



TURISMO ENOGASTRONOMICO, SOSTENIBILITÀ ED AREE RURALI

ROBERTA GARIBALDI
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE ITALIANA TURISMO
ENOGASTRONOMICO

IL TURISMO INTERNAZIONALE NEL 2023: VERSO LA PIENA RIPRESA

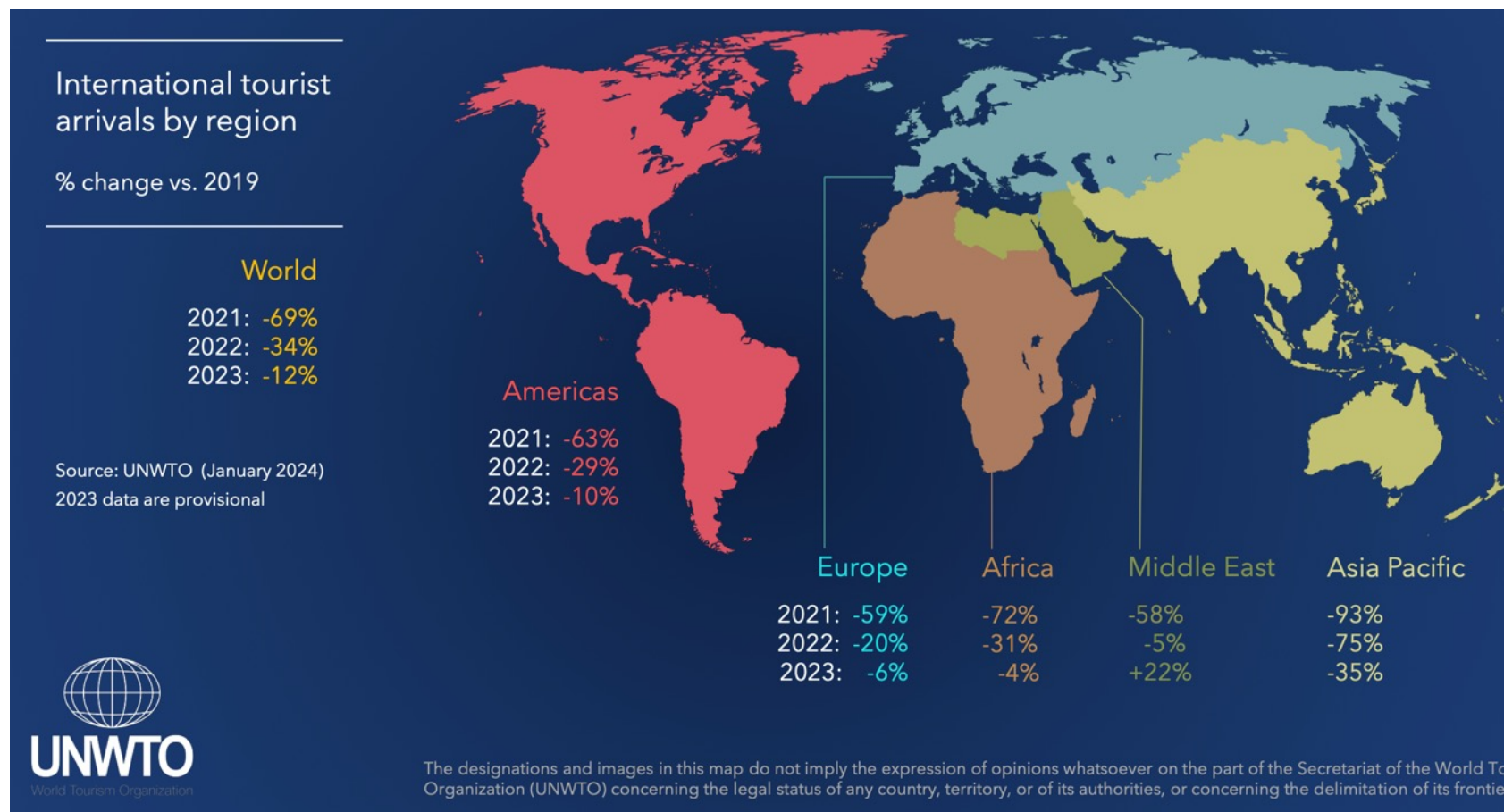


1.286 milioni di turisti internazionali nel **2023**

Recuperato l'88% dei livelli prepandemia

Medio Oriente e **Europa** guidano la ripresa dei flussi

