Quasi la metà dei Millennials sono turisti enogastronomici

Se fino a poco tempo fa il turista enogastronomico tipo era un soggetto di media età ad alto reddito, oggi sono i **Millennials**, ovvero i nati tra il 1981 e il 1998, a farla da padrone. Un segmento in forte crescita nell'ultimo anno in Italia che testimonia una maggior propensione a intraprendere esperienze enogastronomiche in linea con i coetanei internazionali che da qualche anno già cavalcano quest'onda. In Italia il 46% dei Millennials è un turista enogastronomico: una nuova ricerca di Roberta Garibaldi ne delinea le caratteristiche.

Chi è il turista Millennial?

Principalmente single/non sposato, più acculturato, ma con un attuale reddito disponibile più basso. Ricerca un viaggio che gli permetta di scoprire la cultura del territorio attraverso gli incontri e il cibo e quando si tratta di scegliere la destinazione di un viaggio enogastronomico ne valuta in via prioritaria bellezza (51%), cultura e tradizioni enogastronomiche e non (46%).
Se da un lato le esperienze a tema enogastronomico più apprezzate dai Millennials corrispondono a quelle degli altri turisti, che si tratti di mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (87%) oppure visitare un mercato con prodotti del territorio (80%), dall'altro si denotano ampie differenze per molte scelte.

Social

I nativi digitali sono social e, stando ai dati, non solamente dietro a uno schermo: si distinguono infatti perché ricercano esperienze a contatto con altre persone. Si evidenzia un maggiore desiderio di recarsi in locali molto frequentati per incontrare e conoscere persone (62%), dato che segna una differenza di ben +16% e +14% rispetto ai Boomers e ai nativi della Generazione X. Divergenze simili si ritrovano anche nel recarsi in un ristorante, bar o cantina di tendenza, per partecipare a un evento o festival legato al cibo o a esperienze di social eating.

Scelte nella ristorazione

i Millennials amano il cibo di strada. Acquistare cibo da un food truck è la quarta esperienza più desiderata (indicata dall'82%, +19% e +8% rispetto ai Boomers e ai membri della Generazione X), così come forte la è tendenza a provare le novità con un'apertura al globale; andare in ristoranti etnici per degustare piatti della cucina di tutto il mondo si rivela esperienza desiderata per il 79% (rispettivamente +17% e +10%). Incisiva la voglia di mangiare in ristoranti gourmet: interessa il 60% dei Millennials, rispetto al 48% dei Boomers e dei nativi della Generazione X. Maggiore anche il desiderio di partecipare a corsi di cucina (rispettivamente +21% e +12%) e a un viaggio enogastronomico on the road di più giorni organizzato da un'agenzia specializzata (+11% e +9%). "Sempre più in viaggio e con sempre maggior capacità di spesa, i Millennials vivono il viaggio non solamente come una gratificazione, ma anche come un mezzo per crescere sia lavorativamente sia culturalmente" commenta Garibaldi. "Osservare e analizzare questo segmento, che si pone con tale vivacità sul mercato, e le sue esigenze potrebbe aiutare a prevedere le future tendenze del turismo enogastronomico" conclude Garibaldi.