



## L'enogastronomia motivo di viaggio per un italiano su tre

L'enogastronomia motivo di viaggio per un italiano su tre : Cresce la propensione all'enogastronomia. Elementi imprescindibili sono qualità e sostenibilità, il tema green non è driver di scelta solo per le produzioni agroalimentari, ma anche per il 42% delle strutture ricettive e degli eventi Presentato il 23 gennaio 2018, presso la sede del Touring Club Italiano a Milano, il Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico, sotto l'egida dell'Università di Bergamo e della World Food Travel Association, ha il patrocinio di Touring Club, Ismea Qualivita, Federculture e la collaborazione di Seminario Veronelli e The Fork- TripAdvisor. Un italiano su tre ha svolto almeno un viaggio motivato dall'enogastronomia negli ultimi tre anni. Già si era toccato il 21%, come rilevato dal Food Travel Monitor 2016. Ma ora i turisti enogastronomici salgono al 30%. Un dato che dichiara il nuovo ruolo dell'enogastronomia, che da elemento 'accessorio' si è trasformata in una componente in grado di influenzare le scelte di viaggio. Il 63% dei turisti italiani valuta importante la presenza di un'offerta enogastronomica o di esperienze tematiche quando sceglie la meta del viaggio. Elementi imprescindibili sono qualità e sostenibilità, il tema green non è driver di scelta solo per le produzioni agroalimentari, ma anche per il 42% delle strutture ricettive e degli eventi. In vacanza, essi manifestano il desiderio di conoscere e sperimentare l'enogastronomia in tutte le sue sfaccettature: durante la vacanza partecipano un'ampia varietà di esperienze, anche molto differenti tra loro. Le esperienze Food più popolari, dopo il mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (indicata dal 73% dei turisti), sono visitare un mercato con prodotti del territorio (70%) e comprare cibo da un food truck (59%). Forte è pure l'interesse verso il Beverage, non solo vino, ma anche birra locale. La regione più desiderata dai turisti italiani è la Toscana, ma si riscontra un forte interesse per il Sud, in primis Sicilia e Puglia. Molte regioni hanno un potenziale inespresso e non vengono percepite come mete enogastronomiche rilevanti, nonostante siano ricche di eccellenze. Lombardia, Piemonte e Veneto, ad esempio, vantano un'offerta che in termini numerici si colloca immediatamente dietro alla Toscana. Emergono quindi opportunità di miglioramento nella visibilità di questi luoghi. Secondo la redattrice del Rapporto, Roberta Garibaldi, il profilo del turista enogastronomico italiano: "è un turista acculturato, con maggiore capacità e propensione alla spesa, che cerca nell'enogastronomia un'opportunità di conoscenza e contatto con la cultura di un territorio. Organizza il suo viaggio affidandosi al web, sia per raccogliere informazioni sia per prenotare le singole componenti del viaggio. Ma ha una propensione maggiore rispetto al turista generico alla prenotazione attraverso intermediari. Si sente più coinvolto, vuole sperimentare l'enogastronomia a 360°, affiancando spesso altre proposte attive. Preferisce percorsi misti, non monotematici: il turista del vino cerca anche ottime esperienze gastronomiche". diC. S. Tracce > Turismo