FIPE-Confcommercio: la spesa dei turisti a tavola supera i 23 miliardi di euro

20251008123742jay-wennington-n-y88twmgwa-unsplash-1c6c310d

La ristorazione italiana non è solo un servizio essenziale per chi viaggia, ma un asset strategico che contribuisce a costruire identità, ricchezza e attrattività internazionale. Lo dimostra il Rapporto “Il potere turistico della ristorazione”, realizzato da Sociometrica per FIPE-Confcommercio, secondo cui nel 2024 la spesa dei turisti italiani e stranieri in servizi di ristorazione ha superato i 23 miliardi di euro generando 11 miliardi di valore aggiunto in quasi 3.300 comuni turistici italiani.

La concentrazione più rilevante è nelle grandi città d’arte – Roma, Venezia, Firenze – ma con una diffusione capillare in tutte le aree del Paese, dalle destinazioni balneari a quelle montane. Anche nella componente ristorativa il turismo internazionale gioca un ruolo decisivo: nei primi dieci comuni turistici genera oltre il 67% del valore aggiunto complessivo. Il Rapporto evidenzia inoltre come la cucina italiana rappresenti un formidabile strumento di soft power globale, grazie a una rete di oltre 90.000 ristoranti italiani nel mondo, che rafforzano l’immagine del Paese e spesso stimolano il desiderio di visitarlo. Un’attenzione speciale è dedicata anche ai bar italiani, simbolo di stile di vita e socialità, parte integrante dell’esperienza turistica.

«*La ristorazione* – sottolinea **Lino Enrico Stoppani**, Presidente di FIPE-Confcommercio – *valorizza le economie locali ed è un patrimonio, anche immateriale, che accompagna ogni esperienza turistica. Non è, dunque, solo valore economico, ma cultura e identità attraverso cui raccontare il Paese, le destinazioni e la nostra vocazione all’ospitalità. È un settore che contribuisce in modo determinante alla competitività del turismo italiano e alla promozione del brand Italia nel mondo. Per questo servono politiche che riconoscano il ruolo della ristorazione nel turismo secondo un approccio di filiera in grado di aumentare il potenziale della nostra offerta*».