



2018 anno del cibo. come renderlo profittevole Ravioli con ripieno di pecorino Leone Rosso (9)

2018 anno italiano

*del cibo : vediamo come Australia e Scozia hanno trasformato la comunicazione turistica in business e salvaguardia delle tradizioni*



*2018 anno del cibo. come renderlo profittevole Ravioli con ripieno di pecorino Leone Rosso (9)*

#### Di **Donatella Cinelli Colombini**

I turisti stranieri che vengono in Italia hanno come principale motivazione di viaggio l'arte e come seconda la buona tavola ma quando tornano hanno apprezzato di più il cibo e il vino piuttosto che i musei. Siamo un Paese pieno di prodotti tipici e di ottimi cuochi, di grandi vini e luoghi suggestivi per sorseggiarli eppure non tutto il potenziale attrattivo del nostro agroalimentare è ben utilizzato. Anzi all'apparenza tutto avviene in modo spontaneo, caotico e a gran

vantaggio dell'italian sounding. Ovviamente ci sono dei risultati positivi grazie all'eccellenza dei prodotti e alla buona volontà di tanti ma senza una strategia per cui i risultati hanno un prezzo altissimo per le imprese .

Esiste dunque un notevole margine di miglioramento con un gioco di squadra e soprattutto esiste la possibilità di spalmare meglio i vantaggi del turismo decongestionando i luoghi dove i visitatori sono troppi e portandoli dove o quando sono troppo pochi.

#### **2018 anno italiano del cibo**, come renderlo fruttuoso?

C'è chi ci riesce e senza avere i "giacimenti gastronomici" dell'Italia ma solo con una regia che coordina l'offerta e una buona comunicazione.

Ecco due esempi virtuosi che andrebbero copiati. Vengono proposti da **Roberta Garibaldi** in un articolo di **Italia a Tavola** e riguardano l'Australia e la Scozia. Paesi dove pochi turisti vanno attratti dai piaceri golosi eppure le azioni per potenziare il turismo gastronomico hanno incrementato il business in modo importante. Dal 2013 campagna "**Restaurant Australia**" campagna di marketing organizzata dall'ente nazionale Tourism Australia finalizzata a proporsi come meta food & wine con itinerari, visite alle aziende di produzione, eventi. Festival e ovviamente esperienze



*Restaurant-Australia-esempio-di-marketing-turistico-sul-food-and-wine*



*Restaurant-Australia-esempio-utile-per il-2018-anno-italiano-del-cibo*

enogastronomiche. Melbourne ha ospitato nel 2017 l'evento The world's 50 best restaurant.

I risultati sono impressionanti: la spesa in cibo e bevande dei turisti è aumentata del 25% e l'Australia ha scalato 4 posizioni arrivando sesta nella classifica mondiale dei Paesi con offerta enogastronomica. 1 Dollaro su 5 della spesa turistica riguarda vino e cibo.

Dal 2015 Scozia anno del "food & drink". Il progetto ha usato fondi governativi con una

strategia fortemente orientata sul digitale. Il sito istituzionale **VisitScotland** ha promosso l'intera regione puntando sul cibo, gli itinerari a tema, seafood trail, malt whiskey trail, cheese trail e altri ancora. Degno di nota il portale Community Food Fund creato da Think local per sostenere le piccole imprese dell'agroalimentare e il sito Tourism Intelligence Scotland dove erano pubblicati dati, ricerche e informazioni utili a orientare l'azione delle imprese coinvolte nel progetto.

Parallelamente era stato avviato il programma "**Taste Our Best**" che selezionava e valorizzava i migliori ristoranti e produttori di eccellenze alimentari. Programma a cui hanno aderito circa mille imprese.

Anche in questo caso i risultati sono stati importanti: + 5,2% di spesa turistica in cibi e bevande in un anno e +21% da parte dei turisti esteri. La cosa più significativa è stata il cambiamento di mentalità da parte dei ristoratori che ora sono più propensi di prima di usare prodotti e fornitori locali



(38%). In questo modo il progetto di marketing sul turismo ha creato sviluppo locale e salvaguardia dell'identità.

*taste-our-best-esempio-di-marketing-sul-turismo-enogastronomico*

Like 22

22

Tweet

G+

G+ Share

Condividi

Salva

Tagged under Donatella Cinelli Colombini Italia a Tavola Restaurant Australia  
Taste Our Best VisitScotland

## LEAVE A REPLY

Default Comments (0) Facebook Comments (0) G+ Comments

L'indirizzo email non verrà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati \*

**Nome \***

**Email \***

**Sito web**

**Commento**

IN VIA COMMENTO

Avvertimi via e-mail in caso di risposte al mio commento.