

## RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ITALIANO 2019

### Gli italiani in viaggio: l'enogastronomia

Nel corso degli ultimi anni il ruolo dell'enogastronomia nel turismo è profondamente cambiato, sia sul fronte del comportamento dei turisti, sia su quello dell'offerta. Pur essendo una proposta relativamente recente rispetto ai tradizionali segmenti, il turismo legato a cibo e vino è andato rafforzandosi e articolandosi facendo registrare numeri sempre in crescita. Aumenta la fruizione di esperienze a tema enogastronomico, che diventano patrimonio comune, con l'86% dei turisti italiani che, a prescindere che si muovano per turismo balneare, di montagna o per business, ha partecipato a cinque o più attività di questo genere nel corso di un viaggio.

**TAB. – A quante esperienze enogastronomiche hai preso parte nel corso dei viaggi che hai compiuto negli ultimi tre anni?**

N. DI ESPERIENZE	PARTECIPAZIONE DEI TURISTI (% SUL TOTALE)
5 o più esperienze	86%
4 o più esperienze	89%
3 o più esperienze	93%
2 o più esperienze	96%
1 o più esperienze	98%
Nessuna esperienza	2%

Nota: Non è stata considerata l'esperienza «Mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (non di una catena)» (esperienze considerate n. = 25).

Fra le esperienze più popolari figurano, oltre al gustare prodotti tipici, visitare un mercato (82%) e il recarsi presso bar e ristoranti storici (72%). Grande interesse suscitano le esperienze di visita ai luoghi di produzione, con *in primis* le aziende agricole (62%) che registrano un tasso di interesse maggiore rispetto alle cantine (56%). I dati riportati nella tabella sottostante indicano, rispetto al 2017, un sostanziale aumento del numero di italiani che ha partecipato a questo tipo di esperienze. Gli incrementi maggiori si registrano per le esperienze culinarie nei ristoranti e bar storici (+16%), eventi legati al cibo (+16%), il mangiare piatti tipici in un ristorante del luogo (+15%) e le visite in aziende agricole e vitivinicole (+15%); a seguire i mercati (+13%) e i ristoranti etnici (+12%).

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

	2018	2017	VAR. 2017/18
Mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (non di una catena)	88%	73%	15%
Visitare un mercato con prodotti del territorio	82%	70%	13%
Visitare un ristorante o un bar storico	72%	56%	16%
Comprare cibo da un <i>food truck</i> (cibo di strada da chiosco-furgone)	70%	59%	11%
Partecipare ad un evento legato al cibo (es. festival)	67%	51%	16%
Andare in ristoranti etnici per degustare piatti della cucina di tutto il mondo	58%	46%	12%
Recarsi in un ristorante, un bar o una cantina di tendenza, alla moda	53%	42%	11%
Recarsi in locali molto frequentati che mi permettano di incontrare e conoscere persone	49%	45%	4%
Partecipare ad un evento legato alla birra (es. festival)	49%	39%	10%
Partecipare ad un evento legato al vino (es. festival)	44%	35%	9%
Visitare un museo del prodotto tipico	38%	37%	1%
Mangiare in un ristorante gourmet di alto livello (es. ristorante Guida Michelin)	29%	27%	3%

	Partecipare ad un corso di cucina	13%	17%	-4%
	Fare esperienze di <i>social eating</i> (ossia pranzare o cenare in casa di persone che non si conoscono)	12%	n.d.	
ESPERIENZE FOOD & BEVERAGE	Visitare un'azienda agricola locale	62%	47%	15%
	Visitare una cantina	56%	41%	15%
	Visitare un caseificio	51%	n.d.	
	Visitare un frantoio	37%	n.d.	
	Visitare un birrifico	33%	n.d.	
	Visitare un salumificio	30%	n.d.	
	Visitare un pastificio	27%	n.d.	
	Visitare una fabbrica del cioccolato	23%	n.d.	
	Visitare una distilleria	23%	n.d.	
TOUR & ITINERARI	Seguire un percorso gastronomico suggerito in autonomia (es. Strada del Vino e dei Sapori)	41%	35%	6%
	Andare alla scoperta di cibo in un percorso a piedi accompagnato da un esperto gastronomico	26%	23%	2%
	Partecipare a un viaggio enogastronomico di più giorni in più destinazioni organizzato da un'agenzia specializzata	15%	20%	-5%

Nota: Percentuale di soggetti che hanno indicato l'esperienza. Possibile risposta multipla.

