IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Il turismo del cibo degli americani in Italia vale 2,3 mld

Il valore del turismo del cibo da parte dei cittadini americani in Italia è pari a 2,3 miliardi, con le specialità enogastronomiche del Belpaese che rappresentano la prima motivazione della scelta della vacanza nello Stivale, precedendo arte, storia e bellezze naturali. Un successo trainato anche dalla crescita delle esportazioni di prodotti agroalimentari Made in Italy negli States, a partire da quelli più noti a denominazione di origine. E' quanto emerge da una stima Coldiretti, sulla base di dati Bankitalia, diffusa in occasione dell'incontro su "Indicazioni geografiche italiane: una garanzia di qualità per il consumatore Usa" organizzato al Summer Fancy Food di New York, negli spazi del Padiglione Italia al Javits Center.

Un momento di confronto sulle prospettive del cibo italiano in Usa con la presenza dal Segretario Generale di Coldiretti, Vincenzo Gesmundo e del Presidente di Coldiretti, Ettore Prandini, Paolo De Castro, Presidente di Filiera Italia, il Generale Maurizio Cintura, Attaché della Guardia di Finanza a Washington DC, Riccardo Deserti, Presidente di Origin International, Erica di Giovancarlo, Direttore dell'Ufficio Ice di New York, Felice Assenza, Capo Dipartimento dell'Icqrf, garante della qualità e della legalità nella filiera agroalimentare, Luigi Scordamaglia Amministratore Delegato di Filiera Italia, Alessandro Schiatti, ceo di I Love Italian Food, associazione no profit che ha come mission il far conoscere e difendere la vera cultura enogastronomica italiana nel mondo.

Nel 2024 gli americani che hanno scelto l'Italia come meta sono stati oltre 4 milioni, pari al 5% dei visitatori totali ma se si considera l'impatto economico, l'incidenza sulle entrate complessive sale al 12%. I turisti statunitensi frequentano – oltre alle città d'arte – le cantine, i birrifici agricoli, fanno corsi di cucina, degustazioni e visite guidate, prediligendo soprattutto quelle forme di turismo esperienziale come l'enoturismo, il birraturismo, l'oleoturismo. Una risorsa importante anche per gli agriturismi nazionali, considerato che in molte regioni la presenze degli stranieri sul totale arriva a rappresentare fino al 60%. E proprio i vacanzieri a stelle e strisce sono quelli con la maggiore disponibilità di spesa. Secondo un'analisi di Terranostra Campagna Amica, lo scorso anno hanno dormito in una struttura agrituristica ben 135 mila americani con oltre mezzo milione di pernottamenti. Proprio per rafforzare e sostenere l'incontro tra cittadini Usa con il cibo italiano in occasione del Summer Fancy Food è stato sottoscritto l'accordo tra Coldiretti e I love italian food, finalizzato a promuovere progetti di valorizzazione dell'agroalimentare autentico nei mercati esteri.

In occasione dei Campionati Mondiali di Calcio 2026, la storica sede della Columbus Citizens Foundation, nel cuore dell'Upper East Side di New York, diventerà la "House of Made in Italy", teatro di un articolato programma di iniziative culturali, formative e istituzionali. Una vera e propria casa italiana: uno spazio aperto, accogliente e identitario, animato da storie, eccellenze produttive, persone e territori. Un luogo fisico e simbolico, pensato per favorire l'incontro tra l'Italia e il mondo, promuovendo il valore del Made in Italy nella sua dimensione più autentica e contemporanea. Un incontro quello di oggi dedicato anche a sottolineare l'importanza delle

unici che l’Italia è in grado di offrire su tali prodotti.