

Enit e Fico-Eataly World insieme per valorizzare l'enogastronomia italiana

L'accordo di collaborazione sottoscritto a Roma da Enit, Agenzia Nazionale del Turismo, e Fico-Eataly World, si pone l'obiettivo di attrarre milioni di visitatori valorizzando la cultura enogastronomica del nostro Paese attraverso il parco della biodiversità più grande al mondo

→ TiCo



Nella sala Italia dell'Enit, al tavolo della conferenza stampa: Tiziana Primori, Oscar Farinetti, Dorina Bianchi, Evelina Christillin e Fabio Maria Lazzerini
The speakers at the press conference: Tiziana Primori, Oscar Farinetti, Dorina Bianchi, Evelina Christillin e Fabio Maria Lazzerini

L'Italia del turismo non può prescindere dal *made in Italy*, dalle eccellenze enogastronomiche e dalla cultura del cibo per promuovere la propria identità e il proprio valore. Parte da questa considerazione l'accordo di collaborazione sottoscritto a Roma da Enit, l'Agenzia Nazionale del Turismo, e Fico Eataly World e che si pone l'obiettivo di attrarre milioni di visitatori attraverso la valorizzazione della cultura enogastronomica del nostro Paese. A sottoscrivere l'accordo la presidente dell'Enit Evelina Christillin e l'amministratore delegato di Fico Eataly World, Tiziana Primori alla presenza del consigliere d'amministrazione di Enit ed Oscar

Evelina Christillin: «Quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che spingono il turista a scegliere l'Italia».
Evelina Christillin: «Food and wine are among the main reasons why tourists choose to take a trip to Italy»



Farinetti, fondatore di Eataly, del sottosegretario al Turismo-Mibact, Dorina Bianchi e di Fabio Maria Lazzerini. «Quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che spingono il turista a scegliere di intraprendere un viaggio in Italia. E il Belpaese è fra le mete enogastronomiche maggiormente apprezzate dal viaggiatore straniero desideroso di entrare in contatto con il nostro territorio e le sue tradizioni», ha commentato **Evelina Christillin**, sottolineando la costante crescita di questo segmento del turismo che registra una spesa giornaliera più sostanziosa rispetto ad altri e spiega l'impegno dell'Enit sempre più insieme alle Regioni, nella promozione proprio di questo nostro patrimonio.

Alimentari e vini, le categorie merceologiche che stimolano maggiormente gli acquisti degli stranieri

Dati alla mano, nel 2015 sono stati oltre 920 mila i viaggiatori stranieri che hanno visitato l'Italia per una vacanza enogastronomica, +5,9% sul 2014 e +11,6% rispetto al 2012. Anche i pernottamenti generati, 1,3 milioni, sono in aumento del 10,4% in confronto al 2014 e del 34,7% rispetto al 2012. La spesa degli stranieri per una vacanza all'insegna dell'enogastronomia, pari a 192 milioni di euro, nel 2015, dimostra l'ottimo stato di salute del settore che segue un trend di crescita notevole dal 2012 ad oggi (+54,8%) e incide sempre di più sulla spesa turistica complessiva dei turisti stranieri in viaggio nel nostro Paese (fonte Banca d'Italia). «Alimentari e vini rappresentano le categorie merceologiche che stimolano maggiormente gli acquisti degli stranieri, che destinano un

terzo del budget di una vacanza all'enogastronomia, con una spesa media di circa 190 euro», ha aggiunto il sottosegretario **Dorina Bianchi**, ricordando che «l'Italia è il primo paese dell'Unione Europea per numero di prodotti agroalimentari riconosciuti DOP e IGP. Tutto questo fa dedurre che il trend di crescita centrato su cibo e vino si consoliderà e l'Italia può giocare un ruolo di capofila». L'intesa con Fico prevede che Enit realizzi azioni promozionali destinate al grande pubblico, agli operatori turistici e ai media, in Italia e all'estero e nelle fiere. In questo senso **Fabio Lazzerini**, ha fatto sapere che saranno coinvolte «le agenzie Enit all'estero per individuare mercati e strategie migliori per promuovere l'Italia del cibo: i prodotti, la loro lavorazione, la nostra grande tradizione e cultura enogastronomica».

