

Turismo enogastronomico italiano: i dati del report 2024 che raccontano l'Italia dei sapori

scritto da Lavinia Furlani | 13 Gennaio 2025



Il Rapporto 2024 sul Turismo Enogastronomico Italiano di Roberta Garibaldi analizza le tendenze e i numeri di un settore strategico. Crescono i viaggi motivati dal cibo e dal vino, con un focus su borghi, autenticità, esperienze multisensoriali e sostenibilità. Il turismo enogastronomico contribuisce con oltre 40 miliardi di euro al PIL e rappresenta un'opportunità unica per valorizzare il territorio.

Il “[Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano](#)”, recentemente presentato a Parma e curato da [Roberta Garibaldi](#)

in collaborazione con AITE – Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, offre una panoramica dettagliata sull'evoluzione di un settore che si conferma sempre più strategico per lo sviluppo economico, sociale e culturale del nostro Paese.

Questa settima edizione del rapporto pone l'accento sulle azioni necessarie per trasformare il turismo enogastronomico in un volano di crescita sostenibile, valorizzando i borghi e le aree rurali. Tra le sfide principali emerse dal rapporto vi è la necessità di un'offerta più integrata e sinergica, capace di promuovere in modo innovativo le eccellenze territoriali.

Turismo enogastronomico: un settore in crescita

Secondo i dati del rapporto, il turismo enogastronomico continua a registrare una crescita costante. Nel 2024, il 70% degli italiani ha dichiarato di aver effettuato almeno una vacanza negli ultimi tre anni con una motivazione primaria legata al cibo, al vino o all'olio, segnando un aumento del 12% rispetto al 2023. Questo segmento coinvolge oltre 14,5 milioni di turisti, con una preferenza netta per le mete domestiche (64%). Si tratta di un trend positivo che riflette il crescente interesse dei viaggiatori verso esperienze che uniscono sapori autentici, cultura e natura.

La diversificazione dell'offerta è stata fondamentale per raggiungere questi risultati. Le destinazioni hanno lavorato per creare proposte innovative, dalle degustazioni nei vigneti alle cooking class con chef locali, fino ai percorsi tematici dedicati ai prodotti simbolo di ogni territorio.

Tendenze e destinazioni

Tra le principali tendenze emergenti del turismo enogastronomico si nota un crescente interesse per le destinazioni rurali e i borghi minori, preferiti per la loro

tranquillità e autenticità. Il 93% dei turisti italiani ha espresso l'intenzione di visitare queste mete nei prossimi 12 mesi, con regioni come Toscana, Umbria ed Emilia-Romagna ai vertici delle preferenze. La **Toscana**, in particolare, si conferma leader grazie alla sua capacità di offrire un mix unico di bellezza paesaggistica, cultura e tradizioni enogastronomiche.

I piccoli comuni dell'entroterra, custodi del 93% dei prodotti DOP e IGP, rappresentano una risorsa straordinaria per il settore. Questi luoghi offrono non solo la possibilità di scoprire le eccellenze culinarie, ma anche di immergersi in un contesto che esalta il valore della sostenibilità e della lentezza. Non a caso, un numero crescente di turisti adotta un **approccio "slow" ai viaggi**, privilegiando mezzi di trasporto come il treno e pianificando soggiorni fuori dai periodi di alta stagione.

Tra i driver principali di scelta, spiccano la bellezza e la ricchezza culturale delle località, accompagnate da un'offerta enogastronomica che punta sulla qualità e sull'autenticità. L'emergere del concetto di "**Joy of Missing Out**" (JOMO) sottolinea il desiderio dei turisti di staccare dalla frenesia digitale per riscoprire la semplicità e le relazioni umane.

Esperienze multi-sensoriali

Il rapporto evidenzia come i turisti siano sempre più attratti da esperienze immersive e multisensoriali. Dal 2021 si è registrata una crescita significativa nella partecipazione a esperienze a tema olio (+37,1%), birra (+13,2%) e formaggio (+7,3%). Tra le proposte che vedono ancora una richiesta non soddisfatta sono **cene negli uliveti e nei vigneti, visite a fabbriche di cioccolato ed esperienze culinarie gourmet**. Tuttavia, rimangono ancora margini di miglioramento nell'offerta, con una domanda non pienamente soddisfatta per esperienze come visite a fabbriche di cioccolato o cene gourmet.

