Travelnostop
il giornale del travelling italiano

edizione Nazionale

per la tua pubblicità in questo spazio: 091.519165

La nuova tendenza viaggi sono le food experience: al top americani, tedeschi, svizzeri e francesi

notizia pubblicata **03 Giugno 2019** alle ore **10:02** nella categoria **Dati e statistiche**

Riposarsi e mangiare bene in contesti diversi e autentici: è questa l'esigenza del viaggiatore moderno. Secondo l'Osservatorio di Home Food – Le Cesarine, il mercato dei tour è cresciuto così tanto da valere oggi, a livello globale, circa 150 miliardi di dollari su base annua.

Cultura, e tradizioni dei luoghi visitati, sembrano essere i driver delle scelte nella ricerca delle esperienze. Senza distinzioni d'età: la tendenza vale per i baby boomers quanto per i millennial che preferiscono (67% vs 59% del 2017) spendere soldi in esperienze piuttosto che in una bella camera d'albergo, così come farne di nuove e inedite piuttosto che rilassarsi (67% anche in questo caso). Più nel dettaglio, la voce di spesa legata al cibo è aumentata del 61% dal 2017 al 2018.

Si è diffuso, soprattutto nei paesi anglosassoni, un nuovo termine per descrivere questa tendenza: foodcations, una parola composta da food e vacation che indica un modo di viaggiare che mette al centro il cibo, inclusa la ricerca di esperienze particolari, così come tradizioni e ricette della destinazione visitata.

L'Osservatorio di Home Food Le Cesarine, il network che raccoglie circa 600 cuoche-domestiche che propongono cucina regionale di qualità nelle loro case, più nello specifico registra che la spesa turistica degli stranieri in Italia è di 36,4 miliardi di euro all'anno, di cui 12 spesi in cibo ed esperienze enogastronomiche. Di questi 12 miliardi, 3 sono stati spesi in "occasioni di consumo di cibo al di là della ristorazione tradizionale". Esperienze che si declinando in diverse forme: lezioni di cucina, social eating e

home dining soprattutto. Le Cesarine, la più antica ed estesa rete italiana aggiunge una finalità ulteriore: far provare e conoscere agli ospiti la cucina tradizionale e l'autentica ospitalità italiana preservando e continuando la tradizione regionale.

Ad accogliere il maggior numero di turisti stranieri – in larga parte statunitensi, seguiti da tedeschi, svizzeri e francesi – negli ultimi 18 mesi sono state Le Cesarine delle grandi città d'arte come Roma, Firenze Venezia, Napoli, Bologna e Milano cui si sono aggiunte, nel corso dell'estate, quelle delle destinazioni di villeggiatura: Sorrento, Como e Siena sul podio

Ed è uno spaccato socio-demografico interessante anche quello che i turisti, alla ricerca di food experience autentiche, hanno offerto alla rete delle Cesarine e Cesarini: a loro volta persone dall'età media di 57 anni, spesso professionisti (alcuni dei quali in pensione), guidati oltre che dall'amore per la cucina anche dalla curiosità per il confronto con culture straniere.

L'identikit di coloro che hanno riservato, nell'ultimo anno, cene e lezioni di cucina sul portale delle Cesarine è rappresentato da nuclei familiari "maturi" (capifamiglia oltre i 50 anni), stranieri, provenienti per lo più da grandi città statunitensi (New York in testa, seguita da Houston mentre dal vecchio continente, Monaco di Baviera, Parigi, Zurigo e Londra), "capitanati" da donne – il 60% delle prenotazioni viene dal gentil sesso – con un elevato grado di istruzione e buona capacità di spesa.

"A contattare e a prenotare un'esperienza con Le Cesarine sono stati anche, negli ultimi mesi, diversi tour operator internazionali di alto standing i cui clienti sempre di più chiedono, per i loro clienti, esperienze che li portino a contatto con la cultura e le abitudini locali, a maggior ragione se è coinvolto il cibo e l'ospitalità. C'è anche molta voglia di approfondire: di tutte le prenotazioni ricevute circa il 75% ci ha chiesto un'esperienza con lezione di cucina annessa e, in alcuni casi, anche tour del mercato per fare la spesa", ha detto Davide Maggi, AD de Le Cesarine.