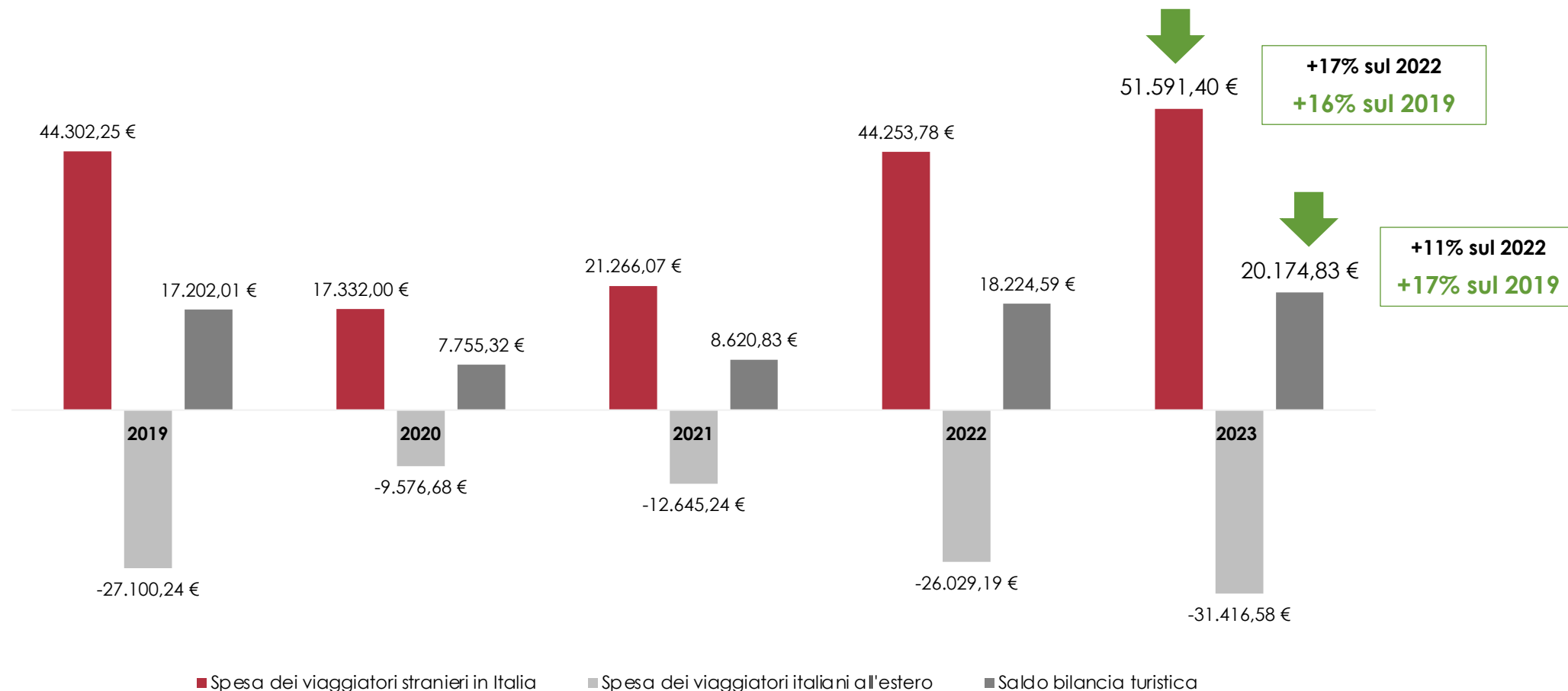
Sul 2019 -12,7% gli arrivi e -7% le entrate



LA SPESA DEGLI STRANIERI SUPERA I LIVELLI DEL 2019

| Entrate, uscite e saldo della bilancia dei pagamenti turistica dell'Italia

Anni 2019-2023. Spesa turisti stranieri in Italia (entrate), spesa dei turisti italiani all'estero (uscite) e saldo (entrate-uscite) in milioni di €-



