

LA CRESCITA DEL TURISMO ENOGASTRONOMICICO

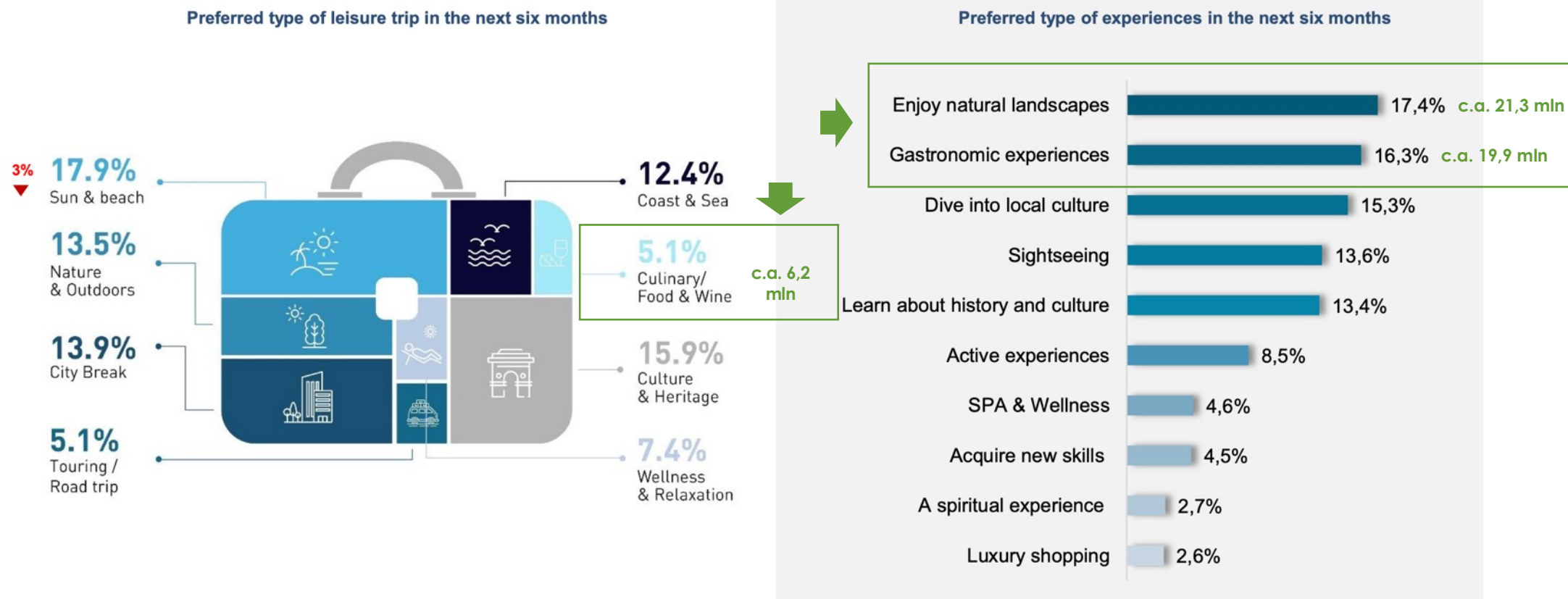
ROBERTA GARIBALDI

PRESIDENTE ASSOCIAZIONE ITALIANA TURISMO ENOGASTRONOMICICO
DOCENTE DI TOURISM MANAGEMENT
VICE-PRESIDENTE COMMISSIONE TURISMO OCSE

FOOD EXPERIENCE CENTRALI NEI VIAGGI DEGLI EUROPEI CIRCA 20 MILIONI

| Tipologie di viaggio e di esperienze preferite dai turisti europei

Viaggi nel periodo giugno – novembre 2023



Fonte: European Travel Commission (2023). Nota: i valori assoluti sono stime elaborate su dati Eurostat e European Travel Commission

LA CRESCITA DEI TURISTI ENOGASTRONOMICI IN ITALIA

| Turisti enogastronomici italiani

Anni 2016, 2018, 2019, 2021 e 2023*, Incidenza % sul totale dei turisti



2023 **58%**

2021 **55%**

2019 **45%**

2018 **30%**

2016 **21%**

c.a. **9,6 mln**

I turisti enogastronomici
in Italia

+37%

La crescita % 2023/2016

Note: * Per turista enogastronomico s'intende un turista che ha svolto negli ultimi tre anni un viaggio con pernottamento con motivazione primaria l'enogastronomia. I dati relativi al 2023 provengono da un'indagine condotta su un campione rappresentativo della popolazione turistica italiana (n. = 1.500). Quelli degli anni 2016, 2018, 2019 e 2021 provengono dalle precedenti edizioni del «Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano».

