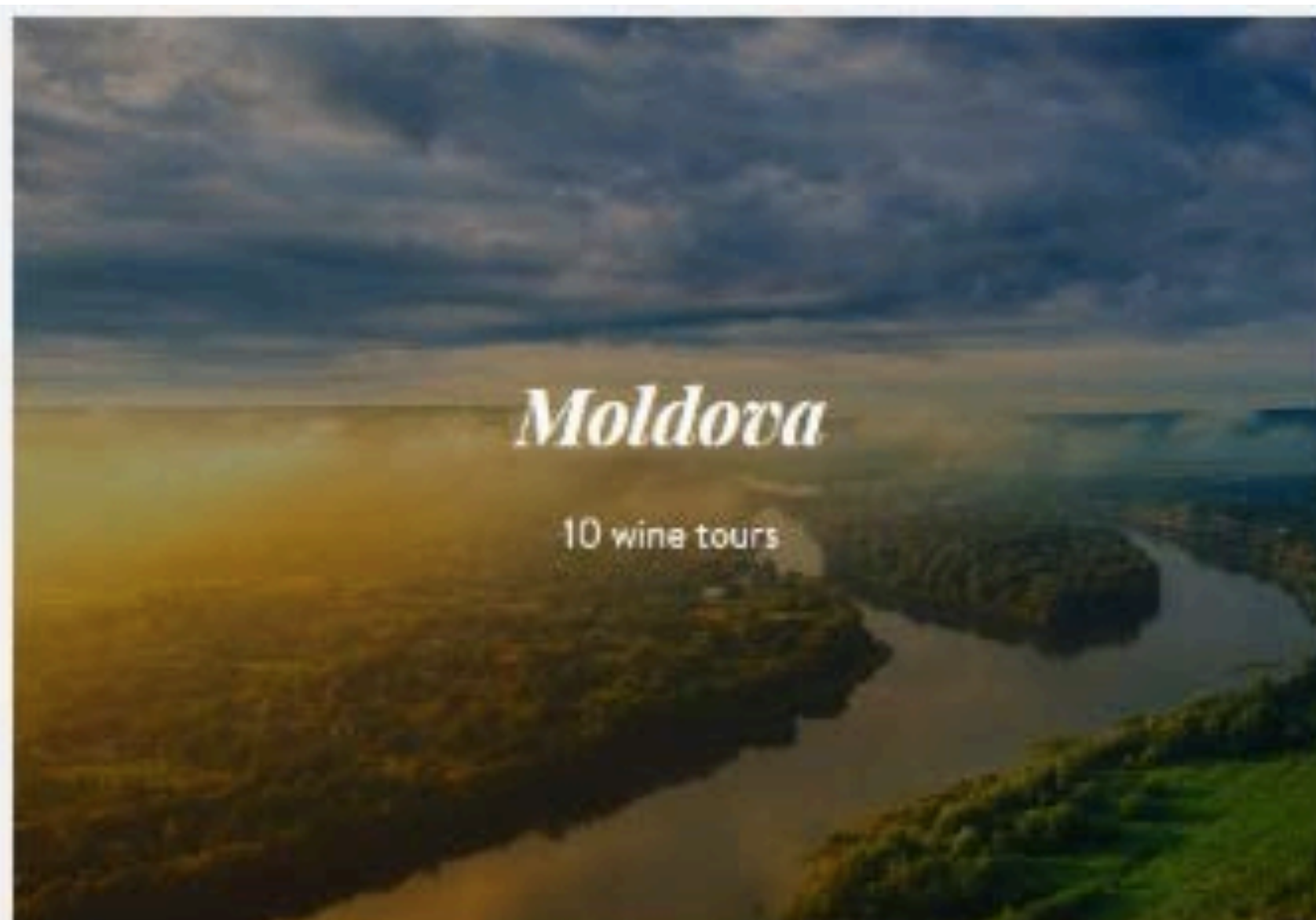
From



To



[SEARCH](#)



Quali sono le date del viaggio?



