



## Turismo enogastronomico, ecco le esperienze 'food' più richieste

Turismo enogastronomico, ecco le esperienze 'food' più richieste : Mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale, visitare un mercato con prodotti del territorio e comprare cibo da un ' food truck '. Sono queste le esperienze food più popolari fra i turisti italiani. A stilarne una classifica è stato il primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano nato sotto l'egida dell' Università degli Studi di Bergamo e della World Food Travel Association . Pubblicità "C'è una domanda crescente di servizi per i turisti del cibo che va soddisfatta di più e meglio - ha commentato il ministro delle politiche agricole, alimentari e forestali Maurizio Martina -. È molto positiva la crescita dei viaggiatori che visitano i nostri territori alla scoperta delle ricchezze enogastronomiche. Serve ora aprirsi ancora di più, aggiungendo alla qualità e alla sostenibilità la parola multifunzionalità". Il tema green I turisti enogastronomici sono saliti al 30% e il 63% di tutti i viaggiatori italiani valuta importante la presenza di un'offerta enogastronomica o di esperienze tematiche quando sceglie la meta del viaggio. Importante anche il tema green , che non è driver di scelta solo per le produzioni agroalimentari, ma anche per il 42% delle strutture ricettive e degli eventi. Le carenze dell'offerta italiana "L'offerta italiana - ha sottolineato Roberta Garibaldi , esperta a livello nazionale ed internazionale di turismo enogastronomico che ha coordinato l'Osservatorio e ha promosso la ricerca (nella foto) - appare oggi a macchia di leopardo : ad esempio, la ristorazione è un settore evoluto ed organizzato, con una vasta gamma di esperienze per ogni target, così come molte cantine, che offrono visite ben strutturate; invece, si potrebbero incentivare altre realtà ad aprirsi di più al turismo, come i caseifici, le cioccolaterie e i pastifici". Unire innovazione e tradizione La sfida del futuro , ha continuato, è impegnativa: occorre infatti stimolare l'innovazione in ambito enogastronomico, ma al contempo salvaguardare l'autenticità del patrimonio italiano: "I principali target a cui rivolgersi - ha aggiunto Garibaldi - sono i turisti senior e i Millennials".