

- [Cronaca](#)
- [Economia](#)
- [Cultura e Spettacolo](#)
- [Sport](#)
- [Turismo](#)
- [Sociale](#)
- [Porto Cervo](#)

Q

☀ 21°

- [🏠 prima pagina](#)
- [🕒 24 ore](#)
- [📺 video](#)



## Turismo: l'esperta, ministero unico con agricoltura sfida per valorizzazione

lavoro



21/06/2018 13:56

AdnKronos

[@Adnkronos](#)



adnkronos

News24Ore

Roma, 21 giu. (Labitalia) - "Apprezzo pienamente l'abbinamento di politiche agricole e turistiche in un unico ministero. Si tratta di un tema importantissimo per l'Italia: il nostro Paese ha un incredibile patrimonio agroalimentare ed enogastronomico, che può trasformarsi in un formidabile volano di promozione". Così Roberta Garibaldi, esperta a livello nazionale e internazionale di turismo enogastronomico, commenta l'ipotesi del governo di un passaggio della delega per il turismo dai Beni culturali alle Politiche agricole. "Sono già tanti i Paesi - ricorda - che hanno attuato piani strategici focalizzati sul turismo enogastronomico, o attività legate al comparto, per posizionarsi in modo innovativo e competitivo sul mercato. E molti elementi fondamentali del turismo enogastronomico, gli agriturismi, le strade del vino e dei sapori, i prodotti del food, sono già all'interno del Mipaaf". Questa scelta - ribadisce - può quindi essere molto positiva per l'Italia: finora il nostro Paese ha lavorato in modo limitato sullo sviluppo del turismo enogastronomico, settore che in questo momento registra aumenti a doppia cifra in tutto il mondo, come confermano i numeri delle più recenti ricerche. E anche l'immagine che gli stranieri hanno dell'Italia, è legata al cibo ancor più di monumenti, moda o design". Che l'enogastronomia sia un potente mezzo di marketing territoriale, perfino al di fuori dei confini geografici, è indicato anche dal Primo Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2108. Le piacevoli esperienze enogastronomiche fatte in viaggio creano, infatti, ricordi duraturi e favoriscono la diffusione di una buona reputazione della destinazione. Il 62% dei nostri connazionali intervistati raccomanda la destinazione a parenti, amici e colleghi, mentre il 61% è propenso a ritornare nella destinazione. Ma non solo. Per il 63% alcuni prodotti e ristoranti riportano alla mente i viaggi fatti, per il 57% scoprire l'enogastronomia locale aiuta a mantenere un ricordo durevole e il 52% acquista prodotti che ha scoperto nel corso del viaggio una volta rientrato a casa. "Le opportunità di un ministero integrato - spiega Roberta Garibaldi - sono molteplici. Come l'individuazione di modifiche normative e di incentivi che abbiano l'intento di stimolare concretamente gli operatori privati del settore food & wine a investire per dotarsi delle conoscenze e infrastrutture necessarie ad aprirsi al turismo e creare un'offerta esperienziale, sostenibile e rivolta a specifici target. O il sostegno all'adozione delle nuove tecnologie con ricadute in molti ambiti, dal miglioramento dell'esperienza turistica alle modalità di comunicazione innovative". "Senza dimenticare - aggiunge - gli aspetti dell'educazione per aumentare la consapevolezza dei cittadini sul valore del patrimonio enogastronomico, sui principi di alimentazione sana e sulla sostenibilità, la giusta difesa del locale quando minacciato dal globale, al fine di preservare le nostre tipicità e la nostra cucina, e la necessità di limitare lo spreco anche nel settore turistico". "Il turismo enogastronomico può rappresentare la base - sottolinea Roberta Garibaldi - per uno sviluppo sostenibile del territorio. Può, infatti, stimolare la nascita di politiche e strategie atte alla difesa delle identità culinarie, rafforzare il processo di crescita e partecipazione della comunità e contribuire a creare nuovi posti di lavoro". "Ad oggi sono tante le nazioni e le regioni che hanno adottato piani o programmi di sviluppo del turismo enogastronomico. Tra queste la Corea del Sud, con il programma K-Food Road, la Thailandia, la Giamaica, con il Jamaica gastronomy network, la regione belga delle Fiandre, con il Flanders food manifest, la Regione britannica del Galles, con il piano Food Tourism Action Plan, l'Irlanda, con il Food Tourism Activity Plan 2014-2016. A conferma del potenziale insito in un settore sempre più richiesto dai turisti di tutto il mondo", conclude.

0

CONDIVISIONI

Google Bookmark

Facebook

Twitter

Stampa

Google+

Flipboard

Più...

Leggi anche