

In continua crescita il turismo enogastronomico

MADE-IN-ITALY

[Tweet](#) [Candidi](#)



Publicato il: 28/01/2019 17:41

L'enogastronomia si conferma un importante driver delle vacanze. Se nel 2016 le ricerche avevano evidenziato il 21% degli italiani in viaggio interessati a questo tipo di turismo, con un incremento, nel 2017 al 30%, nel 2018 questo valore è ulteriormente cresciuto. Ben il 45% dei turisti italiani negli ultimi tre anni, ha svolto un viaggio con questa motivazione, con un aumento del 48% rispetto all'anno precedente. È una delle principali evidenze che emerge dal **'Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2019'**, la più completa ricerca sul settore che restituisce un quadro dettagliato di questo segmento turistico e ne delinea le principali tendenze dal punto di vista della domanda e dell'offerta.

La seconda edizione, sotto la supervisione scientifica della **World Food Travel** e dell'**Università degli studi di Bergamo**, ha il patrocinio del **ministero delle Politiche agricole, alimentari, forestali e del turismo**, di **Enit**- Agenzia nazionale del turismo, **Federculture**, **Ismea**, **Fondazione Qualivita** e **Touring Club Italiano**, oltre ad aver visto la collaborazione di docenti di università italiane ed esperti del settore.

Nel corso degli ultimi anni, **il ruolo dell'enogastronomia nel turismo è profondamente cambiato**, sia sul fronte del comportamento dei turisti, sia su quello dell'offerta. Pur essendo una proposta relativamente recente rispetto ai tradizionali segmenti, il turismo legato a cibo e vino è andato rafforzandosi e articolandosi facendo registrare numeri sempre in crescita. Aumenta la fruizione di esperienze a tema enogastronomico, che diventano patrimonio comune, con il 98% dei turisti italiani che, a prescindere che si muovano per turismo balneare, di montagna o per business, ha partecipato ad almeno una attività di questo genere nel corso di un viaggio.

"Un dato importante, che non solo certifica la crescente rilevanza di questo segmento turistico tra i viaggiatori del Belpaese, ma che deve diventare un forte elemento di attenzione per tutte le destinazioni italiane, per stimolare un'offerta eno-gastro-turistica sempre più strutturata", commenta **Roberta Garibaldi, autrice del 'Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2019'**. Come spiega Roberta Garibaldi, che è docente all'Università degli studi di Bergamo e membro del Board of Advisors e ambasciatore per l'Italia della World Food Travel Association, nonché Board del World Gastronomy Institute e di Igcatt, "abbiamo analizzato il gradimento delle varie tipologie di offerta e i motivi che limitano la partecipazione. Vi sono molti dati positivi, ma dalle analisi svolte emerge - ammette - che ci sono ancora spazi di miglioramento, in termini sia di organizzazione sia di fruibilità: il patrimonio enogastronomico italiano è una leva che può ancora esprimere molte potenzialità, attraverso processi territoriali di valorizzazione".

"Dal nostro punto di vista - sottolinea **Franco Iseppi, presidente del Touring Club Italiano** - di viaggiatori e di associazione storica promotrice di un turismo consapevole, la grande varietà dei nostri paesaggi e la loro storia moltiplica pressoché all'infinito le opportunità del racconto del cibo, che spesso è una delle porte di accesso più immediate a un territorio, una delle prime esperienze con le quali il viaggiatore contemporaneo cerca un contatto con la cultura e le tradizioni del luogo. Questa offerta significa, dunque, generare valore per i territori che sono la fonte creativa della nostra identità plurale. Raccontarla - conclude - crea un effetto moltiplicatore che dall'agricoltura, e quindi dal paesaggio, dai prodotti alimentari, dalle tradizioni enogastronomiche, si riflette sui territori, sugli abitanti, sugli ospiti, sull'economia e sul turismo".

Il Rapporto traccia anche un **identikit dei turisti enogastronomici**: generalmente sposati o convivono e provengono da tutto il Paese, in particolare dall'Italia meridionale. E questo segmento turistico interessa in modo trasversale tutte le generazioni, in primis gli appartenenti alla Generazione X (ossia i nati tra il 1965 e il 1980) e ai Millennials (1981-1998). Il 98% dei turisti italiani ha partecipato ad almeno una esperienza enogastronomica nel corso di un viaggio compiuto negli ultimi 3 anni. Nonostante ciò, permane una domanda inespressa di esperienze a tema che indica l'esistenza di un mercato potenziale ancora da soddisfare.

Il 92% dei turisti enogastronomici che ha svolto una vacanza con questa motivazione primaria negli ultimi tre anni ha scelto una località del Belpaese. Di questi, solo 17% è stato anche all'estero, mentre il rimanente 8% ha compiuto una vacanza enogastronomica esclusivamente in un paese straniero. Fra le regioni più apprezzate dai turisti italiani per una vacanza enogastronomica figurano Sicilia, Toscana ed Emilia Romagna, mentre Napoli, Roma e Firenze sono le città che hanno riscosso il maggiore consenso. Infine, **il 68% dei turisti italiani vorrebbe che l'Italia avesse un museo nazionale dedicato alla sua ricchezza enogastronomica**, a conferma del fatto che questo segmento del turismo possiede sì una componente legata al piacere di degustare prodotti e pietanze tipiche di un luogo, ma rappresenta a pieno titolo anche una forma di turismo culturale.