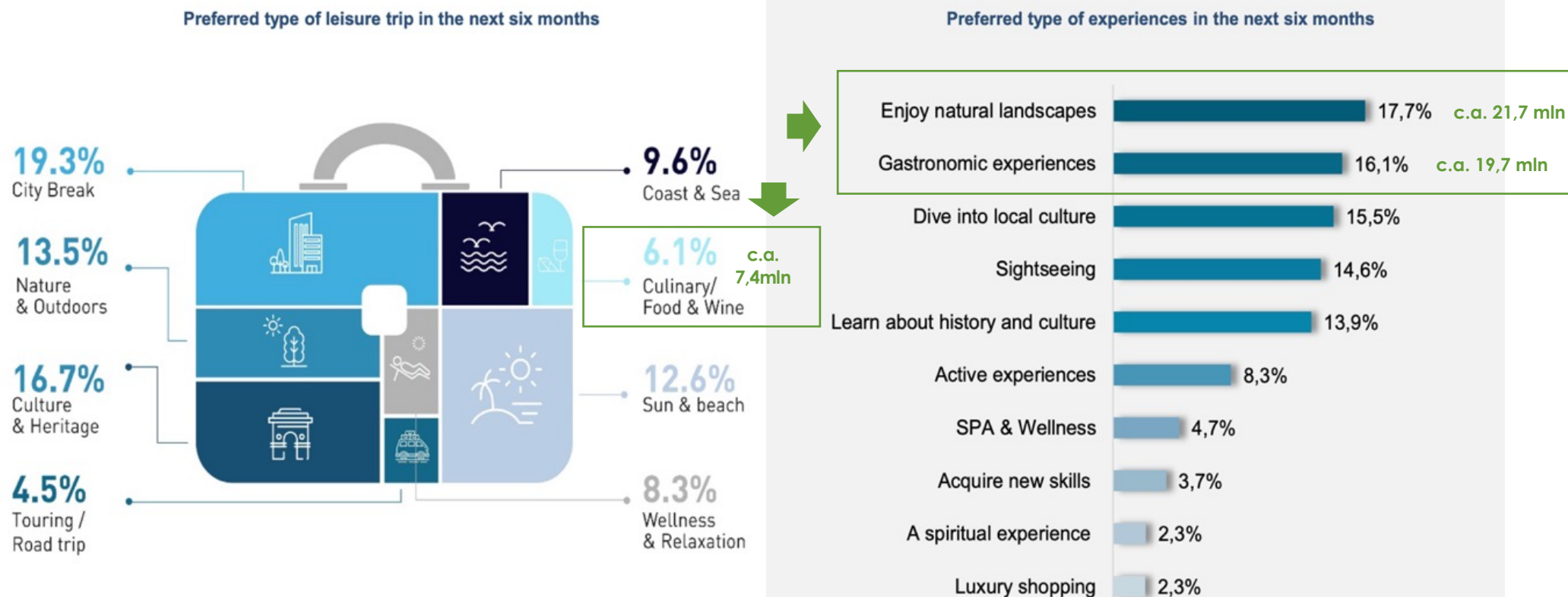
Fonte: Rielaborazione su dati Banca d'Italia.

FOOD EXPERIENCE CENTRALI NEI VIAGGI DEGLI EUROPEI

CIRCA 20 MILIONI

| Tipologie di viaggio e di esperienze preferite dai turisti europei

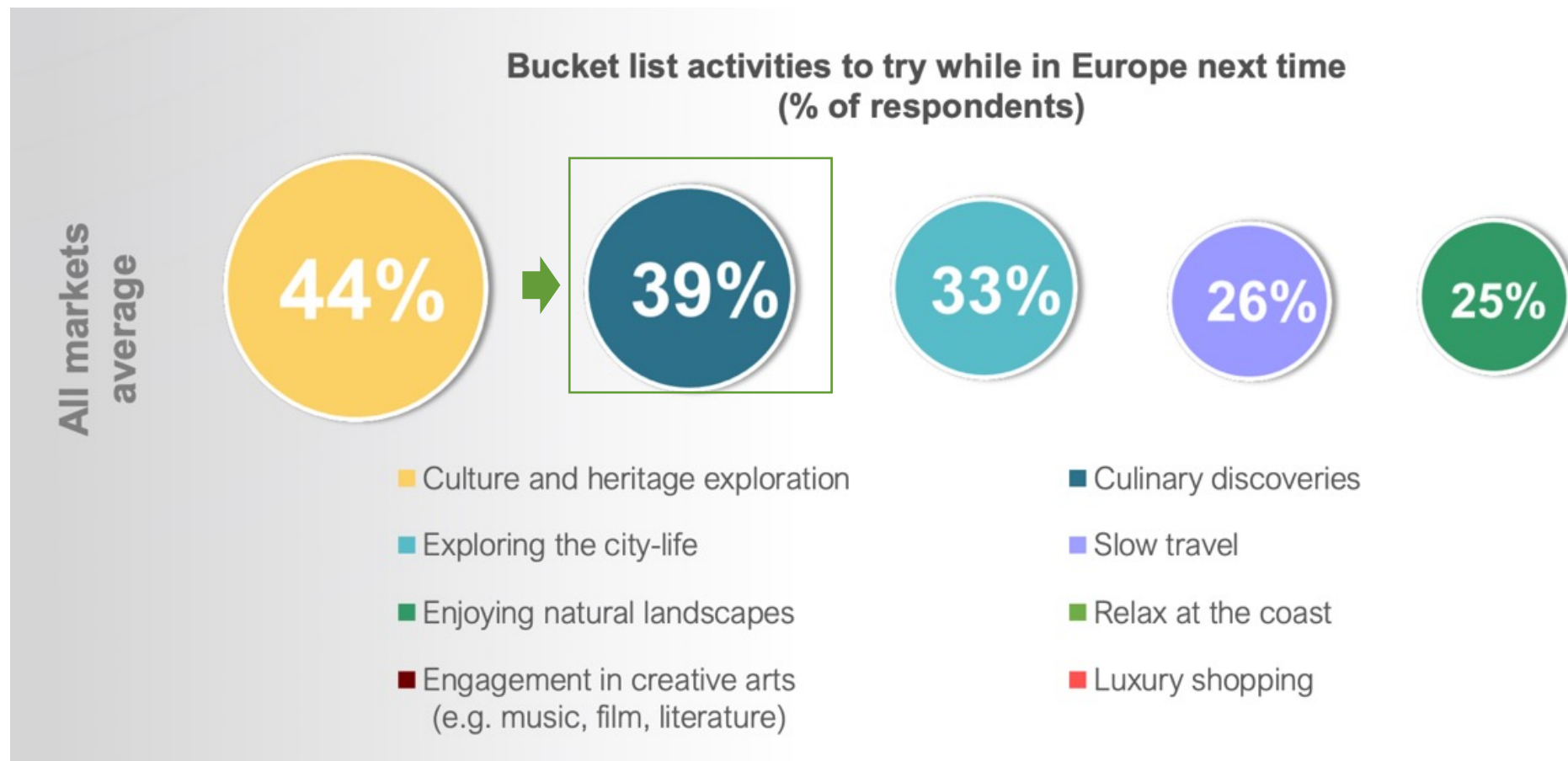
Viaggi nel periodo ottobre 2023 – marzo 2024



