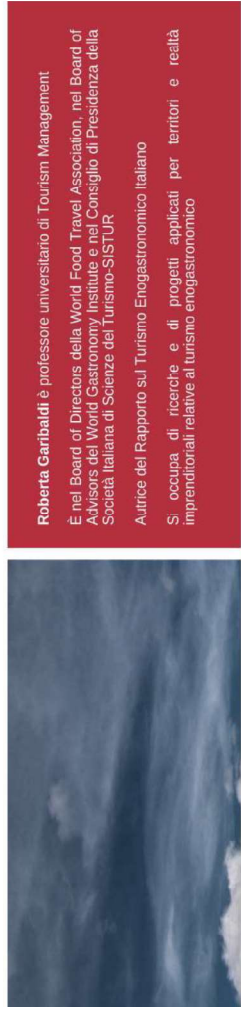


Roberta Garibaldi  
WINE • FOOD • TOURISM

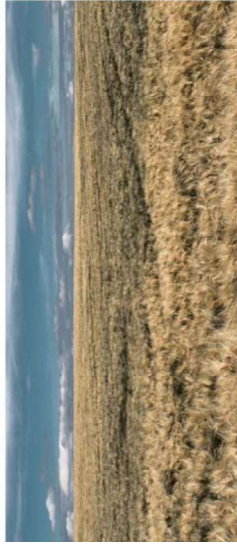


**Roberta Garibaldi** è professore universitario di Tourism Management

È nel Board of Directors della World Food Travel Association, nel Board of Advisors del World Gastronomy Institute e nel Consiglio di Presidenza della Società Italiana di Scienze del Turismo-SISTUR

Autrice del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano

Si occupa di ricerche e di progetti applicati per territori e realtà imprenditoriali relative al turismo enogastronomico



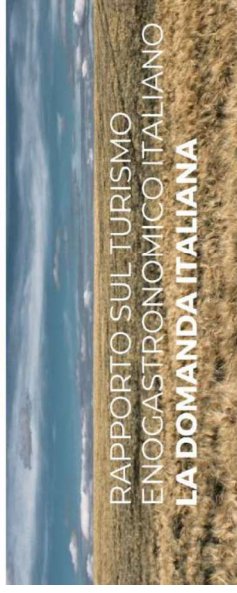
ISSN 879-12-208-8667-7



9 791220 086677



20  
21



RAPPORTO SUL TURISMO  
ENOGASTRONOMICCO ITALIANO  
LA DOMANDA ITALIANA

Con il supporto di:



Con il patrocinio di:



Roberta Garibaldi  
WINE • FOOD • TOURISM



# IL PROGETTO

## Autore



*Roberta Garibaldi*

- Professore universitario di Tourism Management
- Board of directors della World Food Travel Association
- Board del World Gastronomy Institute
- Consiglio di Presidenza della Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR)
- Key-note speaker internazionale in eventi come il World Economic Forum di Davos e i forum di UNWTO – Agenzia per il turismo delle Nazioni Unite
- Membro del comitato scientifico per il riconoscimento della cucina italiana come patrimonio culturale mondiale
- Presidente Associazione Italiana Turismo Enogastronomico

## Comitato Scientifico



*Carlos Fernandes.* Professore presso l'Istituto Politécnico de Viana do Castelo in Portogallo e direttore del corso di laurea triennale in Turismo del medesimo ateneo. Coopera con l'UNWTO e il Consiglio d'Europa in attività di formazione sul tema del turismo.



*Greg Richards.* Professore presso l'Università NHTV di Breda e l'Università di Tilburg nei Paesi Bassi. È consulente internazionale nel campo del turismo culturale e creativo, ha collaborato con numerosi enti ed organizzazioni internazionali tra cui la Commissione Europea, l'OCSE e l'UNWTO.



*Marcantonio Ruisi.* Professore Ordinario e Chief del «Contamination Lab» dell'Università degli Studi di Palermo. È vice-presidente Società Italiana di Scienze del Turismo (SISTUR) e coordinatore della Collana di Quaderni di Ricerca Economico Aziendale: Teoria e Casi



*Matthew J. Stone.* Professore presso la California State University, Chico (USA). È esperto di turismo enogastronomico e collabora attivamente con la World Food Travel Association.

