



È l'oleoturismo la nuova frontiera del turismo enogastronomico

Il turismo enogastronomico in Italia si è dimostrato resiliente alla pandemia. Nel panorama delle offerte turistiche che hanno trovato nuovo slancio, le esperienze turistiche legate all'olio extravergine di oliva rappresentano la nuova frontiera, grazie anche all'approvazione della legge sull'oleoturismo e ai decreti attuativi. È quanto è emerso oggi nel corso del convegno organizzato dalle Città dell'Olio nell'ambito di Olio Capitale 2022. Tra i dieci trend evidenziati dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano a cura di Roberta Garibaldi, amministratore delegato di Enit, ce ne sono alcuni che riguardano il turismo dell'olio: la riscoperta degli itinerari dell'olio, la svolta digital dei Musei del gusto, una ristorazione in difficoltà ma sempre più vivace ed eclettica, gli agriturismi come luoghi di benessere dove fare esperienze uniche. Paesaggio e prodotto sono sempre più legati. Il 58% dei turisti valuta importante nella scelta della meta la presenza di piste ciclabili, 54% vorrebbe poter svolgere tour in bicicletta/MTB negli uliveti e/o vigneti, il 46% fare jogging o trekking in questi stessi luoghi. <Oggi il turista è più attento ed esigente, valuta con attenzione non solo la qualità dei prodotti e delle singole attrazioni, ma anche il paesaggio perché è cresciuto il desiderio di stare all'aria aperta e di vivere le aree rurali che lo contraddistinguono> ha indicato Roberta Garibaldi. <L'olivicoltura e, di conseguenza, il turismo dell'olio può offrire una opportunità che è quella di far diventare l'agricoltura e l'olivicoltura una occasione per rivitalizzare i luoghi con nuova imprenditoria, giovane, che deve cogliere la multidisciplinarietà del settore agricolo dove l'atto agricolo è parte di un progetto di economia circolare locale in cui far emergere le tipicità e le peculiarità di un territorio. Le esperienze oleoturistiche non possono ridursi alla semplice degustazione di olio nuovo, ma è necessario costruire un complesso di iniziative ed esperienze che fanno vivere il territorio nel suo complesso ed in cui sono coinvolti, i produttori, i trasformatori, i ristoranti, le botteghe, le oleoteche, i musei, i punti informazione, insomma le piccole comunità> ha dichiarato il presidente dell'Associazione Nazionale Città dell'Olio lanciando a Olio Capitale il nuovo bando per progetti di oleoturismo. Si tratta del terzo concorso nazionale che si affiancherà alle oltre 250 best practices già pervenute e che andranno a costruire il primo club di prodotto che unirà la produzione e il turismo olivicolo. E la terza edizione del Concorso Nazionale Turismo dell'Olio prevede importanti novità: le selezioni regionali, la collaborazione con Movimento Autonomo Agenzie di Viaggio Italiane (Maavi), che permetterà che le esperienze turistiche in Concorso siano prenotabili tramite le 1.800 agenzie del network, con un supporto di diffusione, promozione e comunicazione "social". Si conferma inoltre il Corso di specializzazione in Management Turismo e Olio, esperimento senza precedenti in Italia, è realizzato da Città dell'Olio e Unaprol, con il supporto scientifico della Fondazione Evoschool per garantire nuovi strumenti operativi, pratici e concreti, che permettano alle imprese olivicole, alle attività ricettive e di ristorazione e ai tour operator di valorizzare l'offerta e costruire in sinergia esperienze enogastronomiche distinte e accattivanti.

Tra i nuovi trend c'è la svolta digital dei Musei del Gusto tra cui anche Oleoteche e Musei dell'Olio che dovranno lavorare per ridurre il proprio *gap* digitale. Nel futuro potrebbero trasformarsi sempre di più in hub enogastronomici, spazi poli-funzionali che favoriscono la scoperta del territorio e mettono in rete i



