

Unime: Il primo rapporto sul turismo enogastronomico in Italia

 imgpress.it/attualita/unime-il-primo-rapporto-sul-turismo-enogastronomico-in-italia

26 settembre 2018



È stato presentato a Messina, all'Università, "Il primo rapporto sul turismo enogastronomico in Italia" che, redatto sotto l'egida dell'Università di Bergamo e della World Food Travel Association, ha il patrocinio di Touring Club, Fondazione Qualivita, Federculture e la collaborazione di Seminario Veronelli e The Fork-TripAdvisor.

Dopo i saluti del Prorettore alla Ricerca, Innovazione e trasferimento tecnologico, prof.ssa Daniela Baglieri e del Delegato per i Rapporti con il Territorio, prof. Roberto Montanini, l'incontro è stato introdotto dal prof. Marco Centorrino, che ha evidenziato come il turismo enogastronomico sia divenuta vera e propria pratica culturale. Esso, nell'ambito di un'industria in cui la componente esperienziale è oggi sempre più importante, costituisce un prodotto di eccellenza su cui occorre puntare.

"Il nostro Ateneo tiene particolarmente a questo tema- ha detto la prof.ssa Baglieri- perchè l'enogastronomia consente di dialogare tra tutti i Dipartimenti; la filiera alimentare, infatti, permette di avviare progetti di ricerca condivisi perchè l'industria in questo settore ha elevate potenzialità, specialmente in Sicilia".

“Il cibo oggi è cultura ed anche se la nostra è una terra difficile, in questo settore è indubbiamente un’eccellenza”- ha sottolineato il prof. Montanini.

Subito dopo è intervenuta la prof.ssa Roberta Garibaldi, docente di Marketing ed Economia e Gestione di imprese turistiche presso l’Università di Bergamo e coordinatrice della ricerca, che ha illustrato alcuni dati raccolti. Un italiano su tre ha svolto almeno un viaggio motivato dall’enogastronomia negli ultimi tre anni. 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.

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. “In sintesi – ha detto la prof.ssa Garibaldi – questo 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”.

Il prof. Filippo Grasso, Delegato del Rettore per le Iniziative Scientifiche nel settore del Turismo, ha concluso i lavori, sottolineando che il turismo enogastronomico rappresenta un segmento in continua crescita per la forte richiesta, da parte dei viaggiatori, di vivere e gustare le specificità dei luoghi visitati. Nel nostro Ateneo oggi è stato presentato il primo rapporto sul turismo enogastronomico allo scopo di fornire un quadro aggiornato della situazione italiana e siciliana, dal punto di vista della domanda e dell’offerta, e allo stesso tempo di dotare le istituzioni e gli operatori del settore, di uno strumento a supporto delle decisioni di politica turistica territoriale per promuovere il “prodotto turistico omogeneo. La proposta ultima è quella creare un modello di governance pubblico-privato che combina conoscenze e competenze per costituire un osservatorio statistico metropolitano”.