Nonostante ciò, permane una domanda inespressa di esperienze a tema che indica l'esistenza di un mercato potenziale ancora da soddisfare. A livello complessivo, la differenza media tra desiderio e fruizione si attesta intorno al 22% della totalità dei turisti e tende ad essere più accentuata per alcune esperienze: in particolare, la visita a fabbriche del cioccolato (in cui il gap tra desiderio e fruizione si attesta sul 54%), pastifici (39%) e viaggi enogastronomici di più giorni organizzati da un'agenzia (36%).

TAB. – Nel corso dei tuoi viaggi, a quali delle seguenti esperienze enogastronomiche ...?

	VORRESTI PARTECIPARE?	HAI PARTECIPATO?	GAP %	
ESPERIENZE FOOD & BEVERAGE	Mangiare piatti tipici del luogo in un ristorante locale (non di una catena)	90%	88%	2% (-16%)
	Visitare un mercato con prodotti del territorio	87%	82%	5% (-14%)
	Visitare un ristorante o un bar storico	82%	72%	11% (-17%)
	Partecipare ad un evento legato al cibo (es. festival)	80%	67%	13% (-15%)
	Comprare cibo da un <i>food truck</i> (cibo di strada da chiosco-furgone)	74%	70%	3% (-9%)
	Andare in ristoranti etnici per degustare piatti della cucina di tutto il mondo	70%	58%	12% (-14%)
	Visitare un museo del prodotto tipico	68%	38%	31% (-1%)
	Partecipare ad un evento legato alla birra (es. festival)	68%	49%	19% (-8%)
	Partecipare ad un evento legato al vino (es. festival)	61%	44%	17% (-9%)
	Recarsi in un ristorante, un bar o una cantina di tendenza, alla moda	57%	53%	4% (-16%)
	Mangiare in un ristorante gourmet di alto livello (es. ristorante Guida Michelin)	52%	29%	23% (-9%)
	Recarsi in locali molto frequentati che mi permettano di incontrare e conoscere persone	52%	49%	3% (-11%)
	Partecipare ad un corso di cucina	48%	13%	35% (+2%)
	Fare esperienze di <i>social eating</i> (ossia pranzare o cenare in casa di persone che non si conoscono)	39%	12%	27%

LUOGHI DI PRODUZIONE	Visitare un'azienda agricola locale	78%	62%	16% (-16%)
	Visitare una fabbrica del cioccolato	77%	23%	54%
	Visitare un caseificio	71%	51%	19%
	Visitare una cantina	69%	56%	14% (-14%)
	Visitare un frantoio	69%	37%	32%
	Visitare un birrifico	67%	33%	34%
	Visitare un pastificio	65%	27%	39%
	Visitare un salumificio	63%	30%	33%
	Visitare una distilleria	58%	23%	36%

TOUR & ITINERARI	Seguire un percorso gastronomico suggerito in autonomia (es. Strada del Vino e dei Sapori)	70%	41%	29% (-6%)
	Andare alla scoperta di cibo in un percorso a piedi accompagnato da un esperto gastronomico	59%	26%	33% (-7%)
	Partecipare a un viaggio enogastronomico di più giorni in più destinazioni organizzato da un'agenzia specializzata	52%	15%	36% (0%)

Nota: Percentuale di soggetti che hanno indicato l'esperienza. Possibile risposta multipla. Tra parentesi le variazioni rispetto al 2017, quando disponibili.

Gli italiani preferiscono fare questi viaggi in Italia. Sicilia e Toscana fra le regioni italiane più amate, Spagna e Francia all'estero. Il 92% dei turisti enogastronomici che ha svolto un viaggio con questa motivazione primaria negli ultimi tre anni ha scelto una località del Belpaese. Di questi, solo 17% è stato anche all'estero, mentre il rimanente 8% ha compiuto un viaggio enogastronomico esclusivamente in un paese straniero.

