

Estate 2017 all'insegna dell'enogastronomia

TheFork: Food & Wine, fattori di crescente importanza per il turismo

Milano, 18 luglio 2017 – L'enogastronomia si conferma uno dei fattori a cui i turisti guardano con crescente interesse nell'estate 2017. Secondo una recente analisi della Coldiretti¹, quest'estate l'alimentare sarà la principale voce della spesa di italiani e stranieri in vacanza in Italia, che spenderanno per cibo e bevande circa **26 miliardi di euro** tra pasti al ristorante e acquisto di prodotti enogastronomici. Lo conferma anche **TheFork**, tra le principali app di prenotazione online dei ristoranti a livello globale con una posizione leader nel mercato italiano, che ha analizzato le intenzioni² della propria community di foodies.

Offerta enogastronomica: un fattore importante nella scelta della destinazione

Secondo lo studio, quasi l'**80% degli intervistati** andrà in vacanza fuori città per una (28%) o due settimane (46%). Per il 44% di questi turisti, l'offerta gastronomica è un fattore molto importante (39%) o fondamentale (4%) nella scelta della destinazione. La quasi totalità prevede, inoltre, di fare **esperienze enogastronomiche** nel corso delle proprie vacanze. In particolare, il **35%** degli intervistati punterà sulla **degustazione di vini e/o prodotti locali** e il **12%** si concederà un pranzo o una cena in un **ristorante premiato dalle guide gastronomiche**. A seguire nella "classifica" delle esperienze legate al Food&Wine anche i **tour enogastronomici**, le **lezioni di cucina locale** e il **social eating**.

Cena al ristorante: l'esperienza enogastronomica più diffusa in vacanza

L'**83%** degli intervistati prevede di fare **uno o più pasti in un ristorante del luogo**, principalmente per il servizio della cena. Quanto al budget destinato alla ristorazione, oltre la metà dei rispondenti ha stanziato tra **25 e 50 € a pasto a persona**. Nella scelta del ristorante il **74%** ritiene che sia molto importante o fondamentale che la proposta culinaria sia legata al territorio. Le cucine preferite in vacanza sono quelle di **pesce** e le **specialità regionali**, mentre per quanto riguarda l'atmosfera, la caratteristica più ricercata nei ristoranti delle località turistiche è la **vista panoramica**. Le recensioni sui portali specializzati e i social sono - insieme al consiglio di parenti, amici e gente del posto - uno dei criteri più utilizzati nella scelta del ristorante in vacanza.

¹ Analisi della Coldiretti presentata in occasione dell'incontro su "Vacanze tra cibo e cultura con i superfood della nonna" (fonte: <http://www.coldiretti.it/News/Pagine/433---1-Giugno-2017.aspx>)

² Metodologia: TheFork ha condotto un sondaggio nel mese di giugno attraverso surveymonkey su un campione di 500 utenti in Italia analizzando i loro programmi gastronomici per l'estate 2017. I dati pertanto risultano esclusivamente indicativi di una tendenza.

Turismo enogastronomico: oltre il semplice consumo

«L'indagine conferma quanto l'esperienza enogastronomica sia diventata un elemento centrale nella vacanza» - spiega [Roberta Garibaldi](#), esperta di turismo enogastronomico, nel direttivo della [World Food Travel Association](#), nonché autrice di numerosi libri e saggi - «l'enogastronomia è diventata uno "strumento" privilegiato poiché racchiude e veicola tutti quei valori che il turista contemporaneo ricerca, ossia rispetto della cultura e delle sue tradizioni, autenticità, sostenibilità, benessere psico-fisico ed esperienza».

«Anche la recente ricerca che abbiamo condotto in 11 Paesi del mondo indica che il 93% dei turisti ha partecipato ad almeno una esperienza legata al *food & wine* nel corso della sua più recente vacanza. E il recarsi in un ristorante per un'esperienza culinaria memorabile risulta fra le più richieste, essendo stata svolta dal 63% degli intervistati».