Data di inizio



Data di fine

Cerca



TOUR DEI VIGNETI CON DEGUSTAZIONE DI VINI
Tour del vino e tour del vino nella Napa Valley con degustazione

★★★★★ 71 recensioni

127 €
per adulto

Prenota ora



GIRI IN MONGOLFIERA
Giro in mongolfiera nella Napa Valley con brunch servito con vino spumante

★★★★★ 312 recensioni

218 €
per adulto

Prenota ora



TOUR DI UNA GIORNATA
Tour per piccoli gruppi dei vini di Napa con Castello di Amorosa e pranzo

★★★★★ 53 recensioni

96 €
per adulto

Prenota ora



TOUR DEI VIGNETI CON DEGUSTAZIONE DI VINI
Tour di degustazione di piccoli gruppi attraverso la Napa Valley

★★★★★ 130 recensioni

100 €
per adulto

Prenota ora



ESPERIENZE GASTRONOMICHE
Napa Valley Wine Train con pranzo gourmet

★★★★★ 245 recensioni

149 €
per adulto

Prenota ora



TOUR DEI VIGNETI CON DEGUSTAZIONE DI VINI
Tour del vino nella Napa Valley - Small Group

★★★★★ 112 recensioni

114 €
per adulto

Prenota ora



TOUR DEI VIGNETI CON DEGUSTAZIONE DI VINI
Tour per piccoli gruppi nelle regioni vinicole di Napa e Sonoma con pranzo

★★★★★ 341 recensioni

154 €
per adulto

Prenota ora



KAYAK E CANOE
Tour storico in kayak della Napa Valley

★★★★★ 31 recensioni

54 €
per adulto

Prenota ora

Esplora per categoria



Cantine e vigne (394)



Cibo e bevande (555)



Attività all'aperto (46)



Shopping (54)



Parchi (11)



Parchi e natura (30)

Città più richieste in Napa Valley



Napa



Calistoga



St. Helena



Yountville



Bordeaux, Francia · Esperienze

[Diventa un host](#)

[Aiuto](#)

[Registrati](#)

Date

Ospiti

Prezzo

Ora del giorno

Lingua offerta

Mostra la mappa



Il meglio di Bordeaux



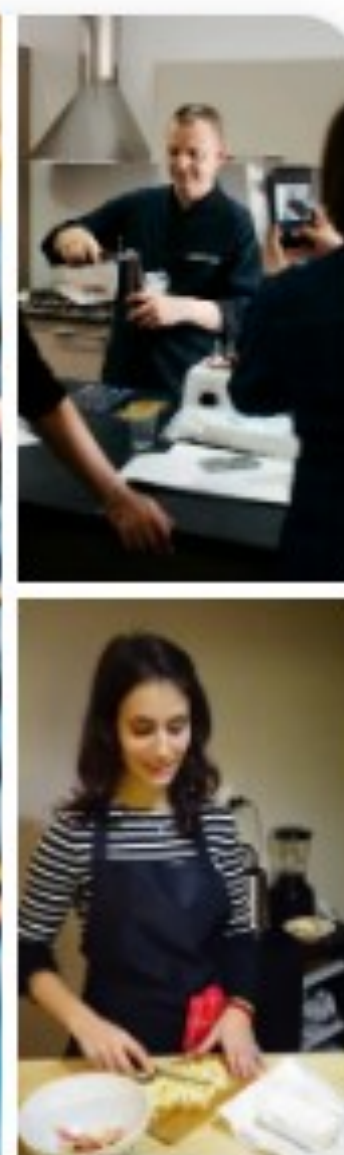
Arte e spettacolo

Vita notturna · Concerti · Lezioni di arte e artigianato e altri 5



Lezioni e workshop

Corso di arti dello spettacolo · Lezione di gastronomia · Lezioni di arte e artigianato



Cibo e bevande

Prenotazione in ristorante · Degustazione di bevande · Specialità locali e altri 5



