

A procura do enoturismo compreende as motivações, percepções, experiências prévias e expectativas do viajante. O enoturismo é influenciado por uma série de motivações. São poucas as pessoas cuja única motivação para a visita a uma adega ou região vitivinícola seja o desejo de comprar vinho.

Muitas quererão aprender mais para melhorarem os seus conhecimentos sobre o vinho e a sua produção, o que poderá ser descrito como uma motivação educacional.

Para outros, a oportunidade de desfrutarem dos aspetos sociais do enoturismo pode ser uma importante motivação, ao passo que os aspetos do vinho relacionados com a saúde também podem estar a surgir como um fator significativo para o consumo de vinho e, possivelmente, para o enoturismo.

Um indivíduo não terá as mesmas motivações turísticas ao longo da sua vida. As motivações variam consoante as experiências de vida passadas e as diferentes fases da vida. Para além disso, as motivações podem alterar-se ou tornar-se fatores maiores, devido a campanhas de promoção que podem criar certas percepções relativamente a potenciais destinos e atrações, tais como a publicidade a uma determinada região, que, nesse sentido, influenciará uma viagem de recreio.

Muitas experiências de viagem não são memoráveis, intensas, nem promovem entretenimento, educação, evasão ou estética que surpreendam o turista. Uma viagem especial exige pessoas e condições especiais. Isso não implica apenas poder económico, mas fundamentalmente atitudes e posturas sociais, culturais, estéticas e políticas.

As mudanças sociais, económicas e tecnológicas têm alterado de forma significativa muitos aspetos das nossas vidas, inclusive a alimentação. Novas lógicas de família, o aumento do poder de compra, a abertura aos mercados e o mais fácil e rápido acesso a diferentes ingredientes e equipamentos, assim como os avanços tecnológicos são alguns dos fatores que moldam a nossa alimentação atual.

Neste processo surgiram novas correntes culinárias, as formas de preparação modernizaram-se e grande parte da alimentação quotidiana passou a ser industrializada, surgindo alimentos processados em larga escala, pré-preparados e congelados. Estas mudanças fazem alarmar produtores e consumidores. As cadeias de *fast food* são apontadas como responsáveis pela descaracterização alimentar. Enquanto reação de proteção verifica-se uma procura crescente por tudo aquilo que é único e original.

Muitos são aqueles que, hoje em dia, movidos pelo prazer, pela busca nostálgica de uma alimentação mais tradicional, pela preocupação dietética de consumir alimentos mais naturais, pela vontade de estabelecer contatos com outras culturas passaram a valorizar experiências gastronómicas enquanto uma forma de realização e cuidado pessoal.

Estes propósitos são importantes motivos de motivação e planos de viagem. Seja pela procura de sabores únicos, seja pela busca de maior compreensão dos locais visitados, a gastronomia e os vinhos podem oferecer experiências gustativas e culturais, constituindo-se numa importante fonte de prazer e satisfação do turista.