



Il turismo enogastronomico supera la prova della crisi

Il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021 a cura di Roberta Garibaldi racconta il settore nell'anno più difficile

a cura della redazione

Publicato il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2021 a cura di Roberta Garibaldi – Professoressa dell'Università di Bergamo e membro del Comitato scientifico di Qualivita – che descrive un settore che, malgrado l'inevitabile calo del numero di esperienze nell'anno della pandemia, ha visto aumentare del +10% il numero dei turisti che hanno viaggiato con principale motivazione il vivere l'enogastronomia.

I turisti enogastronomici sono sempre di più, scoprono l'entroterra partendo dal mare, destinazione preferita, e appaiono sempre più consapevoli, attivi, esigenti, innovativi e attenti ai temi della sicurezza e della sostenibilità. La maturità acquisita pone i viaggiatori del gusto al centro di uno scenario di sviluppo più equilibrato dei territori e ne fa le sentinelle di un turismo virtuoso, che contribuisce alla tutela delle risorse locali e del paesaggio, che destagionalizza e crea nuovi equilibri tra urbano e rurale. Sono numerosi e interessanti i risul-

tati della quarta edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021, curato da Roberta Garibaldi e patrocinato da ENIT, Fondazione Qualivita, ISMEA e Touring Club Italiano. La nuova edizione del Rapporto evidenzia i cambiamenti della domanda e le opportunità che si aprono per gli operatori del settore e per le destinazioni, che saranno in grado di intercettare le nuove tendenze in atto.

focus le scelte dei viaggiatori

La presenza di esperienze legate all'enogastronomia è importante quando sceglie la meta del viaggio



59%
2019

71%
2021

“La crescita del fenomeno enogastronomico è costante – commenta la professoressa **Roberta Garibaldi** –; se nel 2016 soltanto il 21% degli intervistati aveva svolto almeno un viaggio con principale motivazione legata a quest'ambito nei tre anni precedenti, per poi salire al 30% del 2018 e al 45% del 2019, con l'analisi 2021 la percentuale è cresciuta fino al 55%. L'impatto della crisi innescata dal Covid pesa sul numero di esperienze fruite che diminuiscono in media del 27% rispetto 2019 e sul potere di spesa (il 31% afferma di aver destinato un budget inferiore rispetto al 2019, mentre il 27% dispone di maggiori risorse). Se la pandemia ha frenato la possibilità di vivere esperienze, la globalità dei dati ci mostra una crescente attenzione al tema enogastronomico e anche un nuovo profilo del turista”.
Il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021 presenta analisi quanti-qualitative, ricerche inedite

e contributi del Comitato scientifico rappresentato da autorevoli esperti del mondo accademico e scientifico, nazionali e internazionali, fra i quali vi è anche il direttore di Qualivita **Mauro Rosati** che ha portato il proprio contributo alla ricerca con un intervento sulle esperienze delle filiere di qualità per il Turismo DOP.

“I prodotti DOP IGP fondano il proprio valore nel legame con il territorio e nel tempo hanno creato per i turisti, e non solo, le condizioni per un’offerta enogastronomica con nuovi spazi ed esperienze”, sono le parole del direttore di Qualivita. “Se la pandemia ha travolto molti settori, con il turismo fra i più colpiti, il sistema delle Indicazioni Geografiche italiane è riuscito a riconfermare la propria capacità di resilienza, attraverso il rilancio di un turismo enogastronomico in chiave green, con le DOP e IGP al centro di una rinnovata offerta capace di creare occasioni ed esperienze sicure, in ambienti aperti e spazi idonei: dai percorsi negli agrumeti e nelle malghe in alta quota, dalle visite ai caseifici alle degustazioni in vigna. Un segnale importante, in una direzione che sta affermando con sempre maggiore forza: la necessità di modelli sostenibili anche per il turismo enogastronomico”.

Nel 2020 i turisti italiani hanno riscoperto l’Italia con una voglia di approfondire la conoscenza del patrimonio di sapori territoriali. Le località di mare sono diventate la porta di accesso per partecipare a esperienze enogastronomiche memorabili nell’entroterra (53%

dei turisti enogastronomici) e la voglia di vivere all’aria aperta ha spinto i viaggiatori alla ricerca di sistemazioni come agriturismi (l’86% ha intenzione di alloggiarvi) e relais di campagna (59%), con una ricerca di soluzioni innovative, tra cui spiccano alberghi a tema cibo-vino (56%), glamping (29%) e case sugli alberi (32%). Interessante il dato secondo cui l’80% degli intervistati si aspetta una prima colazione a base dei prodotti del luogo.

Tra le regioni italiane, sventa la Sicilia come meta enogastronomica più desiderata seguita dall’Emilia-Romagna, dalla Campania e a seguire da Puglia e Toscana. La città preferita dai turisti enogastronomici italiani è Napoli, che precede Bologna, seguita da Palermo per gli italiani in generale e da Roma per i turisti enogastronomici. Per quanto riguarda, invece, i Paesi stranieri la migliore destinazione dal punto di vista enogastronomico è risultata la Spagna, seguita dalla Francia e poi dalla Grecia.

Acquista inoltre un peso rilevante la digital revolution nella fase pre e post esperienziale. Se nella scelta di visitare un’azienda o un territorio continua a prevalere il passaparola tra amici e conoscenti (55%), la ricerca evidenzia tuttavia un peso sempre più importante dei social network con Instagram in crescita. Il digitale è diventato lo strumento di riferimento per la fase successiva all’esperienza diretta, dall’acquisto dei prodotti con consegna a domicilio, che interessa il 70% degli intervistati, fino alle degustazioni digitali.



Roberta Garibaldi,
Prof.ssa dell’Università di Bergamo e
membro del Comitato scientifico di Qualivita

Enti patrocinatori

Rapporto turismo enogastronomico 2021



Touring Club Italiano

Turismo enogastronomico: una scelta strategica sostenibile