Storia e cause locali

Visita di una galleria · Attività religiosa · Animali e altri 5





DEGUSTAZIONE DI VINI
**Découvrez le vin à
Saint-Émilion**

4 ore · Trasporto e Bevande
inclusi

4.69★ (39) · Disponibile in



DEGUSTAZIONE DI VINI
**Enotour mattutino nella
regione Médoc**

4 ore · Cibo e Bevande inclusi

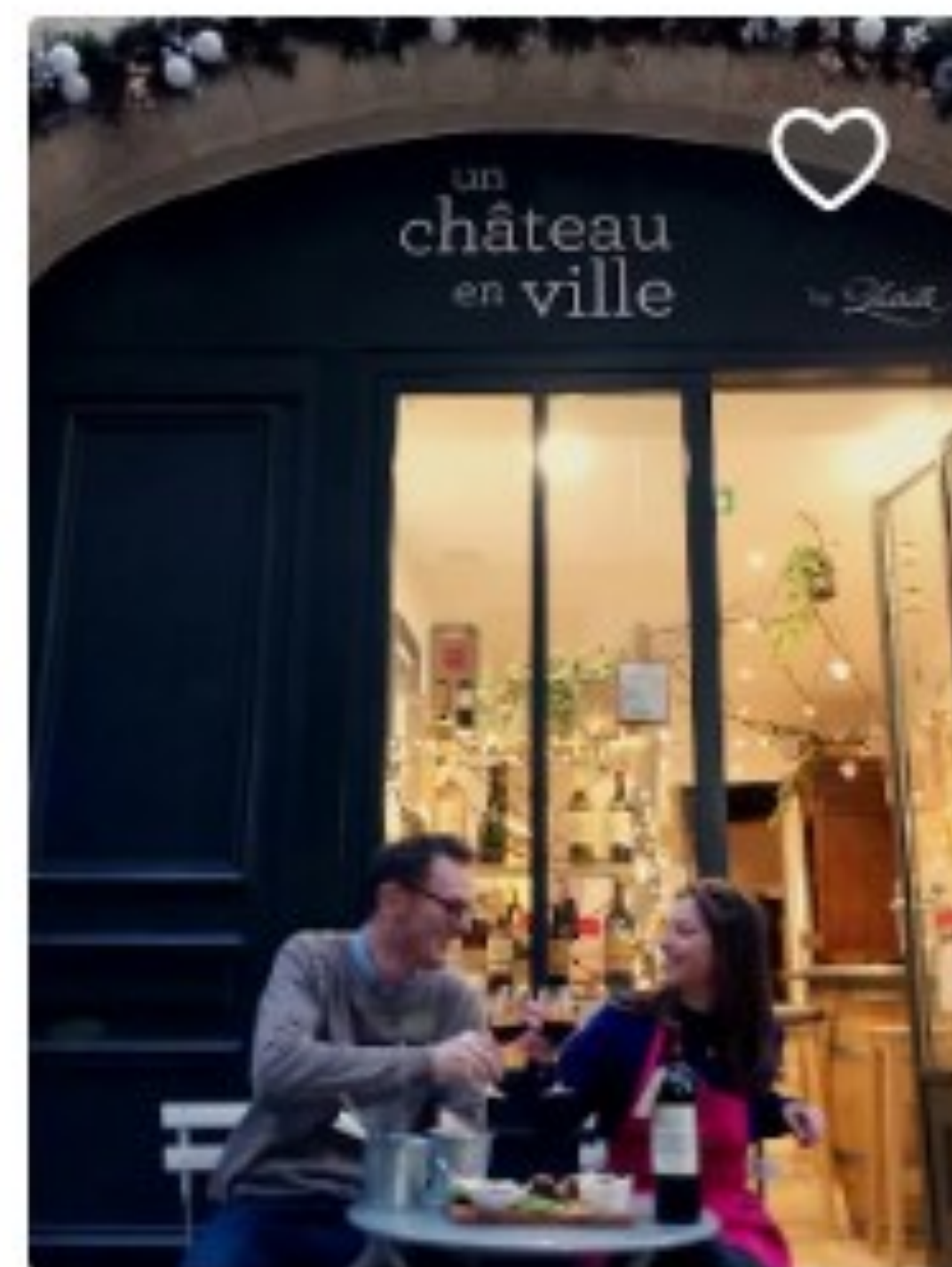
4.77★ (44) · Disponibile in Inglese



DEGUSTAZIONE DI VINI
**Caccia al tesoro con
degustazione**

1 ora · Bevande incluso

4.60★ (10) · Disponibile in
Francese e Inglese



DEGUSTAZIONE DI VINI
**Assaggia i vini di uno
château di Bordeaux**

1 ora

4.62★ (34) · Disponibile in
Francese e Inglese

DESTINATION
MAKERS



*"One's Destination is never a place, but
rather a new way of seeing things"*

Henry Miller

Grazie.



Emma Taveri

emma@destination-makers.com