

Italia a Tavola

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e ospitalità
Martedì 21 Novembre 2017 | aggiornato alle 19:10 | 51434 articoli in archivio

[HOME](#) [ALIMENTI](#) [LIBRI](#)

In viaggio per cibo e vino Garibaldi racconta storie di successo

Pubblicato il 20 Novembre 2017 | 17:56

È in uscita il secondo volume di “In viaggio per cibo e vino. Esperienze creative a confronto”, di Roberta Garibaldi: la ricetta del turismo enogastronomico in Europa e in Italia si arricchisce di esempi concreti. Manca poco più di un mese al 2018 che sarà l’anno del cibo italiano nel mondo. Mibact e Enit vogliono in questo modo promuovere lo sviluppo del turismo enogastronomico nel Paese, un settore decisamente dinamico che molto può portare anche all’indotto agricolo e industriale. In questo promettente contesto si inseriscono i dati e il know how di **Roberta Garibaldi**, docente universitaria ed esperta di turismo enogastronomico. La professoressa ha tratteggiato, nel primo volume del libro, uscito ad inizio anno, alcuni profili degli eno-gastro-turisti e alcune tendenze del settore, destinate ad avere sviluppi significativi.



Roberta Garibaldi

Ci sono la sostenibilità, il legame prezioso tra arte e cibo per il turismo, le nuove tecnologie applicate, la preservazione del paesaggio enogastronomico. E I nuovi target? i Millennials, nati tra il 1980 e il 2000, cercano cibo tipico e di qualità mentre i Senior, gli over 65, cercano proposte orientate al wellness. Le persone di fede musulmana (in Europa pari a 14, 2 milioni) vorranno trovare cibo halal e chi viaggia per affari tenderà ad abbinare i propri impegni con un ristorante gourmet o a fare shopping alimentare durante la trasferta di lavoro, diventando così un turista bleisure, da business + pleasure.

Corroborata da questi dati, esce ora la seconda parte del libro "In viaggio per cibo e vino. Esperienze creative a confronto", in cui vengono presentate case history nazionali e internazionali con la collaborazione di alcuni dei più importanti studiosi a livello europeo della materia.

Dopo aver analizzato nel primo volume la "ricetta" del turismo enogastronomico in Italia, il secondo volume vuole allargare l'orizzonte a quanto fatto in Europa, per prendere spunti e suggerimenti. Il Minho, regione settentrionale del Portogallo, ha lavorato sul concetto di retro-innovazione, interrogandosi sull'aggiornamento della tradizione culinaria per venire incontro alle attuali esigenze dei turisti; l'Irlanda ha promosso il proprio "paesaggio"

enogastronomico, puntando sulla produzione autoctona di eccellenti materie prime e in Grecia la Mount Athos Area Organization ha dato vita a festival che da evento singolo è diventato permanente per la promozione della propria cucina. Tutti questi casi sono di esempio per stimolare nei territori la strada dello sviluppo strategico del turismo enogastronomico.

Anche alcune testimonianze di casi nazionali sono utili per stimolare il confronto: nel libro sono riportati i casi delle località montane che hanno abbracciato la strada delle esperienze enogastronomiche, dei siti archeologici che si sono promossi legandosi al gusto, dei festival siciliani quali il "Cous Cous Fest" e lo "Sherbeth Festival").

«Per lo sviluppo del settore occorre adottare una visione multisettoriale - afferma Roberta Garibaldi - ribadisco la necessità di avere una governance forte, che possa coordinare le attività delle aziende agroalimentari, degli alberghi, dei ristoranti con quelle del turismo e dell'amministrazione locale. Importante anche sviluppare esperienze enogastronomiche memorabili, possibilmente legandole all'arte, l'altro punto di forza nazionale. Grazie a tutti i colleghi che hanno collaborato alla stesura di questo volume così ricco ed articolato».