



Il turismo enogastronomico non si ferma: l'Italia risponde

Il turismo enogastronomico non si ferma: l'Italia risponde : Sì, viaggiare. E viaggiare sia, meglio se gourmet. Il turismo enogastronomico sta infatti vivendo un periodo aureo in Italia, secondo quanto emerso dal Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano. La ricerca, condotta sotto l'egida dell'Università degli Studi di Bergamo, della World Food Travel Association, con il patrocinio di Touring Club, Ismea Qualivita e Federculture, ha analizzato le abitudini di viaggio degli italiani e il trend del turismo a tema food in Italia. LA RICERCA L'osservatorio, coordinato da Roberta Garibaldi, ha messo in luce come "la gastronomia stia condizionando la scelta dei viaggi. Ora gli italiani si muovono anche per cercare esperienze legate al cibo e al vino". Ed è proprio la ricerca di esperienze autentiche che spinge il 63% dei turisti italiani a valutare un'offerta gastronomica sulla base di esperienze tematiche legate all'enogastronomia. Tra quelle più richieste: mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (73%), visitare un mercato con prodotti del territorio (70%) e comprare cibo da un food truck (59%). Il turismo enogastronomico è arrivato al 30% solo nell'ultimo anno e gli italiani hanno compiuto almeno un viaggio a tema food negli ultimi tre anni. Un numero importante che si inserisce sulla scia di Expo, apripista di una rinnovata coscienza del patrimonio italiano in fatto di materie prime. **TURISMO ENOGASTRONOMICO: LE METE** Dove va il turista enogastronomico? Le scelte degli Italiani mostrano un trend interessante. Oltre alla sempreverde Toscana, meta preferita, al secondo posto troviamo la Sicilia, seguita da Puglia, Emilia Romagna, Campania e Lazio. Tra i dati degni di nota, la domanda che si aggiudica il primo posto è andare alla scoperta di cibi con un esperto gastronomico, insieme al 'curioso' caso della birra : sempre più richiesta e più consapevole la scoperta di quella artigianale, di cui l'Italia vanta produzioni più o meno di nicchia, ma molto valide. E per far fronte a interessi eterogenei e variegati, "nei prossimi anni sarà importante segmentare ulteriormente l'offerta per venire incontro alle nicchie di mercato emergenti: ad esempio, turisti della birra, enoturisti, turisti Slow Food..." ha dichiarato Patrick Torrent Queralt, direttore del Catalan Tourist Board. "La promozione avverrà sempre di più attraverso i social media, sui quali i turisti enogastronomici già sono soliti condividere le loro esperienze di viaggio". Sono proprio i social a rappresentare la prima fonte a cui si attinge, preceduta dalla cerchia di parenti e amici. Insomma, un semplice status può fare la differenza, soprattutto quando si è in cerca di consigli di viaggio. Per incontrare una domanda sempre crescente, che ci auguriamo diventi una vera e propria spinta propulsiva per l'Italia, "abbiamo bisogno di professionisti del cibo, che sappiano interagire anche con i turisti e i buyer stranieri", dichiara il Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali Maurizio Martina. Dunque viaggiare consapevolmente alla scoperta di usi, costumi e tradizioni che, mai come di questi tempi rappresentano un bene incommensurabile da tutelare e promuovere. Segui FineDiningLovers anche su Facebook