Strategia UE per il turismo sostenibile: Indicazioni Geografiche come leva di sviluppo

La Commissione europea indica nelle filiere DOP e IGP un motore del turismo di qualità: un modello che vede nei Consorzi di tutela il punto di regia dell'offerta territoriale

L'Europa si dà per la prima volta una strategia comune per il turismo e sceglie di puntare sul valore più che sui volumi. Il 4 novembre 2026 la Commissione europea ha adottato la Comunicazione «Strategia dell'UE per il turismo sostenibile», accompagnata dal documento di lavoro dei servizi (SWD 2026 - 777), con l'obiettivo di rafforzare competitività, sostenibilità e resilienza di un settore che oggi concentra il 42% delle notti turistiche in appena tre mesi.

In questo disegno le Indicazioni Geografiche (IG) sono centrali per il turismo gastronomico europeo: il documento di lavoro che accompagna la Strategia le include espressamente tra le «dimensioni della diversità turistica» e riconosce loro la capacità di preservare il patrimonio culturale e gastronomico, promuovere il turismo rurale e rafforzare l'identità e le economie locali.

Il caso scelto come riferimento è *Les Routes du Comté*, la rete turistica costruita attorno al formaggio Comté DOP che collega aziende agricole, caseifici, cantine di stagionatura e ristorazione. A tenerne le fila è il Consorzio di tutela, che coordina la rete e ne garantisce il legame con la filiera, trasformando un prodotto in un'esperienza di territorio. Lo stesso ruolo è al centro del Turismo DOP, l'offerta turistica che ruota attorno alle filiere dei prodotti DOP e IGP e alle attività dei Consorzi di tutela: un modello che Fondazione Qualivita e Origin Italia hanno per prime analizzato e definito con questo nome. Una funzione riconosciuta anche dal Regolamento (UE) 2024/1143, che include tra le attività dei Consorzi lo sviluppo di servizi turistici nella zona geografica di riferimento.

Numerosi i punti di contatto con questo modello. L'autenticità richiamata dal documento europeo coincide con il principio per cui l'esperienza turistica è garantita dalla filiera certificata, dal disciplinare e dal Consorzio. L'obiettivo di distribuire meglio i flussi nel tempo e nello spazio incontra un'offerta che, secondo il 2° Rapporto Turismo DOP, conta nel 2025 667 attività, di cui 350 permanenti, in crescita nelle aree interne e appenniniche. Il modello UE di gestione del turismo, fondato sul coinvolgimento di enti locali, PMI e comunità, descrive una governance che vede già all'opera 367 Consorzi di tutela e quasi 500 enti locali. E l'Osservatorio europeo del turismo, l'Accademia per le competenze e la valutazione dei marchi di qualità trovano un corrispettivo nei sistemi di monitoraggio delle attività, nella formazione e in uno standard di certificazione volontaria per le imprese IG del turismo enogastronomico.

Le IG entrano così nella base di conoscenza della Strategia, in attesa di tradursi nelle azioni operative previste dal 2027. La direzione indicata dalla Commissione conferma ciò che il Sistema IG sostiene da tempo: il legame tra prodotto e territorio è un valore culturale ed economico che va oltre il mercato agroalimentare. Riconoscendo che le Indicazioni Geografiche preservano il patrimonio gastronomico, sostengono il turismo rurale e rafforzano l'identità e l'economia locali, la Commissione indica nelle IG una leva di sviluppo anche per il turismo: un'ulteriore opportunità di crescita per il turismo DOP in tutta l'Unione europea.

Area Comunicazione Fondazione Qualivita
comunicazione@qualivita.it -+39 0577 1503049