Ristoranti e bar eccellenze del turismo italiano. Lo rileva Fipe

sbraga-evid-70074157

In quindici anni gli arrivi di stranieri in Italia sono cresciuti di circa il 50% superando la soglia dei 53 milioni. Un trend positivo che ha visto solo tre interruzioni in corrispondenza del 2003 (inizio della seconda guerra del golfo) e del biennio 2008-2009 (la grande recessione). Per il resto la crescita è stata costante seppure di intensità variabile. Il tasso di crescita delle presenze è stato più contenuto (29,5%) di quello degli arrivi come conseguenza di una progressiva riduzione della permanenza media.

In effetti la permanenza media è passata da 4,1 giorni del 2001 a 3,6 giorni del 2015 ad indicare che si va affermando una domanda sempre più orientata ai soggiorni di breve durata. Sono i nostri principali mercati incoming a mostrare significative contrazioni della permanenza media. Il turismo dalla Germania scende da 5,5 a 5,0 giorni, quello inglese da 4,3 a 3,8 ed il francese da 3,4 a 3,0. Al contempo i flussi turistici dai nuovi Paesi segnano una permanenza media stabile (è il caso della Russia) o ancora in calo come avviene per la Cina (da 1,8 a 1,5). Un fenomeno che fa emergere le criticità del nostro modello dal momento che nel turismo l'obiettivo non è semplicemente di attrarre i turisti ma soprattutto di trattenerli perché è così che aumentano le occasioni di spesa e, dunque, le entrate valutarie.

Per centrare questo risultato occorre partire dai punti di forza della nostra offerta turistica che vede ai primi posti proprio enogastronomia ed intrattenimento. Si tratta di servizi decisivi per la qualità dell'esperienza turistica e, di conseguenza, per la soddisfazione del turista. Proprio i servizi hanno una funzione a cui si pensa assai poco: aumentare le occasioni di spesa dei turisti facendo in modo che spendano più di quanto pensassero di fare al momento della partenza. L'analisi semantica effettuata da Sociometrica su 570 mila post in lingua inglese pubblicati sui social media da persone che sono state in vacanza nel nostro paese evidenzia che la ristorazione e il mondo del cibo sono tra gli elementi di maggior successo dell'offerta turistica italiana.

Dopo la cucina sono particolarmente apprezzati due elementi che connotano il nostro paesaggio: le piazze e le spiagge. In grande evidenza anche lo shopping, un altro elemento che fa capire quanto piaccia l'Italia dei centri storici. Il bar è un altro dei luoghi che amano i turisti. La valutazione è addirittura superiore a quella del Paese (80 vs. 77). I turisti apprezzano il carattere distintivo del bar italiano, la funzionalità, la flessibilità ed, in particolare, il caffè, il cappuccino, i dolci ed il nostro modo di fare colazione fuori casa. Piacciono i bar storici perché raccontano il passato e piace la localizzazione dei bar in punti di grande bellezza della città.

La cultura, nella più ampia accezione di contesto urbano di socializzazione, e la cucina costituiscono un mix di grande fascino per il turista internazionale. In definitiva due tratti essenziali dello stile italiano e del nostro modo di vivere fanno la differenza nel turismo di questo mondo globalizzato.

In tale ambito emergono chiaramente le enormi potenzialità del Mezzogiorno dove cultura e cibo formano un binomio in grado di evocare forti suggestioni con l'obiettivo di risolvere l'annoso problema della scarsa attrattività turistica del sud (appena il 12% degli arrivi ed il 14% delle presenze italiane si concentrano nelle regioni meridionali). Ma la ristorazione non ha solo una funzione immateriale, per quanto fondamentale, nel turismo italiano. È bene ricordare che gli stranieri spendono oltre 8 miliardi di euro in servizi di ristorazione ed a più di 11 miliardi di euro ammonta la spesa degli italiani.

In conclusione possiamo affermare, senza rischio di smentita, che la ristorazione si conferma settore strategico del turismo le cui potenzialità di sviluppo sono dispiegate ancora in minima parte.

IL MEGLIO DELL'ITALIA SECONDO L'ESPERIENZA DEI TURISTI

(scala da 0 a 100)

Elemento valutazione

Ristoranti 82 Pasticcerie 82 Piazze 81 Spiagge 81 Shopping 80 Bar 80 Hotel 79 Musei 79 Italia 77 Treni 73 Aeroporti 71 Taxi 70
Fonte: Centro Studi Sociometrica