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

I VIAGGI IN EUROPA ALL'INSEEGNA DELLA CULTURA E DELL'ENOGASTRONOMIA

| **Tipologie di viaggio e di esperienze preferite dai extra-europei nel corso dei prossimi viaggi in Europa**
Viaggi nel periodo gennaio – dicembre 2024



Fonte: European Travel Commission (2024). Nota: i mercati considerati sono Brasile, Cina, USA, Giappone, Canada, Australia e Corea del Sud.

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».

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,.

AD OGNUNO IL SUO CANALE

FONTI DI INFORMAZIONE PER ETÀ, TURISTI ITALIANI

| Fra le seguenti fonti di informazione, puoi indicare quali ti hanno effettivamente suggerito di visitare una specifica destinazione enogastronomica o partecipare ad una esperienza enogastronomica?

	 Fascia di età					
	18-24	25-34	35-44	45-54	54-64	Oltre 65
Consigli di parenti e amici	56%	49%	55%	55%	55%	56%
Siti internet che parlano di turismo enogastronomico	21%	29%	22%	31%	33%	31%
Programmi, serie e/o canali televisivi dedicati all'enogastronomia	19%	26%	23%	27%	29%	26%
Facebook	16%	25%	27%	25%	17%	17%
Instagram	47%	39%	19%	18%	8%	4%
Guide enogastronomiche	15%	21%	19%	19%	20%	21%
Riviste di viaggio/sezioni di giornale dedicate ai viaggi	12%	15%	16%	21%	24%	23%
Tripadvisor	24%	15%	15%	23%	14%	20%
Riviste enogastronomiche/sezioni di giornale dedicate all'enogastronomia	14%	16%	13%	12%	16%	14%
YouTube	22%	14%	10%	14%	11%	12%
Cataloghi e siti web di Tour Operator e/o Agenzie di Viaggio specializzate	14%	15%	12%	12%	12%	12%
Google Maps	11%	12%	10%	15%	9%	8%
Tik Tok	17%	8%	5%	3%	3%	1%
Tour virtuali	4%	5%	2%	5%	4%	5%
Degustazioni digitali	3%	4%	2%	4%	4%	2%
Twitch	1%	2%	1%	1%	0%	0%
Altri social media	4%	2%	2%	3%	2%	2%

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

OTTIMIZZARE LA
COMUNICAZIONE

GLI ITINERARI NAZIONALI DEL GUSTO

Desiderio di PERCORRERE UN ITINERARIO NAZIONALE CHE, DA NORD A SUD, CONDUCA ALL SCOPERTA DEI LUOGHI DEL GUSTO E DELLE ECCELLENZE DEL TERRITORIO



