Domani l’ultima giornata della manifestazione nella sede della Camera di Commercio di Firenze

**BOOM DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA NEL 2021  
I DATI IPSOS E I TREND DI RICERCA GOOGLE PRESENTATI A BTO**

*Cresce del 39% la ricerca di tour legati al food&wine (dati gennaio-ottobre)  
Il Belpaese primo in classifica tra le mete gourmand nel mondo, seguito a distanza da Francia e Giappone*

*Firenze, 29 novembre 2021 –* E’ boom per il turismo enogastronomico in Italia nell’anno segnato dalla pandemia e dal ritorno a viaggi slow e di prossimità: i dati emergono dalla ricerca **Ipsos** e dalle tendenze di ricerca presentate da **Google** nel corso di **BTO – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e innovazione in corso a Firenze fino al 30 novembre. Oggi in Camera di Commercio è andata in scena la giornata dedicata al Food & Wine Tourism, con rappresentanti delle istituzioni e big player del settore.

Secondo le analisi di **Google Destination** **Insights** nel prossimo futuro il **turismo di prossimità** rappresenterà una chiave a livello globale. Nell’organizzazione di una vacanza la **sostenibilità** è considerata un valore molto importante dall’**83% dei viaggiatori** e il **61%** di essi afferma che la pandemia li ha resi maggiormente sensibili a questo valore. La sostenibilità è tenuta in grande considerazione da chi pratica turismo enogastronomico. L’Italia svetta tra le mete gourmand nelle tendenze di ricerca su Google e registra un interesse in crescita: **tra gennaio e ottobre 2021** la ricerca di **tour enogastronomico** segna un +**39%,** mentre quella relativa alle cantine mostra un altro +**30%** (fonte Google Trends nel vertical: Travel).

In linea generale **l’Italia è il paese più desiderato dal punto di vista turistico**, secondo il 40% del campione intervistato da **Ipsos** (+3% rispetto al 2016). Tra gli aspetti più rilevanti del nostro Paese al primo posto troviamo la **qualità della vita**, seguita dall’**ottimismo** e dalla **creatività** e capacità di inventiva che contraddistinguono il popolo italiano. L’offerta enogastronomica, la moda e l’arte sono considerati i principali ambasciatori della nostra cultura all’estero: **l’Italia è prima tra le mete più golose nel mondo** (49% degli intervistati), seguita a distanza da Francia (22%) e Giappone (16%).

“Arte ed enogastronomia – dichiara **Massimiliano Tonelli**, direttore di **Artribune** oggi ospite di BTO - sono importanti strumenti per elevare la qualità del turismo, la sfida del prossimo futuro. Si tratta di due mondi che hanno dinamiche molto simili e ci permettono di andare in questa direzione. Oggi la cosa più importante per mettere a sistema questa sinergia è dotarsi di strumenti in grado di misurare i risultati e implementare le politiche migliori”.

In tema di eventi food e ricadute sul territorio un esempio è quello di Taste, evento dedicato alle eccellenze enogastronomiche d’Italia targato Pitti Immagine, pronto a tornare a primavera 2022 dopo 2 anni di stop causa Covid. “Dal 2006 ad oggi – dichiara **Lapo Cianchi**, Vice Direttore Generale e Direttore Comunicazione e Eventi **Pitti Immagine** – la manifestazione è cresciuta moltissimo, sia nel numero degli espositori, passati da 100 a oltre 400, che nella risposta della città, in termini di attenzione ed eventi correlati, ma moltissimo anche nel pubblico, soprattutto tra gli operatori di settore. Si tratta di un pubblico specializzato, molto motivato e attento, importante per una città come Firenze”.

I prodotti tipici sono anche tra i primi ambasciatori del territorio nel mondo, come dimostra l’operato di **PromoFirenze** in fiere di settore organizzate per la Regione Toscana con Camera di Commercio e Fondazione Sistema Toscana, quali ad esempio BuyWine e BuyFood. “I prodotti sono portatori di cultura – dichiara **Luca Piscitello**, PromoFirenze - messaggeri in grado di veicolare il nostro patrimonio e attrarre turismo. Anche in chiave di tour virtuali, in tempi di pandemia”.

**BTO – Be Travel Onlife**, manifestazione leader su turismo e innovazione con un programma ibrido tra incontri in presenza e online, è un evento di **Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze**, da sempre attente alla competitività del turismo connesso alla sfida dell’innovazione digitale. L’organizzazione è affidata a **Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze** e **Fondazione Sistema Toscana.** La **13/a edizione** si conclude domani, martedì 30 novembre, nella sede della Camera di Commercio, la giornata dedicata al tema Hospitality.

Maggiori informazioni [www.bto.travel](http://www.bto.travel)

Per acquistare un biglietto https://shop.bto.travel/negotio/

*BTO – Be Travel Onlife è un marchio di proprietà di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze. L’organizzazione è affidata a Toscana Promozione Turistica, PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze e Fondazione Sistema Toscana.*

Media Partner: Travel Quotidiano, Guida Viaggi, L’agenzia di Viaggi, Trend, Quality Travel, Turismo&Attualità, Travel World e Pop Economy.

Contatti ufficio Stampa

Mariangela Della Monica – Fondazione Sistema Toscana - m.dellamonica@fst.it - cell. 334 6606721

Con Chiarello Puliti & Partners Francesca Puliti – [francesca@puliti.net](mailto:francesca@puliti.net) – 392 9475467

Con The Gate Communication - Valerio Tavani – [valerio@the-gate.it](mailto:valerio@the-gate.it) - 339 6290620