

AMBITO TURISTICO COSTA DEGLI ETRUSCHI

PASSIONE ENOGASTRONOMICA

Passione enogastronomica (Week end alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana; Vacanza alla scoperta dei vini e dei sapori della Toscana; Wine tour)

FSC
Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione



Regione Toscana



 **TOSCANA**
PROMOZIONE TURISTICA

 **CENTRO
STUDI
TURISTICI**



Enogastronomia e Turismo: un potenziale internazionale e una risorsa da massimizzare

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

Preferred type of leisure trip in the next six months



Preferred type of experiences in the next six months



Europe offers a captivating travel experience that entices many travellers to return

53%

FIRST-TIME VISITORS

47%

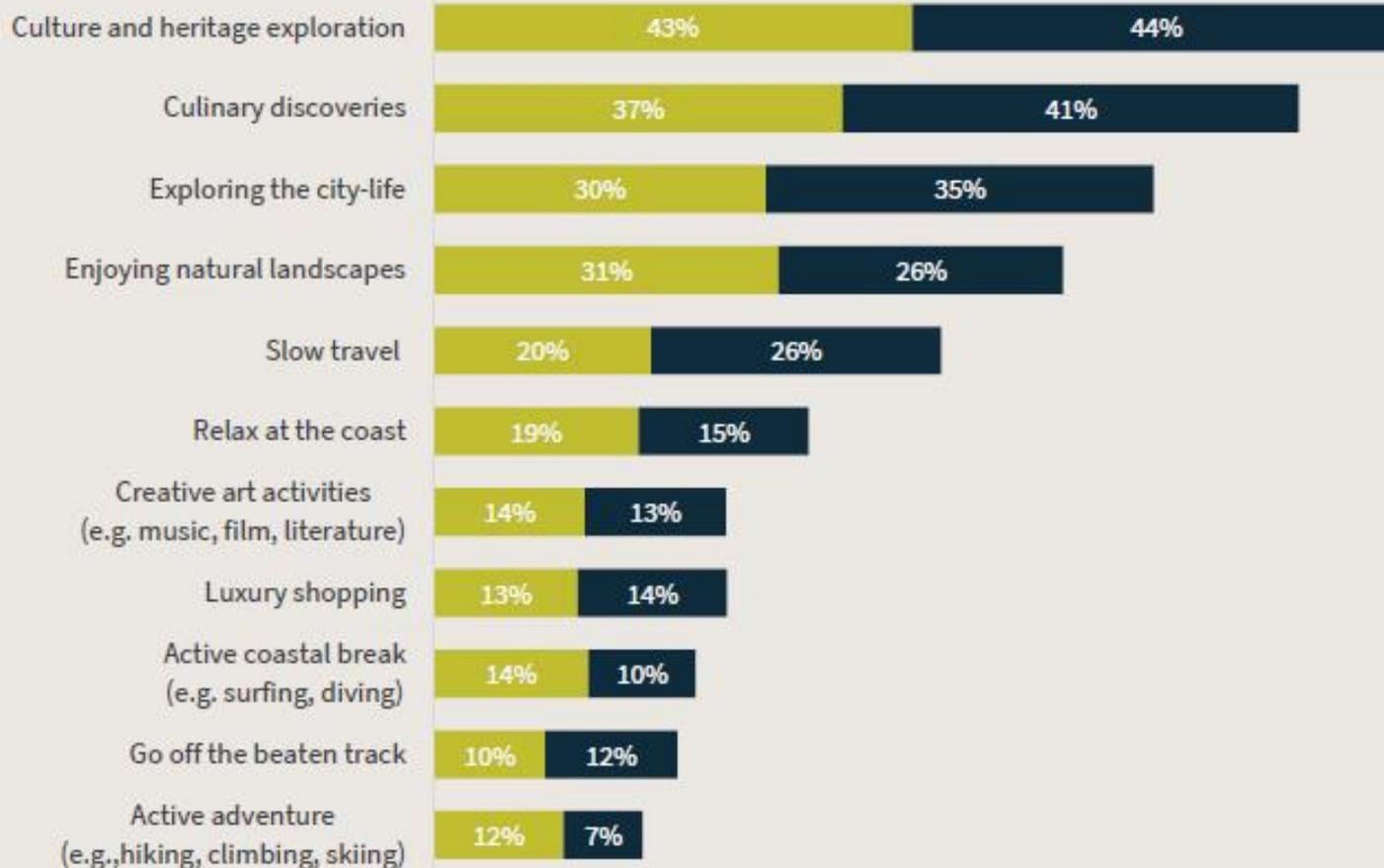
REPEAT VISITORS

53% of the respondents planning to visit Europe this autumn will be visiting the region for the first time and 47% will be repeat visitors.