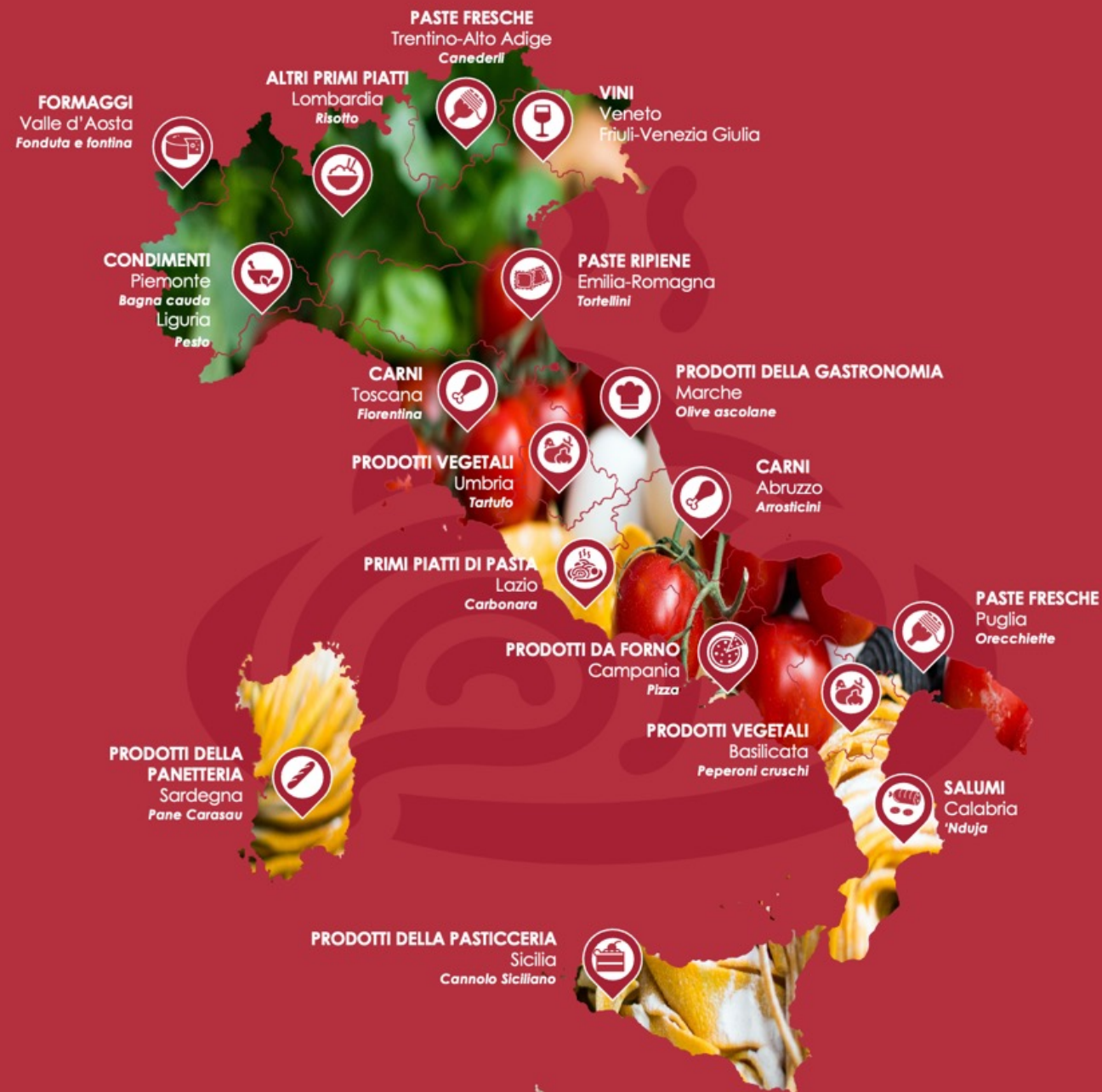
74%

TURISTI ENOGASTRONOMICI



69%

TOTALE TURISTI ITALIANI



Nota: Domanda basata su scala Likert da 1 (Totale disaccordo) a 5 (Totale accordo).
Valori % aggregati per le risposte 4 (Accordo) e 5 (Totale accordo).

GLI HUB
ENOGASTRONOMICI

CITTÀ DELLA GASTRONOMIA E DEL VINO IN FRANCIA

Roberta Garibaldi
WINE • FOOD • TOURISM



PARIGI

Cité de la gastronomie Paris-Rungis

Apertura nel 2027

DIGIONE

Cité internationale de la
gastronomie et du vin

LIONE

Cité Internationale de la
Gastronomie de Lyon

BORDEAUX

Cité du vin



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!