



Turismo enogastronomico: domanda in forte crescita, offerta a macchia di leopardo

Turismo enogastronomico: domanda in forte crescita, offerta a macchia di leopardo : Guida Viaggi Ci sono realtà che possono crescere ulteriormente, la sfida nei prossimi anni è facilitare il settore anche a livello legislativo, tenendo presente che è una delle prime scelte per l'incoming in Italia "Una domanda in forte crescita, ma con un'offerta a macchia di leopardo, pensiamo alla ristorazione che è organizzata, segmentata, ma ci sono realtà che possono crescere ulteriormente, come per esempio i caseifici, i pastifici, le cioccolaterie. La sfida nei prossimi anni è facilitare il settore anche a livello legislativo". Roberta Garibaldi, esperta a livello nazionale ed internazionale di turismo enogastronomico, lancia alcune proposte, in occasione della presentazione del Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. Tra i punti che le stanno a cuore ci sono "la tutela del paesaggio, ma anche l'imput a stimolare l'innovazione in ambito enogastronomico". Ci sono diversi temi su cui investire, quello della birra per esempio in Italia sta prendendo piede, o quello della prima colazione. Il tutto tenendo sempre desta l'attenzione ai segmenti di mercato emergenti. "Al turista senior, ai Millennials e ai Paesi emergenti che dimostrano un forte interesse in questo ambito". Sviluppo, innovazione e tecnologia cambieranno lo "scenario dell'offerta turistica, ma la risorsa umana resterà centrale, da qui l'importanza di formare il personale, in particolare le guide per accompagnare, visto che il turista enogastronomico mostra questa particolare necessità. C'è uno spazio per l'intermediazione, che sia dedicata, italiana ed efficace", afferma l'esperta. Alla domanda se il turista enogastronomico preferisca un itinerario solo tematico o ricco? "La prevalenza di risposta è per un itinerario ricco, in quanto c'è voglia di varietà e di diversificazione. Così come è importante che i territori mantengano la loro caratterizzazione, lo è altrettanto avere l'insieme delle esperienze da poter vivere". Servono professionisti del cibo I numeri del Bel Paese annoverano 821 Indicazioni Geografiche Food & Wine, 586 ristoranti di eccellenza, 11.329 agristori, 18.632 agriturismo con alloggio, 169 Strade del Vino e dei Sapori, 12.446 agriturismo che offrono proposte turistiche quali maneggio, escursioni guidate a piedi o in mountain bike, fattorie didattiche. A ciò si aggiungono una molteplicità di altre esperienze food & beverage, quali Musei del gusto, esperienze in cantina, eventi tematici e scuole di cucina. Questo è il nostro patrimonio, ma serve puntare l'attenzione sui diversi punti messi in luce. Uno di questi è quello della formazione professionale su cui pone l'accento anche il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, Maurizio Martina. "Abbiamo bisogno di professionisti del cibo - fa presente il ministro -, che sappiano interagire anche con i turisti e i buyer stranieri. Il nostro impegno andrà avanti come dimostrato di recente anche dalle nuove regole dell'enoturismo, che oggi rappresenta una delle chiavi più avanzate dell'agroalimentare italiano". Nel suo saluto il ministro ha fatto cenno alla "domanda crescente di servizi per i turisti del cibo che va soddisfatta di più e meglio". Un dato di fatto messo in luce in occasione della presentazione del rapporto è che "l'enogastronomia è una delle prime scelte per l'incoming in Italia - ha sottolineato Alberto Lupini, direttore Italia a Tavola, che ha moderato l'incontro -. L'attenzione verso l'Italia è in recupero e dobbiamo saperla cogliere. Quando le tensioni (socio-politiche attuali, ndr) saranno alleggerite, il nostro Paese avrà nuovamente dei player agguerriti". Per questo è importante tenere presente i cambiamenti che si sono già verificati. Per esempio stiamo parlando di un turista che "si è raffinato - afferma Rossana Bonadei, presidente corso di studi planning and management of tourism systems dell'Università di Bergamo -. Non cerca l'omologazione, ma la specificità, l'offerta della tradizione culinaria e la filiera del cibo". Alla domanda dove vadano gli studi del turismo enogastronomico, Bonadei afferma che la direzione è "far emergere che il soggetto turista sta cambiando pelle, cerca forme di autenticità, espressioni di diversificazione, che sono il motore della ricerca. Il turismo enogastronomico sta dalla parte delle nuove capacità di misurare valori". A detta di Bonadei oggi "il nuovo modo di concepire il bene materiale turistico è quello della misurazione del valore dell'esperienza. Bisogna quindi ripensare il turista alla luce della sua identità"