



Il turismo enogastronomico è un fenomeno in crescita: Wine & Food sono sempre più importanti per i viaggiatori secondo diverse ricerche di settore. Per [Coldiretti](#), l'alimentare sarà la principale voce di spesa dei vacanzieri italiani e stranieri che trascorreranno l'estate 2017 nel Belpaese. Anche [TheFork](#) ha analizzato le intenzioni della propria community di utenti per capire quanto sia importante l'offerta enogastronomica nella scelta di una destinazione e nell'organizzare i programmi per le vacanze.

L'offerta enogastronomica: un fattore importante nella scelta della destinazione

Secondo il sondaggio condotto da TheFork sul turismo enogastronomico, quasi l'**80% degli intervistati** andrà in vacanza fuori città per una (28%) o due settimane (46%). Oltre il 44% di questi turisti considerano l'offerta gastronomica come un elemento molto importante (39%) o fondamentale (4%) nella scelta della meta delle vacanze. Quasi tutti, poi, affermano che faranno **esperienze enogastronomiche** nel corso delle proprie vacanze: il **35%** degli intervistati punterà sulla **degustazione di vini e/o prodotti locali** e il **12%** si concederà un pranzo o una cena in un **ristorante premiato dalle guide gastronomiche**. Scelti anche i **tour enogastronomici** e le **lezioni di cucina locale**.

Cena al ristorante: l'esperienza enogastronomica più diffusa in vacanza

L'**83%** degli intervistati prevede di fare **uno o più pasti in un ristorante del luogo dove villeggeranno**, principalmente per il servizio della cena. Più della metà dei rispondenti ha stanziato tra **25 e 50 € a pasto a persona** e trova che sia molto importante o fondamentale che la proposta culinaria sia legata al territorio. Le

specialità di **pesce** e quelle **regionali** sono le **cucine preferite dai turisti interpellati, che apprezzano anche la vista panoramica**. Le recensioni sui portali specializzati e i social sono – insieme al consiglio di parenti, amici e gente del posto – uno dei criteri più utilizzati nella scelta del ristorante in vacanza.

Turismo enogastronomico: oltre il semplice consumo

«L'indagine conferma quanto l'esperienza enogastronomica sia diventata un elemento centrale nella vacanza» – spiega **Roberta Garibaldi**, esperta di turismo enogastronomico, nel direttivo della [World Food Travel Association](#), nonché autrice di numerosi libri e saggi – «l'enogastronomia è diventata uno "strumento" privilegiato poiché racchiude e veicola tutti quei valori che il turista contemporaneo ricerca, ossia rispetto della cultura e delle sue tradizioni, autenticità, sostenibilità, benessere psico-fisico ed esperienza».

« Anche la recente ricerca che abbiamo condotto in 11 Paesi del mondo indica che il 93% dei turisti ha partecipato ad almeno una esperienza legata al *food & wine* nel corso della sua più recente vacanza. E il recarsi in un ristorante per un'esperienza culinaria memorabile risulta fra le più richieste, essendo stata svolta dal 63% degli intervistati».

«Sebbene un buon pranzo con prodotti locali abbia sempre rappresentato un elemento fondamentale nella vacanza, oggi il turista si mostra sempre più interessato ad andare oltre al semplice consumo dei prodotti tipici e aspira a conoscerne le origini, i processi e le modalità di produzione e, attraverso questi, il territorio, le vicende storiche, artistiche e sociali, la vita delle persone del luogo. Non è quindi un caso che i turisti non ricerchino solo esperienze culinarie nei tradizionali luoghi del *food* ma una pluralità di attività enogastronomiche come tour all'insegna dell'enogastronomia, visite a cantine, lezioni di cucina ed esperienze di social eating. Senza dimenticare i festival e gli eventi a tema, molto diffusi in tutta Italia».

Come attrarre il turismo enogastronomico nel tuo ristorante

Se pensi che il tuo ristorante sia in una località turistica, ecco qualche dritta per creare esperienze in grado di coinvolgere e affascinare i visitatori del luogo.

