

FairBlogTravelheader (<https://fairblogtravel.it/>)

Storie di luoghi, valigie e viaggiatori

NEWS ([HTTPS://FAIRBLOGTRAVEL.IT/CATEGORY/VIAGGIATORI/NEWS/](https://fairblogtravel.it/category/viaggiatori/news/))

A proposito di turismo enogastronomico

Turismo enogastronomico

(<https://fairblogtravel.it/2017/10/30/turismo-enogastronomico/>)

Dal 6 all'8 ottobre 2017 il Centro Umbriafiere di Bastia Umbra ha ospitato la seconda edizione del "Salone del Turismo Rurale Eco Natura": una tre giorni incentrata sui temi del viaggio sostenibile e responsabile e della vacanza rurale. Si è parlato anche di turismo enogastronomico.

FairBlogTravel era quest'anno tra gli espositori del Salone del Turismo Rurale nell'ambito del quale si è tenuta anche la prima edizione della **Borsa del Turismo Agroalimentare**. Quest'ultima, organizzata dal **Consorzio Umbria & Tastes** (<http://www.umbriatastes.eu/home>), aveva come scopo quello di far conoscere agli operatori turistici presenti alcune produzioni alimentari di qualità e fornire validi spunti di riflessione sulle nuove tendenze del turismo che aprono la possibilità alla creazione di circuiti enogastronomici in grado di integrare e arricchire i già noti itinerari turistici.

Negli spazi espositivi allestiti erano presenti le eccellenze enogastronomiche delle regioni colpite dai recenti eventi sismici: Umbria, Marche, Lazio e Abruzzo. Tanti e molto interessanti sono stati inoltre gli aspetti emersi durante l'incontro di sabato sul tema "Le esperienze del Turismo Enogastronomico" al quale hanno partecipato esperti del settore, introdotti dal Presidente di Umbria & Tastes **Simone Fittuccia**.

Cibo e viaggi

La conoscenza di un luogo, la possibilità di coglierne l'essenza passano attraverso la scoperta dei suoi prodotti tipici, delle tradizioni che con questi si intrecciano e sicuramente anche dall'incontro con le sue eccellenze enogastronomiche. Queste ultime, forse più di ogni altra cosa, con i loro colori, i sapori e i profumi costituiscono l'espressione più intima di quella terra.

In un mondo sempre più globalizzato dove le distanze si accorciano e c'è una forte spinta all'omologazione preservare e valorizzare le tradizioni enogastronomiche di un territorio diviene pertanto fondamentale per non perdere quella che, nella diversità, si configura come una vera ricchezza.

Anche per questi aspetti diviene oggi sempre più importante comprendere più a fondo le caratteristiche e le dinamiche del turismo enogastronomico: qualcosa che riguarda sicuramente gli operatori turistici ma anche tutti noi, il variegato mondo dei viaggiatori.

Ecco alcuni degli spunti più interessanti emersi durante l'incontro dal titolo "**Le esperienze del Turismo Enogastronomico**" tenutosi sabato 7 ottobre.

Turismo enogastronomico

Il turismo enogastronomico come elemento strategico

Studi e analisi condotti di recente dimostrano come il turismo enogastronomico sia in deciso rafforzamento. Questo è quanto riportato in apertura del suo intervento dalla **Dott.ssa Roberta Garibaldi** dell'Università di Bergamo, esperta di turismo, che ha proseguito sottolineando come si tratti di un segmento sul quale è utile investire. Ecco alcuni validi motivi:

- il 92% dei turisti dichiara di avere fatto questo tipo di esperienza durante i propri viaggi
- aiuta a **destagionalizzare** le presenze
- riguarda un tipo di turismo ad alto valore aggiunto
- il turista enogastronomico tende a **tornare** in un luogo e di solito acquista prodotti del territorio, con conseguente maggiore occupazione e maggiore indotto e si calcola che, utilizzando prodotti locali, sul territorio resti il 60% del valore del prodotto, contro un 40% nel caso di utilizzo di prodotti provenienti da altre zone.

