

## Presentato il Rapporto sul turismo enogastronomico italiano 2109

*Continua la crescita del turismo enogastronomico: +48% di interesse in un anno. Le esperienze enogastronomiche sono un elemento presente nel viaggio di tutte le tipologie di turisti. Forte incremento di interesse da parte dei Millennials*

### Il Rapporto 2019

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. 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 il 98% dei turisti italiani che, a prescindere che si muovano per turismo balneare, di montagna o per business, ha partecipato ad almeno una attività di questo genere nel corso di un viaggio. È una delle principali evidenze che emerge dal RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO ITALIANO 2019: la più completa e autorevole ricerca sul settore che restituisce un quadro dettagliato di questo segmento turistico e ne delinea le principali tendenze dal punto di vista della domanda e dell'offerta. La seconda edizione, sotto la supervisione scientifica della World Food Travel Association e dell'Università degli studi di Bergamo, ha il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, di ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, Federculture, ISMEA, Fondazione Qualivita e Touring Club Italiano, oltre ad aver visto la collaborazione di docenti di Università italiane ed esperti del settore. Per **Roberta Garibaldi**, autore del rapporto, *“si tratta di un dato importante, che non solo certifica la crescente rilevanza di questo segmento turistico tra i viaggiatori del Belpaese, ma che deve diventare un forte elemento di attenzione per tutte le destinazioni italiane, per stimolare un'offerta eno-gastro-turistica sempre più strutturata”*.

### 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.

### **✘ Cresce la partecipazione alle esperienze enogastronomiche, anche fra i turisti generalisti**

Il 98% dei turisti italiani ha partecipato ad almeno una esperienza enogastronomica nel corso di un viaggio compiuto negli ultimi 3 anni. Fra le 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%).

Dati che 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%). 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%).

### **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, mentre Napoli, Roma e Firenze sono le città che hanno riscosso il maggiore consenso. Per quanto riguarda l'estero, Spagna e Francia sono i paesi più graditi dai turisti italiani con Parigi, Barcellona e Madrid indicate tra le città straniere. Tra i turisti enogastronomici le regioni più amate sono invece Sicilia, Toscana e Puglia.

### **Gli italiani vogliono un museo nazionale dedicato all'enogastronomia**



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.

### **Anche all'estero l'offerta eno-gastro-turistica è apprezzata**



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%).

## **E l'Italia cosa sa e può offrire?**

825 prodotti agroalimentari e vitivinicoli ad Indicazione Geografica, 5.056 Prodotti Agroalimentari Tradizionali, 4 beni enogastronomici inseriti nella lista del patrimonio tangibile e intangibile dell'UNESCO, 2 città creative UNESCO dell'enogastronomia, 334.743 imprese di ristorazione, 875 ristoranti di eccellenza, 23.406 agriturismi che offrono servizi di alloggio, ristorazione e altre proposte turistiche, 114 musei legati al gusto, 173 Strade del Vino e dei Sapori. A ciò si aggiungono una molteplicità di esperienze a tema, quali visite e degustazioni nelle cantine, nei birrifici e nei frantoi, sagre e feste enogastronomiche, esperienze di social eating e cooking class che trovano uno spazio sempre maggiore nell'offerta degli intermediari tradizionali e online. Un'offerta consistente in termini numerici che nell'ultimo anno è cresciuta, anche se in modo non consistente per tutte le tipologie, e che riflette la ricchezza e la varietà del patrimonio eno-gastro-turistico-italiano, da Nord a Sud, nelle maggiori città così come nei luoghi periferici.

**Roberta Garibaldi:** *“abbiamo analizzato il gradimento delle varie tipologie di offerta e i motivi che limitano la partecipazione: vi sono molti dati positivi, ma dalle analisi svolte emerge che ci sono ancora spazi di miglioramento, sia in termini di organizzazione sia di fruibilità, il patrimonio enogastronomico italiano è una leva che può ancora esprimere molte potenzialità, attraverso processi territoriali di valorizzazione”.*

*“Dal nostro punto di vista di viaggiatori e di associazione storica promotrice di un turismo consapevole, la grande varietà dei nostri paesaggi e la loro storia”* afferma **Franco Iseppi**, presidente del Touring Club Italiano *“moltiplica pressoché all'infinito le opportunità del racconto del cibo che spesso è una delle porte di accesso più immediate a un territorio, una delle prime esperienze con le quali il viaggiatore contemporaneo cerca un contatto con la cultura e le tradizioni del luogo. Sostenere questa offerta”* conclude Iseppi, *“significa dunque generare valore per i territori che sono la fonte creativa della nostra identità plurale. Raccontarla crea un effetto moltiplicatore che dall'agricoltura e quindi dal paesaggio, dai prodotti alimentari, dalle tradizioni enogastronomiche, si riflette sui territori, sugli abitanti, sugli ospiti, sull'economia e sul turismo”.*

## **Il Rapporto è stato realizzato in collaborazione con:**

Gnammo; Italia a Tavola, Movimento Turismo del Vino, Musement, Seminario Permanente “Luigi Veronelli”, TripAdvisor,

Università degli Studi di Udine

**I contributi di:** Antonio Balenzano, Direttore, Associazione nazionale Città dell'Olio; Donatella Cinelli Colombini, Presidente, Associazione Nazionale Le Donne del vino; Nicola D'Auria, Presidente, Movimento



## Associazione Nazionale Città dell'Olio

Turismo del Vino; Fabio del Bravo, Ismea - Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare; Franco Iseppi, Presidente, Touring Club Italiano; Rossano Pazzagli, Università degli Studi del Molise; Riccardo Ricci Curbastro, Presidente, Federdoc, Mauro Rosati, Direttore generale, Fondazione Qualivita, Marcantonio Ruisi, Università degli Studi di Palermo, Andrea Zannini, Michela C. Mason, Stefano Ciani, Osservatorio Turismo e Territorio, Università degli Studi di Udine

*Roberta Garibaldi: Professore presso l'Università degli studi di Bergamo. È membro del Board of Advisors e Ambasciatore per l'Italia della World Food Travel Association, e dei Board del World Gastronomy Institute e di IGCAT - International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism. Fa inoltre parte del Consiglio di Presidenza della Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR), è membro di ATLAS e Aiest e di Treccani Gusto, oltre che del Comitato Scientifico di BTO. Organizza il "Food Tourism Day" della Bit - Borsa italiana del Turismo.*