



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



L'enogastronomia: un volano per la crescita economica dei territori

a cura di Flavia Maria Coccia
Responsabile della direzione operativa di IS.NA.R.T.

19 Settembre 2011

Chi è

Istituto Nazionale Ricerche Turistiche -
S.c.p.A.
Costituito a Roma il 16.12.1992

Clients

- CCIAA ed aziende partecipate;
- Organizzazioni imprenditoriali;
- Istituzioni nazionali ed Enti locali;
- Organizzazioni internazionali.

Cosa fa

- Studi e pubblicazioni sul turismo;
- Indagini, rilevazioni e progetti di fattibilità;
- Attività editoriali e di promozione nel settore turistico;
- Organizzazione di convegni.

Mercato

Intero fenomeno turistico

Osservatorio Nazionale sul turismo

confluito a seguito della Legge 80 del 2005
nell'Osservatorio Nazionale del Turismo della
Presidenza del Consiglio dei Ministri in sede al
Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del
Turismo

Osservatori territoriali sul turismo

 MARCHI JPG.jpg

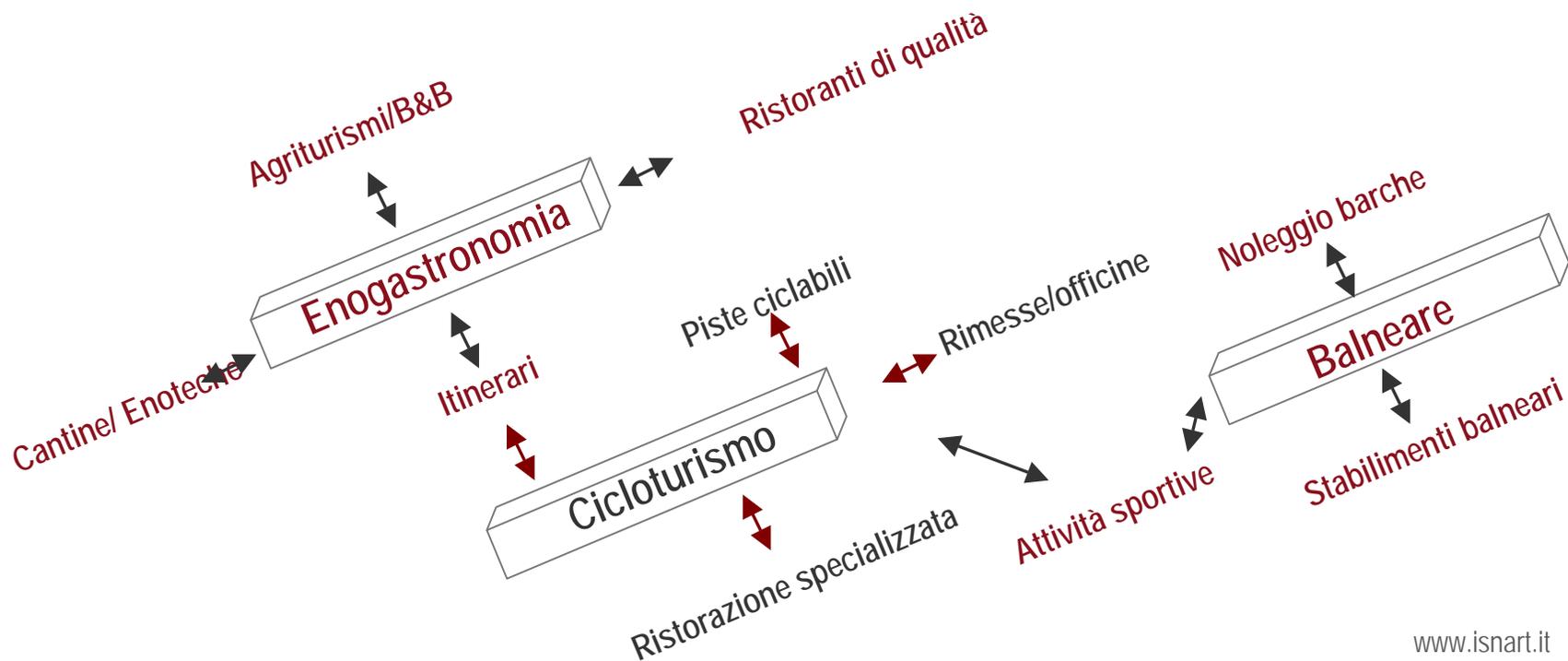
Il fenomeno turistico

Il prodotto turistico

Per prodotto turistico si intende l'insieme di beni e servizi di un territorio che, messi a sistema, compongono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica (clientela)