fairblogtravel.it utilizza i cookies per offrirti un'esperienza di navigazione migliore. Usando il nostro servizio accetti l'impiego di cookie in accordo con la nostra cookie policy. [Scopri di più](https://fairblogtravel.it/2017/10/30/turismo-enogastronomico/)
Nel delineare una strategia attorno al turismo enogastronomico, occorrerebbe inoltre tenere conto di questi aspetti:
<https://mbirumail.com/cookies/policy/?url=fairblogtravel.it> Ho capito

- i **Millennial**, sempre a caccia di esperienze autentiche, dimostrano molto interesse per questo tipo di turismo
- i Senior sono invece tra quelli che hanno la maggiore disponibilità economica
- la cosiddetta **Generazione "Z"** è quella da tenere sotto stretto controllo per intercettare in tempo le nuove tendenze
- spesso i prodotti locali vengono acquistati come regalo da portare a parenti ed amici e divengono pertanto un veicolo di promozione del territorio
- cresceranno i turisti islamici e quindi la richiesta di cibo alal
- nel mondo degli hotel si registra una forte esigenza di rinnovamento in ambito food
- è possibile diversificare la propria attività offrendo pasti specifici, ad esempio, per intolleranti al lattosio
- è fondamentale utilizzare i **canali social** per raggiungere chi sta decidendo di fare un viaggio
- si dovrebbe puntare sugli eventi per la creazione di DMO (Destination Management Organization) locali che possano poi fungere da traino anche per altre iniziative
- nel prendere decisioni occorre comunque puntare ad una **sostenibilità di lungo periodo** che preservi l'identità del luogo.

Molti argomenti tutti molto interessanti che aiutano a definire meglio quello che ormai da tempo si configura come una realtà sulla quale puntare: il turismo enogastronomico.

Turismo enogastronomico

Il valore del territorio

Il territorio come vero **asset** dal quale partire e sul quale puntare è stato uno dei temi centrali dell'intervento del **Dott. Mauro Rosati**, Direttore Generale di **"Qualivita" - Fondazione per la protezione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità** (<http://www.qualivita.it/>).

Nel quadro che ha delineato è stato sottolineato un aspetto fondamentale: quando il territorio stesso diviene indice di qualità, si è in presenza di un valore che va tutelato. Un esempio è quello del Parmigiano Reggiano che ha avuto un boom di vendite a pochi mesi dall'apertura del proprio e-commerce.

A tutela delle produzioni di un territorio oggi in Europa si conta un elevato numero di certificazioni di qualità che solo in Italia hanno un valore complessivo di **14 miliardi**.

L'Italia, paese leader proprio per numero di certificazioni, ha dimostrato anche una buona propensione a farsi esaminare da terzi, da agenti esterni e proprio le certificazioni ottenute si sono dimostrate un buon biglietto da visita per accedere ai **mercati esteri**.

L'esperienza sta dimostrando che lavorando opportunamente si possono creare delle **sinergie** importanti tra territorio di origine e produzioni di qualità con benefici e ricadute positive in termini di valore del prodotto, indotto, valore immateriale e di marchi.

Turismo enogastronomico

Questo è ad esempio quanto è avvenuto per l'**Umbria DOP Olio Evo** (<http://oliodopumbria.it/home/>) che ha creato un legame importante tra il prodotto ed il suo territorio.

Altro esempio è la connessione tra patrimonio culturale e le produzioni locali come nel caso della **Reggia di Caserta** che ospita nelle Cavallerizze della Reggia la sede del **Consorzio di Tutela della Mozzarella di Bufala Campana DOP** (<https://www.mozzarelladop.it/>).

Notevole è la rilevanza del turismo enogastronomico che oggi si arrivano a creare addirittura degli strumenti specifici di impresa per la sua gestione. Anche lo street food, soprattutto se riguarda prodotti tipici locali, sta diventando un vero e proprio fenomeno di massa.

Il territorio in sostanza è un vero e proprio asset e gestirlo al meglio richiede un approccio globale e una adeguata visione di sistema.

Diversi dunque i suggerimenti emersi durante questa prima BTA, molte le cose che si stanno facendo e che si possono fare per assecondare le esigenze di un turismo in crescita: quello enogastronomico.