Un progetto colossale da 100milioni di euro su 80.000 mq

Nel suo Piano Triennale Enit ha dedicato un cluster specifico al cibo e agli itinerari del gusto. «Stiamo realizzando iniziative promozionali per sostenere lo sviluppo e la conoscenza delle produzioni locali d'eccellenza e delle loro tradizioni, sempre al fianco di operatori e produttori, incoraggiando la creazione di modelli di business innovativi in risposta alle nuove esigenze turistiche internazionali».

«Ci siamo avventurati in un progetto colossale, il più grande parco agroalimentare al mondo, 100 milioni di euro di valore, per realizzare un universo che produce occupazione e tramanda cultura», ha detto nel suo intervento **Farinetti**. «Cercheremo di rispettare la data di apertura prevista il 4 ottobre». La Fabbrica Italiana Contadina, sulla via Emilia a Bologna, offrirà a milioni di persone di tutto il mondo l'opportunità di conoscere la meraviglia della nostra biodiversità. Su 80.000 metri quadrati troveranno spazio 40 fabbriche di trasformazione, 25 ristoranti, mercati, 10 aule per la didattica e un percorso di diversi chilometri, «consentendo un'esperienza unica e irripetibile: capire la nostra agricoltura, la trasformazione alimentare, degustare il nostro cibo, fare un giro sulle 6 "giostre" educative dedicate al fuoco, alla terra, al mare, agli animali, al vino ed al futuro», ha spiegato **Tiziana Primori**, precisando che «tutti potranno



divertirsi e imparare, grazie a 30 eventi e 50 corsi al giorno tra aule, teatro, e spazi didattici, aree dedicate allo sport e ai bimbi, alla lettura ed ai servizi, un cinema ed un centro congressi che può ospitare da 50 a 1.000 persone». Ed è prevista pure la realizzazione di un hotel che sarà dato in gestione ad una società italiana. «Stiamo già lavorando ai programmi da proporre agli operatori turistici ma anche a quelli da dedicare alle scuole».

Oscar Farinetti: «Ci siamo avventurati in un progetto colossale per realizzare un universo che produce occupazione e tramanda cultura».

Oscar Farinetti: «We ventured onto a monumental project to create an universe that produces occupation and passes on culture»

Italia, al primo posto tra le gourmet destination

Il turista enogastronomico "tipo" è di nazionalità estera per il 50,3% e proveniente principalmente da Francia, Germania e Regno Unito mentre i nostri connazionali provengono prevalentemente da Lombardia, Lazio e Veneto. Entrambi, italiani e stranieri si considerano molto soddisfatti della vacanza enogastronomica in Italia che si aggiudica un voto di 8,1. I turisti stranieri, in particolare, hanno un'ottima percezione dell'Italia come meta enogastronomica che supera in tale settore Paesi come Francia e Spagna. I turisti cinesi e statunitensi indicano il Belpaese come unica destinazione enogastronomica. Per i tedeschi, l'Italia è al primo posto come destinazione per una vacanza all'insegna del cibo. La "cucina" è la motivazione che raccoglie il più alto livello di soddisfazione dopo il "patrimonio artistico" e le "bellezze naturali" sia fra i turisti stranieri che italiani ("Food Travel Monitor 2016" e Rapporto sul turismo italiano 2016). Il sentiment dei turisti italiani e stranieri relativo al cluster "ristorazione" è pari ad 80,4% ed è superato solo dai cluster "pulizia", "accoglienza" e "posizione" (dati Travel Appeal su quasi 27 milioni di opinioni rilevate nelle recensioni analizzate sui canali Expedia, Trip Advisor, Booking). ■

TOURISM SCENARIOS

Enit and Fico-Eataly World united to promote Italian wine and food

The collaboration deal signed in Rome by Enit, National Tourism Agency, and Fico-Eataly World, focuses on attracting millions of visitors promoting the wine and food culture of our country with the biggest biodiversity park in the world

TiCo



Tiziana Primori, Oscar Farinetti, Dorina Bianchi, Evelina Christillin e Fabio Maria Lazzerini durante la conferenza stampa. Tiziana Primori, Oscar Farinetti, Dorina Bianchi, Evelina Christillin e Fabio Maria Lazzerini during the press conference

Italy of tourism can't be separated by the *made in Italy*, by the wine and food excellences and by the food culture to promote its own identity and its own value. This consideration is the base of the collaboration deal, signed by Enit, National Tourism Agency, and Fico-Eataly World in Rome, that focuses on attracting millions of visitors promoting the food and wine culture of our country. The deal was signed by the Enit president Evelin Christillin and the CEO of Fico Eataly World, Tiziana Primori in the presence of the Enit board member and Oscar Farinetti, founder of Eataly, of the undersecretary of Turismo-Mibact, Dorina Bianchi and of Fabio Maria Lazzerini. «Food and wine are among the main reasons why tourists choose to take a trip to Italy. And the Bel-

paese (as Italy was called by Dante Alighieri) is among the most appreciated food and wine destinations by foreign travelers who want to come in touch with our territory and its traditions», **Evelin Christillin** commented, underlying the constant growth of this tourism branch that registers a daily expense more substantial than the others and it explains Enit's effort together with Regions, in the promotion of this part of our heritage.

