Quattro motivi per cui l'Enit punta sul turismo enogastronomico in Italia

Il crescente interesse per l’Italia come meta enogastronomica, l’ottima percezione che ne hanno i turisti stranieri, il sentiment positivo suscitato dalla cucina italiana e gli incrementi nella spesa per vacanza enogastronomica sono le 4 motivazioni per cui **ENIT** considera l’**enogastronomia** fra i principali cluster tematici di prodotto su cui basare la propria strategia di medio e lungo termine: l’Italia del turismo non può prescindere dal made in Italy, dalle eccellenze enogastronomiche e dalla cultura del cibo per promuovere la propria identità e il proprio valore secondo l'ente di promozione turistica del nostro Paese

L’enogastronomia diventa dunque portavoce della tendenza attuale a considerare il nostro Paese come **meta di un turismo lento, esperienziale**, alla scoperta e valorizzazione di territori meno battuti, all’insegna della sostenibilità, della natura, delle tradizioni e della cultura.

Non a caso uno degli obiettivi del piano triennale 2016/2018 di ENIT è proprio la predisposizione di azioni incisive e mirate volte alla valorizzazione di questo **nuovo modo di viaggiare** che sta conquistando un numero crescente di appassionati.

L’Italia è indubbiamente una delle mete enogastronomiche maggiormente apprezzate dal viaggiatore straniero desideroso di entrare in contatto con il nostro territorio e le sue tradizioni: secondo la Banca d’Italia **nel 2015 sono stati oltre 920 mila i viaggiatori stranieri** che hanno visitato l’Italia per una vacanza enogastronomica, in crescita del 5,9% rispetto al 2014 e dell’11,6% rispetto al 2012. Gli 1,3 milioni di pernottamenti generati sono in aumento del 10,4% in confronto al 2014 e del 34,7% in confronto al 2012.

Anche la spesa degli stranieri per una vacanza all’insegna dell’enogastronomia, pari nel 2015 a **192 milioni di euro**, dimostra l’ottimo stato di salute del settore che segue un trend di crescita notevole dal 2012 ad oggi (+54,8%) e incide sempre di più sulla spesa turistica complessiva dei turisti stranieri in viaggio nel nostro Paese (fonte Banca d’Italia).

I turisti stranieri, inoltre, hanno un’ottima **percezione dell’Italia come meta enogastronomica** che supera in tale settore Paesi come Francia e Spagna. I turisti cinesi e statunitensi indicano il Belpaese come unica destinazione enogastronomica. Per i tedeschi, l’Italia è al primo posto come destinazione per una vacanza all’insegna del cibo. La “cucina” è la motivazione che raccoglie il più alto livello di

soddisfazione dopo il “patrimonio artistico” e le “bellezze naturali” sia fra i turisti stranieri che italiani (fonti: “Food Travel Monitor 2016” del World Food Travel Association e Rapporto sul turismo italiano 2016, a cura di Unicredit, in collaborazione con il Touring Club italiano).

Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo

Secondo l’Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo, infine, **quella enogastronomica è una delle principali motivazioni** che spingono il turista sia italiano che straniero a scegliere di intraprendere un viaggio in Italia. Il turista enogastronomico “tipo” è di nazionalità estera per il 50,3%: Francia, Germania e Regno Unito sono i principali bacini di origine della domanda straniera mentre i nostri connazionali provengono per lo più da Lombardia, Lazio e Veneto.