L'enogastronomia motore per il turismo. Lo dice Aigo/Pangea

L'enogastronomia come motore del turismo. Per l'Italia, naturalmente, ma anche per tanti altre destinazioni al mondo. Trainate dalle tante trasmissioni televisive di cucina e dalle produzioni, al momento solo straniere, che coniugano viaggi con l'enogastronomia, che vanno sempre piu in onda sulle "nuove" televisioni giovani come **Fine Living, laF o Cielo**. E un sentore che hanno tutti coloro che si occupano del settore, ma per cui non ci sono tanti dati. Per sopperire a questo problema **Aigo** e il network internazionale di cui è socio fondatore, ovvero **Pangea**, ha realizzato un'indagine su un panel di operatori del settore, a cui hanno risposto in 389, in cinque paesi; **Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Italia**.

E il fattore enogastronomico, secondo l'indagine, **influisce nella scelta del viaggio per il 66% degli intervistati**, con scostamenti anche importante tra paese e paese; si va dall'82% della Spagna al 55% della Germania, con l'Italia al 61%.

Un segmento quello del turismo enogastronomico che cresce considerevolmente per il 38% degli intervistati, che comunque cresce per il 40% e solo per l'8% rimane stabile. Una crescita che per alcuni operatori inizia a diventare importante per il loro giro d'affari, con il 6% a formare oltre il 30% del proprio fatturato, il 16% si attesta sul 30% e il 39% sul 10%. Forse per questo che gli operatori interpellati per il 41% già propongono pacchetti enogastronomici ma, soprattutto, il 29% lo farà. Ma, non durante l'**Expo**, forse considerato un contenitore troppo di massa e tema sul quale le percentuali si invertono: il 41% non proporrà l'Italia in occasione dell'Expo nel 2015, contro il solo 25% che lo farà, con il 34% ancora in attesa di eventi (o di una comunicazione che spieghi cosa succederà durante la manifestazione milanese).

Eppure le **entrate** da questa tipologia di vacanza sono mediamente più alte di altri tipi di turismo; il 45% spende in media dai 100 ai 250 euro al giorno, certamente di più dei viaggiatori leisure o di quelli culturali, che si fermano attorno ai 100 euro, con una fetta importante che ne spende fino a 500 euro, il 12%, o addirittura oltre i 500, al 9%.

Il prodotto a cui associare questi tipi di viaggi sono i classici itinerari culturali e i dintorni, per il 51%, degli intervistati con il 17% che abbina relax e benessere, il 14% eventi a tema e l'11% lo shopping. Pacchetti che devono però assolutamente prevedere visite a mercati e produttori di tipicità

locali con la possibilità di acquistarli, per il 55%, nonché la partecipazione di eventi a tema, per il 20%, o a laboratori di cucina, al 13%, che piacciono tanto soprattutto ai britannici (a quota 43%!).
Infine interessante sottolineare come, a seconda del paese, si riconoscono regioni o nazioni esteri diverse per questo turismo: gli italiani riconoscono alla **Toscana** la leadership del turismo enogastronomico nostrano, seguita da **Piemonte, Sicilia, Puglia ed Emilia Romagna, alla Francia, seguita da Spagna e, udite, udite, dagli Stati Uniti per l'estero. Italia** che viene considerata meta enogastronomica da un po' tutti gli altri paesi, meno la Germania, che indica soprattutto mete domestiche (tra cui **Francoforte**...sarà per i frankfurter würstel. Ma vuoi mettere con una buona pasta o una paella ben cucinata?). Interessante sottolineare come la **Tailandia** è sempre presente tra le mete enogastronomiche per francesi, spagnoli e inglesi che, come regione culinaria preferita, indicano…**Londra**. Dove non ci sembra di aver mai sentito di una cucina *Cockney* ma dove, nel corso degli anni, si sono affermate le cucine di mezzo mondo. Tanti gli chef riconosciuti dagli intervistati come fari gastronomici dei diversi paesi, sia le star televisive come **Gordon Ramsey in Gran Bretagna o Carlo Cracco in Italia**, sia chef di grande spessore internazionale, come l'italiano **Massimo Bottura**. Ancora una volta sono i tedeschi a stupire… non facendo alcun nome. O forse avranno citato Mario Draghi pensando che fosse uno chef stellato italiano, visto che sta a Francoforte…
Lo studio chiude con un dato già abbastanza conosciuto, ovvero; **il 58% di questi viaggi sono fine settimana enogastronomici,** con il 23% che si spingono fino a una settimana, i classici itinerari culinari. E le persone che lo fanno sono per il 58% tra i 35 e i 55 anni con il 30% oltre i 55 mentre pochissimi sono i giovani. Sono soprattutto coppie, 50%, o gruppi di amici o soci di quale club, al 33%. Tutti comunque sono viaggiatori curiosi, alla ricerca di forme autentiche di turismo con, soprattutto, buone capacità di spesa e di un buon livello culturale. Insomma un turista da conquistare, più di persona e sui social che attraverso la pubblicità. Ma che poi diventa, inevitabilmente, un grande ambasciatore del paese visitato. Perlomeno a tavola. Ed **Eataly** ringrazia.
GUARDA QUI ALCUNE INFOGRAFICHE DELLO STUDIO