

TERRITORI CHE NUTRONO

Incontro nazionale dei Distretti del cibo

Torino, 21-23 marzo 2024



Michele SONNESSA

Presidente Associazione nazionale Città dell'Olio

Il turismo dell'olio: opportunità di rilancio dei territori e del paesaggio



TERRITORI CHE NUTRONO

Incontro nazionale dei Distretti del cibo Torino, 21-23 marzo 2024

TENDENZE E SCENARI DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO

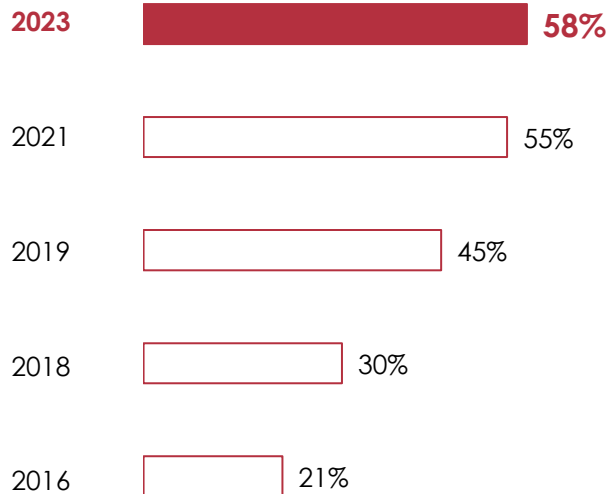
- Il turismo enogastronomico si conferma essere oggi una delle principali tendenze di viaggio. Lo scenario economico caratterizzato da alta inflazione ed aumento generalizzato dei costi (anche dei prodotti e dei servizi turistici) non sembra aver intaccato il desiderio di viaggiare per scoprire l'enogastronomia e vivere le esperienze ed i territori di produzione.
- Tra i viaggiatori europei, le proposte legate ai paesaggi naturali e le attività enogastronomiche sono le più ricercate per i viaggi della seconda metà dell'anno 2023. Sono indicate rispettivamente dal 17,4% e dal 16,3% dei turisti del Vecchio Continente, ossia circa 21,3 e 19,9 milioni; 6,2 milioni, invece, chi viaggia con motivazione primaria l'enogastronomia. Uno scenario simile si ravvisa nel nostro Paese, dove nel 2023 quasi 6 italiani su 10 (circa 9,6 milioni) hanno svolto un viaggio con il *food & wine* come ragione principale – un valore cresciuto di ben 37 punti percentuali rispetto al 2016. Ma la ricerca di esperienze a tema cibo, vino e birra non è una peculiarità dei turisti enogastronomici. Nel 2023 la totalità dei turisti italiani dichiara di aver svolto almeno un'esperienza enogastronomica nel corso dei viaggi dei tre anni precedenti, oltre ai livelli pre-pandemici (nel 2019 il valore era al 98). Il 67% ne ha svolto almeno 5 esperienze, un dato in crescita sul 2021 (quando era al 42%) e in recupero sul 2019 (86%)



TENDENZE E SCENARI DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Grafico |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 dalla precedenti edizioni del **«Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano»**.



TENDENZE E SCENARI DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Varietà

Tabella | 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%	51%
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%	44%
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.



TERRITORI CHE NUTRONO Incontro nazionale dei Distretti del cibo Torino, 21-23 marzo 2024

