

RIFLESSIONI E PROPOSTE DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA TURISMO ENOGASTRONOMICOMO AL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO 2023-2027

Focus sezione "ENOGASTRONOMIA NEL TURISMO"

Bergamo, 15 maggio 2023

Onorevole Presidente, Onorevoli Senatori,

Un sentito ringraziamento per la convocazione in audizione su un provvedimento di vitale importanza per il comparto turistico nazionale quale il "Piano Strategico del Turismo 2023-2027".

L'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico è un'organizzazione senza scopo di lucro che si pone quale obiettivo principale la promozione del turismo enogastronomico come *driver* per lo sviluppo economico, sociale e culturale sostenibile dei territori coerentemente con le indicazioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo-UNWTO. Svolge attività di studio e ricerca applicata, pubblicando annualmente il "Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano". Si adopera parimenti per sensibilizzare e stimolare all'innovazione *policy makers* e *stakeholders* delle filiere del turismo e dell'enogastronomia, promuovendo ed organizzando corsi di formazione, incontri divulgativi e dibattiti. Dedicava una particolare attenzione ai giovani professionisti, attraverso borse di studio e tirocini

Vorremmo anzitutto esprimere il nostro apprezzamento verso il documento strategico redatto, che riteniamo esaustivo nella sua parte di analisi ed in grado di dare una continuità di visione con quanto previsto dalla precedente programmazione. Ne rileviamo parimenti la coerenza con i documenti di visione strategica elaborati a livello internazionale – *in primis*, *G20 Rome Guidelines for the future of tourism* e *G20 Bali Guidelines for Strengthening Communities and MSME as Tourism Transformation Agents* – e a livello nazionale.

Con questa nota intendiamo portare alla Vostra attenzione nostre riflessioni e proposte – frutto anche delle relazioni operative con le associazioni firmatarie del Patto di Spello – che possono contribuire a mettere il patrimonio enogastronomico nazionale ed i suoi asset nelle condizioni di poter creare valore duraturo per il comparto turistico italiano, esplodendone le potenzialità ancora inespresse.

Roberta Garibaldi



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

La rilevanza dell'enogastronomia per il turista

Nell'ultimo decennio l'enogastronomia ha assunto una nuova centralità nel turismo, passando dall'essere una componente accessoria dell'esperienza di viaggio ad elemento assai ricercato ed apprezzato. Forme e modalità di fruizione innovative si sono affermate sul mercato, e luoghi tradizionalmente vocati ad altri scopi – quali aziende agroalimentari e vitivinicole, mercati, ... – sono divenuti vere e proprie attrazioni turistiche

La sua crescente rilevanza e pervasività è testimoniata dall'influenza che questa componente ha nelle decisioni e nel comportamento dei turisti. L'effettiva disponibilità di prodotti, servizi ed esperienze legate all'enogastronomia rientra fra i criteri di scelta della meta. È parimenti da stimolo al viaggio: poco più del 50% dei turisti ha svolto un viaggio con motivazione primaria l'enogastronomia negli ultimi tre anni. La fruizione in loco è un comportamento comune, interessando oltre il 90% dei turisti stranieri ed italiani, e contempla sia semplici proposte di degustazione e visita che esperienze più strutturate, attive, emozionali e sensoriali ^{(3), (4)}.

Il posizionamento dell'Italia sul mercato internazionale

L'enogastronomia è oggi tra i principali *driver* che sostengono l'immagine dell'Italia a livello mondiale, insieme alla moda ed al turismo ⁽¹⁾. Questa reputazione positiva è certamente da stimolo nel far considerare il nostro Paese fra le principali mete per un viaggio a tema enogastronomico, come peraltro evidenziato da ricerche recenti ⁽²⁾. Figura, infatti, come destinazione preferita sia presso mercati europei di prossimità – *in primis* i Paesi germanofoni – che d'Oltreoceano.

L'immagine positiva di cui gode l'Italia è strettamente connessa all'ampia disponibilità di risorse enogastronomiche. Rispetto alle dirette concorrenti – ossia Francia, Spagna e Grecia – vanta il maggior numero di produzioni certificate, aziende agricole con produzione di uva, di olive ed olio. È in seconda posizione per numero di imprese di ristorazione attive e per i micro-birrifici ⁽⁵⁾.

Il turismo enogastronomico nel “Piano Strategico del Turismo 2023”

Il Piano Strategico del Turismo 2023 riconosce la rilevanza e le potenzialità per l'Italia del turismo enogastronomico, identificandolo come un asset all'interno del comparto strategico “turismo culturale”. Delinea quattro azioni strategiche – (Preservare, Sviluppare, Fare Rete, Comunicare e Promuovere – e, per ognuna, specifiche policy di sistema.

