

# Le esportazioni trainano anche il turismo verso l'Italia

di Silvia Valente

L'export delle eccellenze del made in Italy è anche un ottimo biglietto da visita per il Paese e serve ad attrarre sempre più turisti. In sostanza «facciamo conoscere le nostre offerte e da qui innestiamo una filiera produttiva che crea valore e investimenti in Italia, grazie al ritorno in termini di spesa e soggiorni dei turisti internazionali», ha sottolineato Ivana Jelinic, ad di Enit, commentando i dati presentati in occasione dell'inaugurazione dello stand Italia all'Itb di Berlino, il più importante appuntamento per l'industria del turismo. Nel primi 11 mesi del 2024 le presenze dei turisti stranieri hanno raggiunto quota 235 milioni, con una crescita del 3,7% rispetto allo stesso periodo del 2023. Arrivi internazionali che contribuiscono alla crescita dei territori con una spesa pari a 28,7 miliardi di euro, l'8,5% in più sull'anno precedente. Al primo posto per i turisti esteri che scelgono l'Italia c'è la Germania (14,8%), poi Francia (13,2%), Regno Unito (7,5%) e Usa (circa 5%). Proprio le nazioni che sono le principali destinatarie delle esportazioni agroalimentari italiane, anche se in ordine leggermente diverso: la Germania resta al primo posto (15,4% sul totale) mentre gli Stati Uniti guadagnano il secondo posto (11%), con la Francia leggermente al di sopra (11%) del Regno Unito (6,8%). E se l'export dei prodotti agroalimentari ha segnato un +7,1% sul 2023, sempre più turisti scelgono l'Italia proprio per fare esperienza diretta delle eccellenze enogastronomiche italiane: la crescita segna addirittura il +176% negli ultimi 20 anni. Nel dettaglio, il solo turismo internazionale ha speso nell'enogastronomia italiana 363 milioni di euro nell'ultimo anno, anche avventurandosi nella scoperta delle aree interne e delle tradizioni italiane. In termini di volumi si tratta di 1,1 milioni di visitatori stranieri e 1,8 milioni di pernottamenti all'insegna dell'enogastronomia. Anche per il turismo enogastronomico la medaglia d'oro va alla Germania che si posiziona tra i mercati in testa al rating per pernottamenti turistici con oltre 100 mila viaggiatori che soggiornano per 361 mila notti, per un totale di oltre 58 milioni di euro di spesa solo per questa tipologia di vacanza. Le relazioni tra Italia e Germania si confermano «un pilastro fondamentale per la nostra economia dunque vanno rafforzati per le opportunità commerciali che ne derivano, creando un circolo virtuoso che porterà benefici a entrambi i Paesi», ha dichiarato la ministra del Turismo Daniela Santanchè. (riproduzione riservata)

