

Italia a Tavola

f t i y p r

CHECK-IN

Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Lunedì 27 Settembre 2021 | aggiornato alle 12:51 | 7871 articoli in archivio

APP DOWNLOAD

Digital Marketing Turismo

I libri per gli operatori del turismo che vogliono acquisire competenze di digital marketing.

SCOPRI LA COLLANA HOEPLI



Piace anche allo chef.

Investi ora e risparmi sulle tasse con il credito di imposta.

razional-online.com



Io chef de La Stùia de Michil. Laera approda all'Hotel Arkadia | 11:55 13mila chili di capperi sequestrati. Da tutelare la produzione siciliana | 11:50 Covid, fuga da un

GIORNATA MONDIALE

HOME » TENDENZE e MERCATO » HORECA e TURISMO

Il turismo vince se unisce l'arte all'enogastronomia. La sfida italiana

Per dare un futuro al turismo occorre realmente mettere sullo stesso piano le diverse motivazioni per cui la gente viaggia: località e cibo. Insistere solo sui monumenti è una modalità vecchia. Sono cambiate le motivazioni dei turisti italiani e stranieri, come ben spiega la professoressa Roberta Garibaldi



di Alberto Lupini direttore

27 settembre 2021 | 05:00



Il Covid ha certamente cambiato molte nostre abitudini. Ma per fortuna non ha cambiato la voglia di viaggiare, che anzi è forse più forte di prima, anche se frenata giustamente da regole e timori. Le restrizioni causate dalla pandemia hanno semmai modificato l'approccio dei turisti rispetto alla scelta delle mete da raggiungere. L'aumentato utilizzo di Internet nei mesi scorsi ha portato infatti ad una maggiore attenzione nello scegliere dove andare. Sia che si tratta di località ... come di locali (e poniamo l'accento sulla diversità degli obiettivi). Il Web è ormai l'elemento determinante, anche se non sempre le informazioni sono aggiornate, e corrette. Una cosa però è certa, mai come in questi ultimi mesi sono aumentate le visite sui siti dei più importanti monumenti al mondo: la Torre Eiffel a Parigi vince su tutti, mentre per l'Italia c'è in testa il Colosseo. Un trend che ha portato la maggior parte dei giornali a presentare classifiche dei monumenti più cliccati su Google in occasione dell'odierna giornata mondiale del turismo. Quasi che questa sia l'unica finestra da cui guardare al turismo...

Ma non c'è solo il mondo dell'arte

Peccato che, ci sia consentito riaffermarlo, vedere il turismo come solo un movimento di persone interessate all'arte o agli edifici è un modo davvero "vecchio" per considerare un comparto da cui dipende la ripresa economica di gran parte dei Paesi del mondo e il benessere di tante persone. A fianco delle motivazioni storico-artistiche non si possono infatti non considerare quelle legate all'enogastronomia (dai ristoranti alle cantine) che oggi muovono almeno un italiano su due. E per restare in Italia non dimentichiamo l'ambiente, la moda o il design che fanno ulteriormente pendere la bilancia dalla parte della made in Italy...



Non vogliamo certo affermare che un turista a Roma ci vada prevalentemente per mangiare un'Amatriciana! Ma come non ammettere che scegliere un ristorante (o un hotel) per molti conti almeno quanto decidere che mostra o chiesa visitare? Se non ci si rende conto di questo è inutile parlare di "turismo".

LEGGI ANCHE

- Salvaguardare i pascoli è la sfida del futuro. Il ruolo centrale del turismo green
- Amanti dell'enoturismo? Ecco 10 cantine da visitare
- Una chiave di svolta del turismo italiano? Il viaggiatore enogastronomico
- Drastica caduta della spesa per il turismo
- Settembre caldo, boom di viaggiatori: sono 9 milioni
- Libri per viaggiare e non solo: consigli sulle nuove uscite

nuovo ruolo di Internet e il calo di Tripadvisor

E anche in questo caso Internet gioca la sua parte fondamentale. Sono in crescita le visite ai siti specializzati che offrono informazioni attendibili e dettagliate su hotel, ristoranti, pizzerie, bar o pasticcerie. E sono invece in netto calo, ad esempio, le frequentazioni di portali come Tripadvisor che sembrano ormai solo piazzette per i leoni da tastiera frustrati.