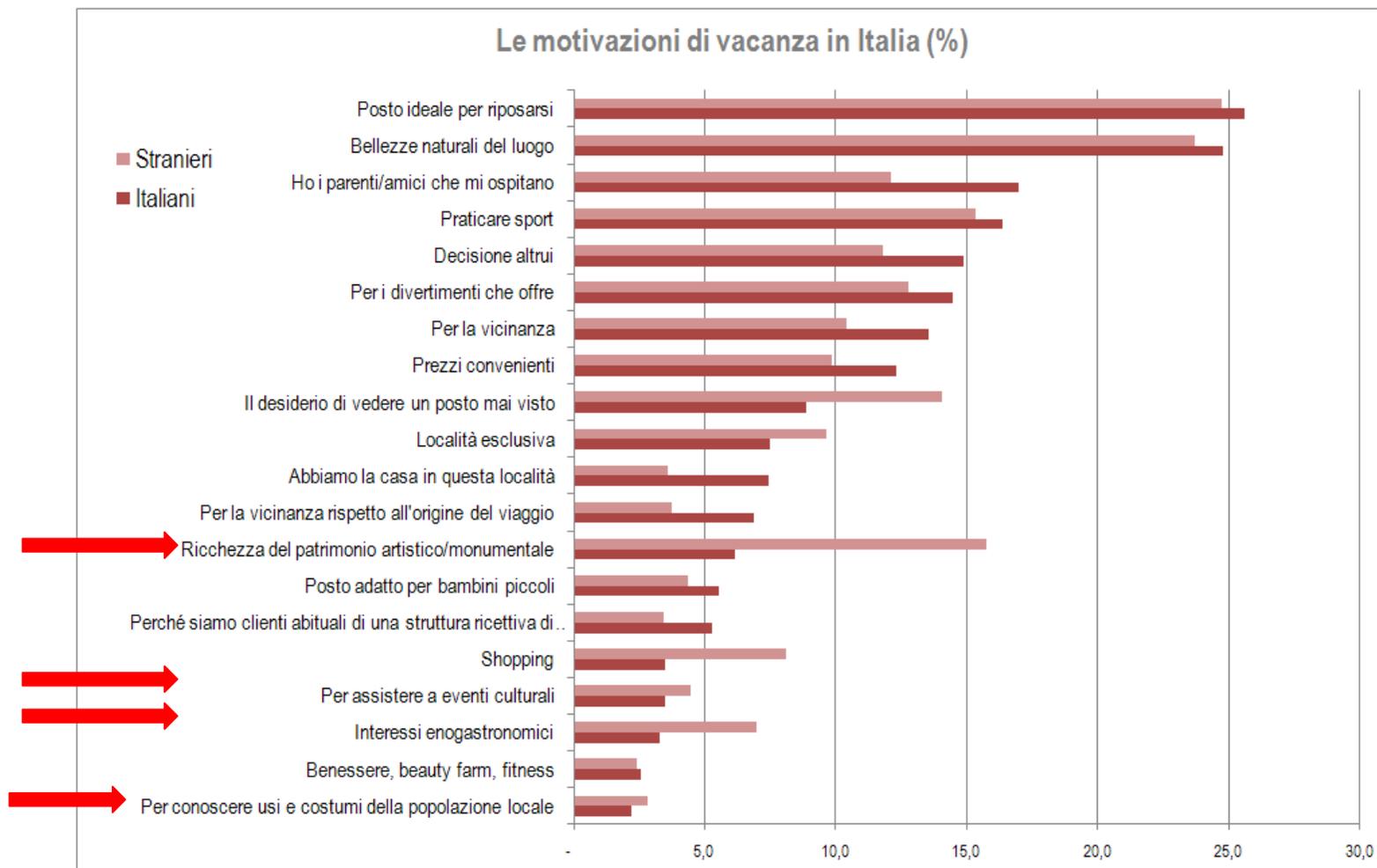


La risposta alla domanda di questi beni e servizi è data dalle imprese che costituiscono l'industria dei viaggi e del turismo