Cultural exploration, culinary experiences, and vibrant city life are key drivers for both first-time and repeat visitors

Most wanted activities

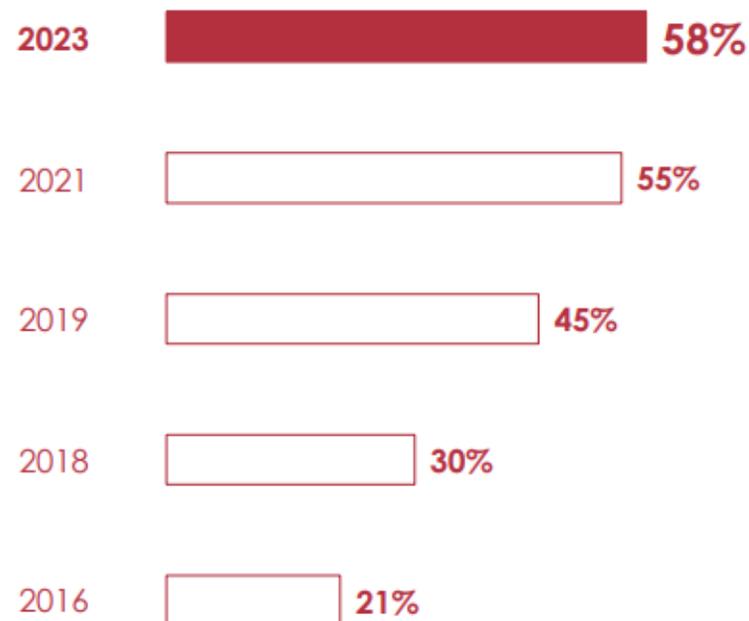
■ First-time visitors ■ Repeat visitors



LA CRESCITA DEI TURISTI ENOGASTRONOMICI IN ITALIA

| Turisti enogastronomici italiani

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



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».

TABELLA 1 | Profilo dei turisti enogastronomici italiani. % sul totale

GENERE	ETÀ	AREA GEOGRAFICA DI RESIDENZA
51% Uomini 49% Donne	8% 18-24 anni 23% 35-44 anni 22% 45-54 anni 18% 25-34 anni 16% 55-64 anni 12% Oltre 65 anni	37% Sud ed Isole 26% Nord Ovest 19% Nord Est 18% Centro

Nota: Per turista enogastronomico s'intende un turista che ha svolto negli ultimi tre anni un viaggio con pernottamento con motivazione primaria l'enogastronomia.

TABELLA 2 | Partecipazione alle esperienze enogastronomiche nel corso degli ultimi tre anni per tipologia. % sul totale.

	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.

TABELLA 3 | Partecipazione alle esperienze nei luoghi di produzione nel corso dei viaggi svolti negli ultimi tre anni. % sul totale

	Turisti enogastronomici	Totale turisti italiani
Visitare una cantina	41%	34%
Visitare un caseificio	34%	28%
Visitare un'azienda agricola locale	32%	28%
Visitare un birificio	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.

TABELLA 5 | Fonti di informazioni che hanno suggerito di visitare una specifica destinazione enogastronomica o partecipare ad una esperienza enogastronomica. Differenze per età.

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>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: Totale > 100 perché possibile risposta multipla. I valori si riferiscono al totale dei turisti italiani.

**L'enogastronomia
è una esperienza nel viaggio**



La narrazione del food come leva di promozione turistica

Le persone cercano informazioni, emozioni, relazioni e storie in cui immedesimarsi, da fare proprie che sia la narrazione di un prodotto, di una destinazione, di un luogo, di una azienda, di un progetto o di un territorio.

PRODOTTI



PERSONE



TERRITORIO





Via Piemonte, 7 – 50145 Firenze
Tel. 055 3438733 Fax 055 301042
Website: centrostuditurisiticifirenze.it
e-mail: info@cstfirenze.it



FSC

Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione



Regione Toscana



TOSCANA
PROMOZIONE TURISTICA