

ITALIA

TURISMO

Da “Cheese 2021” by Slow Food le sfide del turismo enogastronomico italiano

Il Ministro del Turismo Garavaglia: “per la prima volta l’Italia si doterà di un piano per il turismo enogastronomico”

BRA, 20 SETTEMBRE 2021, ORE 15:00



Le Langhe, tra le mete top del turismo enogastronomico

Il 70% dei turisti italiani reputano fondamentale l’offerta gastronomica nella scelta della meta delle vacanze, il 90% desidera vivere esperienze legate al cibo durante il viaggio. Dati che, secondo Roberta Garibaldi, docente di Tourism Management all’Università di Bergamo e presidente dell’Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, rivelano l’importanza del settore nel trainare l’intero comparto, come è emerso dalla tavola rotonda su quale tipo di enogastronomia promuovere nella cornice di [“Cheese 2021”](#), il più grande evento internazionale dedicato alle forme del latte ed ai formaggi firmato Slow Food, di scena a Bra, cui hanno partecipato, insieme a Roberta Garibaldi, il Ministro del Turismo Massimo Garavaglia, il direttore del quotidiano “La

Repubblica” Maurizio Molinari e il presidente Slow Food Carlo Petrini.

“Nelle ricerche che riguardano il tema dell’**enogastronomia** in Italia, diversi formaggi occupano le prime posizioni della classifica delle fonti di attrattività turistica, insieme alla pizza”, **ha spiegato Roberta Garibaldi, sottolineando come le visite ai caseifici rappresentino una delle voci più gradite da chi si appresta a svolgere esperienze in viaggio. “Per la prima volta l’Italia si doterà di un piano per il turismo enogastronomico”, ha annunciato il Ministro del Turismo Massimo Garavaglia, che, a Bra, ha incontrato i produttori dei Presidì del Gusto Slow Food. Il Ministro ha ricordato che il nostro Paese “ha un problema, quello di essere primo in Europa a gennaio nelle ricerche online e di ritrovarsi in quinta o sesta posizione per presenze a fine anno, al momento di verificare i dati”.** Ma una soluzione esiste: “Per vincere la sfida che ci attende, cioè guadagnare nuove quote di mercato, è sufficiente organizzarsi meglio, mettere a sistema le risorse. Occorre far conoscere le ricchezze di cui disponiamo”. Un aiuto può arrivare quindi dalle tecnologie, perché “grazie al digitale riusciremo a far conoscere anche l’ultimo pezzetto del nostro bel Paese. Le istituzioni - conclude il Ministro del Turismo - possono rappresentare la cornice del quadro complessivo, ma sta ai singoli territori il compito di dipingere bene il quadro complessivo, sfruttando anche i mezzi tecnologici di cui oggi disponiamo e lavorando sul marketing territoriale”.

Tra le ricchezze dell’**enogastronomia** del Belpaese, “le Langhe, e, più in generale, l’intero Nord-Ovest italiano, che - ha detto il direttore del quotidiano “La Repubblica”, Maurizio Molinari - hanno saputo generare valore e promuovere un turismo legato all’**enogastronomia** grazie “al legame con l’identità del territorio, all’attenzione alla sostenibilità e alla produzione di risorse sane”. **Secondo Carlo Petrini, presidente Slow Food, c’è un altro aspetto da tenere in considerazione nel rispondere all’esigenza di offrire turismo,** “quello di garantire alle comunità che abitano il territorio di vivere bene, perché non può esserci turista felice se la gente che vive nel posto non lo è. I nostri borghi, i paesi più defilati rispetto alle località caratterizzate da grandi flussi turistici, stanno perdendo pezzi di socialità. Non ci sono più le botteghe alimentari, non ci sono più le osterie, scuole e nemmeno più i parroci. Oltre a sviluppare le doti comunicative dei territori - ha concluso Petrini - abbiamo bisogno di mantenere in vita presidi di economia vera, anche per quanto riguarda le produzioni alimentari: perché se non ci sono più contadini, agricoltori e artigiani, che cosa potremo comunicare ai potenziali turisti?”.

Contatti: info@winenews.it

Seguici anche su Twitter: [@WineNewsIt](https://twitter.com/WineNewsIt)

Seguici anche su Facebook: [@winenewsit](https://www.facebook.com/winenewsit)