produttori garantendo loro visibilità e facilitando l'arrivo dei turisti soprattutto nelle aree rurali. La ristorazione è certamente uno dei capisaldi dell'offerta enogastronomica dell'Italia. Dà visibilità alle produzioni e alla specialità culinarie locali, offre prelibatezze gourmet, consente di scoprire piatti di altre Regioni e Paesi. Sempre più ristoratori raccolgono la scommessa di qualificare la propria proposta con menù a tema olio e Carte degli Oli e offrire format innovativi ed ibridi con cene in presenza, *home delivery*, degustazioni digitali e video-ricette degli chef, *temporary restaurant* negli alberghi. <Nel futuro, cambierà il modello di business, con la crescita di nuovi format non tradizionali come il «Food as a Service», modello che unisce i servizi di ristorazione con supermercati oppure ai «ristoranti virtuali» e alle «ghost kitchen», luoghi interamente dedicati alla consegna a domicilio (FIPE, 2021). Aumenterà l'attenzione verso l'etica e la sostenibilità> ha riferito Roberta Garibaldi. Un'altra interessante tendenza confermata dalla presenza di molte esperienze legate all'olio censite dal Concorso nazionale Turismo dell'Olio è la presenza di agriturismi che diventano sempre più luoghi del benessere e quindi centri di irradiazione di proposte innovative capaci di unire le dimensioni del benessere psico-fisico e del gusto alla scoperta dei luoghi rurali. Numerosi sono gli agriturismi che hanno iniziato ad offrire nuove formule come percorsi di oil trekking o tour in bicicletta tra gli uliveti, abbinati a degustazioni di prodotti locali. <L'oleoturismo è un fenomeno recente che va organizzato. Le reti istituzionali e private hanno un ruolo fondamentale. Per riuscire ad aggregare e costruire un prodotto turistico, bisogna lavorare in continuità cercando di intercettare i diversi bisogni dei viaggiatori, allargare l'offerta e la conoscenza e far capire che dietro il prodotto olio c'è un territorio e ci sono degli straordinari produttori> ha riferito Paolo Morbidoni, presidente della Strada dell'Olio Dop Umbria e Coordinatore delle Strade del Vino e dell'Olio dell'Umbria.

Sviluppare il turismo al fianco della produzione dell'olio e poi la corretta alimentazione attraverso l'extra vergine di oliva. Grande afflusso di persone fin dal primo mattino nel corso della seconda giornata di Olio Capitale iniziata con due incontri dedicati ai produttori e ai visitatori. <La Camera di commercio della Venezia Giulia crede fortemente nello sviluppo del settore olivicolo abbinato al turismo> ha sottolineato Erik Masten, componente della giunta camerale della Cciaa Venezia Giulia <turismo e olio sono due prodotti che vanno uniti, ci sono delle difficoltà all'interno del settore olivicolo nazionale quindi bisogna mettere in atto tutte quelle misure che vanno a supportare gli olivicoltori. L'aumento del valore aggiunto del prodotto olio passa anche attraverso il presentare la storia che c'è dietro al prodotto e le peculiarità del territorio di produzione. Nel corso del Salone Olio Capitale è stato organizzato un workshop con i produttori per spiegare e raccontare come si organizza una visita nella propria azienda e realtà produttiva.

Elena Parovel, consigliera nazionale Movimento turismo del vino, ha invece raccontato come da anni siano state organizzate le camminate negli ulivi, in collaborazione con l'Associazione Nazionale Città dell'Olio. <Ci sono i frantoi che aprono le porte durante la spremitura per vedere e assaggiare il prodotto durante il processo di produzione - ha proseguito - e i produttori propongono le degustazioni nelle loro aziende. Lo scorso anno abbiamo realizzato l'evento Arte a cielo aperto coinvolgendo tutto il Comune di San Dorligo della Valle (Ts) in collaborazione con i produttori e il teatro la Contrada con gli uliveti che hanno ospitato delle performance artistiche>.

SANO COME UN PESCE: ALLA SCOPERTA DELLE QUALITÀ NUTRIZIONALI E LE PROPRIETÀ SALUTISTICHE DEL PESCE E DELL'OLIO DI OLIVA EXTRAVERGINE



Il tema della sana alimentazione è stato ospitato nello stand del Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali (Mipaaf), realizzato grazie ai finanziamenti del Programma Operativo del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e per la Pesca (Feamp) 2014/2020, che sostiene l'evento attraverso la Direzione generale della pesca marittima e dell'acquacoltura. Folto il pubblico interessato a conoscere meglio qualità nutrizionali e le proprietà salutistiche del pesce e dell'olio di oliva extravergine. Il convegno "Sano come un pesce" ha visto come relatori il prof. Emilio Tibaldi, dell'Università di Udine, che ha illustrato le qualità dei prodotti dell'acquacoltura italiana partendo proprio dall'alimentazione dei pesci. E' intervenuta anche la ricercatrice Natalia Rosso, che ha parlato delle qualità organolettiche dell'olio ponendo l'accento sugli effetti positivi per la salute. La prof.ssa Antonella Calabretti invece ha ribadito il legame che c'è tra pesce e salute, con particolare attenzione alle ricchezze del mare Mediterraneo. L'intervento di Deborah Bonazza, dell'Azienda Sanitaria, ha concluso i lavori valorizzando la dieta mediterranea e definendola una valida base su cui costruire la salute dei consumatori di tutta l'età.

Andrea Fabris, direttore dell'Associazione Piscicoltori Italiani ha moderato il convegno e ha invitato i presenti a degustare una proposta di finger food, creato dalle abili mani degli chef, con prodotti che stanno alla base della dieta mediterranea: pesce, verdure fresche, noci, olive e, ovviamente, l'olio extravergine di oliva.