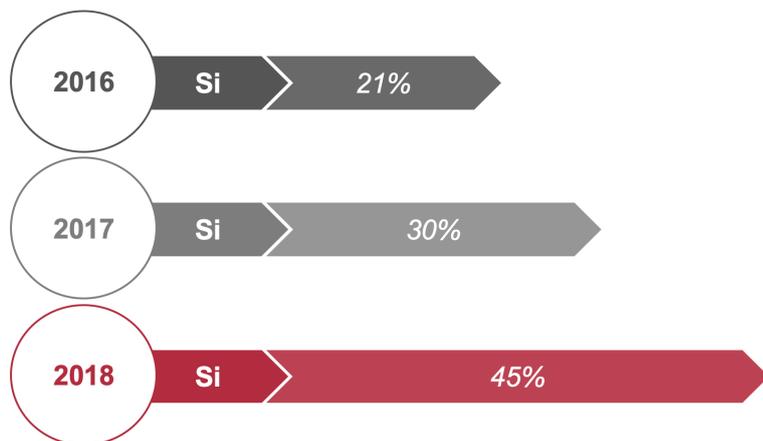
Fra le regioni più apprezzate dai turisti italiani per un viaggio enogastronomico figurano Sicilia, Toscana ed Emilia-Romagna (indicate rispettivamente dal 15%, 14% e 11% degli intervistati), mentre Napoli, Roma e Firenze (11%, 10,1% e 9,7%) sono le città che hanno riscosso il maggiore consenso. Per quanto riguarda l'estero, Spagna e Francia (20% e 18%) sono i paesi più graditi dai turisti italiani con Parigi, Barcellona e Madrid (15%, 10% e 8%) indicate tra le città straniere.

Il 68% dei turisti italiani vorrebbe che l'Italia avesse un museo nazionale dedicato alla sua ricchezza enogastronomica, a conferma del fatto che questo segmento del turismo possiede sì una componente legata al piacere di degustare prodotti e pietanze tipiche di un luogo, ma rappresenta a pieno titolo anche una forma di turismo culturale.

## Il turista enogastronomico italiano

L'enogastronomia si conferma un importante *driver* di viaggio. Se nel 2016 le ricerche avevano evidenziato il 21% degli italiani in viaggio interessati a questo tipo di turismo, con un incremento, nel 2017 al 30%, nel 2018 questo valore è ulteriormente cresciuto. Ben il 45% dei turisti italiani negli ultimi tre anni ha svolto un viaggio con questa motivazione, con un aumento del 48% rispetto all'anno precedente.

**FIG. – Negli ultimi tre anni, hai fatto almeno un viaggio con pernottamento che abbia avuto come motivazione primaria un'esperienza enogastronomica?**



Nota: I dati 2016 e 2017 provengono dalla prima edizione del «Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano» (Garibaldi, 2018).

Chi sono i turisti enogastronomici italiani? Sono generalmente sposati o convivono e provengono da tutto il Paese, in particolare dall'Italia meridionale: in queste regioni, infatti, la propensione a viaggiare con motivazioni legate all'enogastronomia arriva al 52%, contro un 47% nelle regioni del Centro Italia, un 41% per quanto concerne i territori del Nord Ovest e un 39% del Nord Est. Questo segmento turistico interessa in modo trasversale tutte le generazioni, *in primis* gli appartenenti alla Generazione X (ossia i nati tra il 1965 e il 1980) e ai Millennials (1981-1998): il 47% dei primi e il 46% dei secondi ha dichiarato di avere svolto viaggi di natura enogastronomica, con un incremento di interesse dei Millennials dell'86% su base annua, i quali prediligono destinazioni dove quest'offerta è ampia e diversificata e si integra armoniosamente, sia con un contesto di particolare pregio paesaggistico, sia con un'identità culturale forte e radicata nella popolazione residente. Ad affermarsi è quindi il concetto di "paesaggio enogastronomico", ovvero quell'insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico, che il turista italiano prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio.

**FIG. – Profilo sociodemografico dei turisti enogastronomici italiani. Confronto con i turisti non-enogastronomici.**

Provenienza		NORD OVEST	NORD EST	CENTRO	SUD E ISOLE	Reddito		FINO A €28.000	OLTRE €28.000
		Turista enogastronomico	41% (29%)	39% (31%)	47% (27%)			52% (33%)	Turista enogastronomico
Turista NON enogastronomico		59% (71%)	61% (69%)	53% (73%)	48% (67%)	Turista NON enogastronomico	54% (63%)	50% (57%)	

Livello di istruzione		SCUOLA ELEMENTARE O MEDIA INFERIORE	SCUOLA SUPERIORE	LAUREA, MASTER O DOTTORATO	Generazione		BOOMERS (1946-1964)	GEN X (1965-1980)	MILLENNIALS (1981-1998)
		Turista enogastronomico	37% (28%)	45% (29%)			47% (33%)	Turista enogastronomico	42% (29%)
Turista NON enogastronomico		63% (72%)	55% (71%)	53% (67%)	Turista NON enogastronomico	58% (71%)	53% (65%)	54% (74%)	

Note: i) Per turista enogastronomico s'intende un turista che ha svolto un viaggio con pernottamento con motivazione primaria un'esperienza enogastronomica; ii) i dati tra parentesi si riferiscono all'anno 2017.