IL TURISTA | LE EXPERIENCE FRUITE

ANNO 2023

| Partecipazione alle esperienze enogastronomiche nel corso degli ultimi tre anni – TIPOLOGIA:

Valori %



	 TURISTI ENOGASTRONOMICI	 TOTALE TURISTI ITALIANI
Esperienze culinarie nei ristoranti	97%	94%
Visite ai luoghi di produzione	85%	74%
Eventi enogastronomici	70%	60%
Esperienze enogastronomiche attive	68%	53%
Tour ed itinerari tematici	63%	48%
Altre esperienze enogastronomiche	68%	65%

Nota: Totale > di 100% poiché possibile risposta multipla.

IL TURISTA È... ALLA RICERCA DI NUOVE ESPERIENZE

PRIME DIECI ESPERIENZE ENOGASTRONOMICHE FRUITE

| A quali delle seguenti esperienze enogastronomiche hai preso parte nel corso dei viaggi che hai compiuto negli ultimi tre anni?



	 TURISTI ENOGASTRONOMICI	 TOTALE TURISTI ITALIANI
Mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (non di una catena)	73%	74%
Visitare un mercato con prodotti del territorio	48%	49%
Visitare un ristorante o un bar storico	48%	43%
Visitare le attività di piccole botteghe artigiane del gusto	41%	35%
Partecipare ad un evento legato al cibo (es. festival)	38%	35%
Visitare una cantina	41%	34%
Partecipare ad un evento legato al vino (es. festival)	39%	30%
Comprare cibo da un food truck (cibo di strada da chiosco-furgone)	29%	29%
Visitare un caseificio	34%	28%
Visitare un'azienda agricola locale	32%	28%

Nota: Totale > di 100% poiché possibile risposta multipla.

L'OFFERTA È... RICCA ED ETEROGENEA

VISITE AI LUOGHI DI PRODUZIONE

| A quali delle seguenti esperienze enogastronomiche hai preso parte nel corso dei viaggi che hai compiuto negli ultimi tre anni?

	 TURISTI ENOGASTRONOMICI	 TOTALE TURISTI ITALIANI
Visitare una cantina	41%	34%
Visitare un caseificio	34%	28%
Visitare un'azienda agricola locale	32%	28%
Visitare un birrificio	24%	19%
Visitare un'azienda olearia/un frantoio	19%	15%
Visitare un salumificio	17%	14%
Visitare una fabbrica del cioccolato	16%	12%
Visitare un pastificio	16%	12%
Visitare una distilleria	12%	9%
Visitare un frutteto/un'azienda produttrice di frutta	11%	9%
Fare una visita guidata in una pasticceria	9%	7%
Fare un'esperienza per scoprire il mondo del caffè	8%	6%
Fare una visita guidata in una gelateria artigianale	7%	5%

Nota: Totale > di 100% poiché possibile risposta multipla.

SVILUPPO E DIVERSIFICAZIONE DELLE ESPERIENZE GAP TRA INTERESSE E FRUIZIONE, TURISTI ITALIANI

| Differenze tra il livello di interesse e fruizione delle esperienze enogastronomiche

