

**BALZO DELL'EMILIA-ROMAGNA: FIGURA IN 3° POSIZIONE TRA LE METE ENOGASTRONOMICHE PIÙ
DESIDERATE DAGLI ITALIANI**

AL SECONDO POSTO TRA LE DESTINAZIONI DEI VIAGGI ENOGASTRONOMICI PIÙ RECENTI

Presentata oggi a Parma la settima edizione dello studio annuale ideato da Roberta Garibaldi e realizzato da Aite-Associazione Italiana Turismo Enogastronomico.

Il Rapporto 2024 ha posto l'accento sulle azioni necessarie per trasformare un business già consolidato in uno strumento strategico nazionale per lo sviluppo armonico del territorio, rivitalizzando i borghi e le aree rurali.

"Urgono modifiche normative, investimenti pubblici per infrastrutture e centri museali, formazione e comunicazione dedicate, innovazione tecnologica, un nuovo modello di governance", ha affermato Garibaldi

Parma, 16 dicembre 2024

L'Emilia-Romagna segue la Toscana nella classifica delle mete visitate nei più recenti viaggi enogastronomici degli italiani, con il 30,8% delle preferenze. Guardando alle intenzioni future di viaggio, il balzo in un solo anno è importante: se nel 2023 il 16% dei turisti italiani l'aveva indicata come destinazione, nel 2024 siamo al 25,6% segnando +9,6%.

Se in generale nel comparto turistico post Covid si evidenziano, in particolare tra i turisti italiani, i primi segnali di flessione, c'è una specifica categoria che continua a crescere e lo fa a doppia cifra: si tratta del turismo enogastronomico. A evidenziarlo è il **"Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano"**, presentato stamane a Parma. Questa nuova edizione, la settima nella storia del Rapporto, è stata curata come di consueto da **Roberta Garibaldi**, docente all'Università di Bergamo e presidente dell'**Associazione Italiana Turismo Enogastronomico**, con il supporto di **Visit Emilia** e **Valdichiana Living**, il patrocinio di **Federturismo**, **Fondazione Qualivita**, **Iter Vitis Les Chemins de la vigne en Europe**, e la collaborazione dell'**Università degli studi di Bergamo**, **Economics Living Lab** e **TheFork**. Hanno introdotto i lavori Dario Nardella, membro della Commissione per l'agricoltura e lo sviluppo rurale dell'Unione Europea ed Alessandra Gallone, Consigliere del Ministro dell'Università e della Ricerca e del Ministro dell'Ambiente.

I dati del Rapporto certificano che si è ulteriormente consolidato il legame tra gli italiani e il viaggio alla ricerca di cibo, vino, olio e tutte le altre tipicità agroalimentari del territorio italiano. Il 70% degli intervistati dichiara infatti di aver svolto almeno una vacanza negli ultimi tre anni con questa motivazione primaria: le risposte evidenziano **un +12% sul 2023 e +49% sul 2016**. E mentre il turismo domestico generalista ha segnato un calo nel corso dell'ultima stagione estiva, quello enogastronomico non ha deluso, anzi: c'è un ampio bacino di domanda, stimato in 14,5 milioni di potenziali turisti del gusto, che opta prevalentemente per mete domestiche (64%). **La destinazione preferita tra gli italiani, sia per i viaggi passati (39,3%) che per quelli futuri (33,9%), è la Toscana; a seguire troviamo Emilia-Romagna e Puglia**, che s'invertono nell'ordine se consideriamo le intenzioni di viaggio.

Come nei semestri passati, l'enogastronomia si conferma fra le esperienze più desiderate anche per i turisti europei: il 15,3% della popolazione del Vecchio Continente (circa 20,6 milioni di potenziali turisti) ha intenzione di affrontarle nei viaggi in programma per questa stagione invernale, a prescindere dalla tipologia di viaggio (mare, city break, culturali e outdoor). Ed è alto anche l'interesse per le mete e le attrazioni a tema cibo dei mercati long-haul: in particolare sveltano le destinazioni del Far East (Giappone, Corea del Sud, Cina) e il Brasile.

