

Nuove figure per un nuovo turismo. Il food&beverage si rinnova con le ultime professioni

Carlo Carnevale

01/03/2018 | Categoria Notizie [Birra](#), [Caffè - Tè - Bevande Calde e Coloniali](#), [Varie](#), [Vino](#) | 489 letture



Food & Beverage Bit Borsa Internazionale Del Turismo Turismo Figure Professioni Maurizio Maestrelli Made In Italy Food Beverage Ultime

Con la nuova tendenza del turismo enogastronomico, l'intero mondo del food and beverage sta vivendo una piccola rivoluzione. Se è vero che il 75% dei viaggiatori sceglie le proprie destinazioni in base al cibo locale, tutta una serie di nuove figure nel mondo della ristorazione si sta facendo strada. E questo grazie all'avanzare di nuove attività legate alla scoperta di destinazioni e abitudini: in occasione dell'edizione 2018 del **BIT** (Borsa Internazionale del Turismo) da poco conclusa a FieraMilanoCity, c'è

stata la possibilità di celebrare il **Food Tourism Day**, coordinato da **Roberta Garibaldi** (Università di Bergamo e World Food Travel Association) e animato da 19 relatori in un serrato confronto sul tema.



Uno dei trend più in crescita si è rivelato il turismo della birra, motivato dal nuovo uso di scoprire le produzioni brassicole locali. **Garibaldi** commenta così: *“Negli Stati Uniti ad esempio il 20% dei turisti enogastronomici si è mosso almeno una volta negli ultimi anni per vivere una esperienza legata a questo tema. Qui, come in Italia, riguarda sia i Millennials, sia le generazioni precedenti”* (Fonte: World Food Travel Association 2016 e Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano). Le produzioni artigianali e i micro-birrifici sono infatti in crescita in tutto il mondo: +272% negli USA nel quinquennio 2011-2016, +141% in Europa. del 2011 ai 7.266 del 2016 (+141%). L'Italia è oggi il quinto Paese per numero, dopo Regno Unito, Francia, Germania e Svizzera (The Brewers of Europe, 2017). Nel suo rapporto annuale, Assobirra 2017 indica che il numero di queste realtà imprenditoriali, in gran parte giovanili e ad alta intensità occupazionale, si è più che sestuplicato dal 2008 al 2016, passando da 113 a 718. **Maurizio Maestrelli**, giornalista e organizzatore della [@MilanoBeerWeek](#) così commenta: *“Che la birra possa costituire un volano per la promozione turistica di un territorio o di una città è provato dalle esperienze, e dai*

numeri, di eventi come l'Oktoberfest di Monaco di Baviera, il Tour de Geuze nelle Fiandre, le Beer Week nelle città americane. In Italia, sono ormai quasi un migliaio i micro birrifici: hanno il fascino del lavoro artigianale, della ricerca di ingredienti selezionati, delle pratiche manuali che mettono al centro la persona, offrendo al potenziale visitatore un'esperienza affascinante”.

Di conseguenza, si assiste alla nascita di figure nuove e sempre più specializzate, per ricoprire le quali sono necessarie le più disparate e acute doti professionali e personali: ad esempio, l'hospitality manager per aziende food and wine. **Elena Pasquazzo**, hospitality manager di Rotari Eventi, che ogni anno accoglie 40.000 turisti nella cantina trentina racconta della necessità di saper curare il rapporto umano, prima ancora che quello lavorativo, servendosi di proprietà come l'empatia, la mediazione culturale, la conoscenza delle lingue straniere, lo storytelling. In secondo piano, forse paradossalmente, vengono le competenze di marketing e di turismo, ma anche quelle di scienze gastronomiche e i principi di agraria. L'intreccio tra i vari settori è quindi necessario per poi proseguire con percorsi diversificati di specializzazione. **Garibaldi:** “Gli italiani hanno espresso nelle nostre ricerche sempre più interesse verso percorsi di visita dedicati al gusto, ecco che vi è spazio per esperti che sappiano trasmettere tutte le sfaccettature della ricchezza enogastronomica”.

DATABANK File Excel o Csv oltre 4500 records

CANTINE & DISTILLERIE ITALIA

AZIENDE FOOD & BEVERAGE

INDIRIZZI/CONTATTI

BANCADATI Tabelle Excel o Csv

INFORMAZIONI

Via Modena, 53
Via...
Sede Legale: Via Leini, 142
Via dei Pretori
Via Volta, 54
Via Duchi d'Aosta, 2
Via Dante S.c

41014 Castelvetro
10036 Settemone Torinese
33100 Udine
70018 Rutigliano

EMILIA ROMAGNA
PIEMONTE
TOSCANA
LOMBARDIA
FRIULI VENEZIA GIULIA
VENETO
PUGLIA

E il destination manager enogastronomico? Un professionista che coordini tutti gli associati, strutturando in modo organico l'offerta, dice **Lucia Barzanò**, Presidente della Strada di Franciacorta. “Abbiamo soci con competenze diverse: alcuni necessitano di una semplice organizzazione, altri di una vera formazione. Il destination manager è in grado di interpretare le richieste del nuovo turista, di favorire un cambiamento di mentalità tra i vari soci e di creare un offerta che coniughi le esigenze di entrambi. Può fornire nuove esperienze al viaggiatore, senza però snaturare il territorio. Anzi, valorizzandone la realtà”.





Food & Beverage Made In Italy Beverage Bit Borsa Internazionale Del Turismo Food Maurizio Maestrelli Figure Ultime Turismo Professioni

