

Turismi

Il futuro del turismo enogastronomico

30
SHARES

f Facebook

t Twitter

G+ Google+

in LinkedIn



Oggi il [turismo enogastronomico](#) non è più un segmento di nicchia per appassionati e intenditori, ma una pratica in forte ascesa e tra le più dinamiche nel settore.

L'enogastronomia è diventata uno strumento privilegiato nella [conoscenza della cultura locale](#), 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**.

Trattandosi di una proposta recente, il turismo enogastronomico è in continua evoluzione e nei prossimi anni nuovi segmenti e nuove proposte si affermeranno sempre più sul mercato.

Le tendenze dell'offerta turistica

Quali tendenze possiamo leggere per l'offerta turistica nel futuro? Nuovi segmenti turistici si affermeranno sul mercato.

Millennials, seniors, turisti musulmani, Paesi emergenti e Generazione Z. Questi saranno i turisti del futuro. I [Millennials](#) già oggi ricercano sempre più [esperienze legate al food](#): risparmiano sull'alloggio ma non sul cibo, che deve essere tipico e di qualità.

Elemento chiave attorno a cui costruire l'esperienza sarà la flessibilità. La vacanza enogastronomica sarà sempre più ricercata anche dagli **over 65**, spesso **in abbinamento alla cultura e al wellness**.

Questo segmento rappresenterà un target sempre più rilevante sia dal punto di vista numerico che economico.

I Paesi emergenti saranno i mercati turistici con i più alti tassi di crescita in futuro. Appare quindi chiaro come rappresentino potenzialmente un target rilevante per l'industria del turismo, anche per quella enogastronomica.

Già oggi **turisti cinesi e indiani** mostrano un grande interesse verso viaggi enogastronomici, e quindi offerte specifiche che tengano conto anche delle differenti abitudini culturali e alimentari avranno largo spazio di apprezzamento.

Infine, la **Generazione Z**, i nativi digitali: seppure giovanissimi, nel prossimo decennio inizieranno a viaggiare sempre più e organizzeranno la propria vacanza utilizzando il web 2.0.

L'offerta diventerà autentica, sociale e innovativa

L'enogastronomia è una leva attraverso cui differenziare l'offerta.

Offrire un menù a base di prodotti locali ma prestando al contempo una particolare attenzione agli ospiti con abitudini culinarie particolari legate alla salute, all'etica e alla religione – pensiamo, ad esempio, ai musulmani, ai **celiaci**, ai **vegetariani**.

Ma anche aprire spazi dedicati alla vendita dei prodotti del territorio e punti di informazione sulle tradizioni culinarie locali, sulle esperienze fruibili e sugli eventi permetterà alle strutture ricettive tradizionali il bisogno di autenticità del turista e contrastare la crescente concorrenza di AirBnB.

Le piattaforme social eating

Non solo autentica, ma l'esperienza diventerà anche sociale. Le piattaforme di social eating saranno sempre più utilizzate negli anni a venire, l'home restaurant sarà in crescente diffusione.

Dopo i successi di AirBnB e Uber, anche il settore della ristorazione sta diventando sempre più social: piattaforme come **Gnammo** e **Eat with**, ad esempio, consentono di organizzare vere e proprie cene in case private, offrendo la possibilità ai turisti di mangiare insieme ad una famiglia locale e vivere un'esperienza culinaria autentica.

La diffusione delle nuove tecnologie renderà anche l'esperienza culinaria nei luoghi del food sempre più innovativa e coinvolgente.

Il **processo di automazione** oggi in corso sta riducendo progressivamente l'interazione tra i dipendenti e i consumatori: attraverso piattaforme dedicate i clienti potranno ordinare e pagare comodamente dal proprio tavolo, comunicare e giocare con chi gli sta seduto accanto e con altre persone presenti nello stesso ristorante, avere informazioni dettagliate sui piatti e sui prodotti utilizzati, e così via.

Cambierà anche il modo in cui le persone scelgono e prenotano i ristoranti.