- **Cene a tema:** Crea menù degustazione e magari anche ambientazioni e decorazioni speciali per dare ai viaggiatori un assaggio della cultura enogastronomica della tua terra. Per esempio lo fanno molti ristoranti di Copenaghen che si è così recentemente conquistata il titolo di [capitale gastronomica](#).



Credits: sito web di Aamanns Etablissement

Qui nella foto vediamo una creazione del ristorante [Aamanns Etablissement](#) e del suo chef Adam Aamann, **famoso per aver reinventato smorgas** (piatto tipico), con prodotti locali e naturali. Sono tantissimi i turisti che partono per conoscere Copenhagen attraverso la sua cultura enogastronomica.

- **Showcooking:** Per i turisti stranieri in Italia non c'è niente di meglio di uno showcooking che rivelerà i segreti dei piatti più noti, ma anche delle specialità locali. Se lo chef del tuo ristorante ha predisposizione per l'insegnamento puoi realizzare fantastici [showcooking](#) che stupiranno i clienti, lasciando un eccellente ricordo.



Lo showcooking infatti permette di condividere informazioni e storie sulla produzione locale e sui metodi utilizzati nelle preparazioni. Si tratta di un modo per raccontare la geografia e la storia di un territorio.

Per i clienti quindi non si tratterà solo di un semplice pasto, ma di un'esperienza gastronomica completa che porteranno sempre con sé!

- **Enoturismo:** Si tratta di turismo tematico che mette al centro dell'attenzione il vino, la sua produzione e la sua degustazione. Secondo l' [Organizzazione Mondiale del Turismo](#), Francia, Spagna e Italia sono stati, in tal senso, i Paesi più visitati d'Europa nel 2015, mantenendo questi stessi livelli anche nel 2016 e nel 2017.



Credits: sito web di Badia a Coltibuono

[La Toscana, per esempio è un paradiso dell' enoturismo](#). Sulle sue strade del vino, nel cuore del Chianti, ci sono ristoranti come il [Badia a Coltibuono](#), che propongono menù degustazione con pietanze e vini abbinati.

Se hai un ristorante in una zona vinicola puoi allearti con i produttori locali per invitare i turisti a visitare il tuo locale, provando così i vini insieme con i tuoi piatti più rappresentativi. Un'altra idea di Partnership con i produttori è inserire il tuo ristorante al temine di un tour per scoprire la produzione del vino locale.

- **Tutti al mare:**



Se il tuo ristorante si trova in una località di mare, è assolutamente essenziale che offra piatti speciali con prodotti locali e freschi. La formula del ristorante – pescheria per esempio sta acquisendo sempre più successo, valicando i confini della località marittima come dimostra il successo di format di ristorazione come [Pescaria](#). L'altra possibilità per enfatizzare la vicinanza con il mare, è quella di unirsi a tour operator della zona per realizzare **escursioni in barca**. Durante queste gite, i turisti potranno pranzare o cenare al tuo ristorante.

- **Festival enogastronomici locali:** In fatto di Feste e Sagre, L'Italia non teme confronti. Se è vero che questi eventi sono soprattutto focalizzati sullo [street food](#), è anche vero che rappresentano un'ottima occasione per la ristorazione. In primis sono in grado di attirare moltissime persone, che potrebbero volersi fermare al ristorante. In secondo luogo perché offrono tantissime possibilità di vendere i tuoi piatti e promuovere il tuo ristorante. Informati delle attività della tua città e partecipa con la tua impresa.

TheFork e TripAdvisor, i tuoi alleati anche per il turismo enogastronomico

Perché le tue idee legate al turismo enogastronomico abbiamo successo, non dimenticare di promuoverle sui canali digitali, specialmente quelli dedicati alla ristorazione e ai viaggi come TheFork e TripAdvisor. Grazie alla prenotazione online i turisti potranno scoprire il tuo ristorante e prenotare in pochi clic, superando la barriera linguistica che possono incontrare nel corso di una prenotazione telefonica.

[TheFork Manager](#) ti permette inoltre di gestire tutte le tue attività e di promuovere i tuoi eventi!

[#Marketing per la ristorazione#turismo enogastronomico](#)