Enogastronomia italiana: l'analisi di Travel Appeal

Non solo opere d’arte e città incantevoli: oggi l’offerta enogastronomica rappresenta per i turisti una delle attrazioni principali del Belpaese, in cui soprattutto gli stranieri spendono ben oltre un quarto del loro budget (fonte Banca d’Italia).
La qualità del cibo e la varietà dei vini proposti, i piatti tipici e le cooking class sono solo alcuni degli argomenti centrali nel racconto dei viaggiatori online e un driver determinante per il successo di una destinazione. Per questo **Travel Appeal** ha realizzato in occasione del Food&Wine Tourism Forum il suo primo report sulla percezione dell'enogastronomia in Italia attraverso l’analisi di oltre 17 milioni di recensioni online sulla qualità del cibo servito ai tavoli dei ristoranti, della ristorazione interna nelle strutture ricettive, delle esperienze di food & wine tasting.
Tre sono i comparti esaminati dall’azienda di Big Data e Intelligenza Artificiale sotto la chiave di lettura “Food & Wine”: ricettività, ristorazione, offerta di esperienze e attività.
I ristoranti italiani conquistano i palati nazionali e stranieri. Per la ristorazione si mantiene alta e in crescita la soddisfazione generale degli ospiti (Sentiment positivo pari all’85,5%). La qualità del cibo si conferma l'elemento che incide di più nelle recensioni degli utenti, tanto che raccoglie in media il 40% delle opinioni complessive con un Sentiment molto alto dell’86,6%. Umbria, Toscana e Trentino Alto Adige (nel report la classifica completa) sono le tre regioni in cui i ristoranti registrano il più alto apprezzamento su questo aspetto.
Tra gli elementi più influenti sulla soddisfazione finale, meritano uno spazio ad hoc i piatti e i prodotti tipici: su tutto il territorio nazionale sono i peperoni cruschi lucani quelli più citati, mentre la carne salada del Trentino e la polenta concia sono i piatti tipici maggiormente citati nelle recensioni positive a 4-5 stelle. È interessante notare che i dolci fatti in casa o la pasta fatta in casa si distinguono tra gli elementi più citati,così come l’apprezzamento per un’ampia scelta dei vini, menzionato per il 91% dei casi sempre nelle recensioni molto positive.
Anche nel settore dell'ospitalità il Sentiment relativo al cibo è molto positivo, pari ALL’86,4%. Sul totale delle recensioni di hotel e altri alloggi, una buona fetta, il 20%, riguarda il cibo, segno che l’esperienza culinaria ha un peso molto forte anche nell’esperienza di soggiorno. La colazione in particolare è uno dei fattori chiave che determinano la soddisfazione degli ospiti: una colazione “abbondante” nel 91%

dei casi genera recensioni positive, mentre il menù fisso, nel 37% dei casi, lo ritroviamo citato nelle recensioni negative delle strutture ricettive che offrono il servizio di ristorazione.
Il 2018 è stato anche l'anno dell'esplosione di attività ed esperienze online, segmento del settore Travel in crescita esponenziale.
Analizzando l'offerta presente online su tre delle principali città turistiche italiane, quali Firenze, Milano e Roma, le recensioni riguardo alle esperienze enogastronomiche nel 2018 hanno registrato una crescita del 212%.
Le cooking class sono le più amate in assoluto dai turisti, quasi completamente stranieri, con il 95,6% di sentiment positivo in crescita di quasi 6 punti, oltre che le più recensite, seguite da food tasting e food&wine experiences. Ma l'offerta dei corsi di cucina in realtà risulta ancora bassa: solo il 2% degli annunci di attività ed esperienze online appartiene a questa categoria.