

CHIUSO IL VINITALY

Il binomio vincente del Veneto tra enogastronomia e turismo

■ VALLIN A PAGINA 13



Così il Veneto rilancia le strade del vino

Sempre più i turisti affamati di sapori, crescono cinesi e croati. Caner: «Già 11 le vie riconosciute, vanno messe in rete»

di Eleonora Vallin

► INVIATA A VERONA

Il Veneto è già medaglia d'oro del turismo italiano grazie alle città d'arte e, soprattutto, a Venezia; ma i dati presentati ieri a Vinitaly dalla Regione ci dicono che le aree a crescere di più, per arrivi e presenze, non sono i capoluoghi ma le colline a vocazione vitivinicola. «Quando il turismo sposa l'enogastronomia, il territorio diventa una meta ambita: sempre più turisti cercano gli itinerari del gusto, al posto del vecchio souvenir, preferiscono portare a casa un'eccellenza gastronomica» suggella l'assessore al Turismo Federico Caner che proprio ieri ha rilanciato le strade del vino. Undici quelle riconosciute a cui fanno riferimento aziende agricole, cantine, frantoi, agriturismi, alberghi, ristoranti. Un business ancora tutto da sviluppare che

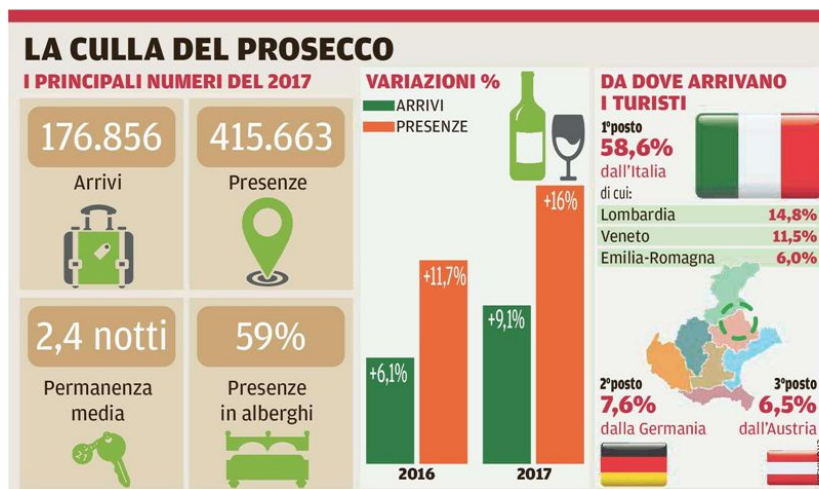
necessita di politiche coordinate e di una decisiva messa in rete. Sono le vie della Valpolicella, Soave, Lessini-Durello, Arcole Doc, Recioto e Gambellara, Colli Berici, Torcolato e Breganze, Colli Euganei, Conegliano-Valdobbiadene, Lison Pramaggiore e Radicchio rosso e variegato di Castelfranco. Ognuna si muove per conto suo: «Il piano strategico della Regione veneto - spiega Caner - è proprio nato per coordinare e il tema del *food and wine* è divenuto portante: abbiamo riunito tutti, il futuro sarà strategico e comune». La culla del Prosecco, stando ai dati elaborati dalla Regione, vede nel 2017 quasi 177 mila arrivi (+9,1%) e 415 mila presenze (+16%). Il 60% sono italiani, il 7,6% tedeschi e un 6,5% austriaci. I cinesi scelgono invece le terre del Soave: più 6,1% gli arrivi nel 2017 per 136 mila visitatori, più 10,1% le presenze quasi a 300 mila. La Valpolicella è invece la meta preferita dai croati che toccano il 2,7% del totale vi-

sitatori, dove il 53,7% sono italiani e un 9,5% è rappresentato dai tedeschi. Gli arrivi nella terra dell'Amarone sono 112 mila più 8,4%, mentre le presenze sono 294 mila, +6,3% ma nel 2016 la Valpolicella era letteralmente esplosa con un +24%. Le percentuali, quindi, vanno sommate.

«Turismo e vino nel Veneto significano qualità, offerta vincente e successo internazionale - ha detto Caner -. Se già considerando singolarmente i due settori dell'ospitalità e della produzione enologica stanno vivendo una delle loro fasi storiche più felici, mettendoli insieme otteniamo la rappresentazione di una regione che ha pochi eguali in termini di capacità attrattiva, di ricchezza di proposte, di competitività economica. Acquisita la consapevolezza che unendo tra loro le diverse risorse di cui disponiamo queste progrediscono e si completano, oggi lavoriamo per mettere a sistema questo insieme che ha un nome facilmente identificabile: *the*

land of Venice».

I dati illustrati confermano che il Veneto, con i suoi 8,5 milioni di ettoltri ricavati da oltre 80 mila ettari a vite, è una delle prime regioni d'Europa per la produzione di vino e non conosce concorrenti quanto all'export, prima in assoluto in Italia davanti a Piemonte e Toscana che nemmeno insieme riescono a fare meglio del Veneto che raggiunge il record di 2,1 miliardi di esportazioni, +6 punti percentuali, il 35,5% del totale italiano. «Un primato legato al fenomeno del Prosecco - ha sottolineato l'assessore, al fianco di Maria Teresa Coronella dell'Ufficio statistico regionale -, del quale nel 2017 sono stati esportati oltre 800 milioni di euro, pari al 60% dell'export di spumante nazionale. Un *best seller* planetario, potremmo definirlo, con Regno Unito, Stati Uniti e Germania ai primi tre posti nell'accaparrarsi questo prodotto».



Peso: 1-3%,11-36%