

CORRIERE DELLA SERA



METEO

Cerca in Dove

DOVE

Seguici su  

Accedi

VIAGGI DOVE ANDARE DIARI DOVE CLUB

VIAGGI EVENTI NEWS ESTERO ITALIA ENOGASTRONOMIA

Food Travel Monitor: cresce il turismo del gusto. Italia, prima meta golosa del mondo

Il Belpaese è La Mecca dei viaggiatori golosi. Eppure solo il 21% degli Italiani si considera un culinary travel (contro il 46,5% della media all'estero) e solo il 33% si sente un esperto di food (contro il 72% degli altri). Ma è boom per il turismo enogastronomico e il trend è destinato a crescere. Come dimostra il Food Travel Monitor 2016, il più importante studio internazionale sul tema

di Mari Mollica - 30 giugno 2016



ph: Getty Images

Cerca in Dove



“Sì, viaggiareeee”... Ma oggi Lucio Battisti canterebbe “Sì, gustareeee”. È boom per il viaggio enogastronomico. Il **49% dei turisti internazionali sono mossi dalla gola**: scelgono la destinazione non più, e non solo, in base al luogo ma per quello che là si può assaggiare. Si delinea così sempre più un **“turismo di esperienze”** e quella gourmand (cibo, vino e sempre più birra) supera di fatto la motivazione culturale. Ben il **93% dei viaggiatori**, durante le vacanze, ha visitato una cantina o una fattoria, ha visto all’opera un casaro o un mastro birraio, ha venerato i grandi chef negli showcooking dei festival o ha assaltato un food truck a caccia di street food. A tracciare il trend di crescita del fenomeno è il **Food Travel Monitor 2016**, il più importante studio internazionale sul turismo enogastronomico presentato dalla World Food Travel Association. Undici i Paesi in cui è stata condotta la ricerca: Italia, Francia, Germania, Irlanda, Regno Unito, Spagna, Australia, Cina, India, Messico e Stati Uniti. Ne saltano fuori sorprese dolci e amare: **l’Italia (insieme a Francia e Giappone) è per tutti La Mecca dei golosi**. Ad esempio la Cina, bacino immenso di potenziali nuovi *food traveller*, indica il Belpaese come unica meta enogastronomica al di fuori dell’Oriente. Mentre per gli Stati Uniti, l’Italia è la sola destinazione estera citata dagli intervistati. Si conferma al primo posto anche per i tedeschi, che addirittura segnalano a parte la Toscana (4° posto) e Roma (10° posto) come mete enogastronomiche d’eccellenza. Eppure, paradossalmente, siamo all’ultimo posto nella classifica dei *culinary travel*: si considera tale solo il **21% degli intervistati italiani**, contro il **69% dei cinesi** (al primo posto) e contro la **media del 46,5%** di tutti gli undici Paesi. E ancora, gli italiani, altro paradosso, si sentono (ma non lo sono!) **meno esperti di food rispetto agli altri**: solo il **33% contro la media del 72%**. Forse perché sono maggiormente consapevoli della vastità del paniere dei prodotti tipici e dell’infinità delle ricette del proprio patrimonio gastronomico.

Italia, i piatti regionali. Origini, ricette, e dove mangiarli al meglio: [Scopri di più](#)

Ma non sono i soli dati sorprendenti. A livello mondiale, è la **generazione dei Millennials** a soffiare sul fuoco dei fornelli: ben il 52% di loro si dichiara un viaggiatore del gusto, più delle altre fasce d’età. E considerato che nelle loro mani c’è sempre uno smartphone, la promozione turistica dovrà servirsi sempre più del passaparola generato dai social.

A fotografare la situazione nazionale, ci ha pensato **Roberta Garibaldi**, *ambassador* della WTFa per l’Italia, docente universitario e responsabile dell’Osservatorio sul turismo dell’Università degli studi di Bergamo: “Il fenomeno del *food travel* andrà a rafforzarsi nei prossimi anni perché particolarmente interessati all’elemento cibo sono i **giovani Millennials** e **gli abitanti di Paesi come Cina e India**, i grandi turisti di domani. Il viaggiatore *Food&Beverage* è inoltre ad alto valore aggiunto, con una propensione alla spesa più alta: sia per la spesa in *food&wine* durante il viaggio, sia perché tende a partecipare ad altre attività culturali quando viaggia, sia perché acquista volentieri prodotti tipici da riportare a casa dopo il viaggio. Particolarmente

significativo in Italia è il crescere dell'interesse, negli ultimi anni, per lo street food, grazie ai sempre più numerosi Foodtruck Festival in giro per la Penisola. Analogamente in crescita sono le visite ad aziende e mercati agricoli, sinonimo di un'attenzione sempre maggiore verso la provenienza e la qualità del cibo”.

Le 10 colazioni più strane (e disgustose) del mondo: [Scopri di più](#)

I 15 cibi più strani (e rari) visti al Salone del gusto: [Scopri di più](#)

Italia: borgo che vai, sapore che trovi. Regione per regione: [Scopri di più](#)

TAGS

FOOD TRAVEL MONITOR

FOODIE

ROBERTA GARIBALDI

TURISMO ENOGASTRONOMICO

Lascia un commento

ALTRE IDEE DI VIAGGIO

Raccomandato da



Vacanze alternative: 17 nuovi modi di viaggiare da provare



Le 15 spiagge italiane dove andare quest'estate



Crociere per single: le proposte per l'estate 2016

SEGUICI

DAI UN CONTRIBUTO

DIVENTA FAN

Non ci sono commenti

VIAGGI[Vacanze](#)[Week End](#)[News & eventi](#)[Provati da Dove](#)**DOVE ANDARE****METEO****DESTINAZIONI**[Italia](#)[Europa](#)[Asia](#)[America Centrale](#)[America del Nord](#)[America del Sud](#)[Africa](#)[Oceania](#)**ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER**

Vuoi rimanere aggiornato su tutte le novità su viaggi e vacanze, esplorare nuovi suggestivi itinerari e scoprire le mete da non perdere?

[Iscriviti alla newsletter](#)

I NOSTRI SITI[DoveClub](#)[Corriere](#)[Living](#)[Oggi](#)[Style](#)[Io donna](#)[Amica](#)[Gazzetta](#)[Abitare](#)[Quimamme](#)[loeilmiobambino](#)

[Cookie Policy e Privacy](#) [Community policy](#) [Mappa sito](#) [Dati societari](#) [Chi siamo](#)

I nostri siti: [Corriere](#) [Living](#) [Oggi](#) [Style](#) [Io donna](#) [Amica](#) [Gazzetta](#) [Abitare](#) [Quimamme](#) [loeilmiobambino](#)



Copyright 2015© MediaGroup S.p.A.