Valori %

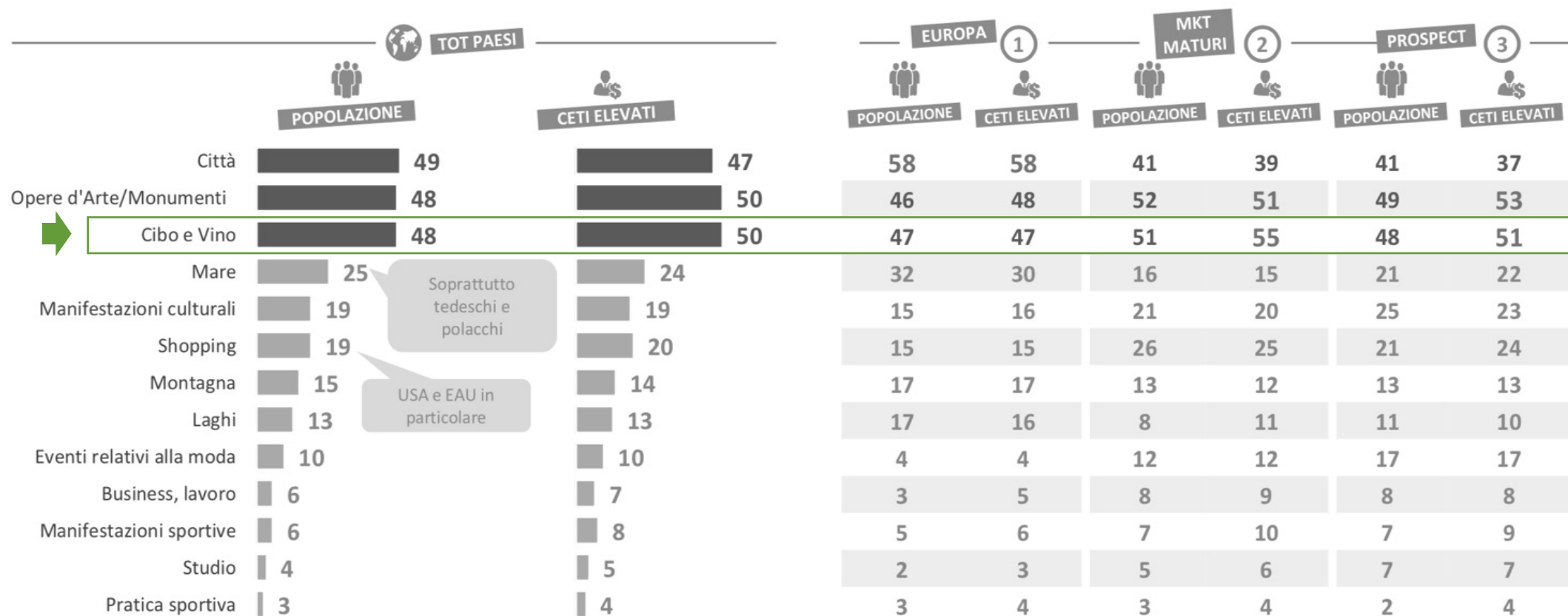
	Interesse	Fruizione	GAP
Seguire un percorso suggerito a tema olio in autonomia	64%	8%	56%
Partecipare a concerti e/o manifestazioni musicali all'interno delle aziende di produzione (es. nei vigneti, negli uliveti)	61%	10%	52%
Partecipare a mostre temporanee all'interno delle aziende di produzione (es. nei vigneti, negli uliveti)	57%	8%	49%
Seguire un percorso suggerito a tema birra in autonomia	53%	9%	43%
Partecipare ad esperienze attive (es. vendemmia turistica, raccolta delle olive, di frutti)	53%	12%	41%
Partecipare ad attività sportive all'aria aperta come trekking del gusto, tour in bicicletta o MTB tra i luoghi di produzione	53%	13%	40%
Fare trattamenti di benessere (es. SPA, massaggi) a tema vino, birra, olio	48%	17%	32%
Visitare un mercato con prodotti del territorio	67%	49%	18%

Nota: Totale > 100 perché possibile risposta multipla. I valori si riferiscono al totale dei turisti italiani.

L'ENOGASTRONOMIA PRIMARIO FATTORE DI SCELTA PER GLI STRANIERI

| Perché farebbe un viaggio in Italia?