La filiera turistica: gli elementi che caratterizzano una destinazione turistica





Il peso dell'identità locale nelle motivazioni di scelta della vacanza in Italia è elevato, in particolar modo per gli stranieri dove oltre la ricchezza del patrimonio artistico (15,7%) enogastronomia (7%) conoscere usi e costumi della popolazione locale (3)

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Attività svolte					
possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti					
	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Praticato attività sportiva	61,1	55,5	39,4	52,9	57,3
Escursioni	35,8	41,9	28,8	39,8	37,7
Ho fatto shopping	21,8	22,8	34,3	24,6	23,1
→ Ho degustato i prodotti tipici locali	20,2	20,6	24,9	21,3	20,7
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	10,7	19,7	46,7	24,0	16,8
Visita di musei e/o mostre	10,6	20,9	35,7	23,3	16,5
→ Ho assistito a spettacoli musicali	17,3	12,2	12,2	12,2	15,0
→ Partecipazione ad eventi enogastronomici	10,2	8,7	11,6	9,2	9,7
→ Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	8,5	8,8	7,9	8,7	8,6
Partecipazione ad eventi folkloristici	8,7	7,8	7,9	7,8	8,3
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	6,0	6,6	3,4	6,1	6,0
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	4,3	5,0	3,5	4,8	4,5
Ho assistito a spettacoli sportivi	4,2	3,0	1,4	2,7	3,5

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Giudizio medio sul soggiorno (dove 1 è il minimo e 10 il massimo)



	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	traeuropei		
La qualità del mangiare e bere	8,2	8,3	8,3	8,3	8,2
La cortesia/ospitalità della gente	8,1	8,2	8,0	8,1	8,1
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7,9	8,1	7,9	8,0	8,0
La pulizia dell'alloggio	7,9	8,0	7,9	8,0	8,0
La pulizia del luogo	7,8	7,8	7,6	7,8	7,8
Il rispetto per l'ambiente/urbanizzazione/inquinamento	7,5	7,7	7,5	7,7	7,6
L'offerta culturale	7,5	7,7	7,7	7,7	7,6
L'offerta di intrattenimento	7,5	7,6	7,6	7,6	7,6
Il costo dell'alloggio	7,5	7,6	7,5	7,6	7,6
Informazioni turistiche	7,5	7,7	7,5	7,6	7,6
L'organizzazione del territorio	7,4	7,6	7,4	7,6	7,5
Il costo della ristorazione	7,4	7,5	7,3	7,5	7,4
Il costo dei trasporti locali	7,3	7,5	7,2	7,5	7,4
Il traffico	7,0	7,3	7,2	7,3	7,1
Offerta turistica nel complesso	7,9	8,0	8,0	8,0	7,9

Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

I turisti italiani e stranieri **sono soddisfatti** : voto medio di 7,9 su 10

- qualità del **mangiare** (8,2), **ospitalità** della gente (8,1) , **accoglienza** e la **pulizia** dell'alloggio (8)
- il voto più basso viene dato al **traffico** (7,1)

Il turismo enogastronomico

Turismo enogastronomico: identikit

Sesso

I turisti uomini sono il **54,6%**,
le donne rappresentano il **45,4%**.

Età

Maggiore la quota di over 50 italiani (**28,3%**),
più numerosi gli stranieri tra i 30 e i 50 anni (**62,1%**)

Titolo di studio

Diplomati il **58,1%** degli italiani
e laureato il **38,3%** degli stranieri.

Stato civile

Maggiore la quota di italiani sposati con figli
(**46,9%**), tra gli stranieri spiccano i single (**37,3%**).

Turismo enogastronomico: il gruppo di soggiorno

Turismo ENOGASTRONOMICO: la compagnia del soggiorno (%)

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Sono da solo/a	12,2	4,8	3,6	4,6	7,3
Sono con mia moglie/mio marito/ fidanzato	39,5	34,3	43,1	35,9	37,2
Sono con più componenti della mia famiglia (bambini)	12,6	25,4	33,8	27,0	21,8
Sono con più componenti della mia famiglia (senza bambini)	2,0	1,2	1,0	1,2	1,5
Sono con amici e familiari	7,1	5,3	9,2	6,0	6,4
Sono con amici	18,9	24,1	8,8	21,3	20,4
Sono con colleghi di lavoro	1,9	0,3	-	0,3	0,9
Sono con un gruppo organizzato	5,7	4,6	0,5	3,8	4,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Per gli **italiani** vacanza enogastronomica in coppia o con gli amici.
Molti **stranieri** anche in famiglia.