# Il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano

Il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano è suddiviso in due volumi:



**TREND E TENDENZE**  
CONSULTABILE **GRATUITAMENTE**



**LA DOMANDA ITALIANA**  
DISPONIBILE **PER I SOSTENITORI**  
con contenuti **approfonditi ed esclusivi**

Associazione Italiana  
**Turismo Enogastronomico**

**Roberta Garibaldi**  
WINE • FOOD • TOURISM

20  
21

**RAPPORTO SUL TURISMO  
ENOGASTRONOMICOMICO ITALIANO  
TREND E TENDENZE**

Con il supporto di:



Con il patrocinio di:



# Trend e tendenze | Indice

## 1

### TREND E TENDENZE

- Neverending Food Tourism
- Well-being
- Nuovi spazi e nuovi luoghi
- Enogastroturista attivo, esigente, innovativo
- Il gusto del valore

## 2

### FOCUS

- Nuovi modelli di business per la piccola intrapresa
- Turismo pilastro della DOP economy
- La gastronomia dopo la pandemia
- I «paesaggi della birra»

## 3

### ACCADE INTORNO A NOI

- Canada
- Thailandia
- Scozia
- Catalunya
- Indonesia
- Giappone
- USA

Roberta Garibaldi  
WINE • FOOD • TOURISM



Con il supporto di:



Con il patrocinio di:



# La domanda italiana | Indice

GLI ITALIANI IN  
VIAGGIO:  
L'ENOGASTRONOMIA

IL TURISTA  
ENOGASTRONOMICO  
ITALIANO

- Il ruolo dell'enogastronomia nella scelta del viaggio
- Motivazioni, compagnia e modalità di prenotazione
- Esperienze enogastronomiche nel corso del viaggio
- Propensione futura verso le esperienze enogastronomiche in viaggio
- Alloggio e spesa
- La sostenibilità
- Well-being
- Le cantine
- Le nuove proposte di esperienze enogastronomiche
- Le abitudini nella vita quotidiana



# Indice dei contenuti

**IL PROGETTO** **Pag. 3**

---

**INTRODUZIONE** **Pag. 12**

---

**GLI ITALIANI IN VIAGGIO E L'ENOGASTRONOMIA** **Pag. 15**

Il ruolo dell'enogastronomia nella scelta del viaggio 19

Motivazioni, compagnia e modalità di prenotazione 27

Esperienze enogastronomiche nel corso del viaggio 32

Propensione futura verso le esperienze enogastronomiche in viaggio 39

Alloggio e spesa 48

La sostenibilità 52

Well-being 65

Le cantine 75

Le nuove proposte di esperienze enogastronomiche 83

Le abitudini nella vita quotidiana 107

---

<b>IL TURISTA ENOGASTRONOMICO ITALIANO</b>	<b>Pag. 114</b>
Consistenza e profilo socio-demografico	115
Il ruolo dell'enogastronomia nella scelta del viaggio	119
Motivazioni, compagnia e modalità di prenotazione	125
Esperienze enogastronomiche nel corso del viaggio	131
Propensione futura verso le esperienze enogastronomiche nel corso del viaggio	139
Alloggio e spesa	150
La sostenibilità	155
Well-being	169
Le cantine	179
Le nuove proposte di esperienze enogastronomiche	187
Le abitudini nella vita quotidiana	208

---

<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>Pag. 216</b>
--------------------------	-----------------

---

<b>GRUPPO DI LAVORO E PARTNER</b>	<b>Pag. 219</b>
-----------------------------------	-----------------

## Introduzione

L'ultimo anno è stato fortemente caratterizzato ed influenzato dalle restrizioni da pandemia di COVID-19. Questo ha cambiato le modalità di fruizione dei servizi turistici da parte del consumatore e molto probabilmente, questa pandemia, segnerà un periodo spartiacque che modificherà il modo di fare turismo. Cambieranno le dinamiche di consumo, soprattutto legate al mondo del *food & beverage*, e si svilupperanno nuove esigenze e nuovi bisogni. L'attenzione del turista si concentrerà su fattori come la sicurezza sanitaria e gli operatori del settore si dovranno allineare a quella che sarà, a tutti gli effetti, una nuova domanda.