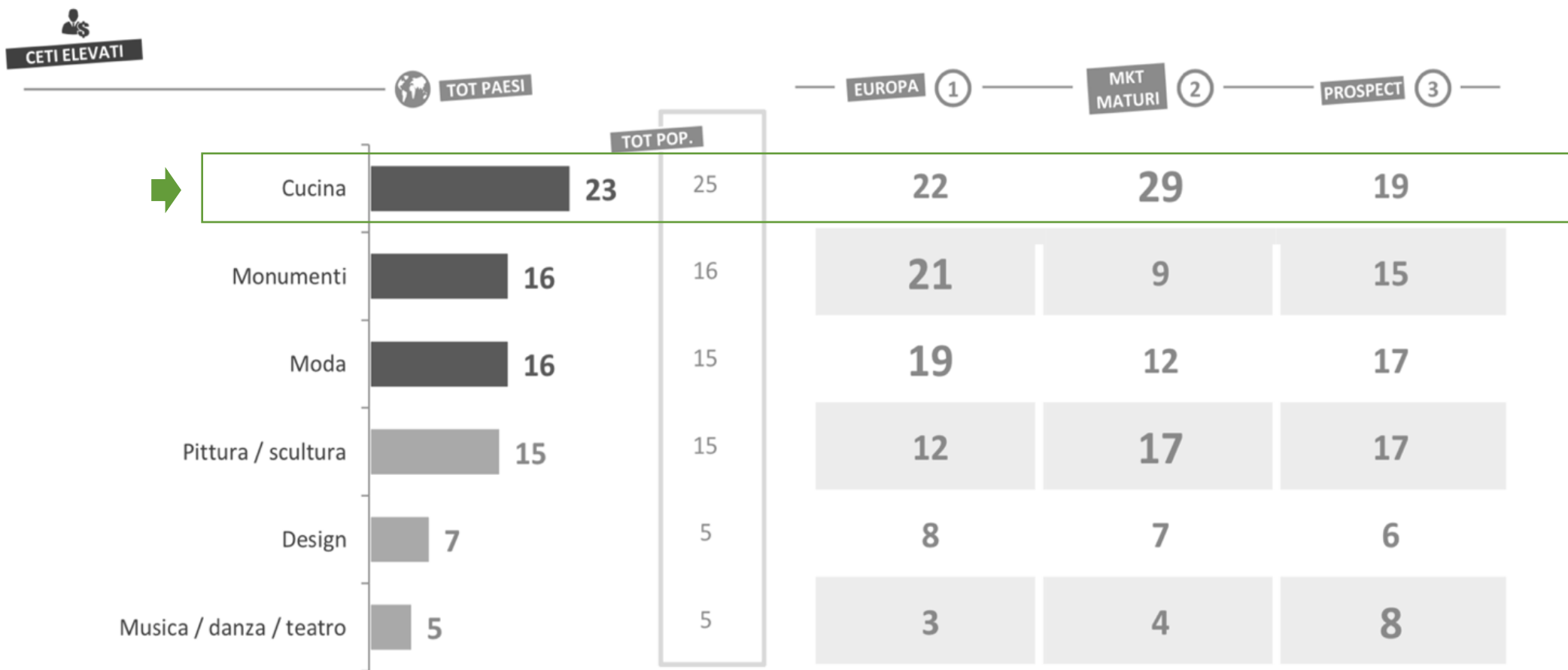
Massimo 3 motivi



Fonte: IPSOS per ENIT (2017). Nota: indagine condotta su un panel di individui di 18 Paesi.

L'ENOGASTRONOMIA PRIMARIO FATTORE DI SCELTA PER GLI STRANIERI

| Quali di questi aspetti associa principalmente all'Italia?



Fonte: IPSOS per ENIT (2017). Nota: indagine condotta su un panel di individui di 18 Paesi.

LE METE PIÙ DESIDERATE PER IL FOOD & WINE

| Immagina di compiere un viaggio enogastronomico. Quale destinazione straniera sceglieresti?

Prime 5 posizioni in classifica per mercato

	PAESE DI PROVIENZA									
	Germania	Austria	Svizzera	Paesi bassi	Francia	Italia	Spagna	Regno unito	Usa	Cina
Italia	1°	1°	1°	1°	1°		1°	1°	1°	5°
Francia	2°	2°	2°	2°		2°	2°	2°	2°	3°
Spagna	3°	3°	3°	3°	2°	1°		3°	4°	
Grecia	4°	4°	4°	5°	4°	4°		5°		
Austria	5°									
Croazia		4°								
Germania			4°	4°						
Giappone					3°	5°	5°			1°
Marocco					5°					
Parigi						3°	3°	4°	3°	
Portogallo							3°			
Messico									5°	
Tailandia										2°
Corea del sud										4°

DESTINAZIONE SCELTA

Fonte: inspektour (international) GmbH, 2021. Nota: le posizioni indicate riflettono le risposte date dagli intervistati nei mercati indicati (n. minimo risposte = 379).

DISEGNODI LEGGE DI RIFORMA DELLA PROFESSIONE DI GUIDA TURISTICA

| PROPOSTA DI INTEGRAZIONI

- 🌿 Vista l'attuale rilevanza dell'enogastronomia per i turisti italiani e stranieri, è auspicabile inserire tra le materie oggetto dell'esame di abilitazione (Art. 4) l'enogastronomia in aggiunta a quelle indicate (storia dell'arte, geografia, storia, archeologia, diritto del turismo, accessibilità, inclusività dell'offerta turistica, lingue straniere)