Oggi le più importanti Online Travel Agency e Metasearch stanno investendo cifre importanti per avere a disposizione **software sempre più avanzati per la prenotazione dei tavoli** nei ristoranti.

In Italia queste piattaforme sono ancora poco diffuse, mentre in altri Paesi gli utenti ne fanno già un largo utilizzo.

L'enogastronomia locale: un patrimonio da "re-inventare"

Stimolare l'innovazione in ambito enogastronomico, ma al contempo salvaguardare l'autenticità di questo patrimonio sarà una delle **sfide del futuro per le destinazioni turistiche** che vogliono puntare su questo elemento per differenziarsi e trovare un vantaggio competitivo sul mercato.

Lo sviluppo di proposte attrattive passerà attraverso una costante ricerca di un equilibrio tra "vecchio" e "nuovo", tra autenticità e innovazione.

Appariranno sul mercato esperienze creative, maggiormente coinvolgenti, e si moltiplicheranno le proposte turistiche legate al cibo.

Il **legame tra il prodotto tipico e il territorio** di produzione andrà a rafforzarsi, tanto che il turista non si recherà in una destinazione non solo per conoscere e degustare l'enogastronomia locale ma si muoverà con il desiderio di interagire con il "paesaggio enogastronomico" nel suo complesso.

Gli operatori dell'industria del turismo enogastronomico dovranno quindi fare leva sulla **qualità del prodotto**, sulla personalità degli attori coinvolti e sulla professionalità nei servizi offerti per creare una relazione positiva tra "paesaggio" e turismo.

Si affermeranno nuove figure professionali

La crescente diffusione di pratiche di turismo enogastronomico non solo richiederà nuovi approcci, ma anche nuove competenze trasversali. L'industria del turismo enogastronomico è, infatti, un ecosistema composito e le conoscenze tradizionali non sono più sufficienti.

Nuove professioni stanno nascendo e si affermeranno sempre più nei prossimi anni, mentre quelle tradizionali si arricchiranno di nuove mansioni che implicano nuove competenze.

... dell'enogastronomia locale, diventeranno **storyteller del territorio** oltre che esperti di nuove tecnologie.

Adottare un approccio sostenibile diventerà una scelta inevitabile



Un modo efficiente e sostenibile le risorse a disposizione contribuisce a ridurre i costi di gestione e sviluppare un'immagine che valorizzi la competenza degli operatori e dei territori, creando un vantaggio competitivo.

La **sostenibilità rappresenta quindi un elemento di differenziazione**, sempre più imprescindibile nei prossimi anni nella costruzione di proposte enogastronomiche e degli eventi correlati.

di
articoli

Tanto più se consideriamo il crescente numero di persone che la reputano un criterio fondamentale nella scelta e nell'acquisto di prodotti alimentari — i cosiddetti **"chilometro zero"**.

di
Autore

L'accresciuta visibilità di questo aspetto sta inoltre stimolando gli organizzatori di eventi pubblici di grandi dimensioni ad adottare strategie di riduzione dei consumi alimentari oltre che energetici.

Adottare un approccio sostenibile non solo permette loro di differenziarsi, ma rappresenta potenzialmente anche una carta che gli operatori pubblici e privati possono mettere sul tavolo per dimostrare il proprio valore sociale ed economico.

Inoltre favorisce un processo di cambiamento tra i consumatori, i quali sono sempre più orientati verso l'adozione di [pratiche sostenibili](#).

I dati sono contenuti nel libro "In viaggio per cibo e vino. Opportunità per un nuovo turismo integrato. Volume I", [qui scaricabile gratuitamente](#).

Altri articoli che potrebbero interessarti sull'argomento



Arte & Food, binomio



Sviluppare una destinazione



Il turismo enogastronomico



Il turismo tematico: il



Il turista gourmet e il

53 Visite

Topics: Marketing Territoriale, Turismo Enogastronomico, Food Beverage, Turismi