



LA RIPARTENZA

# Turismo enogastronomico in Italia: così cresce tra bici, vendemmie e innovazione

di FEDERICA MACCOTTA

Nel «Rapporto 2021» su viaggi e cibo i trend per l'estate che sarà alla scoperta dell'Italia, all'aria aperta e nel nome del bere e del mangiare



Scelgono le loro mete **in base alle esperienze enogastronomiche**, preferiscono sempre più la bici alla macchina, sognano di partecipare a vendemmie e raccolte delle olive in modo attivo, vanno alla ricerca dell'innovazione a tavola. Il **«Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021»**, presentato il 6 maggio in Senato, racconta i viaggiatori nel loro approccio al cibo. E conferma che l'enogastronomia è **un fattore chiave** nel decidere dove passare le vacanze: «Se nel 2016 soltanto il 21 per cento degli intervistati aveva svolto almeno un viaggio con principale motivazione legata a quest'ambito nei tre anni precedenti, per poi salire al 30 per cento del 2018 e al 45 per cento del 2019, con l'analisi 2021 la percentuale è **cresciuta fino al 55 per cento**», spiega **Roberta Garibaldi, curatrice dello studio**.

Nel decidere la propria meta, oltre la metà dei turisti enogastronomici (il 53 per cento per la precisione) sceglie il mare, che in molti casi si trasforma in una porta di ingresso alla scoperta dei territori interni. E dopo mesi passati a casa, emerge la voglia di vivere all'aria aperta: dalla scelta di **agriturismi e relais di campagna** per alloggiare (nelle intenzioni dell'86 per cento e del 59 per cento degli intervistati), ma anche di glamping e case sugli alberi, all'**uso della bicicletta** negli spostamenti (che, dal 2019 al 2021, passa dal 19 al 39 per cento, mentre l'auto scende dal 79 al 71 per cento). E ancora, l'approccio attivo alle visite, per esempio **partecipando alla vendemmia** o alla raccolta delle olive oppure dedicandosi al **wine trekking**, le camminate tra le vigne.

Anche l'innovazione solletica la curiosità dei foodies in viaggio: il 68 per cento afferma di essere alla ricerca di **esperienze nuove** a tavola, mentre quelle autentiche o locali interessano il 38 e il 32 per cento. Le visite tradizionali in cantina, considerate troppo simili tra loro da 60 per cento del campione, sono venute a noia e la richiesta è quella di potersi **muovere in autonomia**, magari grazie a guide virtuali a portata di QR Code. Una proposta che al momento riguarda solo l'8 per cento delle cantine italiane. Tra gli altri trend, l'interesse per **gli alberghi a tema cibo, vino o birra** (56 per cento) e la voglia di premiare e sostenere chi dimostra di essere impegnato dal punto di vista socio-ambientale e di lavorare in sicurezza.