Un altro elemento chiave è la capacità di innovare nei format tradizionali, proponendo attività che uniscano enogastronomia, benessere e cultura. Ad esempio, **cresce il numero di viaggiatori che sceglie musei del gusto** (+16%) o percorsi attivi e itinerari tematici, dimostrando come il settore possa evolvere per rispondere alle nuove esigenze del mercato.

Il ristorante come ambasciatore del territorio

Il 40% degli alberghi italiani dispone oggi di un ristorante interno, trasformando queste strutture in veri e propri ambasciatori del territorio. La crescente attenzione verso ingredienti a chilometro zero e pratiche *eco-friendly* ha rafforzato il legame tra ospitalità e tradizioni locali. Sempre più hotel includono nei loro pacchetti promozionali esperienze come degustazioni, visite ai luoghi di produzione e *cooking class*, fidelizzando gli ospiti e accrescendo la riconoscibilità della struttura.

Questo fenomeno ha un impatto positivo anche sull'economia locale, promuovendo l'economia circolare e riducendo le emissioni legate al trasporto. Inoltre, **molte strutture stanno introducendo prodotti locali come regalo di benvenuto**, una scelta che non solo valorizza il territorio, ma crea un ricordo tangibile per il visitatore.

Il ruolo dei social media

Le decisioni di viaggio vengono sempre più influenzate dai social media, con piattaforme come Instagram, TikTok e YouTube che giocano un ruolo centrale per le generazioni più giovani. Il 74,7% dei turisti italiani cerca esperienze autentiche legate alla cultura locale, mentre il 25% afferma di ispirarsi a programmi e serie TV dedicate all'enogastronomia. **La Generazione Z**, in particolare, **predilige TikTok e Instagram**, confermando l'importanza di utilizzare i canali appropriati

per raggiungere i diversi target.

L'impatto economico

Il turismo enogastronomico rappresenta una componente cruciale per l'economia italiana, **contribuendo al PIL con oltre 40 miliardi di euro nel 2023** – di cui 9,2 diretti, 17,2 indiretti e 13,7 di indotto –, con un **rapporto benefici/costi pari a 6,9**, confermandosi importante per l'economia italiana, con un forte potenziale di crescita e un ruolo non secondario nell'occupazione e nella distribuzione del reddito.

Questo segmento non si limita a generare valore economico, ma rappresenta anche un'opportunità unica per promuovere le tradizioni locali, i prodotti tipici e il paesaggio rurale. Tuttavia, il suo potenziale risulta ancora parzialmente inespresso. Per raggiungere risultati ancora più significativi, è essenziale un approccio strategico e integrato che coinvolga istituzioni, operatori e comunità locali.

Come evidenziato dal rapporto, il turismo enogastronomico ha un potenziale straordinario per diventare un modello di eccellenza internazionale. Investire in innovazione, sostenibilità e collaborazione tra pubblico e privato rappresenta la chiave per trasformare questo settore in un volano di crescita per il Paese. Solo così si potrà garantire uno sviluppo armonico dei territori, esaltando le identità locali e promuovendo l'Italia come destinazione leader nel turismo enogastronomico globale.

[Scarica gratuitamente il Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano.](#)

Punti chiave

1. **Crescita costante:** Il 70% degli italiani ha fatto viaggi legati al cibo o al vino negli ultimi tre anni.
2. **Focus sui borghi:** Il 93% dei turisti pianifica di visitare borghi rurali per autenticità e tranquillità.
3. **Esperienze immersive:** Forte aumento di esperienze multisensoriali, con focus su olio, formaggio e birra.
4. **Social media decisivi:** Instagram e TikTok guidano le scelte di viaggio, soprattutto per la Generazione Z.
5. **Impatto economico:** Il settore contribuisce oltre 40 miliardi di euro al PIL italiano, con margini di crescita.