I NUOVI PROFILI

Oggi i turisti ricercano nell'enogastronomia in viaggio una molteplicità di aspetti, sono accomunati da motivazioni ed interessi che trascendono i tradizionali profili. Dal Rapporto emergono cinque nuove tribù enogastronomiche:

- I Ricercatori (42,1%), che viaggiano per provare nuove esperienze enogastronomiche, entrare in contatto con la comunità locale ed immergersi nella cultura della meta visitata.
- I Festaioli (23%), turisti che si avvicinano con una certa "leggerezza" all'enogastronomia, vista come una "scusa" per stare in compagnia e divertirsi.
- Gli Intellettuali (19%), il cui motto è "viaggiare per arricchire il proprio bagaglio culturale".
- I Figli dei Fiori (11,5%), che vedono nel viaggio enogastronomico un'occasione per pensare al proprio benessere psico-fisico e volersi bene.
- Gli Edonisti (4,3%), che decidono di compiere un viaggio enogastronomico per concedersi un lusso.

LE PAROLE CHIAVE

Il **vino** (con il 38,1% delle preferenze) è considerato il prodotto più rappresentativo dell'Italia in ambito agroalimentare. Seguono nell'immaginario collettivo nazionale delle icone enogastronomiche del Belpaese l'**olio extravergine di oliva** (24%), la **pizza** (22%), la **pasta** (15%) e i **formaggi** (11%). A questa ricchezza si unisce la percezione diffusa di un patrimonio unico, genuino, diffuso sull'intero territorio e di qualità. **LE CUCINE DEL CUORE**

Grazie alla collaborazione con *The Fork*, il Rapporto 2024 ha mappato le cucine regionali più diffuse. In Italia spicca quella toscana (17,3% dei ristoranti della piattaforma), seguita dalla cucina piemontese e da quella siciliana. All'estero emerge la forza della cucina campana/napoletana.

L'IMPATTO ECONOMICO

Quanto vale il turismo enogastronomico? Per la prima volta il Rapporto fornisce una risposta grazie alla collaborazione con **Economics Living Lab**, spin-off dell'Università di Verona. **L'impatto economico e sociale è significativo, contribuendo a oltre 40 miliardi di euro all'economia italiana 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

TURISMO STRATEGICO, LE AZIONI PER COMPETERE

Per esplodere pienamente il potenziale del turismo enogastronomico, il Rapporto 2024 si conclude con una parte propositiva, la più corposa e completa nella storia ormai settennale dello studio ideato da Roberta Garibaldi.

Dieci sono le azioni proposte:

1. Consentire alle imprese agricole e produttive di esercitare le attività turistiche a 360 gradi senza vincoli normativi.

2. Agevolare le assunzioni nonché la possibilità di collaborazioni flessibili con figure professionali specializzate, disponibili a chiamata, per supportare le imprese nella gestione turistica e nella creazione di esperienze e i percorsi di rete.
3. Creare musei nazionali del cibo, dedicati a eccellenze italiane come il vino, l'olio e la pizza.
4. Migliorare l'accessibilità e i collegamenti verso le aree rurali e interne, con soluzioni innovative e sostenibili che prevedano formule ad hoc per le destinazioni interne e rurali con assenza di mezzi pubblici e taxi.
5. Introdurre l'educazione alimentare nei corsi scolastici, per diffondere cultura sul patrimonio enogastronomico, per dare indicazioni sui principi di sana alimentazione.
6. Sostenere percorsi per formare professionisti capaci di mettere in rete i produttori, creare e guidare percorsi turistici e supportare le aziende nella commercializzazione delle esperienze.
7. Favorire la digitalizzazione delle esperienze e l'adozione dell'intelligenza artificiale per la gestione turistica, garantendo supporto ai piccoli produttori per superare eventuali divari tecnologici.
8. Innovare la governance, oggi troppo frammentata: creare un soggetto inclusivo per definire congiuntamente strategie ed azioni di promozione tra i diversi attori coinvolti (assessorati, Camere di Commercio, DMO, strade del vino, consorzi di produttori, distretti del cibo).
9. Sviluppare un sito nazionale dedicato al turismo enogastronomico e creare un ufficio stampa internazionale dedicato alla gastronomia italiana.
10. Potenziare la presenza dell'Italia nei circuiti di eventi internazionali, come i *50 Best Restaurants*, e promuovere l'organizzazione di fiere e saloni B2B dedicati al turismo enogastronomico.