## L'offerta turistica a tema enogastronomico

*L'Italia si conferma leader europeo nelle produzioni di eccellenza.* Con 299 prodotti agroalimentari e 526 vini ad Indicazione Geografica il nostro Paese conferma anche nel 2018 il primato europeo. Produzioni di eccellenza capillarmente diffuse in tutto il territorio nazionale, e che costituiscono un valore aggiunto per l'economia agroalimentare, generando un valore pari ad oltre 15,2 miliardi di Euro nel 2017 (+2,6% rispetto al 2016), ossia il 18% al fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale. Un patrimonio che da sempre suscita grande interesse nei turisti, italiani e stranieri, e connota l'Italia come meta enogastronomica.

*Aumenta la consistenza dell'offerta ristorativa.* In un contesto di medio periodo si registra la crescita del settore ristorativo (334 imprese attive al 2017, +7% sul 2012), e in particolare delle imprese di *street food*, passate da 1.620 a 2.584 nel quinquennio 2012-2017 (+60%). Contestualmente vediamo, anno dopo anno, che cresce la ristorazione di eccellenza, con un maggior numero di imprese segnalate sulle principali guide del settore (+20% tra il 2018 e il 2019). A ciò si aggiunge il *social eating* che ha perso lo slancio degli anni precedenti, ma si è andato a differenziare in diverse declinazioni – esperienze culinarie in abitazioni private, *cooking class*, ...

*Prosegue il gradimento verso gli agriturismi, struttura preferita dei turisti enogastronomici.* Gli agriturismi in Italia sono 23.406 al 2017, 745 in più rispetto all'anno precedente (+3,3%). Se il numero di aziende che offre il servizio di ristorazione è rimasto stabile, cresce quello degli agriturismi con alloggio: +2,6% sul 2016, e un contestuale aumento del numero di presenze turistiche (12,7 milioni tra italiani e stranieri, +5,3% rispetto all'anno precedente). Prosegue inoltre la tendenza a differenziare la tipologia dei servizi offerti, con quasi 13 mila aziende che propongono attività quali fattorie didattiche, Mountain Bike, trekking, sport, ... Stabile, invece, è il numero di agriturismi con ristoro: al 2017 se ne contano 11.407 (+0,7% sull'anno precedente), con 441.771 posti a sedere.

*Luoghi di produzione: un'offerta ancora potenziale.* Oltre 350.000 le aziende agricole che praticano la coltivazione della vite, 693 micro-birrifici e 162 *brew pub* (dato 2017), circa 4.600 frantoi attivi (al 2017). Sebbene si tratti di un'offerta consistente in termini numerici, ancora poche sono le informazioni disponibili in merito all'effettiva apertura al turismo di questi luoghi di produzione che, come emerso nell'indagine sulla domanda, attirano sempre. Ciò non consente di fare analisi sulle effettive presenze turistiche. L'approfondimento condotto sulle aziende vitivinicole presenti nella «Guida Oro I vini di Veronelli» (quindi con una produzione particolarmente di valore) indica che 494 su 735 sono aperte al pubblico per visite o degustazioni nel fine settimana e/o dispongono di una struttura ricettiva (dato al 2018); rispetto al 2008 si registra un incremento di 80 realtà, pari a +19%. Il servizio di alloggio appare meno diffuso, ma, quando presente, si caratterizza per la sua varietà: camere e appartamenti, spesso in numero superiore a 5, indice che non si tratta di strutture di piccolissime dimensioni.

