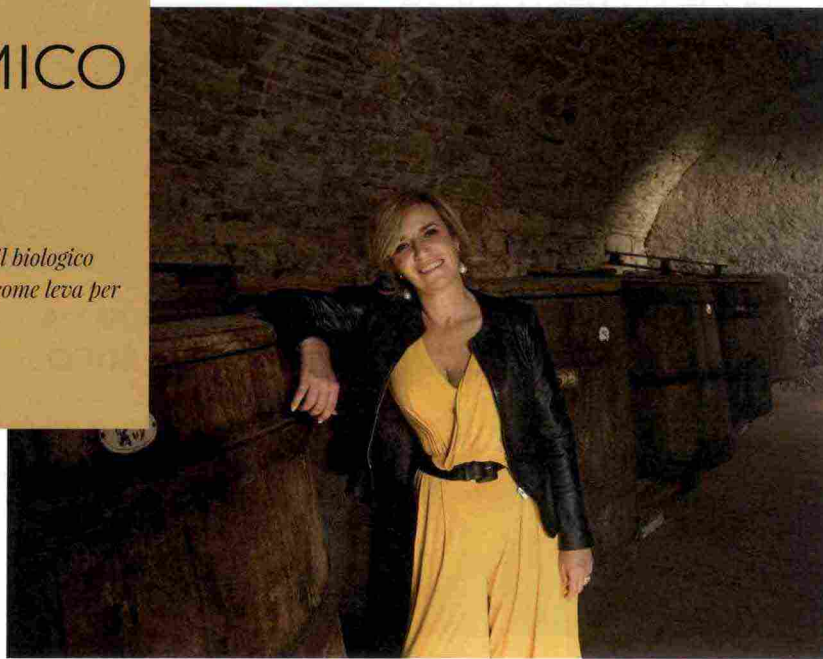


NEWS BIO&GREEN

TURISMO ENOGASTRONOMICO E BIO

Due strade che si uniscono. I numeri parlano chiaro: il biologico è un trend in crescita, non solo per i consumi ma anche come leva per un turismo sempre più sostenibile

A CURA DI MARINA CIANCAGLINI



Il binomio tra turismo ed enogastronomia è cosa nota nel nostro Paese, trasformando questo comparto in una "gallina dalle uova d'oro". Lo conferma una recente analisi sul turismo in Italia, elaborata da Isnart che ogni anno monitora con le sue rilevazioni l'evoluzione della domanda/offerta per conto dell'Osservatorio Nazionale sul Turismo. Le eccellenze della gastronomia nostrana sono la prima motivazione di visita per 1 turista su 4; nel 2017 si sono contate oltre 110 milioni di presenze legate al turismo enogastronomico, di cui il 43% sono italiani e il 57% stranieri, con una spesa che ha superato i 12 miliardi. Il legame con la sostenibilità è evidente e paesaggio e produzioni agricole diventano anche un asset turistico da tutelare. Non solo con la cura e pulizia dell'ambiente ma anche con un'offerta che propone dei percorsi di turismo enogastronomico *green*: dalle degustazioni di prodotti bio, ai percorsi verdi, alle strutture ricettive che abbracciano la sostenibilità in toto, anche nei materiali di costruzione e nelle energie rinnovabili. Questa

tendenza sembra seguire l'attenzione costante sui prodotti bio, come emerge da un'analisi del 2018 di Coldiretti, dove si registra un aumento del 10,5% la vendita di prodotti biologici in Italia, con un trend positivo ininterrotto degli ultimi dieci anni. Questo aumento di domanda ha spinto l'aumento delle produzioni nazionali su ben 1,8 milioni di ettari tra bio e in conversione. Dati che si allineano con il secondo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano realizzato dall'Osservatorio Nazionale del Turismo Enogastronomico, dove si evince un crescente interesse, da parte degli italiani, non solo per questo settore turistico ma anche sulla eco-sostenibilità delle esperienze vissute. **Roberta Garibaldi**, docente universitaria ed esperta a livello nazionale e internazionale di turismo enogastronomico, ha curato lo studio e non ha dubbi: "I dati parlano chiaro: il 59% dei turisti italiani valuta come importante o importantissima la presenza di un'offerta enogastronomica

e di esperienze tematiche. Ulteriori elementi considerati nel processo decisionale sono la qualità delle produzioni (indicato come importante dal 54% dei viaggiatori), la sostenibilità di strutture ed eventi (50%), e la disponibilità di prodotti biologici (46%); in quest'ultimo aspetto il vino rappresenta un grande fattore di traino. Questa tendenza è stata già rilevata dal primo Rapporto nel 2018. Inoltre, come elementi decisivi per scegliere una determinata meta conta sì la bellezza del luogo - per il 51% degli intervistati - ma per una percentuale importante (26%) conta anche la qualità e l'integrità del paesaggio. Anche il recente divieto dell'uso della plastica usa e getta sono stati ben recepiti dalle strutture di accoglienza e contribuiscono a un'esperienza a 360 gradi, dove l'uso dei materiali riciclati è il frutto di un cambiamento di mentalità".

Il legame con la sostenibilità è evidente e paesaggio e produzioni agricole diventano anche un asset turistico da tutelare