

TURISMO ENOGASTRONOMICO SETTORE CHIAVE PER LA CRESCITA ECONOMICA ITALIANA

Turismo enogastronomico italiano: i problemi sembrano trovare soluzioni all'insegna di "tarallucci e vino". In realtà, piuttosto che tarallucci, peraltro squisiti, si parla di gorgonzola, pizza, [Parmigiano Reggiano](#) e anche arancini e ossobuco, fiori all'occhiello della cucina italiana, capaci, felicemente abbinati al vino, di operare miracoli nell'attrarre la massa turistica anche nei borghi più nascosti.



La cucina con i fiori di alta montagna

Turismo enogastronomico e agroalimentare settori chiave per l'economia italiana

In realtà il Turismo e l'Agroalimentare sono settori-chiave per la crescita dell'economia italiana e dei suoi territori, sostiene da tempo UNICREDIT che, nell'autunno 2019, ha lanciato "Made 4Italy" il programma operativo che, includendo consulenza e networking, si avvale, per il triennio 2019-2021, di un plafond di 5miliardi di euro, stanziati per promuovere progetti legati alle identità regionali tipiche e per attrarre nuovi flussi turistici, favorendo un sistema integrato turismo agricoltura. L'idea è di ascoltare da vicino le diverse esigenze delle imprese che lo desiderino, creando sinergie, offrendo prodotti e promuovendo offerte congiunte tra realtà turistiche e agricole.

L'obiettivo ha, come felice ricaduta, il rafforzare anche altri asset fondamentali delle nostre regioni, quali l'arte, la cultura, la sostenibilità, il patrimonio storico e paesaggistico. In tale ambito è nata la sponsorizzazione al "Rapporto su Turismo Enogastronomico Italiano 2020", ha chiarito Massimo Macchitella, Responsabile Small Business & Financing Products UniCredit davanti alla stampa accolta nella UniCredit Tower Hall. Coordinatrice della ricerca e autrice del rapporto è Roberta Garibaldi, dal background perfetto per svolgere alla grande la missione assegnatale.



I mitici Arancini

Il turismo enogastronomico in due volumi

Infatti, oltre ad essere docente universitaria di Tourism Management, è nel Board sia della World Food Travel Association che del World Gastronomy Institute, è, inoltre, nel Consiglio di Presidenza di SISTUR (Società Italiana di Scienze del Turismo) e Keynote speaker per il turismo gastronomico di UNWTO (Agenzia per il Turismo delle Nazioni Unite).

Il rapporto si compone di due poderosi volumi. Il primo ha per titolo "L'offerta. Lo scenario europeo e il contesto italiano" e si avvale, oltre che di un comitato scientifico e di contributi con i fiocchi, delle collaborazioni con Trip Advisor, Semrush e Travel Appeal.



Turismo al femminile in bicicletta, sullo sfondo la TORRE UNICREDIT

Indagine anche sui prodotti di eccellenza e la ristorazione nel primo volume

Tra gli argomenti d'indagine, sono trattati i prodotti di eccellenza, la ristorazione, gli agriturismi, i musei legati al gusto, le aziende vitivinicole, i birrifici, le aziende olearie, le strade del vino e dei sapori, le entrate turistiche, la consistenza e la dinamica dell'offerta eno-gastro-turistica italiana. Quanto all'area relativa a intermediazione e big data l'attenzione si focalizza su temi quali, "La presenza dell'offerta legata al turismo enogastronomico sui portali turistici regionali", "La presenza on line delle esperienze enogastronomiche , con la collaborazione di Semrush", "La reputazione on line delle esperienze enogastronomiche a cura di Travel Appeal", "L'offerta della DESTINAZIONE ITALIA nei Tour Operator stranieri" e "La vendita delle esperienze enogastronomiche on line, con la collaborazione di Trip Advisor".



Parmigiano Reggiano del Consorzio, con stagionatura di oltre 40 mesi

Una panoramica del turismo enogastronomico nel secondo volume

Nel secondo volume "La domanda. Food Travel Monitor 2020" dove l'autrice è affiancata da due coautori, Matthew J. Stone della California State University e Steven Migacz della Roosevelt University, i temi trattati sono vari, "Una panoramica sul turismo enogastronomico", "Chi è il turista enogastronomico?", "Chi è il turista beverage?", "L'importanza dell'enogastronomia per il turista", "La conoscenza

dell'enogastronomia da parte del turista", Le attività enogastronomiche durante il viaggio", "Focus: le attività legate al beverage", "Le altre attività svolte durante il viaggio", "Le attività enogastronomiche come motivo del viaggio", "Le influenze che spingono al viaggio",

"I profili psico-culinari dei turisti", "L'impatto economico del turista enogastronomico", "Le decisioni enogastronomiche prima della partenza", "Le decisioni enogastronomiche durante il viaggio", "Le influenze sociali: come i turisti influenzano e si comportano con gli altri", "La condivisione sui social media", "I valori personali del turista enogastronomico", "L'effetto duraturo del viaggio enogastronomico", "Soddisfazione, propensione al ritorno, raccomandazione" e "Focus: la Generazione Z".



Palais Cerequio, il primo relais dedicato ai cru di Barolo

Rivalutazione di dimore e ristoranti storici

Tra i dati emersi e le riflessioni, ci sono la rivalutazione delle dimore e dei ristoranti storici. Forte è la crescita di visite alternative ai percorsi dedicati al vino, come ai caseifici, la massima soddisfazione per le cooking classes. Il fattore chef stellati è importante ma non trainante. L'Italia ha superato la Francia in quanto a presenze straniere. Molto successo hanno le cene in vigna. Sono perfette per legare la comunità locale con i turisti del vino e, naturalmente, il focus sulla sostenibilità e sul mondo in grande espansione che la sottende.

Tra gli intervenuti, Giorgio Palmucci, presidente di ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo) che ha patrocinato l'evento.

Per sostenere i progetti italiani intrattiene rapporti con consolati e ambasciate nel mondo. Altro intervento di Bruno Bertero, direttore marketing di Promo Turismo Friuli Venezia Giulia. Una regione di confine, ma al centro d'Europa. E' l'esempio di come sia possibile creare una sinergia tra le risorse dell'agroalimentare con quelle culturali e ambientali. Con "La Strada del Vino e dei Sapori" il turista può immergersi nella cultura e nelle tradizioni del territorio. Entra così in contatto diretto con chi lo conosce e lo coltiva giorno dopo giorno, con entusiasmo. E l'entusiasmo è contagioso.

testo e foto di Maria Luisa Bonivento

ARTICOLI CORRELATI:

<http://www.ilviaggiatore-magazine.it/luoghi-viaggi/valpolicella-e-dintorni-nella-stagione-invernale/>

<http://www.ilviaggiatore-magazine.it/alberghi-location/ristorante-in-zona-treviso-tra-passato-e-presente/>