

La tendenza

Viaggi enogastronomici nel cuore dei Millennials

Il 46% dei turisti italiani nati tra il 1981 e il 1998 ha dedicato almeno una vacanza al cibo

PALERMO

Se fino a poco tempo fa il turista enogastronomico tipo era un soggetto di media età ad alto reddito, oggi sono i Millennials, ovvero i nati tra il 1981 e il 1998, a farla da padrone.

Un segmento in forte crescita nell'ultimo anno in Italia che testimonia una maggiore propensione a intraprendere esperienze enogastronomiche in linea con i coetanei internazionali che da qualche anno già cavalcano quest'onda. Nel Belpaese, in particolare, il 46% dei Millennials è un turista enogastronomico, ovvero è un turista che ha svolto almeno un viaggio con pernottamento di cui l'enogastronomia ha rappresentato la principale ragione di partenza.

Quali sono i tratti distintivi di questa tipologia di viaggiatore? Roberta Garibaldi, esperta di turismo e cultura e docente presso l'Università degli Studi di Bergamo, ne ha delineato le caratteristiche più rilevanti in una recente ricerca. Secondo l'indagine, il turista Millennial è soprattutto single o non sposato, maggiormente acculturato, ma con un attuale reddito disponibile più basso. Cerca un viaggio che gli permetta di scoprire la cultura del territorio attraverso gli incontri e il cibo, e quando si tratta di scegliere la destinazione di un viaggio enogastronomico, ne valuta in via prioritaria bellezza (51%), cultura e tradizioni enogastronomiche e non (46%).

Se da una parte, le esperienze a tema enogastronomico più apprezzate dai Millennials corrispondono a quelle degli altri turisti, che si tratti di mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (87%) op-

Secondo un'indagine, cercano ristoranti gourmet, piatti tipici del luogo e partecipano anche a corsi di cucina

pure visitare un mercato con prodotti del territorio (80%), dall'altra parte, invece, si denotano differenze sostanziali per molte scelte. I nativi digitali, ad esempio, sono social e, stando ai dati, non soltanto dietro a uno schermo; si distinguono, infatti, perché ricercano esperienze a contatto con altre persone.

Nello specifico, s'ha un maggiore desiderio di recarsi in locali molto frequentati per incontrare persone (62%); un aspetto questo che segna una differenza del +16% e del +14% rispetto ai Boomers (i nati tra il 1946 e il 1964) e ai membri della Generazione X (i nati, invece, tra il 1965 e il 1980). Divergenze simili si ritrovano anche nel recarsi in un ristorante, in un bar o in una cantina di tendenza, per partecipare a un evento o a un festival legato al cibo o a esperienze di social eating.

I Millennials, poi, amano particolarmente il cibo di strada. Acquistare cibo da un food truck è la quarta esperienza più desiderata, indicata dall'82% degli interpellati (+19% e +8% rispetto ai Boomers e agli appartenenti alla Generazione X), così come è forte la tendenza a provare le novità con un'apertura al globale; andare in ristoranti etnici per degustare piatti della cucina di tutto il mondo si rivela un'esperienza voluta dal 79% degli intervistati (+17% e +10% in relazione sempre ai Boomers e ai membri della Generazione X). Significativa, inoltre, la voglia di mangiare in ristoranti gourmet: interessa il 60% dei Millennials, rispetto al 48% dei Boomers e dei nativi della Generazione X. Maggiore pure il desiderio di partecipare a corsi di cucina (rispettivamente +21% e +12%) e a un viaggio enogastronomico on the road di più giorni, organizzato da un'agenzia specializzata (+11% e +9%).

«Sempre più in viaggio e con sempre maggiore capacità di spesa, i Millennials vivono il viaggio non solo come una gratificazione, ma anche come un mezzo per crescere sia da un punto di vista lavorativo che culturale - dichiara Roberta Garibaldi -. Osservare ed analizzare questo segmento di viaggiatori, che si pone con tale vivacità sul mercato, e le sue esigenze potrebbe aiutare a prevedere le future tendenze del turismo enogastronomico». CO.TI.