LE PROPOSTE

Alla luce del ruolo e della rilevanza delle esperienze a tema enogastronomico per tutti i viaggiatori in visita nel nostro Paese, è auspicabile che venga data una maggiore centralità al turismo enogastronomico all'interno della strategia nazionale. Presentiamo di seguito proposte alcune possibili indicazioni operative – supportate da evidenze derivanti dalle ricerche condotte, *in primis* il “Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano” – sulla base dei *pillar* strategici identificati dal “Piano Strategico del Turismo 2023-2027”.

Governance

- I. Prevedere la redazione un piano dedicato di investimenti strutturati per dare una maggiore centralità alla componente enogastronomica nel turismo analogamente a quanto sta avvenendo in altri Paesi competitor*

Affinché il vantaggio potenziale di cui il nostro Paese gode possa essere capitalizzato (ossia possa essere capace di generare flussi e spesa aggiuntiva, di elevare la quantità e la qualità dei luoghi e degli attrattori turistici, di innovare l'offerta puntuale e di sistema) è necessario dedicare tempo e risorse attraverso un piano dedicato.

Oggi numerosi sono i Paesi che hanno intrapreso questa direzione. In base ad una recente ricerca condotta da UNWTO-Organizzazione Mondiale del Turismo e OIV-Organizzazione internazionale della vigna e del vino, 21 Paesi su 48 consultati hanno sviluppato piano strategici ad hoc per lo sviluppo dell'enoturismo.

Fra questi vi è la Spagna, Paese che di recente (anno 2022) ha creato un piano strategico per lo sviluppo del turismo enogastronomico sul quale ha stanziato 32 milioni a valere sul PNRR – con la regione della Catalunya che, ad esempio, ha messo ulteriori 12 milioni.

- II. Creare un tavolo di coordinamento nazionale con i Ministeri competenti (in primis il Ministero del Turismo ed il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste), i rappresentanti delle principali associazioni operanti nel settore del turismo enogastronomico e delle Regioni*

La valorizzazione del turismo enogastronomico passa attraverso un forte *commitment* governativo ed un coinvolgimento attivo delle Regioni e di tutti gli *stakeholders*.

Il fatto che questo segmento è un ecosistema composito con soggetti afferenti a settori differenti e che perseguono interessi non convergenti – suggerisce di sostenere meccanismi di confronto partecipativi tra le istituzioni ed i portatori di interesse privati (es. Associazioni Nazionali) volti identificare e perseguire obiettivi comuni di valorizzazione dell'enogastronomia nel turismo, ad esempio attraverso incontri e tavoli di lavoro a cadenza regolare.

- III. Supportare le reti attive nella valorizzazione per favorire lo sviluppo ulteriore del turismo enogastronomico*
- IV. Lavorare in sinergia con i Ministeri competenti per predisporre gli adeguamenti normativi necessari ad agevolare l'attività turistica nei luoghi di produzione*

È auspicabile aggiornare la normativa esistente – che regola le sole pratiche di enoturismo ed oleoturismo – nell'intento di facilitare l'organizzazione e lo svolgimento di esperienze turistiche in tutti gli altri luoghi di produzione (caseifici, pastifici, birrifici, fabbriche di cioccolato, imbarcazioni da pesca, ...), anche dirimendo le eventuali ambiguità interpretative in merito all'accesso dei turisti agli spazi aziendali e alla possibilità di svolgervi attività di varia natura (visite guidate, degustazioni, ...).

Innovazione

V. *Riqualificare/rifunzionalizzare i mercati agroalimentari*

Visto il crescente interesse da parte dei turisti, è opportuno incentivare progetti per rendere i mercati agroalimentari luoghi esperienziali dove poter degustare e scoprire l'enogastronomia locale attraverso proposte ricreative e di intrattenimento (es. eventi, tour, corsi di cucina).

VI. *Incentivare la creazione di musei del gusto nazionali*

Oggi i turisti dimostrano un sempre maggiore interesse verso i musei del gusto. È auspicabile incentivare enti pubblici ed operatori privati nella realizzazione di questi grandi attrattori, chiamati a svolgere funzioni differenti: intrattenimento e educazione per i turisti, tutela e comunicazione del patrimonio enogastronomico. A tale scopo è auspicabile che vengano progettati come luoghi "dinamici" dove conoscere e comprendere i caratteri unici e identitari della cultura enogastronomica, acquistare le specialità locali, partecipare ad attività ed eventi, ricevere stimoli per partire alla scoperta dei territori di produzione, ...