Turismo enogastronomico: le altre motivazioni

Turismo ENOGASTRONOMICO: altre motivazioni per la scelta del soggiorno possibili più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Ricchezza del patrimonio artistico/monumentale	22,1	40,1	36,0	39,4	33,2
Bellezze naturali del luogo	33,2	26,9	26,1	26,7	29,0
Posto ideale per riposarsi	24,4	28,5	33,3	29,4	27,6
Praticare sport	29,3	19,0	15,6	18,4	22,3
Il desiderio di vedere un posto mai visto	19,5	14,9	34,5	18,5	18,9
Prezzi convenienti	26,5	12,7	7,2	11,7	17,0
Per i divertimenti che offre	10,8	21,6	12,6	19,9	16,7
Shopping	9,1	8,5	41,3	14,5	12,6
Località esclusiva	6,0	12,8	28,7	15,7	12,3
Per la vicinanza	15,3	9,0	4,5	8,2	10,7
Per assistere a eventi culturali	5,4	14,8	3,4	12,7	10,1
Partecipare a eventi folkloristici della cultura locale	9,7	7,7	15,4	9,2	9,4
Per il gusto dell'avventura	9,7	9,2	3,5	8,1	8,7
Per conoscere usi e costumi della popolazione locale	11,0	3,8	6,1	4,2	6,7
Ho i parenti/amici che mi ospitano	8,9	4,7	1,6	4,1	5,8
Benessere, beauty farm, fitness	8,1	4,2	2,0	3,8	5,3
Posto adatto per bambini piccoli	6,0	4,0	1,0	3,4	4,3
Decisione altrui	7,7	1,8	1,0	1,6	3,8
Facilità di raggiungimento buoni collegamenti	5,5	2,3	0,3	1,9	3,2

Italiani e stranieri
abbinano alla vacanza
enogastronomica anche
la scoperta delle
bellezze architettoniche
e naturalistiche e la
voglia di praticare
qualche sport.

Turismo enogastronomico: canali di comunicazione

Turismo **ENOGASTRONOMICO**: canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno

possibile più risposte, % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Consiglio/Racconti di amici/parenti/ familiari	47,6	42,0	70,0	47,2	47,3
C'ero già stato/esperienza personale	28,6	27,9	6,9	24,0	25,7
Informazioni su Internet	15,3	26,6	26,8	26,6	22,6
Offerte su Internet	11,3	23,6	30,2	24,8	20,0
Guide turistiche	5,5	10,1	10,6	10,2	8,5
Consiglio dell'agenzia di viaggi	8,2	6,8	0,1	5,6	6,5
Social network	2,3	7,6	13,4	8,7	6,4
Pubblicità (stampa, tv affissioni e radio)	5,3	4,8	0,1	3,9	4,4
Consiglio di enti/uffici turistici presso cui mi sono recato	2,3	6,3	1,6	5,5	4,3
Non ho scelto io/hanno deciso altri	6,5	1,9	-	1,6	3,3
Richiesto dai figli fino a 14 anni	0,7	3,3	9,0	4,3	3,0
Mostre/Convegni/Fiere	1,5	2,2	1,6	2,1	1,9
Libri/Testi (non di turismo)	3,0	0,4	4,4	1,2	1,8
Film/Documentari	2,1	1,2	-	1,0	1,4
Articoli/redazionali su periodici/Quotidiani	1,0	1,6	1,1	1,5	1,3

Per l'enogastronomia importante è il passaparola e l'esperienza personale.

Per gli **stranieri** fondamentale il web, la lettura di guide turistiche e i social network.

Gli **italiani** acquistano on line ma anche in AdV.