*Cultura e paesaggio: musei, sagre e itinerari tematici.* L'offerta legata al turismo enogastronomico consta di 114 musei legati al gusto, 173 Strade del Vino e dei Sapori e oltre 11 mila sagre e feste paesane. L'immagine complessiva che ne esce è quella di un patrimonio culturale (e folcloristico) diffuso capillarmente sul territorio, secondo un modello che è tipico della cultura italiana, un patrimonio sparso, che testimonia la ricchezza e la profondità di una cultura enogastronomica. Ma spesso manca di capacità attrattiva a causa della scarsa organizzazione e promozione, seppure vi sono numerose realtà locali che hanno saputo affermarsi come vere e proprie mete turistiche.

*Cresce la vendita di viaggi enogastronomici tra i Tour Operator stranieri e gli intermediari online.* In uno scenario positivo e di crescente interesse verso la «destinazione Italia» si registra un tendenziale aumento nelle vendite di pacchetti enogastronomici che hanno come meta una destinazione del nostro Paese da parte dei Tour Operator stranieri (ENIT, 2018). L'indagine condotta su 99 Tour Operator stranieri che hanno partecipato alle due principali fiere italiane del settore (Good Italy 2017 Workshop e BITEG 2017) mostra un interesse degli operatori verso l'Italia del cibo e del vino. 61 Tour Operator (ossia il 62%) hanno nella propria offerta pacchetti a tema enogastronomico con destinazione l'Italia; la maggior parte è costituita da operatori tedeschi (23%) e statunitensi (18%). Tra le destinazioni maggiormente proposte spiccano la Toscana (presente nel catalogo di offerta del 72% degli operatori considerati) e il Piemonte (59%).

**TAB. – Consistenza dell'offerta eno-gastro-turistica delle regioni Italiane. Produzioni agroalimentari e vitivinicole.**

	PRODOTTI			PRODUTTORI				
	PRODOTTI AGROALIMENTARI IG (N.)	PRODOTTI VITIVINICOLI IG (N.)	PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI (N.)	PRODUTTORI IG (N.)	AGRITURISMI (N.)	AZIENDE AGRICOLE CON VITE (N.)	FRANTOI (N.)	MICRO-BIRRIFICI (N.)
Abruzzo	12	17	148	6.007	575	18.676	328	28
Basilicata	13	6	114	464	180	9.792	119	12
Calabria	20	19	268	1.601	608	13.431	692	22
Campania	26	29	515	7.184	677	41.665	356	48
Emilia-Romagna	45	30	388	14.606	1.167	25.336	36	32
Friuli-Venezia Giulia	9	19	169	5.555	661	6.644	12	17
Lazio	29	36	409	5.278	1.253	20.529	329	42
Liguria	7	12	294	1.861	652	3.976	157	23
Lombardia	36	41	248	9.862	1.637	9.088	30	105
Marche	15	21	151	2.702	1.070	14.190	162	27
Molise	8	6	159	212	125	6.186	106	10
Piemonte	25	59	337	11.026	1.305	20.737	4	62
Puglia	22	38	276	14.044	752	49.596	902	44
Sardegna	10	33	198	18.221	807	18.346	108	30
Sicilia	33	31	245	16.801	858	40.629	569	38
Toscana	33	58	461	22.753	4.568	26.120	395	55
Trentino-Alto Adige	16	13	195	22.389	3.651	12.749	6	22
Umbria	11	21	69	4.252	1.373	11.154	202	15
Valle d'Aosta	6	1	36	1.295	62	1.373	0	5
Veneto	38	53	376	31.955	1.425	38.664	55	56

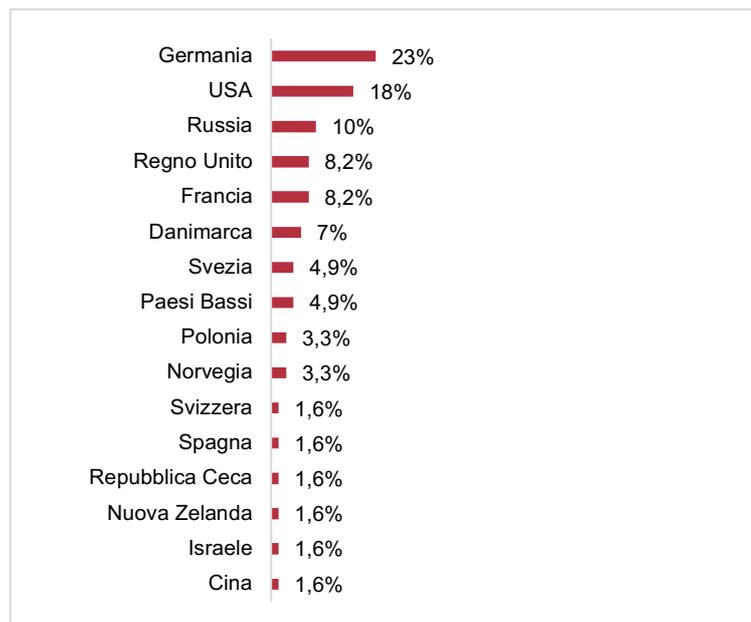
Fonte: nostra rielaborazione. Nota: i dati fanno riferimento all'anno 2017, fatta eccezione per i prodotti agroalimentari e vitivinicoli IG (anno 2018) e le aziende agricole con vite (anno 2010).