«Sebbene un buon pranzo con prodotti locali abbia sempre rappresentato un elemento fondamentale nella vacanza, oggi il turista si mostra sempre più interessato ad andare oltre al semplice consumo dei prodotti tipici e aspira a conoscerne le origini, i processi e le modalità di produzione e, attraverso questi, il territorio, le vicende storiche, artistiche e sociali, la vita delle persone del luogo. Non è quindi un caso che i turisti non ricerchino solo esperienze culinarie nei tradizionali luoghi del *food* ma una pluralità di attività enogastronomiche come tour all'insegna dell'enogastronomia, visite a cantine, lezioni di cucina ed esperienze di social eating. Senza dimenticare i festival e gli eventi a tema, molto diffusi in tutta Italia».

A proposito di TheFork

TheFork, brand di TripAdvisor®, è la piattaforma leader in Europa per le prenotazioni online di ristoranti, con un network di oltre 40.000 ristoranti a livello globale e quasi 14 milioni di visite al mese. La piattaforma opera come "LaFourchette" in Francia e Svizzera, "ElTenedor" in Spagna, "TheFork" in Italia, Belgio, Portogallo, Brasile, Svezia e Danimarca. Opera anche in inglese come "TheFork.com", Dimmi in Australia e IENS in Olanda. TheFork mette in contatto utenti e ristoranti, permettendo ai primi cercare e prenotare il tavolo online e ai secondi di aumentare le prenotazioni e la fedeltà dei clienti. Attraverso TheFork (sito e app), così come su TripAdvisor, gli utenti possono facilmente selezionare un ristorante in base alle loro preferenze (per esempio localizzazione, tipo di cucina e prezzo medio), consultare le recensioni degli utenti, controllare la disponibilità in tempo reale e prenotare all'istante online. Per i ristoranti, TheFork fornisce un software, TheFork Manager, che consente di ottimizzare le prenotazioni e le operazioni, e di migliorare servizio e ricavi, secondo i principi dello Yield Management, pratica utilizzata con successo nel settore turistico che permette di variare i prezzi a seconda delle disponibilità.

TripAdvisor® è il sito di viaggi più grande del mondo*, che permette ai viaggiatori di sfruttare al massimo il potenziale di ogni viaggio. Con oltre 500 milioni di recensioni e opinioni relative alla più grande selezione di business di viaggio a livello mondiale – oltre 7 milioni di alloggi, compagnie aeree, attrazioni e ristoranti – TripAdvisor offre ai viaggiatori le esperienze della community per aiutarli a decidere dove soggiornare, come volare, cosa fare e dove mangiare. TripAdvisor inoltre confronta i prezzi da oltre 200 siti di prenotazione per permettere ai viaggiatori di trovare la tariffa più conveniente dell'hotel adatto a loro. I siti a marchio TripAdvisor sono presenti in 49 mercati e rappresentano la più grande community di viaggiatori del mondo: 390 milioni di visitatori unici al mese**, tutti alla ricerca del meglio per i loro viaggi. TripAdvisor: Informati meglio. Prenota meglio. Viaggia meglio.

TripAdvisor, Inc. (NASDAQ:TRIP) gestisce siti sotto altri 22 brand di viaggio attraverso le sue società sussidiarie: www.airfarewatchdog.com, www.bookingbuddy.com, www.citymaps.com, www.cruisecritic.com, www.familyvacationcritic.com, www.flipkey.com, www.gateguru.com, www.holidaylettings.co.uk, www.holidaywatchdog.com, www.housetrip.com, www.independenttraveler.com, www.jetsetter.com, www.niumba.com, www.onetime.com, www.oyster.com, www.seatguru.com, www.smartertravel.com, www.thefork.com (inclusi www.lafourchette.com, www.eltenedor.com, www.iens.nl e www.dimmi.com.au), www.tingo.com, www.tripbod.com, www.vacationhomerentals.com e www.viator.com.

*Fonte: comScore Media Metrix per i siti di TripAdvisor, dati mondiali, dicembre 2016

**Fonte TripAdvisor log files, media di visitatori unici al mese, primo trimestre 2017