

Tavola Rotonda "Turismo DOP" LE DICHIARAZIONI

Nicola Bertinelli, Presidente Consorzio Parmigiano Reggiano

"Il Parmigiano Reggiano ha sempre creduto nel turismo Dop. Ogni anno, migliaia di foodies visitano i nostri caseifici per toccare con mano la naturalità e l'artigianalità del nostro prodotto. Domani, sabato 29 e domenica 30 settembre, torna l'iniziativa "Caseifici Aperti": visite guidate al caseificio, spacci aperti, eventi per bambini e degustazioni, uniti alla passione dei casari offriranno la possibilità di vivere un'esperienza unica: un viaggio alla scoperta della zona d'origine, delle sue terre ricche di storia, arte e cultura".

Stefano Zanette, Vicepresidente FEDERDOC

"Le Indicazioni geografiche italiane, agroalimentari e vitivinicole, rappresentano dei segni distintivi del nostro Paese, evocando la ricchezza dei nostri territori nonché l'unicità delle tradizioni culturali e colturali. I Consorzi di tutela, quali gestori delle DO, svolgono attività di promozione con lo scopo di far conoscere le peculiarità delle produzioni di eccellenza e di avvicinare la platea dei consumatori ai loro territori di origine. Il binomio turismo-territorio consente ai Consorzi di tutela di aprire sempre nuove frontiere e mostrare il nostro patrimonio attraverso itinerari di viaggio all'insegna della scoperta dell'esclusività che lo connota".

Mariangela Grosoli, Presidente del Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena IGP

"La realtà di Modena al secondo posto in Italia per numero di denominazioni a IG, rappresenta la sintesi perfetta del nuovo assetto del Ministero delle Politiche Agricole con la delega al turismo: prodotto agricolo e marketing territoriale insieme, per far capire che non siamo solo ciò che mangiamo ma che dietro a ciò che ci arriva in tavola c'è un enorme bagaglio di esperienza dei produttori e tutte le peculiarità dei territori. Manifestazioni come Acetaie Aperte, supportate dall'importante sforzo sinergico dei Consorzi, rappresentano un ottimo viatico per dare un'identità forte ad un prodotto che, come un'opera d'arte diventa attrattore di flussi turistici. Abbiamo creduto nella potenza comunicativa del contatto diretto tra produttore e consumatore, anche attraverso le degustazioni sul posto, e questo ha dato origine ad un crescente fenomeno di incoming, a beneficio dell'intera economia territoriale. Un approccio iniziato molto tempo fa, tuttavia oggi è più che mai necessario rimanere uniti e far fruttare la coesione tra i Consorzi per portare crescita e sviluppo al nostro settore, raffinare e sviluppare ancora meglio le tematiche, approcciando in particolare alle nuove generazioni e dunque guardando al futuro".

Giovanni Bastianelli, Direttore Esecutivo ENIT

"Ben vengano momenti di confronto che consentono di "certificare" la filiera dei primati turistici legati al food. Gli interessi enogastronomici muovono 1 turista su 4 e le app mobile per la ricerca di luoghi dove mangiare sono le più usate (65,5% dei turisti). Le circa 60 azioni promozionali svolte da ENIT solo nel 2018, dedicate unicamente al tema cibo, captano questo target di domanda dal potenziale inesauribile allo scopo di mantenere e accrescere il ruolo dell'Italia come main player del cibo a livello globale".

Mauro Rosati, Direttore Generale Fondazione Qualivita

“In tutta Italia i prodotti DOP IGP hanno assunto un ruolo strategico nel settore turistico sviluppando numerose attività. Le iniziative dedicate esclusivamente ai prodotti DOP IGP e promosse da Consorzi di tutela e enti di promozione raccontano di un legame forte dei territori con le produzioni tipiche di qualità e la capacità crescente di valorizzare questo elemento in chiave turistica. Le caratteristiche qualitative e quantitative di questo fenomeno ci aiutano a capire come sostenere a livello normativo le attività delle Indicazioni Geografiche significati far crescere tutto il territorio e non solo le produzioni agroalimentari e vitivinicole”.

Benedetta Fiorini, Deputata Fi e segretaria commissione attività produttive della Camera

“Le eccellenze del nostro territorio, in particolare in ambito enogastronomico e turistico, sono il nostro biglietto da visita in tutto il mondo. Sono convinta che oggi il Made in Italy agroalimentare sia una grande risorsa per il Paese. Dopo il decennio di crisi, anche se permangono criticità legate agli squilibri strutturali della filiera, il Made in Italy sta diventando uno dei settori più forti. L'Italia del turismo non può prescindere dal Made in Italy, dalle eccellenze enogastronomiche, dalla cultura del cibo per promuovere la sua identità e il suo valore, proprio per il crescente interesse e per l'ottima percezione che hanno i turisti, in particolare stranieri, per il trend positivo suscitato dalla cucina italiana e per gli incrementi nella spesa per la vacanza enogastronomica. Dobbiamo iniziare a fare sistema per varare una strategia e proposte comuni”.

Simona Caselli, Assessore all'agricoltura Regione Emilia-Romagna

“74 prodotti Dop e Igp tra food e wine, 25 musei del gusto dedicati ai prodotti agroalimentari e 21 musei del mondo rurale per far conoscere tradizioni e storie contadine. Ecco quello che l'Emilia-Romagna mette a disposizione dei visitatori che sempre in maggior numero (30,5 milioni di presenze turistiche da gennaio) frequentano città e territori alla scoperta del “buon vivere”, grazie anche alle tante iniziative dei Consorzi su tutto il territorio regionale”.

Paolo De Castro, Parlamentare Europeo

“L'integrazione tra prodotto e origine in un territorio specifico viene esaltata nel regime di tutela europeo per Dop e Igp. Come Parlamento europeo ci siamo sempre impegnati nella difesa dei prodotti alimentari italiani di alta qualità, frutto della ricchezza culturale e della diversità del nostro Paese. Dop e Igp non sono semplici prodotti, raccontano la storia e la geografia e per questo contribuiscono in modo fondamentale ad attirare ogni anno in Italia milioni di turisti”.