

Gli speciali di **Avenire** **VIAGGI & TURISMO**

L'ENOGASTRONOMIA SI CONFERMA VERO MOTORE DELL'ECONOMIA

Questione di gusto: quel sapore unico della nostra terra

Che siano in vacanza o in famiglia, le feste si celebrano soprattutto attorno alla tavola. Con le ricette della tradizione e il meglio che il nostro straordinario patrimonio enogastronomico può offrire. Vini e prodotti di altissima qualità, ambasciatori del gusto dell'Italia nel mondo. L'enogastronomia rappresenta così un vero e proprio mercato economico ricco di opportunità non solo per le vendite agro-alimentari, ma anche per la capacità di entrare nelle scelte di vacanza e muovere verso le mete turistiche italiane numeri sempre crescenti di turisti alla ricerca di una esperienza di italianità nel piatto e nel bicchiere, attratti dal Made in Italy e dalle produzioni nelle aree interne e nei borghi. E quando scoprire questo carosello di produzioni tipiche, delle ricette e dei sapori dei territori, dai vini alla gastronomia, se non a Natale? Mercatini, tradizioni e manifestazioni, dal profondo Nord al profondo Sud, dalle Alpi al mare delle isole, diventano culla di sapori unici.

Nel 2023, oltre 1 milione di visitatori stranieri hanno trascorso in Italia una vacanza enogastronomica, per un totale di 1,8 milioni di pernottamenti e un ammontare di spesa pari a 363 milioni di euro di consumi turistici. Si tratta dunque di un segmento importante sul quale Enit sta lavorando in stretto rapporto con i territori. Anche il ministero nel 2024 ha supportato economicamente iniziative finalizzate al turismo sostenibile anche nella ristorazione, perché la sostenibilità parte dai territori e dalle loro eccellenze produttive, artigianali e agroalimentari. Un turismo capace di portare in Italia i visitatori tutto l'anno, specialmente nelle stagioni intermedie, diversificando prodotti turistici e destinazio-

ni meno conosciute, seguendo un calendario che propone esperienze di raccolta dei prodotti, di trasformazione che vede proprio in primavera e autunno la punta della stagionalità. Dalle indagini realizzate dall'Ufficio Studi di Enit, in questi ultimi anni l'Italia si conferma la meta europea più richiesta dalla clientela dei tour operator stranieri che propongono il nostro Paese (a segnalarlo è l'86,9% dei tour operator intervistati), sia in generale che per i pacchetti dedicati al turismo enogastronomico. Al secondo posto si colloca la Spagna (commercializzata dal 43,1% dei tour operator), terza la Francia (37,7%), quarta la Grecia (22,7%), quinta la Germania (17,7%). In termini di venduto - secondo i dati di Enit - il nostro Paese è leader di mercato per un tour operator su due. I principali competitor sono la Francia (in generale o con pacchetti dedicati solo a Bordeaux), la Germania e la Spagna (proposta in generale o con pacchetti dedicati solo a Rioja). Tra i servizi più presenti nei pacchetti dedicati all'enogastronomia vi sono i tour dedicati alla scoperta delle prelibatezze locali, accompagnati da un esperto di cibo e le visite alle cantine locali, ma anche l'occasione di degustare i piatti proposti in un ristorante gourmet, le passeggiate lungo le strade del vino, le visite nelle fattorie, nei frantoi ed uliveti, nei pastifici e nelle fabbriche di cioccolato, nelle distillerie, nei birrifici e nei caseifici. Seguono altre esperienze come la scoperta di ristoranti o bar storici, le visite nelle pasticcerie e nei food market. Più di nicchia proposte di eventi specifici e quelle ai musei del cibo. Ce n'è per tutti i gusti... che la festa abbia inizio. A tavola. (G.Mat.)

Attorno al buon cibo si muove una fetta sempre più attenta di turisti, con pacchetti ad hoc e tour dedicati. Nel 2023 sono stati oltre un milione



© RIPRODUZIONE RISERVATA