Food and wines, the categories of goods that mainly impulse foreigners' purchases

According to the numbers, in 2015 more than 920 thousand foreign travelers visited Italy for a wine and food vacation, +5,9% than 2014 and +11,6% than 2012.

Even the generated sojourns, 1,3 millions, are growing of 10,4% against 2014 and the 34,7% of 2012. The foreigners' expense for a wine and food vacation was 192 million of euros, in 2015, showing the very good state of health of the sector that follows a remarkable growth trend from 2012 till today (+54,8%) and it affects always more the foreigners' total tourist expense while they travel to our country (source: Bank of Italy). «Food and wine represent the categories of goods that mainly impulse foreigners' purchases, who destine a third of their budget to a wine and food vacation, with an average expense of almost 190 euros», the undersecretary **Dorina Bianchi** added, reminding that «Italy is the first country of the European Union for number of acknowledged DOP and IGP agri-food products. All this makes us guess that the growth trend of food and wine will strengthen and that Italy can play a leading role». The deal with Fico states that Enit makes promotional activities destined to a wide audience, to tourist operators and to media, in Italy and in the foreign countries and in the fairs. Along these lines, **Fabio Lazerini** lets us know that there will be the involvement of «the foreign Enit agencies to detect the best markets and strategies to promote Italian food: the products, their processing, our great tradition and culture of food and wine».

A monumental project of 100 million euros on 80.000 square meters

In its Three Years Plan, Enit dedicated a specific cluster to food and to gourmet itineraries. «We are organizing promotional initiatives to support the development and the awareness of excellent local productions and of their traditions, always side by side with operators and producers, encouraging the creation of innovative business models to answer to the new international tourist's needs».

«We ventured onto a monumental project, the biggest agri-food park in the world, valued 100 million euros, to create an universe that produces occupation and passes on culture», **Farinetti** said during its speech. «We will try to respect the planned opening date on October the 4th». The Fabbrica Italiana Contadina, in via

Emilia in Bologna, will offer the chance to know the wonders of our biodiversity to millions of people from all over the world. On 80.000 square meters there will be 40 processing facilities, 25 restaurants, markets, 10 classrooms and a few kilometres long path, «allowing an unique and unrepeatable experience: understanding our agriculture, food processing, tasting our food, taking a ride on 6 educational "carousels" dedicated to fire, earth, sea, animals, wine and future», **Tiziana Primori** explained, pointing out that «everyone will be able to have fun and to learn, thanks to 30 events and 50 courses a day among classrooms, theater, and learning areas, dedicated to sports and to children, reading and to services, a cinema and a conference center that can host from 50 to 1000 people». And even the building of a hotel was planned, that will be managed by an Italian corporation. «We are already working on the programs to tourist operators, but also to the one dedicated to schools».

Italy, the number one amidst gourmet destinations

The "typical" food and drink tourist is foreigner for the 50,3% and he mostly comes from France, Germany and United Kingdom, while our fellow countrymen mostly come from Lombardy, Lazio and Veneto. Both Italians and foreigners are very satisfied by Italian wine and food vacation giving it an vote of 8,1. In particular, foreign tourists have a very good perception of Italy as food and wine destination that overcomes countries like France and Spain in this sector. Chinese and American tourists state that the Belpaese is the only food and wine destination. Germans consider Italy the number one destination for a food and wine vacation. "Cuisine" reaches a higher level of satisfaction than "artistic heritage" and "natural beauties" either among foreign tourists either among Italian ones ("Food Travel Monitor 2016" and Report on Italian Tourism 2016). Italian and foreign tourists' sentiment is 80,4% on the "restauration" cluster and it is overcome only by "cleanliness", "reception" and "position" (Travel Appeal data on almost 27 million opinions collected in the analysis of reviews on the channels Expedia, Trip Advisor, Booking). ■