

IL TURISMO ENOGASTRONOMICO IN ITALIA

a cura dell'Osservatorio Nazionale del Turismo

Il crescente interesse per l'Italia come meta enogastronomica, l'ottima percezione che ne hanno i turisti stranieri, il sentiment positivo suscitato dalla cucina italiana, gli incrementi nella spesa per vacanza enogastronomica sono le motivazioni per cui ENIT considera l'enogastronomia fra i principali cluster tematici di prodotto su cui basare la propria strategia di medio e lungo termine: l'Italia del turismo non può prescindere dal **made in Italy**, dalle eccellenze enogastronomiche e dalla cultura del cibo per promuovere la propria identità e il proprio valore.

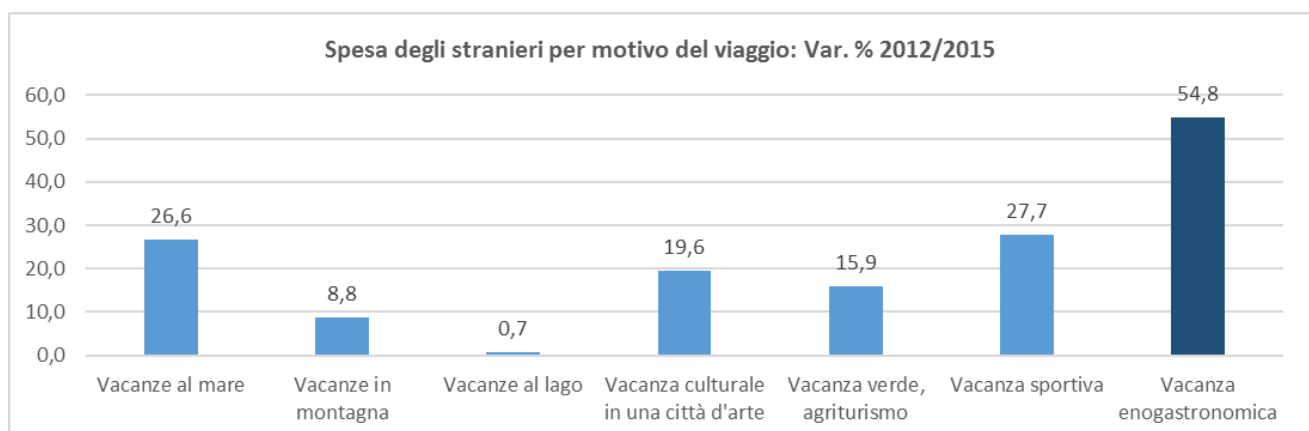
L'enogastronomia è portavoce della tendenza attuale a considerare il nostro Paese come **meta di un turismo lento, esperienziale**, alla scoperta e valorizzazione di territori meno battuti, all'insegna della sostenibilità, della natura, delle tradizioni e della cultura.

Uno degli obiettivi del **piano triennale 2016/2018** di ENIT è la predisposizione di azioni incisive e mirate volte alla valorizzazione di questo nuovo modo di viaggiare che sta conquistando un numero crescente di appassionati.

DATI

L'Italia è indubbiamente una delle mete enogastronomiche maggiormente apprezzate dal viaggiatore straniero desideroso di entrare in contatto con il nostro territorio e le sue tradizioni: secondo la *Banca d'Italia* nel 2015 sono stati oltre **920 mila i viaggiatori stranieri** che hanno visitato l'Italia per una vacanza enogastronomica, in crescita del 5,9% rispetto al 2014 e dell'11,6% rispetto al 2012. Gli **1,3 milioni di pernottamenti generati** sono in aumento del 10,4% in confronto al 2014 e del 34,7% in confronto al 2012.

Anche la **spesa** degli stranieri per una vacanza all'insegna dell'enogastronomia, pari nel 2015 a **192 milioni di euro**, dimostra l'ottimo stato di salute del settore che segue un trend di crescita notevole dal 2012 ad oggi (+54,8%) e incide sempre di più sulla spesa turistica complessiva dei turisti stranieri in viaggio nel nostro Paese (*fonte Banca d'Italia*).



Fonte: elaborazione Ont su dati Banca d'Italia – Microdati

Secondo l'Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo - dati Unioncamere-Sicamera, quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che spingono il turista sia italiano che straniero a scegliere di intraprendere un viaggio

in Italia. Il **turista enogastronomico “tipo”** è di nazionalità estera per il 50,3%, Francia, Germania e Regno Unito sono i principali bacini di origine della domanda straniera mentre i nostri connazionali provengono perlopiù da Lombardia, Lazio e Veneto.

Enogastronomia: provenienza dei turisti (%)

Italiani	50,3
Stranieri	49,7
Totale	100,0

Fonte: Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo - dati UNIONCAMERE-SICAMERA

Enogastronomia: principali Paesi di provenienza degli stranieri (%)

Francia	25,9
Germania	22,5
Regno Unito	16,9
Spagna	7,9
Stati Uniti	5,7
Svizzera	4,1

Fonte: Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo - dati UNIONCAMERE-SICAMERA

I turisti sia italiani che stranieri si considerano **molto soddisfatti** della vacanza enogastronomica in Italia che si aggiudica un voto di 8,1.

I turisti stranieri, in particolare, hanno **un’ottima percezione dell’Italia come meta enogastronomica** che supera in tale settore Paesi come Francia e Spagna. I turisti cinesi e statunitensi indicano il Belpaese come unica destinazione enogastronomica. Per i tedeschi, l’Italia è al primo posto come destinazione per una vacanza all’insegna del cibo. La “cucina” è la motivazione che raccoglie il più alto livello di soddisfazione dopo il “patrimonio artistico” e le “bellezze naturali” sia fra i turisti stranieri che italiani (*fonti: “Food Travel Monitor 2016” del World Food Travel Association e Rapporto sul turismo italiano 2016, a cura di Unicredit, in collaborazione con il Touring Club italiano*).

Il **sentiment** dei turisti italiani e stranieri relativo al cluster “ristorazione” è pari ad 80,4% ed è superato solo dai cluster “pulizia”, “accoglienza” e “posizione” (*dati Travel Appeal su quasi 27 milioni di opinioni rilevate nelle recensioni analizzate sui canali Expedia, Trip Advisor, Booking*).

Fonti:

“Analisi della domanda, rapporto finale 2014” a cura di Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo–dati Unioncamere-Sicamera

“Il turismo internazionale dell’Italia” - Microdati - anni 2012-2015 a cura di Banca d’Italia

Dati Food Travel Monitor 2016” del World Food Travel Association, dati commentati da d.repubblica.it “Perché il turismo enogastronomico è importante” (http://d.repubblica.it/cucina/2016/10/04/news/turismo_enogastronomico_food_travel_monitor_2016_roberta_garibaldi-3258357/)

“Rapporto sul turismo italiano 2016” a cura di Unicredit, in collaborazione con il Touring Club italiano

“Tutti i dati d’Italia, ora, la percezione dell’ospitalità in Italia, a cura di Travel Appeal – Italia Destinazione Digitale