Qualità ed Inclusione/Sostenibilità

VII. *Enfatizzare la necessità di preservare e trasmettere alle nuove generazioni il patrimonio enogastronomico in tutte le sue sfaccettature (la cucina italiana, i paesaggi, gli artigiani del gusto, le botteghe storiche)*

È importante agire affinché il patrimonio enogastronomico sia tutelato e possa creare valore nel tempo. Si evidenzia pertanto la necessità di definire e predisporre azioni specifiche volte a:

- i. Garantire un'adeguata presa di coscienza del patrimonio culinario nazionale, creando le basi per favorirne la trasmissione alle generazioni future anzitutto integrando i piani formativi delle scuole primarie e secondarie con attività didattiche curriculari ed extra-curriculari (corsi di educazione sui temi della piramide alimentare, della nutrizione, della sana alimentazione, della cucina, ...). Una tale azione garantirebbe benefici sia in termini di preservazione dell'identità che di salute pubblica.
- ii. Incentivare processi territoriali volti alla tutela dei paesaggi dell'enogastronomia attraverso un confronto costante e collaborativo con tutti i portatori d'interesse.
- iii. Valorizzare gli artigiani e dei luoghi storici del gusto (quali bar, ristoranti, botteghe), riconoscendone *in primis* il ruolo di presidio e tutela e, in secondo luogo, avviando interventi di supporto ed incentivazione (formazione, defiscalizzazione, ...) volti a garantirne la sopravvivenza e a supportare la creazione di nuova impresa – in particolare giovanile e femminile.

VIII. *Incrementare la sostenibilità dei prodotti, dei servizi e delle esperienze offerte*

La sostenibilità rappresenta un valore aggiunto per il turista ed un requisito necessario per le aziende, chiamate oggi a minimizzare il proprio impatto e ripensarsi alla luce delle sfide poste dal cambiamento climatico. È pertanto auspicabile attivare misure volte ad accrescere l'adozione approcci sostenibili nei prodotti, servizi ed esperienze turistiche a tema enogastronomico, ad esempio sostenendo e/o valorizzando progetti volti alla diffusione di standard di sostenibilità ambientale, sociale ed economica tra le imprese delle filiere così come a livello di territori.

IX. *Lavorare con i Ministeri competenti per facilitare l'accessibilità fisica alle aree rurali*

Per assicurare al turista esperienze facilmente fruibili, è fondamentale migliorare le attuali infrastrutture per la viabilità veicolare e ciclopedonale privilegiando forme sostenibili di mobilità intermodale e integrate – quali, ad esempio, trasporto pubblico/a chiamata, bicicletta/e-bike, ... È altresì necessario avere adeguate connessioni digitali.

Formazione e carriere professionali turistiche

- X. Lavorare in sinergia con il Ministero competente per creare nuove professionalità ed accrescere le competenze, in primis attraverso una riorganizzazione degli istituti alberghieri*

L'intento è di dotare i futuri professionisti del know-how necessario teorico e pratico per permettere loro di inserirsi ed operare efficacemente nel settore turistico legato all'enogastronomia e di valorizzare quell'insieme unico di risorse e conoscenze dei singoli territori, evitandone la dispersione.

- XI. Regolamentare le nuove professioni legate al turismo enogastronomico*

Ciò significa provvedere a definire e riconoscere i requisiti minimi per l'esercizio della professione di guida enogastronomica affinché possa essere svolta garantendone al contempo il livello qualitativo.

Riferimenti bibliografici nel testo:

(1) IPSOS (2021). *Be-Italy. Indagine sull'attrattività del Paese*. Nota: lo studio è stato condotto su un campione di circa 8.500 individui in 19 Paesi stranieri ed in Italia.

(2) Inspektour (2021). *Destination Brand 21. Theme competence of tourist destinations*. Nota: lo studio è stato condotto su un campione rappresentativo di individui provenienti dai seguenti Paesi: Germania, Austria, Svizzera, Paesi Bassi, Francia, Italia, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti d'America e Cina.

(3) Stone, M. J., Migacz, S., Garibaldi, R. (2020). *Food Travel Monitor 2020*. Oregon, USA: World Food Travel Association.

(4) Garibaldi, R. (2021). *Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021. La domanda italiana*.

(5) Garibaldi, R. (2022). *Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2022: L'offerta*.