

Quando la prima colazione diventa driver di attrazione turistica

notizia pubblicata 15 maggio 2019 alle ore 12:49 nella categoria **Curiosita'**



Secondo la maggior parte dei nutrizionisti, è il pasto più importante della giornata: per questo motivo la prima colazione deve essere non solo buona, ma anche sana. Se poi diventa l'occasione per scoprire i prodotti tipici di un territorio, può diventare anche un driver di attrazione turistica.

Il 79% dei viaggiatori italiani vorrebbe avere la possibilità di degustare prodotti e ricette del territorio nel corso della prima colazione, e sarebbe disposto a pagare un prezzo aggiuntivo pur di averla. È quanto emerge dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2019 di Roberta Garibaldi. "Si tratta di un dato importante che non solo certifica l'importanza di questo pasto anche nel corso del viaggio, ma che può diventare un forte elemento di attenzione e differenziazione per le strutture ricettive" spiega Garibaldi.

La maggior parte dei turisti italiani si mostra molto interessato a trovare in una struttura ricettiva una prima colazione a base di prodotti e ricette del territorio. Anche a costi superiori di quelli attuali: il 63% sarebbe disposto a pagare 2/3 euro in più pur di avere questa possibilità, e il 43% fino a 5 euro. Interesse che cresce per i turisti enogastronomici: l'87% di coloro che, negli ultimi tre anni, hanno svolto un viaggio con motivazione enogastronomica vorrebbe avere la possibilità di degustare prodotti e ricette del territorio nel corso di questo pasto, il 75% pagherebbe senza problemi una maggiorazione di 2/3 euro (a persona) mentre il 56% fino a 5 euro.

I viaggiatori italiani valutano favorevolmente iniziative atte a ridurre lo spreco di cibo, come nel caso delle

strutture ricettive e della prima colazione. L'84% gradirebbe che il cibo non consumato dai clienti venisse donato in beneficenza, l'80% che la struttura attivasse delle 'buone pratiche' per limitare lo spreco di cibo nella prima colazione e nei buffet, e il 74% che fosse esplicitamente indicato sul banco della prima colazione di mettere nel piatto solo il cibo che si consuma per evitarne lo spreco.

Se, dunque, la prima colazione ha grande rilevanza dal punto di vista psicologico e salutistico, durante la vacanza assume un ruolo importante: diventa un servizio fondamentale da cui dipende la soddisfazione degli ospiti, che ne serbano il ricordo, e che andrà a influenzare le recensioni e l'intenzione al ritorno. Una prima colazione curata diventa strategia di differenziazione, raccomandata proprio per le caratteristiche intrinseche di unicità.

La gran parte dei clienti degli alberghi accede alla prima colazione e questa esperienza può essere l'ultimo vissuto prima della partenza che va a influenzare il giudizio di un cliente. La prima colazione, infatti, è presente in oltre il 70% delle recensioni. Puntare su una prima colazione a base di prodotti locali può diventare un elemento di vantaggio competitivo per le strutture poiché in grado di trasmettere la stretta connessione con il territorio e il rispetto per l'etica e le problematiche socio-ambientali. Inoltre, consente all'ospite di sentirsi realmente coinvolto nell'ambiente locale.

Nella Lombardia orientale, il progetto 'East Lombardy – European Region of Gastronomy 2017' ha puntato sulla prima colazione a base di prodotti tipici come elemento di differenziazione. Grazie alla presenza e alla collaborazione dei numerosi operatori disponibili sono state attivate una serie di iniziative (tra cui un toolkit per gli operatori del settore dell'accoglienza) atte a rendere questo pasto unico e peculiare, riconoscibile, ma anche replicabile e quindi in grado di creare valore aggiunto nel complesso della filiera. La colazione di East Lombardy è stato un primo prorogato pilota che ha quindi voluto trasferire nel piatto i valori del territorio e della tradizione.

Guardando fuori dai confini nazionali, in Grecia è possibile scoprire la gastronomia tipica facendo colazione in hotel. Grazie al programma 'Greek Breakfast' iniziativa promossa dalla Hellenic Chambers of Hotels, gli ospiti delle strutture che aderiscono all'iniziativa possono iniziare la giornata gustando prodotti sani e genuini tipici della gastronomia greca, conoscere la loro storia e quella dei loro produttori, e scoprire le ricette di piatti locali. Il programma, attivo dal 2010, ha l'obiettivo di fare entrare in contatto i turisti con alcuni tra i prodotti al centro della dieta mediterranea.

Nell'isola di Cipro è stato avviato negli ultimi anni il progetto 'Cyprus Breakfast': uno strumento di marketing e promozione a supporto dell'industria turistica che mira a migliorare il carattere tradizionale e locale della colazione offerta dagli hotel che aderiscono al fine di creare valore aggiunto. Questo obiettivo è perseguito grazie all'inserimento di piatti e prodotti che sono identificati come autentici, tradizionali e/o appartenenti alla dieta mediterranea.