Turismo enogastronomico: le attività svolte durante il soggiorno

Turismo ENOGASTRONOMICO: attività svolte possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti

	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Escursioni	60,6	40,4	46,6	41,5	48,3
Ho degustato i prodotti tipici locali	48,9	41,3	50,2	42,9	45,1
Visita di musei e/o mostre	25,7	47,5	45,3	47,1	39,5
Visitato monumenti e siti di interesse archeologico	23,9	44,1	57,9	46,6	38,5
Praticato attività sportiva	53,2	29,0	28,8	29,0	37,6
Partecipazione ad eventi enogastronomici	26,2	20,9	33,7	23,3	24,3
Ho fatto shopping	23,3	18,7	35,5	21,8	22,3
Ho acquistato prodotti tipici e/o dell'artigianato locale	24,5	15,9	16,5	16,0	19,0
Partecipazione ad eventi folkloristici	15,4	10,8	33,6	15,0	15,2
Ho assistito a spettacoli musicali	20,4	12,4	8,6	11,7	14,8
Sono andato in centri benessere (saune ecc.)	9,4	6,6	3,1	5,9	7,1
Partecipazione a convegni e/o congressi o fiere e manifestazioni espositive	4,2	6,3	5,4	6,2	5,5
Partecipazione a spettacoli teatrali o cinematografici	4,3	6,1	5,7	6,0	5,4
Ho assistito a spettacoli sportivi	3,3	5,3	-	4,3	3,9

Escursioni alla ricerca delle prelibatezze locali ma non solo: chi viaggia per interessi enogastronomici abbina alla buona cucina anche la visita a monumenti, l'attività sportiva e lo shopping.

Turismo enogastronomico: località visitate

Turismo ENOGASTRONOMICO: località visitate dai turisti possibili più risposte, % sul totale turisti

	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	Extraeuropei		
Centri storici	53,0	70,6	87,4	73,7	66,3
Cattedrali e luoghi dello spirito	41,8	50,6	39,8	48,6	46,2
Musei e pinacoteche	22,0	45,0	64,2	48,6	39,1
Parchi e natura	38,7	39,2	23,3	36,3	37,1
Castelli	26,5	23,8	35,9	26,0	26,2
Siti archeologici	12,9	22,0	34,3	24,2	20,2
Artigianato tipico	23,1	19,5	9,8	17,7	19,6
Cantine e strade del vino	18,2	13,3	25,2	15,5	16,5
Eventi e rievocazioni storiche	9,5	15,9	9,1	14,6	12,8
Terme	5,8	1,0	0,3	0,9	2,6
Siti preistorici/ incisioni rupestri	1,9	3,6	-	2,9	2,6

Una conferma nella visita ai centri storici e culturali oltre che ai parchi naturali. Maggiore rispetto alla media nazionale la visita alle cantine e alle strade del vino.

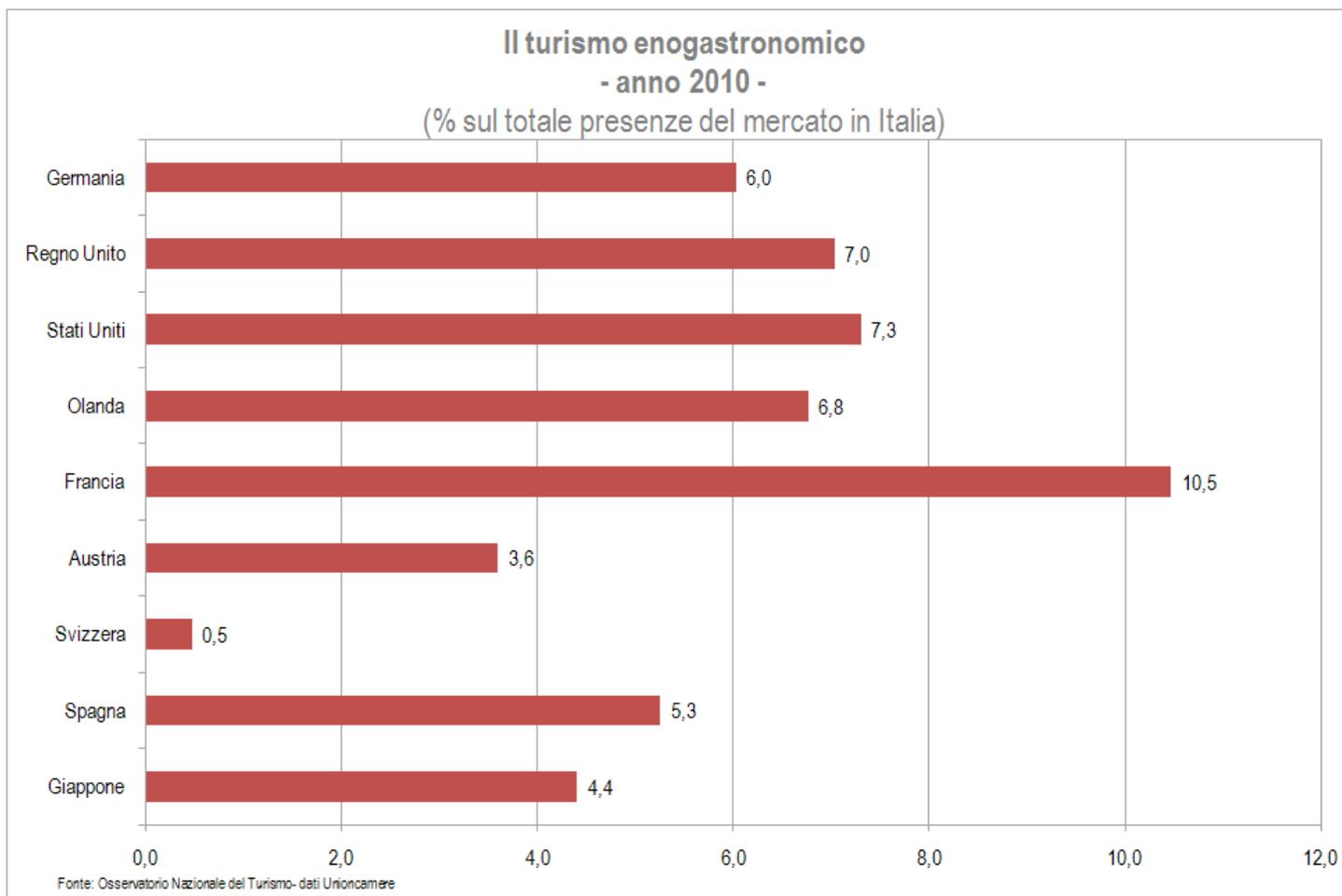
Turismo enogastronomico: la spesa dei turisti