L'Oleoturismo

Rapporto nazionale Turismo dell'Olio in Italia - 2023

Roberta Garibaldi
WINE • FOOD • TOURISM

Associazione Nazionale
Città dell'Olio

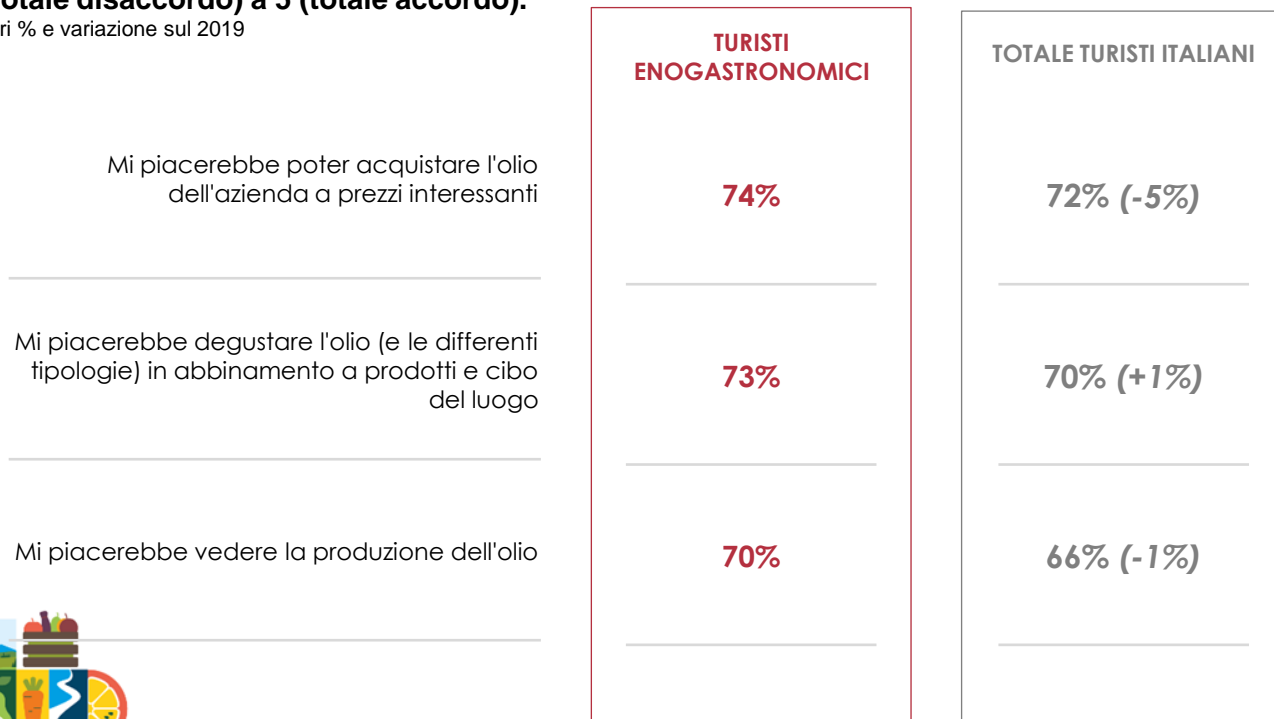


L'OLEOTURISMO

LE NUOVE ESPERIENZE NEI FRANTOI E NEI LUOGHI DI PRODUZIONE

Tabella |Pensa ora all'olio. Indica il tuo livello di accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni con un numero da 1 (totale disaccordo) a 5 (totale accordo).

Valori % e variazione sul 2019



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).



L'OLEOTURISMO

LE NUOVE ESPERIENZE NEI FRANTOI E NEI LUOGHI DI PRODUZIONE

Tabella | Pensa ora all'olio. Indica il tuo livello di accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni con un numero da 1 (totale disaccordo) a 5 (totale accordo)

Valori % e variazione sul 2019

	TURISTI ENOGASTRONOMICI	TOTALE TURISTI ITALIANI
Vorrei cenare negli uliveti a lume di candela	65%	60% (0%)
Vorrei avere la possibilità di partecipare alla raccolta delle olive	64%	54% (+1%)
Vorrei avere la possibilità di produrre il mio olio	62%	54%
Mi piacerebbe partecipare ad un corso di <i>foraging</i> (per imparare a raccogliere piante e frutti selvatici da mangiare)	56%	50%
Mi piacerebbe partecipare ad un corso di sopravvivenza (es. per imparare ad accendere un fuoco, recuperare acqua potabile, ...)	52%	44%
Mi piacerebbe fare esperienze ludiche (es. escape room, caccia al tesoro, cene con delitto)	51%	44%
Mi piacerebbe fare attività artistiche (es. pittura) negli uliveti	51%	40% (+3%)



L'OLEOTURISMO

L'IMPORTANZA DELLA STORIA

Oggi il turista vuole uscire dalla logica del «mordi e fuggi» e scoprire il vero legame tra l'olio e il suo territorio. Ecco che ben il 59% degli italiani vorrebbe avere l'opportunità di incontrare e parlare con il proprietario dell'azienda, una percentuale superiore di dieci punti rispetto alla rilevazione del 2019. In evidenza anche il collegamento tra la produzione di olio e la storia della location collegata: il 68% dichiara di voler conoscere la storia ed aneddoti relativi all'azienda e dell'olio prodotto nel corso dell'esperienza svolta.



L'OLEOTURISMO

LE NUOVE ESPERIENZE NEI FRANTOI E NEI LUOGHI DI PRODUZIONE

Tabella |Pensa ora all'olio. Indica il tuo livello di accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni con un numero da 1 (totale disaccordo) a 5 (totale accordo).

Valori % e variazione sul 2019

Mi piacerebbe poter conoscere la storia ed aneddoti relativi all'azienda e dell'olio prodotto

TURISTI
ENGASTRONOMICI

68%

TOTALE TURISTI ITALIANI

61% (+0%)

Vorrei avere l'opportunità di incontrare e parlare con il proprietario dell'azienda

67%

59% (+5%)



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).

L'OLEOTURISMO

I NUOVI LUOGHI DELL'OLEOTURISMO

Tabella |Pensa ora all'olio. Indica il tuo livello di accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni con un numero da 1 (totale disaccordo) a 5 (totale accordo).

Valori % e variazione sul 2019

	TURISTI ENGASTRONOMICI	TOTALE TURISTI ITALIANI
Vorrei visitare un frantoio storico	73%	68%
Vorrei poter visitare una dimora storica con un uliveto o un'orcidaia	72%	66%
Vorrei poter fruire di un itinerario tra ulivi secolari da percorrere a piedi	70%	64%
Quando mi reco al ristorante, vorrei poter degustare diverse tipologie di olio in abbinamento ai piatti proposti e che queste vengano descritte in una carta dedicata	70%	62%
Mi piacerebbe poter visitare una oleoteca, ossia un luogo dove poter trovare olii di luoghi differenti e partecipare a degustazioni guidate	68%	61%
Mi piacerebbe poter visitare un museo nazionale dell'olio	59%	51%
Mi piacerebbe che ci fossero centri benessere/SPA dove fare trattamenti legati all'olio	57%	50%

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).

