

Enogastronomia con il QR Code il cibo promuove il turismo

Grazie ad un QR Code chi acquista un prodotto agroalimentare riceve **informazioni sulle sue origini**, con lo scopo di stimolarlo a **visitare il territorio di provenienza**. Un progetto ambizioso, portato avanti dalla Startup pugliese [Localtourism.it](https://www.localtourism.it).

L'enogastronomia italiana detiene il record europeo di **imprese** che operano nel settore del **turismo enogastronomico**. Nel biennio 2019-2021 infatti sono passate da 337.610 unità del 2019 a 339.772 unità del 2021, confermando il processo di **evoluzione delle eccellenze italiane**. Questo il dato che emerge dal "**Rapporto 2022 del Turismo Enogastronomico italiano**" curato da **Roberta Garibaldi** Ceo Enit e vicepresidente dell'Ocse, docente presso l'Università degli Studi di Bergamo, esperta di turismo e cultura nonché autrice di numerosi libri e saggi.

Per questo in **Puglia** si punta sempre più all'**innovazione** dei processi, che potrebbe rappresentare la vera chiave di volta nel settore enogastronomico, culturale e turistico esperienziale.

Infatti la Puglia è la regione in cui si sta diffondendo sempre più il progetto di [Localtourism.it](https://www.localtourism.it), un'idea che punta a trasformare il **prodotto enogastronomico in biglietto da visita del territorio** attraverso l'uso della **IoT** (Internet of Things) applicato alle **etichette dei prodotti** ed al loro packaging.

L'Iot, infatti, consente di aggiungere maggiore comunicazione agli oggetti comuni come bottiglie, barattoli e contenitori vari. Localtourism.it. E' è una piattaforma digitale nella quale **le aziende enogastronomiche si valorizzano**, insieme al

loro territorio, mettendo in rete i prodotti, la **cultura** e il **turismo** esperienziale di quella **terra**.

Tutto ciò diventa possibile attraverso la scannerizzazione di un QR-Code posto sull'etichetta del prodotto, che permette di entrare nella piattaforma digitale dove il consumatore trova: i dati dell'**azienda** che lo produce e commercializza, le **attrazioni turistiche** e la **storia** del territorio di **provenienza**.

Al momento il progetto ha dato vita a 132 milioni di unità prodotte che parlano di aree ben specifiche della Puglia e che invertono il paradigma del Made in Italy, con l'obiettivo di **trasformare il consumatore in un potenziale turista del territorio**.