Olioliva Week, il turismo enogastronomico vale oltre 103 milioni di presenze: a Imperia il confronto con ISNART e Mirabilia

Oltre 103 milioni di presenze turistiche stimate nell'arco di un anno e una spesa media giornaliera a destinazione di 115 euro a persona, al netto di viaggio e alloggio, contro i 102 euro della media generale nell'estate 2026. Sono i numeri che raccontano il peso del turismo enogastronomico in Italia, secondo l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio di ISNART-Unioncamere. Un'attrattività confermata anche dall'indagine condotta da ISNART nella primavera 2026 nei territori del Progetto Speciale Mirabilia: per il 55% dei turisti stranieri intervistati, la cucina italiana riveste un ruolo molto importante nella scelta di visitare il nostro Paese.

Questi dati hanno accompagnato il confronto del convegno "La Cucina Italiana tra tradizione e cultura. Celebrazione del Patrimonio UNESCO", svoltosi questa mattina ad Imperia, nell'Area Saperi e Sapori di Calata Cuneo, nell'ambito di Olioliva Week 2026, promossa dalla Camera di Commercio Riviere di Liguria. L'appuntamento, realizzato in collaborazione con ISNART e nell'ambito del Progetto Speciale Mirabilia, ha posto al centro il rapporto tra patrimonio culturale, produzioni agroalimentari e sviluppo turistico.

Moderato dal giornalista e scrittore Carlo Cambi e aperto dai saluti istituzionali del presidente della Camera di Commercio Riviere di Liguria Enrico Lupi, l'incontro ha approfondito le opportunità offerte dalla costruzione di circuiti enogastronomici capaci di mettere in relazione prodotti, imprese e territori. Particolare attenzione è stata dedicata alla comunicazione verso il pubblico internazionale e alla qualità dell'accoglienza, elementi decisivi per trasformare l'interesse per la cucina italiana in esperienze di visita e occasioni di crescita per le economie locali.

«I dati presentati confermano che l'enogastronomia è una motivazione di viaggio capace di generare valore per le imprese e per l'intero territorio – dichiara Enrico Lupi, presidente della Camera di Commercio Riviere di Liguria –. Per il Ponente ligure, l'olio extravergine e la cultivar Taggiasca rappresentano una chiave di accesso alla conoscenza dei borghi, del paesaggio e della nostra cultura produttiva. Con Olioliva Week abbiamo voluto mettere in relazione queste risorse, affiancando alla valorizzazione dei prodotti il confronto sulle prospettive del turismo e sulle opportunità dei mercati internazionali. La collaborazione con ISNART e il progetto Mirabilia rafforza questo percorso: fare rete significa offrire alle imprese strumenti e relazioni per costruire proposte riconoscibili, capaci di attrarre visitatori e diffondere i benefici anche nell'entroterra».

«La cucina italiana rappresenta un patrimonio straordinario di tradizioni, conoscenze e saperi che raccontano l'identità dei nostri territori e il valore delle loro imprese. Il riconoscimento UNESCO costituisce un'opportunità per rafforzare ulteriormente l'attrattività turistica del Paese – afferma Loretta Credaro, presidente ISNART –. In questa prospettiva, il sistema delle Camere di commercio, attraverso ISNART, svolge un ruolo strategico nel valorizzare le eccellenze enogastronomiche, favorire la collaborazione tra produttori, ristoratori e operatori turistici e costruire nuove opportunità di sviluppo per le economie locali. Il progetto Mirabilia è un esempio concreto di questo impegno: mettere in rete territori, imprese e comunità per trasformare il patrimonio culturale ed enogastronomico italiano in esperienze turistiche autentiche, riconoscibili e competitive sui mercati internazionali».

Dal confronto è emersa l'importanza di una proposta turistica in grado di raccontare, insieme al prodotto, le persone, i luoghi e i saperi che lo rendono unico. Un percorso che trova in Mirabilia

uno strumento di collaborazione tra territori e imprese e che, a Imperia, si lega alla valorizzazione della filiera olivicola e delle tradizioni del Ponente ligure.