Turismo ENOGASTRONOMICO: spesa sostenuta dai turisti

	Italiani	Stranieri		Totale	Totale
		Europei	Extraeuropei		
Viaggio A/R	127,0	136,7	511,6	200,8	174,4
Alloggio (media giornaliera)	48,2	47,3	46,3	47,1	47,4
Spesa media giornaliera	88,9	124,1	125,0	124,3	111,8

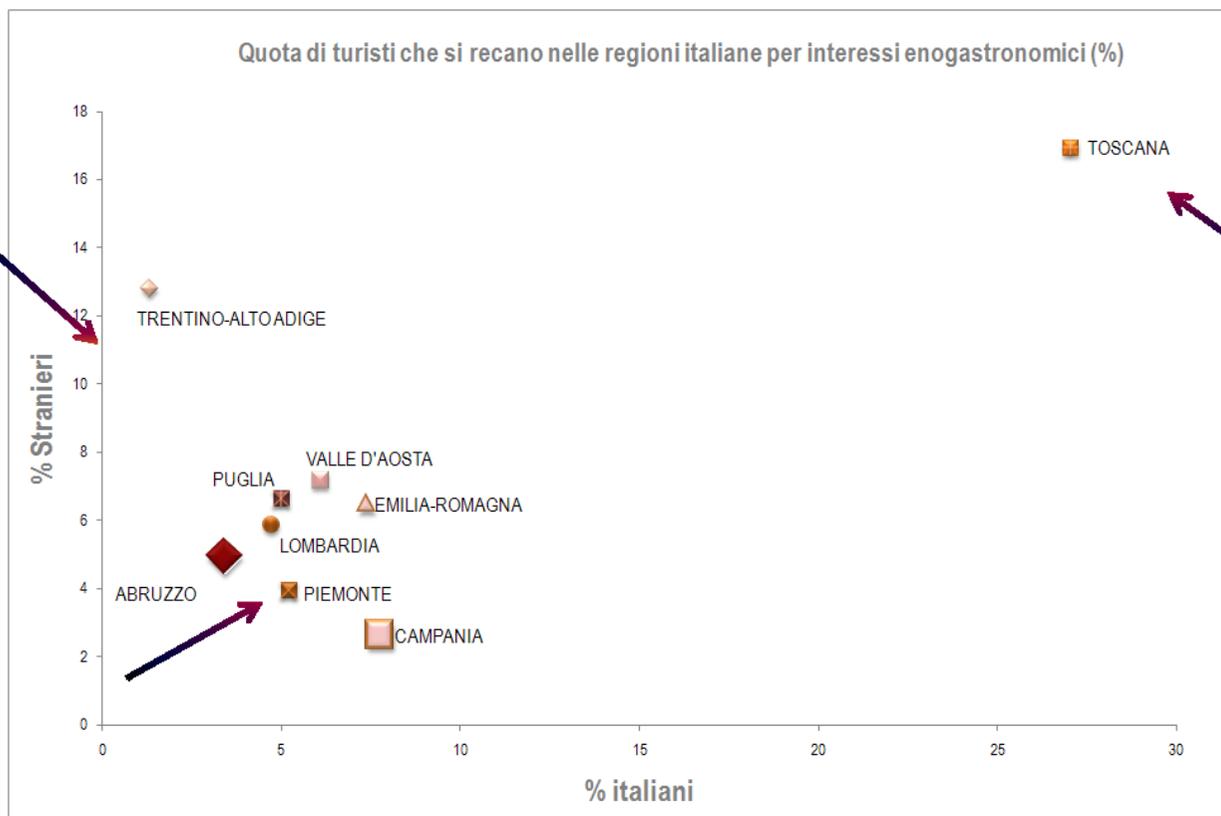
Frequentare ristoranti fa salire la spesa media giornaliera dei turisti.
Molti stranieri acquistano biglietti per ingressi ai musei, gli italiani preferiscono spendere per attività ricreative più rilassanti.