Le preoccupazioni dei turisti che vogliono affittare casa per il fine settimana sono state l'effetto collaterale di una...

La gran parte dei ristoranti che oggi sono arrionati rianno tra l'altro rivisto le loro offerte a invero di **menu e accoglienza**, tenendo conto di consumatori più attenti alla sicurezza e alla qualità, e meno interessati allo stupore a cui ci avevamo abituato troppi chef sulla cresta dell'onda (oggi magari un po' meno). E questo è un elemento di non poco conto per essere in trend con **turisti più attenti alla sostenibilità e al territorio**.

CHECK-IN
GIOCA E... PARTI

Vuoi avere l'opportunità di vincere week-end da sogno, cene in ristoranti gourmet e fantastici premi?
Clicca QUI e metti alla prova!

Il tema della "crescita inclusiva"

Del resto, quest'anno il tema centrale della Giornata mondiale è "Turismo per una crescita inclusiva", un obiettivo che presuppone sensibilità e attenzione. Cosa che chi non vuole restare ancora al "vecchio" sta applicando. E anche un po' tutti i grandi alberghi hanno adottato questa modalità per intercettare uan ripresa, per ora per lo più nazionale, ma che giorno dopo giorno torna ad essere animata anche dagli stranieri.

LEGGI ANCHE

Confindustria Alberghi: segnali di miglioramento, ma passivo 2020 pesante

All'Italia serve un nuovo turismo. Fare (davvero) sistema è la priorità

Space X, rientrati i primi 4 turisti spaziali sulla capsula Dragon

Pellegrini e turisti, in Vaticano si entra solo con il green pass

Boom cicloturismo: 4,6 miliardi di ricavi. Ma il potenziale è da 20, servono ciclabili!!!

Salvaguardare i pascoli è la sfida del futuro. Il ruolo centrale del turismo green

La proposta di Check-In e del gioco-quiz

In questa logica come **Italia a Tavola** abbiamo cercato di "anticipare" questa **tendenza** allargando proprio la nostra attenzione al mondo del turismo enogastronomico e del benessere con le nuove aree di **Check-In** (spazi ad hoc sul sito e una nuova rivista) e promuovendo un gioco che attraverso un quiz online (**Check-IN... Gioca e Parti**) sta appassionando decine di migliaia di lettori che si mettono alla prova per **vincere week end in hotel da favola, cene in ristoranti stellati o gourmet e prodotti alimentari**.



Roberta Garibaldi

Roberta Garibaldi: è cambiato il profilo del turista

E questa, alla fine, è una realtà che anche tutti i più competenti ricercatori ed esperti e ricercatori ci indicano come sicura. Per tutti riportiamo il parere della professoressa Roberta Garibaldi, nostra qualificata collaboratrice e consulente del ministro del Turismo per la promozione della "parte" enogastronomica: «ci sono ampi margini di crescita per le località di tutta Italia, nel segno di un ritorno alla normalità e del ritorno dei visitatori stranieri. Nel frattempo, prosegue la crescita costante del fenomeno enogastronomico: 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%. 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. È cambiato il profilo del visitatore, che oggi è più esigente e richiede sempre novità con esperienze di qualità. Il tema della sostenibilità è imprescindibile in ogni viaggio e si va sempre più alla ricerca del benessere, integrato al gusto del territorio. Dopo la pandemia i visitatori effettuano scelte selezionate ed evitano l'overtourism, con maggiore interesse per le destinazioni limitrofe. Dovremo tener sempre più presente l'importanza di attività qualitative da proporre ai visitatori».