

## Turismo gastronomico in sicurezza

NEL 2020 GLI ITALIANI HANNO RISCOPERTO L'ITALIA COME DESTINAZIONE

admin [Approfondimenti](#), [In evidenza](#), [Ospitalità](#)



Ormai segmento ben preciso del turismo italiano, i turisti gastronomici sono una parte di consumatori molto importante da tempo in crescita. Lo certifica anche la quarta edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021, curato da Roberta Garibaldi secondo la quale "La crescita del fenomeno enogastronomico è costante.

Se nel 2016 soltanto il 21% degli intervistati aveva svolto almeno un viaggio con principale motivazione legata a quest'ambito nei tre anni precedenti, per poi salire al 30% del 2018 e al 45% del 2019, con l'analisi 2021 la percentuale è cresciuta fino al 55%. L'impatto della crisi innescata dal Covid pesa sul numero di esperienze fruite che diminuiscono in media del 27% rispetto al 2019 e sul potere di spesa (il 31% afferma di aver destinato un budget inferiore rispetto al 2019, mentre il 27% dispone di maggiori risorse). Se la pandemia ha frenato la possibilità di vivere esperienze, la globalità dei dati ci mostra una crescente attenzione al tema enogastronomico e anche un nuovo profilo del turista".

Nel 2020 gli italiani hanno riscoperto l'Italia come destinazione, scelta quasi obbligata, ma anche questo ha determinato una voglia di approfondire la conoscenza del patrimonio di sapori territoriali. Le località di mare sono diventate la porta di accesso per partecipare a esperienze enogastronomiche da ricordare nell'entroterra (53% dei turisti enogastronomici), davanti alle città d'arte e alle destinazioni montane.

Il desiderio di vivere all'aria aperta spinge i turisti alla ricerca di sistemazioni in agriturismi (l'86% ha intenzione di alloggiarvi) e relais di campagna (59%), con una ricerca di soluzioni innovative, tra cui spiccano alberghi a tema cibo-vino (56%), glamping (29%) e case sugli alberi (32%). Nella scelta degli

hotel, la presenza di un'offerta che valorizza i cibi tipici locali appare sempre più determinante a cominciare dalla prima colazione (80%) a base di prodotti locali.

La pandemia ha modificato le scelte del consumatore, che vuole vivere da protagonista le esperienze a diretto contatto con la natura. Alle tradizionali visite in cantina, percepite come troppo simili tra loro dal 60% dei turisti enogastronomici (+6%) e all'approccio "passivo", si sostituisce la volontà di prendere attivamente parte alla visita, ad esempio dell'azienda vitivinicola, diventando un elemento di quella comunità agricola (la vendemmia attiva) e agendo in sintonia con la natura (raddoppia la percentuale di chi vuole raggiungere l'azienda in bicicletta e scende di 9 punti la quota di chi vorrebbe usare l'automobile). I mesi trascorsi in casa, sostiene il rapporto, spingeranno i viaggiatori a vivere sempre più all'aria aperta, ma rimane una forte attenzione alla sicurezza. Il turista apprezza e chiede misure in questo senso che lo rassicurino.

