# Rapporto sul Turismo Enogastronomico 2018: un turista su tre motivato dall'offerta food

Il turismo enogastronomico piace. Anzi, piace sempre di più. Un italiano su tre ha svolto almeno un viaggio motivato dall’enogastronomia negli ultimi tre anni. Un dato che dichiara il nuovo ruolo dell’enogastronomia, che da elemento ‘accessorio’ si è trasformata in una componente in grado di influenzare le scelte di viaggio. Non a caso il 2018 è stato dichiarato Anno del cibo italiano dal Mibact. Queste ed altre evidenze emergono chiaramente dal **PRIMO RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ITALIANO**, studio che traccia un quadro sul settore e delinea le tendenze di un segmento in forte crescita in tutto il mondo. Sotto l’egida dell’Università degli studi di Bergamo e della World Food Travel Association, ha il patrocinio di Touring Club, Ismea Qualivita, Federculture e la collaborazione di Seminario Veronelli e The Fork- TripAdvisor.



Spiega **Roberta Garibaldi**, esperta di turismo enogastronomico che ha coordinato l’Osservatorio: “Questo lavoro mette a fuoco un trend in forte ascesa. Risulta sempre più evidente come la gastromania stia condizionando la scelta dei viaggi. Troviamo un rafforzamento su ogni fronte: ora gli italiani si muovono anche per cercare esperienze legate al cibo e al vino. Un atteggiamento sempre più simile a quello di molti stranieri."

Il 63% dei turisti italiani valuta importante la presenza di un’offerta enogastronomica o di esperienze tematiche quando sceglie la meta del viaggio. Elementi imprescindibili sono qualità e sostenibilità, il tema green non è driver di scelta solo per le produzioni agroalimentari, ma anche per il 42% delle

strutture ricettive e degli eventi.
Le esperienze Food più popolari, dopo il mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (indicata dal 73% dei turisti), sono visitare un mercato con prodotti del territorio (70%) e comprare cibo da un food truck (59%). Forte è pure l'interesse verso il Beverage, non solo vino, ma anche birra locale. Nonostante l'interesse sia molto alto, il mercato mostra ancora ulteriori margini di crescita.
Esiste un gap fra le esperienze desiderate ed effettivamente fruite, molto ampio nel caso di proposte quali andare alla scoperta di cibo con un esperto enogastronomico (40%) e partecipare ad un viaggio enogastronomico di più giorni organizzato da un'Agenzia di Viaggio o da un Tour Operator (36%).
Infine, gli italiani all'estero. Anche se desiderano conoscere le tradizioni culinarie del Paese in cui si recano, ci sono prodotti a cui non vorrebbero rinunciare: sono i grandi classici, pasta, pizza, vino italiano e caffè.

## Toscana destinazione "top" per gli italiani

La regione più desiderata dai turisti italiani è la Toscana, ma si riscontra un forte interesse per il Sud, in primis Sicilia e Puglia. Molte regioni hanno un potenziale inespresso e non vengono percepite come mete enogastronomiche rilevanti, nonostante siano ricche di eccellenze.
Lombardia, Piemonte e Veneto, ad esempio, vantano un'offerta che in termini numerici si colloca immediatamente dietro alla Toscana. Emergono quindi opportunità di miglioramento nella visibilità di questi luoghi.

## Il profilo del turista enogastronomico italiano

Roberta Garibaldi così sintetizza: "E' un turista acculturato, con maggiore capacità e propensione alla spesa, che cerca nell'enogastronomia un'opportunità di conoscenza e contatto con la cultura di un territorio. Organizza il suo viaggio affidandosi al web, sia per raccogliere informazioni sia per prenotare le singole componenti del viaggio. Ma ha una propensione maggiore rispetto al turista generico alla prenotazione attraverso intermediari. Si sente più coinvolto, vuole sperimentare l'enogastronomia a 360°, affiancando spesso altre proposte attive. Preferisce percorsi misti, non monotematici: il turista del vino cerca anche
ottime esperienze gastronomiche".

## L'offerta

I numeri del Bel Paese sono di tutto rispetto: 821 Indicazioni Geografiche Food & Wine, 586 ristoranti di eccellenza, 11.329 agriristori, 18.632 agriturismo con alloggio, 169 Strade del Vino e dei Sapori, 12.446 agriturismo che offrono proposte turistiche quali maneggio, escursioni guidate a piedi o in

mountain bike, fattorie didattiche. A ciò si aggiungono una molteplicità di altre esperienze Food & Beverage, quali Musei del gusto, esperienze in cantina, eventi tematici e scuole di cucina. Il nostro Paese possiede un’offerta ricca e variegata, in grado di soddisfare la pluralità di esigenze del turista alla ricerca dei sapori locali. Ma come evidenzia Roberta Garibaldi “L’offerta italiana appare oggi a macchia di leopardo: ad esempio, la ristorazione è un settore evoluto ed organizzato, con una vasta gamma di esperienze per ogni target, così come molte cantine, che offrono visite ben strutturate; invece, si potrebbero incentivare altre realtà ad aprirsi di più al turismo, come i caseifici, le cioccolaterie, i pastifici".