Il compito dell'eno-gastro-turismo sarà, quindi, quello di trainare la ripresa nel mondo che verrà, attraverso la sostenibilità e l'autenticità della cultura del cibo che caratterizza ogni destinazione. I consumatori, anche se costretti nelle loro case, grazie all'utilizzo delle nuove tecnologie, hanno continuato ad interessarsi ed appassionarsi alle storie di operatori e produttori e alla loro cultura enogastronomica, scoprendo e riscoprendo la passione per la cucina e per la tradizione. L'esperienza, le emozioni e le sensazioni vissute durante il «viaggio» enogastronomico stanno diventando sempre più importanti nella mente del turista.

Il turismo enogastronomico, oggi più che mai, è espressione di un driver di riferimento per il settore e stimola viaggiatori di tutto il mondo a visitare una destinazione. Genera valore economico per un territorio, crea nuove opportunità per i settori del turismo e della produzione agroalimentare.

Il «Rapporto Sul Turismo Enogastronomico Italiano 2021» nasce con la volontà di diventare lo strumento di supporto della futura ripartenza, capace di andare oltre al difficile periodo passato. L'edizione 2021 del Rapporto restituirà, quindi, un quadro aggiornato del ruolo dell'enogastronomia nel turismo, con una particolare attenzione alle dinamiche e ai nuovi bisogni della domanda italiana emersi nella fase successiva alla pandemia di COVID-19.

Il lavoro, come nelle precedenti versioni, nasce sotto l'egida dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, associazione senza scopo di lucro creata con l'obiettivo di diffondere *know-how* e raccogliere fondi per rendere permanente questo lavoro di ricerca. Questo lavoro ha ottenuto il patrocinio di ENIT – Agenzia Italiana del Turismo, ISMEA, Fondazione Qualivita e Touring Club Italiano, e il supporto di PromoTurismoFVG, VisitEmilia, ValdichianaLiving e UniCredit.

L'edizione 2021 consta di due volumi:

- Il primo illustra i trend e le tendenze di medio termine, rappresentando così il frutto di un attento lavoro di analisi e di sintesi di quanto emerso dalle analisi condotte in questi anni. Questa visione d'insieme si arricchisce con attributi di esperti internazionali e nazionali operanti nel settore, oltre che offrire lo sguardo della situazione internazionale di Paesi quali Giappone, Thailandia, Canada, Spagna, Scozia e USA.
- Il presente offre una panoramica sulla situazione della domanda attuale eno-gastro-turistica italiana. Restituendo dati statistici, in una prima parte, del turista italiano in viaggio e del suo rapporto con l'enogastronomia, mostrando una panoramica capace di sviluppare una comparazione tra i dati del «prima della pandemia» e del «durante la pandemia», evidenziando come questo periodo di emergenza pandemica ha influito sul viaggiatore italiano. Nella seconda, mostrando il confronto tra le

preferenze e le scelte del turista enogastronomico con quello non enogastronomico. Il risultato è un'attenta e dettagliata analisi del turista enogastronomico italiano, delle sue preferenze, delle sue abitudini e delle sue propensioni future.

Questo periodo ha mostrato la necessità di virare in modo decisivo verso un turismo che sia caratterizzato dalla parola sostenibilità, che è centrale in questo documento ed ha guidato la realizzazione di entrambe le parti del Rapporto. I volumi sono disponibili in digitale, il primo a distribuzione gratuita, l'altro a pagamento. Attraverso l'acquisto e/o l'organizzazione di momenti di presentazione sul territorio sarà possibile sostenere le attività di ricerca anche per i prossimi anni.

Il mio ringraziamento personale va a tutti coloro che hanno contribuito a questo lavoro, agli autori e ai collaboratori che hanno reso possibile la pubblicazione di questa ricerca.

Auguro una buona lettura.

*Roberta Garibaldi*