**TAB. – Consistenza dell'offerta eno-gastro-turistica delle regioni Italiane. Offerta turistica.**

	ALLOGGIO	RISTORAZIONE			OFFERTA ENO-GASTRO-TURISTICA		
	AGRITURISMI CON ALLOGGIO (N.)	RISTORANTI E ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE MOBILE (N.)	RISTORANTI GOURMET (N.)	AGRITURISMI CON RISTORAZIONE (N.)	AGRITURISMI CON PROPOSTE DI ESPERIENZE (N.)	MUSEI LEGATI AL GUSTO (N.)	STRADE DEL VINO E DEI SAPORI (N.)
Abruzzo	475	4.959	23	397	281	1	6
Basilicata	151	1.299	5	134	110	0	1
Calabria	537	6.051	11	489	470	10	13
Campania	530	17.122	79	583	578	1	11
Emilia-Romagna	837	13.512	58	851	704	15	15
Friuli-Venezia Giulia	350	3.683	24	464	271	3	1
Lazio	949	20.776	80	720	757	5	11
Liguria	554	6.613	27	345	247	4	5
Lombardia	906	25.439	161	1.113	800	3	12
Marche	957	4.976	25	466	495	4	6
Molise	85	996	2	102	76	0	1
Piemonte	916	13.005	81	753	1.000	14	8
Puglia	687	10.892	34	561	597	8	12
Sardegna	624	5.750	14	595	102	7	7
Sicilia	800	13.143	36	530	813	8	12
Toscana	4.395	13.227	66	1.432	2.850	13	22
Trentino-Alto Adige	3.028	3.051	43	672	1.230	6	4
Umbria	1.373	2.552	14	414	1.175	4	5
Valle d'Aosta	46	600	5	42	15	6	1
Veneto	915	13.671	87	744	415	2	20

Fonte: nostra rielaborazione. Nota: i dati fanno riferimento all'anno 2017, fatta eccezione per i ristoranti gourmet (anno 2019), musei legati al gusto (anno 2018) e le Strade del Vino e dei Sapori.

**GRAF.** – T.O. stranieri con proposte a tema enogastronomico verso l'Italia. Sede legale. Anno 2018.



Fonte: nostra elaborazione. Note: i) sono stati considerati solo i T.O. che hanno partecipato alle fiere Good Italy Workshop 2017 e BITEG 2017 e che hanno proposte a tema enogastronomico in Italia all'interno della loro offerta (n. 61); ii) \* totale % superiore a 100 poiché un T.O. può offrire più regioni.

**TAB.** – T.O. stranieri con proposte a tema enogastronomico verso l'Italia. Regioni italiane proposte. Anno 2018\*.

REGIONE	N..	%
Toscana	44	72%
Piemonte	36	59%
Sicilia	24	39%
Veneto	23	38%
Campania	23	38%
Emilia-Romagna	19	31%
Lombardia	18	30%
Puglia	17	28%
Trentino-Alto Adige	12	20%
Umbria	11	18%
Friuli-Venezia Giulia	10	16%
Lazio	10	16%
Liguria	9	15%
Marche	9	15%
Sardegna	8	13%
Valle d'Aosta	4	7%
Abruzzo	4	7%
Calabria	3	5%
Basilicata	2	3%
Molise	1	2%

Fonte: nostra elaborazione. Note: i) sono stati considerati solo i T.O. che hanno partecipato alle fiere Good Italy Workshop 2017 e BITEG 2017 e che hanno proposte a tema enogastronomico in Italia all'interno della loro offerta (n. 61); ii) \* totale % superiore a 100 poiché un T.O. può offrire più regioni.