Turismo enogastronomico: i mercati



Turisti italiani e stranieri a confronto l'enogastronomia come motivazione di scelta della destinazione

La motivazione enogastronomica spinge molti più stranieri in **Trentino Alto Adige**, rispetto agli italiani



La **Toscana** rivela un posizionamento equilibrato: è alta la quota sia di turisti italiani che stranieri che si recano in Italia per interessi enogastronomici

Nel **Piemonte** la quota è equilibrata tra i mercati, tra gli italiani è pari al 5%, tra gli stranieri al 4%.

Immaginario dei turisti per l'enogastronomia				
	1°	2°	3°	4°
Piemonte	Vini	Polenta	Gastronomia delle Langhe	Carne
Valle d'Aosta	Fontina	Formaggi	Polenta	Vini
Lombardia	Pizzoccheri	Polenta (con funghi, taragna, e osei)	Risotto alla milanese	Cotoletta alla milanese
Trentino Alto Adige	La polenta	I canederli	Lo speck	Lo strudel
Veneto	Pesce	Vino (Cabernet, Amarone, Merlot, Soave, Recioto)	Polenta	Baccalà alla vicentina
Friuli	Vini (Tocai, Merlot)	Pesce	Prosciutto San Daniele	Frico
Liguria	Pesto	Piatti a base di pesce (frittura, zuppa,...)	Pasta tipica ligure: trofie, trenette, corzetti e pansotti	Focaccia ligure
Emilia Romagna	Piadina	Pesce	Tortellini (Lambrusco, Sangiovese)	
Toscana	Vini (Chianti, Brunello di Montalcino, Vin Santo)	Pesce	Fiorentina	Buona cucina/buoni ristoranti
Umbria	Tartufi	Vini	Salumi di Norcia	Funghi
Marche	Piatti a base di pesce (zuppa, guazzetto, ...)	Olive ascolane	Verdicchio	Olio
Lazio	Amatriciana	Vini tipici	Pesce	Cacio e pepe
Abruzzo	Gli arrosticini	I piatti di pesce	La pasta alla chitarra	La genuinità
Molise	Pesce	Mozzarelle	Formaggi	Pasta
Campania	Pizza	Piatti a base di pesce	Mozzarella di bufala	pastiera, sfogliatelle e babà
Puglia	Qualità/varietà della gastronomia	Pesce, molluschi, crostacei	Orecchiette alle cime di rapa	Vino
Basilicata	Pesce	Pasta	Vini (Aglianico del Vulture)	Formaggi
Calabria	Peperoncino	Pesce	'Nduja	Vini (Cirò)
Sicilia	I cannoli	Il Nero d'Avola	Gli arancini	La pasta con le sarde
Sardegna	Carne arrosto (maiale, agnello, pecora, cinghiale)	Formaggio	Gnocchetti	Cannonau



Istituto Nazionale
Ricerche Turistiche



Grazie per l'attenzione

Flavia Maria Coccia

f.coccia@isnart .it

www.isnart.it