

**HOME RUBRICHE ROSMARINO TV CHI SIAMO CONTATTI**

**TURISMO. Andar per birra piace sempre più, qualche dato dalla BIT**

aprile 9, 2017 - News, Sotto Malto - Tagged: birra, birra artigianale, birrifici Italia, BIT, Fiandre, turismo della birra, turismo gastronomico - Redazione



Search



La birra è tra le protagoniste più gettonate dai turisti enogastronomici. Ed è stata protagonista anche di un incontro di estremo interesse tenuto qualche giorno fa alla BIT.

I nuovi dati della ricerca condotta dalla **World Food Travel Association**, curata per l'Italia da Roberta Garibaldi, parlano chiaro: **il 24% dei turisti intervistati è stato un turista della birra. Un dato che aumenta se si considerano i turisti provenienti da Cina, Italia, Stati Uniti e India. Il 16% degli intervistati mostra inoltre interesse a partecipare a un festival della birra, il 14% ha visitato un birrificio o percorso una strada della birra.**

**L'interesse verso la birra è indice e conseguenza di un accresciuto interesse verso questa bevanda, in particolar modo verso le produzioni artigianali, sempre più apprezzate dal pubblico.**

Negli Stati Uniti la vendita di birre artigianali è cresciuta del 16% dal 2015 (Skift, 2016); in Europa, sono 5.845 i micro-birrifici al 2015, numero in sensibile crescita rispetto al 2010 (The Brewers of Europe, 2016). **L'Italia è il quinto Paese in Europa per numero di micro-birrifici, dopo Regno Unito, Germania, Francia e Svizzera.**

“In Italia – afferma **Gianriccardo Corbo, presidente di MoBi, Movimento birrario italiano** – il patrimonio brassicolo vanta ben 674 siti produttivi, di cui 529 microbirrifici e 145 Brew pub (report Assobirra, 2016). Un patrimonio di aziende con un enorme potenziale tutto ancora da esprimere per quello che riguarda l'offerta turistica in Italia”.

“Si tratta di un segmento che ha acquisito una propria rilevanza e richiede dunque un'offerta che possa soddisfare le proprie esigenze – afferma **Roberta Garibaldi**. “Degustazioni di produzioni artigianali, visite guidate a birrifici o musei a tema (ricordiamo che lo spazio Guinness a Dublino accoglie più di un milione di visitatori l'anno), alloggiare in hotel a tema, sono solo alcune delle esperienze che i turisti vogliono provare. E sono proprio i birrifici artigianali sono quelli che interessano sempre più persone, con le birre locali assaggiate dal 57% dei turisti in almeno metà dei loro viaggi. Sempre più ristoranti integrano la carta dei vini con la carta delle birre, cavalcando questa tendenza; si diffondono situazioni in cui le birre locali si caratterizzano con gli aromi locali, come ad esempio la birra Tarì di Modica che produce una birra legata al cioccolato della rinomata cioccolateria Bonaiuto della città siciliana. Un altro recente esempio dell'interesse: è stata di recente lanciata dall'azienda scozzese Brewdog un hotel tematico con birra ovunque: dalla doccia ai

**Voucher**



GITE FUORI PORTA. Il Cervati, una montagna per tutte le stagioni

**SAMSUNG** Galaxy S8 | S8+

Unbox your phone

Prenota ora il nuovo Galaxy e ricevalo fino a 8 giorni prima del lancio ufficiale in Italia.\*

Prenota ora \*Termini e condizioni

**Diritto di nomina**



Colori e freschezza. La primavera al Rumi di Ascea è d'autore...

successo nel crowdfunding appena lanciato: 348% del target a tre giorni dall'ultimo giorno di raccolta.”

**Paolo Martini, giornalista ed autore del libro “A tutta birra”**, durante il suo intervento ha analizzato le eccellenze artigianali birrarie ha ipotizzato la declinazione di alcuni itinerari a tema per i turisti in Italia. Sono tanti ed in grado di coinvolgere in modo esperienziale il turista.

Anche **Eugenio Signoroni, curatore della Guida alle Birre d'Italia e la Guida Osterie d'Italia di Slow Food Editore**, ha raccontato come il turismo birrario sia un settore in sempre più forte crescita e di come possa rappresentare un'importante risorsa non solo per il futuro della birra, ma della promozione dei territori. Località minori meravigliose possono valorizzarsi turisticamente promuovendo i microbirrifici, e percorsi innovativi possono crearsi, legando l'esperienza birra ad esempio ai formaggi che la utilizzano nel processo produttivo

Una testimonianza preziosa dalle Fiandre, che poggiano la propria strategia di marketing turistico in modo forte su questo elemento, grazie a birre di qualità, monasteri trappisti e il recente inserimento della cultura della birra belga all'elenco del Patrimonio immateriale dell'Unesco.

Afferma **Giovanna Sainaghi, direttore di Visit Flanders – Ente del Turismo delle Fiandre**: “l'interesse per la birra belga e per viverne l'esperienza è progressivamente aumentato negli ultimi anni, anche grazie alla crescente risonanza internazionale di eventi quali Toer de Geuze, Zythus Bier Festival e Beer Month di Lovanio, Capitale della birra belga. VISITFLANDERS ha messo la birra tra i pilastri della sua strategia marketing internazionale e prova a dare risposta alla crescente domanda con diversi strumenti, sia in loco che presso i mercati dove è attivo affinché l'esperienza della birra belga nelle Fiandre e a Bruxelles sia non solo possibile e indimenticabile, ma soprattutto completa.»

Proposte integrate tra cultura e birra, bicicletta e birra, ma anche servizi offerti come i pullman grazie a cui tornare in albergo dopo aver degustato. Proprio “un Place to be(er)”.

Il **“birrovagare”**, ovvero viaggiare in cerca di birre di qualità, è diventato quindi un vero e proprio trend da cavalcare e regala molte soddisfazioni in quanto unisce il piacere di una buona bevuta alla bellezza del viaggio. Se poi le mete da raggiungere sono birrifici, musei della birra e brewpub allora le ragioni per partire si moltiplicano!



## LIBERI DI SCEGLIERE TRA LE NOSTRE MIGLIORI OFFERTE



ACQUISTA ORA

### Save the Date



LSDM. 10 anni ed una grande domanda: è possibile conciliare qualità e quantità?



### Rosmarino TV



Pane&Rosmarino n°2 – “Le erbe spontanee”