

Focus on Food: L' enogastronomia che ispira il viaggio



[Viacom International Media Networks Italia si conferma sesto editore con un ottimo mese di settembre](#)

viaggi ispirati dall' enogastronomia stanno attraversando un periodo di grande espansione. Anzi, è un vero e proprio boom. Si può dire che il 49% dei turisti internazionali siano mossi dalla gola: scelgono la destinazione non più, e non solo, in base al luogo, ma per quello che può offrire sul fronte enogastronomico. Si delinea, così, una forma di turismo "di esperienza", dove cibo e bevande superano, di fatto, le motivazioni culturali. Addirittura il 93% dei viaggiatori, durante le vacanze, ha visitato una cantina o una fattoria, magari ha visto all'opera un cantiniere o un mastro birraio, ha passato ore con i grandi chef impegnati negli showcooking dei festival o ha preso d'assalto un food truck in cerca di street food. A delineare il trend di crescita di questo fenomeno è Food **Travel Monitor 2016**, uno tra i più importanti studi internazionali dedicati, appunto, al turismo enogastronomico, presentato dalla **World Food Travel Association**. Sono undici i Paesi nei quali è stata condotta la ricerca: ovviamente c'è anche l'Italia, insieme a Francia, Germania, Irlanda, Gran Bretagna, Spagna, Australia, Cina, India, Messico e Stati Uniti. Dal monitoraggio emergono parecchie sorprese, dolci e amare. Ad esempio, l'Italia – insieme a Francia e Giappone – è la meta privilegiata. Mentre la Cina, che rappresenta un bacino immenso di potenziali nuovi food traveller, indica proprio l'Italia come unica meta enogastronomica al di fuori dell'Oriente. Così come per gli Stati Uniti, ancora l'Italia è la sola destinazione estera citata dagli intervistati.

Culinary travel

Si conferma al primo posto anche per i tedeschi, che segnalano a parte la Toscana (quarto posto) e Roma (decimo posto) come mete enogastronomiche d'eccellenza. Eppure, forse un po' paradossalmente, l'Italia si trova 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 meno esperti di food rispetto agli altri: solo il 33% contro la media del 72%. E forse, su questo aspetto, influisce la maggiore consapevolezza della vastità del paniere dei prodotti tipici presenti nel nostro Paese e l'infinità delle ricette di un patrimonio gastronomico di valore inestimabile.

I millenials sono interessati al food

Ben il 52% di loro si dichiara un viaggiatore del gusto

A livello mondiale, è la generazione dei **Millennials** a risultare particolarmente interessata al tema food: ben il 52% di loro si dichiara un viaggiatore del gusto, più delle altre fasce d'età. E considerato che sono perennemente in contatto con uno smartphone, la promozione turistica dovrà servirsi sempre più spesso del passaparola generato dai social. Nell'opinione di **Roberta Garibaldi**, ambassador della WTFa per l'Italia, raccontata alla stampa, «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 – spiega la docente universitaria e responsabile dell'Osservatorio sul turismo dell'Università degli studi di Bergamo -, 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».