



Via Tazio Nuvolari, 53 - Tel 0583 462209

Ore : 13.01 | 02 marzo 2019

Home DiLucca Notizie Trasmissioni

Cerca Nel Sito

Highlights Lucchese

Streaming LiveTV
La Tv in tempo reale

On Demand
La TV quando vuoi TU

DiNews
il Telegiornale di Lucca

Sei qui: Home > [Economia](#) > MEET TOURISM: CIBO E CULTURA DRIVER DEL TURISMO

- CRONACA NEWS
- SPORT NEWS
- A.S. LUCCHESE
- CULTURA E SPETTACOLO
- POLITICA NEWS
- ECONOMIA NEWS
- SANITÀ E AMBIENTE
- SPECIALE DI LUCCA

MEET TOURISM: CIBO E CULTURA DRIVER DEL TURISMO

Creato Sabato, 02 Marzo 2019 12:07
Scritto da Giuseppe Bini



Proseguono a Lucca incontri, dibattiti, mostre e formazione sugli itinerari culturali

Cibo e cultura sono un connubio vincente: il **turismo enogastronomico**, nel 2017 ha contato **110 milioni** di presenze nelle strutture ricettive il **43%** delle quali dovute al **turismo italiano** (47 milioni di presenze), mentre il **57%** al turismo **internazionale** (63 milioni di presenze). (fonte: Isnart-Unioncamere) e i viaggiatori stranieri che hanno visitato l'Italia in base ad una specifica motivazione enogastronomica sono in forte crescita rispetto agli anni precedenti (fonte: Banca d'Italia).

Come conferma una recente indagine di Fiera di Milano e Osservatorio BIT, l'enogastronomia rappresenta un **fattore chiave anche per il successo del Brand Italia** secondo le analisi di *sentiment*. Per il **Country Brand Index**, l'Italia è inoltre al primo posto nella classifica relativa al cibo.

Il tema dell'enogastronomia è stato trasversale e affrontato sotto diverse angolature durante i tre giorni di Meet Tourism.

La Professoressa Alessandra Guidi della Scuola di Specializzazione in Ispezione degli Alimenti dell'Università di Pisa ha parlato del **circolo virtuoso** fra **turismo enogastronomico** ed **esportazioni italiane**, affrontando il tema dell'importanza delle certificazioni e della qualità del cibo per la promozione del turismo.

Esiste una **relazione positiva e biunivoca fra turismo enogastronomico ed esportazioni italiane** (Rapporto Unicredit 2017). Più di 2/3 dei viaggiatori acquista e porta con sé prodotti enogastronomici da consumare a casa (71%) e da regalare (69%). Il 62% degli intervistati acquista inoltre nella propria località di residenza prodotti enogastronomici che ha scoperto viaggiando.

Silvia Burzagli, dirigente dell'Assessorato al Turismo della Regione Toscana ha raccontato il progetto di **Vetrina Toscana** considerata una **"best practice"** a livello di marketing territoriale.

Vetrina Toscana è una rete che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici. Qui l'**enogastronomia** diventa **ambasciatore del territorio** attraverso cuochi e produttori e polo di attrazione nelle località meno conosciute.

Carola Parano, "Ruah Haiin: la Sicilia tra storia e futuro" ha parlato del **cibo** come **strumento di dialogo** con il Mediterraneo. A chiusura una degustazione di prodotti Kosher.

Luca Marcelli, direttore dell'associazione nazionale Città della Birra, ha presentato il progetto: **"Le Strade della Birra nelle Marche"**.

Mafalda Inglese ha illustrato il progetto di Marketing Territoriale **Italia Food Tour** che nasce dall'esigenza di raccordare importanti comparti dell'economia: turistico, agroalimentare, ambientale e culturale. Il piano prevede l'apertura di fronti internazionali per l'attrazione dei capitali, supporto alle filiere strategiche, tutela del made in Italy.

L'Oltrepò Pavese da scoprire, tra biodiversità e turismo lento è stato protagonista della

ECOBONUS PEUGEOT
FINO A **5.000 €**
DI INCENTIVI SULLA GAMMA SUV,
QUALSIUNQUE SIA IL TUO USATO
[SCOPRI DI PIÙ](#)

Siamo la tua banca perché siamo come te.

Seguici su...



Le ultime video-news..

Si è verificato un errore.

[Prova a guardare il video su www.youtube.com](#) oppure

Si è verificato un errore.

[Prova a guardare il video su www.youtube.com](#) oppure

DiLucca
Quotidiano
E-mail

presentazione nella Guida Vacanze del Touring Club, grazie all'intervento dell'autore Gino Cervi.
Anche la ristorazione all'interno della manifestazione è stata coerente, gestita dall'azienda Coletti con una selezione di prodotti locali della **Garfagnana** di filiera corta, un piccolo viaggio nel gusto.

A chiudere la manifestazione un educational tour offerto da Domus Romana di Lucca, con visita ai luoghi Romani e alla Domus e degustazione delle **ricette dell'antica Roma**.

Per gli operatori turistici sono previsti degli spazi espositivi, dove incontrare l'offerta degli itinerari culturali, accompagnati da due momenti dedicati: l'area B2B, attiva nella giornata del venerdì, ed il sabato mattina area matching per favorire l'interazione tra gli operatori.

Durante le giornate di Meet Tourism Lucca, spazio anche ad eventi collaterali con 5 mostre tematiche che accompagneranno i visitatori alla scoperta della Via Francigena, Città storiche termali europee, Cammino di Santa Giulia, Pinocchio around the world e Case della Memoria Italiane, degustazioni di prodotti tipici, e tour per la scoperta di Lucca attraverso itinerari tematici specifici.

Meet Tourism Lucca è un *Meeting internazionale per la scoperta e la valorizzazione dei percorsi culturali e delle destinazioni di eccellenza europee* per un turismo qualificato, culturale, ambientale, sportivo, accessibile e responsabile. Un Meeting di respiro internazionale, nato sotto l'Alto Patronato del Parlamento Europeo e con il Patrocinio di: Consiglio d'Europa Ufficio di Venezia, Istituto Europeo degli Itinerari Culturali, Federturismo Confindustria, Federculture, Regione Toscana, Comune di Lucca, Università di Pisa. il Meeting Internazionale degli Itinerari Culturali - Meet Tourism Lucca - organizzato da FEISCT (Federazione Europea Itinerari Storici Culturali e Turistici) in collaborazione con partner prestigiosi e con la direzione attenta ed esperta di Alberto D'Alessandro, punto di riferimento europeo per lo sviluppo degli Itinerari Culturali.

Meet Tourism Lucca è realizzato in partnership con: Toscana Promozione Turistica, Fondazione Campus di Lucca, Fondazione Promo PA, ITRIA (Itinerari Religiosi Interculturali Accessibili)

Rotta dei Fenici (Itinerario del Consiglio d'Europa), AEFV (Associazione Europea Via Francigena, Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa), EHTTA (Itinerario Europeo Città Storiche Termali), Fondazione Nazionale Carlo Collodi e con la mediapartnership di: Trenitalia, Toscana Aeroporti, PleinAir, AgCult, Radio Francigena.

L'ingresso è gratuito su registrazione da effettuarsi nella sezione eventi della pagina facebook <https://www.facebook.com/events/230313314543366/>



Lucca Antica
@LuccaAntica

