

Taste Atlas, Campania regina della tavola: è la regione dove si mangia meglio al mondo

L'atlante del cibo di tutto il mondo promuove a pieni voti la cucina italiana

IL PIANO MATTEI DEL GOVERNO

Sviluppo comune, sostenibile e duraturo



- ✓ politico
- ✓ economico
- ✓ sociale
- ✓ culturale
- ✓ di sicurezza

AMBITI

Energia

Salute

CABINA DI REGIA

Presidente

Vicepresidente

Componenti

Premier

Ministro esteri

Sace

Imprese partecipate

Terzo settore

Università

Ministri

adv

APPROFONDIMENTI



Agroalimentare: intesa con l'Algeria sul modello Eni



Export, il Sud vola (+5,8%)



Il benessere del pianeta dipende dall'agricoltura

L'eccellenza

Nel Bel Paese la cucina è un'arte oltre che un business. Un'eccellenza che

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074078

travalica i confini e che rappresenta uno dei principali traini del turismo che quest'anno viaggia verso un nuovo record. Il successo dell'enogastronomia made in Italy tra gli stranieri è sostenuto anche dalla massiccia presenza di ristoranti nel mondo. Secondo un'indagine realizzata da **The European House-Ambrosetti** l'Italia è il primo paese al mondo per presenza di ristoranti nazionali nelle principali metropoli da Hong Kong a Tokyo, da New York a Pechino fino a Melbourne e Buenos Aires. Un'ulteriore spinta arriverà con l'ingresso della Cucina italiana nell'Olimpo dell'Unesco. Lo Stivale è numero uno per prodotti certificati e tradizionali ed è la prima destinazione enogastronomica con il 29,3% di turisti stranieri che dichiara di scegliere le mete nazionali anche per l'appeal delle produzioni agroalimentari e la tradizione culinaria.

Si privilegia l'Italia per le bellezze paesaggistiche, per i musei, la cultura e le eccellenze tradizionali alimentari. E anche su questo fronte, secondo un'analisi dell'Osservatorio strategico Coldiretti, la Campania è prima (601 prodotti tradizionali), seguita da Lazio (472) e Toscana (467). È ricca poi di città e strade del cibo e del vino ex aequo con il Piemonte (123) e seconda solo alla Toscana (137). Anche il successo a tavola spiega dunque l'exploit del turismo campano. E del Sud in generale dove il Governo sta puntando molte carte. Dopo il G7 a Borgo Egnazia in Puglia, a settembre il G7 dell'Agricoltura si terrà a Ortigia, in Sicilia, un'altra perla del Mezzogiorno.

Il binomio con il turismo

Turismo e cibo sono in stretta connessione: ben un terzo della spesa turistica in Italia è destinato alla tavola, ma anche all'acquisto di souvenir enogastronomici. Mangiare fuori casa, dopo il lungo digiuno nel periodo del Covid, è un'abitudine sempre più diffusa. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Coldiretti i consumi alimentari nel 2023 hanno raggiunto quota 287 miliardi, di cui 195 miliardi in casa e 92 miliardi fuori. Di fatto un euro su tre della spesa per mangiare è investito fuori dalle mura domestiche.

Il canale Ho.re.ca è determinante per il sistema agroalimentare che, considerando la filiera allargata, raggiunge il valore di circa 600 miliardi (dati Ambrosetti) generando quasi 335 miliardi di valore aggiunto, pari al 19% del Pil italiano. E la Dop economy (l'Italia è al top in Europa per prodotti certificati) vale oltre 20 miliardi. Numeri consistenti come quelli dell'export che ha raggiunto lo scorso anno 64 miliardi e che veleggia verso un nuovo record. Secondo l'analisi di Ambrosetti l'Italia è il primo produttore ed esportatore mondiale di pasta (il 45% degli scambi è rigorosamente made in Italy) e primo esportatore di passata di pomodoro, prodotti a spiccata connotazione meridionale. Insomma si tratta di un biglietto da visita importante che favorisce il tutto esaurito. Secondo le stime di **Assoturismo-Confesercenti** si attendono 26,3 milioni di turisti stranieri per un totale di 105 milioni di pernottamenti, 2,6 milioni in più rispetto al 2023.

Una presenza cinque volte superiore a quella degli italiani comunque in crescita. Uno scrigno di opportunità poi è rappresentato dai piccoli comuni, al di sotto dei 5mila abitanti, che rappresentano il 69,5% dei Comuni italiani. L'agricoltura è alla base dell'economia di questi territori e la tradizione è il vero valore aggiunto. Secondo uno studio realizzato dalla **Fondazione Symbola** e da **Coldiretti** delle 321 tipicità alimentari, 297 coinvolgono i piccoli centri in particolare di quattro regioni del Sud, Sicilia, Campania, Puglia e Calabria. È nei comuni mignon che si realizza il 93% delle eccellenze Dop e Igp, dal 98% degli olii extravergine di oliva all'89% dei prodotti ortofrutticoli e cereali fino al 90% dei salumi. Senza dimenticare i vini di maggiore pregio (79%).



«I piccoli comuni con il loro patrimonio diffuso - ha spiegato **Ermete Realacci**, presidente di **Symbola** - sono pezzi di made in Italy che parlano al mondo e rappresentano un presidio di civiltà, non il passato, ma il futuro. L'Italia può affrontare le crisi puntando sulla propria identità. Può competere e affermarsi senza perdere la propria anima». E le ferie estive rappresentano davvero un'occasione per riscoprire questi territori che sono la vera cassaforte delle tipicità alimentari. «I piccoli borghi hanno un significativo valore economico, storico, culturale e ambientale in un paesaggio fortemente caratterizzato dalle produzioni agricole. Rappresentano - ha dichiarato il presidente di Coldiretti, **Ettore Prandini** - un motore turistico che, se adeguatamente valorizzato, può diventare una risorsa strategica per il rilancio economico e occupazionale del Paese. Per salvaguardare questa ricchezza nazionale, è necessario però creare le condizioni affinché la popolazione residente e le attività economiche possano rimanere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LEGGI ANCHE

L'INTERVISTA