In montagna la Gen Z vuole stellati e street food

shutterstock-1296148579-53e7e922

Le nuove generazioni sono meno legate alla ristorazione tradizionale delle località sciistiche e preferiscono invece esperienze più dinamiche, dal ristorante stellato allo street food. A sostenerlo è il **Rapporto 2023 sul turismo enogastronomico** curato da **Roberta Garibaldi**, docente di Tourism Management and Marketing presso l'Università degli Studi di Bergamo, che indaga a fondo nel settore del mountain food.

Stando alla survey, gli under 25 sono meno attratti (61%) dalla possibilità di visitare un ristorante storico della località di montagna scelta per le vacanze invernali, a differenza degli over 55 per i quali invece è prassi (più del 75%). **Tra la GenZ spopola piuttosto la voglia di provare un ristorante gourmet in alta quota**: a desiderare l'esperienza "stellata" è il 27% del campione in età compresa tra 18 e 24 anni e il 22% della fascia d'età successiva (25-34 anni), mentre la voglia di una cena gourmet è quasi assente (8%) tra gli over 65 ed è molto più contenuta anche tra le generazioni intermedie.

"*I giovanissimi vanno alla ricerca di esperienze food & wine, ingaggianti, divertenti e uniche in montagna. Cucina tipica con un occhio di riguardo al gourmet, trekking e bike tour enogastronomici, wellness e itinerari: sono questi i desideri della GenZ*", afferma Roberta Garibaldi che sottolinea come i pattern di compattamento dei giovanissimi siano spesso ben distinti dalle altre generazioni, anche quelle più vicine.

Un altro importante dato che emerge dal rapporto è legato ai **food truck e ai chioschi attivi sulle piste da sci** sia per un pranzo rapido durante la giornata sia per il rito dell'après-ski. In questo caso, la volontà di consumare outdoor da parte degli under 25 viene espressa dal 23% degli intervistati, mentre tra i Boomers scende all'11%. I "Centennials" (i nati dopo il 1995) sono anche i più desiderosi di provare le esperienze attive del turismo enogastronomico: 6 giovani su 10 sono interessati a queste proposte. La differenza con gli over 55 è netta in particolare per le attività sportive all'aria aperta, sia nella stagione invernale sia in quella estiva (trekking, escursioni in bicicletta o mountain bike (gap: 11%), così come per le attività che aiutano a recuperare il benessere, come lo yoga (9%).

Al contrario, **per la Gen Z la visita ai luoghi di produzione tende ad essere meno richiesta rispetto alle altre generazioni** (60% contro il picco dell'80% degli ultrasessantacinquenni). Aziende

agricole, caseifici e cantine sono in cima alla loro wish list, ma il gap di interesse con gli over 55 è marcato – rispettivamente 16%, 9% e 15% – forse per una minore mancanza di appeal delle esperienze in questi luoghi.
È invece abbastanza richiesta, probabilmente perché collegabile all'idea di un turismo attivo, **l'esperienza di seguire in autonomia un percorso enogastronomico**, con il 62% delle risposte espresse tra gli under 25 ed il 56% degli over 55. Gli itinerari a tema formaggio e birra sono quelli che godono di un maggiore appeal tra i giovanissimi rispetto ai senior.
Infine, dalla voce "altre esperienze", emergono differenti propensioni dei turisti enogastronomici rispetto all'offerta specifica dei territori. Ad esempio, **la visita al mercato dove sono esposte le tipicità locali è molto alta tra i Boomers (53%)** e tocca il minimo tra i Millennials (30-31%), per salire leggermente di quota tra la Gen Z (39%). E neppure la visita alle piccole botteghe artigiane del gusto fa impazzire i più giovani: a desiderarla è il 33% degli under 25 anni e solo il 31% della fascia 35-44 anni, mentre tra gli over 65 anni si arriva al picco (40%).