“Queste azioni – conclude Roberta Garibaldi - rappresentano i pilastri per trasformare il turismo enogastronomico in un volano di crescita sostenibile, capace di esaltare le identità territoriali, promuovere l'innovazione e garantire benefici economici, sociali e ambientali. Il successo di queste iniziative richiederà una stretta collaborazione tra istituzioni, operatori e comunità locali, ponendo il turismo enogastronomico italiano come modello di eccellenza a livello internazionale”.

I COMMENTI

Simone Fornasari, Presidente di **Visit Emilia**: “L'Emilia è una destinazione ideale per il turismo enogastronomico e il territorio di Visit Emilia, la Food Valley italiana, tra Parma, Piacenza e Reggio Emilia è dal punto di vista dell'enogastronomia un vero patrimonio culturale. Grazie ai tanti prodotti tipici DOP e IGP, le eccellenze riconosciute in tutto il mondo, come il Parmigiano Reggiano, il Prosciutto di Parma, i Salumi Piacentini, l'Aceto Balsamico Tradizionale di Reggio Emilia, i vini, e grazie alle esperienze legate al cibo, organizzate dai produttori della Rete Food&Wine di Visit Emilia, i viaggiatori trovano racchiusi in pochi chilometri il meglio dell'Italia in tavola”.

Anche per l'edizione 2024 della pubblicazione, la Valdichiana Senese (in Toscana) conferma il supporto al progetto attraverso la sua **DMO Valdichiana Living**. “Siamo orgogliosi di contribuire nuovamente alla pubblicazione del Rapporto – afferma **Michele Angiolini**, Sindaco di Montepulciano, comune capofila dell'ambito turistico Valdichiana Senese – Nella nostra destinazione, il turismo enogastronomico rappresenta non solo uno strumento di sviluppo socio-economico, ma anche un valido alleato nella tutela del

territorio, una necessità che avvertiamo come sempre più prioritaria in un'area rurale come la Valdichiana Senese. La ricerca di Roberta Garibaldi ci fornisce ancora una volta spunti di riflessione importanti per rendere sempre più competitiva la proposta turistico-enogastronomica locale, senza perdere di vista la necessità di preservarne le specificità".

Roberta Garibaldi, professore universitario, svolge attività di formazione e ricerca per la promozione dei territori, del turismo enogastronomico e culturale, ed è regista di progetti applicati a livello internazionale, ha lavorato per molteplici Ministeri del turismo ed enti internazionali (da UN Tourism-Organizzazione Mondiale del Turismo a FAO). È stata Amministratore Delegato di ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo durante il governo Draghi e Vicepresidente della Commissione Turismo dell'OCSE – Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico. È keynote speaker ai principali eventi sul tema del turismo. Ricopre numerose cariche, tra cui Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico. È autrice di 23 libri e di oltre 60 pubblicazioni scientifiche. Sono 14 i volumi del Rapporto sul turismo enogastronomico. È Cavaliere dell'Ordine "Al merito della Repubblica Italiana".

UFFICIO STAMPA: press@robertagaribaldi.it Antonella Iodice T. 335 5247551