



# RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMIC ITALIANO

Con il supporto di:



Con il patrocinio di:



Con la collaborazione di:



## INTRODUZIONE

Pag. 5

## I TREND DEL 2025

Pag. 8

### 1. Una esperienza da vivere in ogni viaggio? L'enogastronomia naturalmente

p. 9

L'impatto economico del turismo enogastronomico, di Economics Living Lab

p. 15

### 2. La crescita delle destinazioni rurali e delle mete minori

p. 21

Turismo delle radici ed enogastronomia, di Marcantonio Ruisi

p. 34

### 3. Il nuovo enoturismo è multiprodotto e multisensoriale

p. 37

Il turismo enogastronomico in California: uno sguardo sullo stato attuale, di Angelo A. Camillo

p. 46

Birra e turismo, di Eugenio Signoroni

p. 49

### 4. Le nuove «tribù» enogastronomiche

p. 56

Mindfulness e turismo enogastronomico: numeri, tendenze e opportunità, di Nerina di Nunzio

p. 68

Il turismo enogastronomico e le giovani generazioni: Trip In Your Shoes, di Pietro Ienca

p. 73

### 5. Vivere gli eventi

p. 76

### 6. Scelgo grazie ai social e alle serie TV

p. 87

### 7. Al per costruire il viaggio

p. 97

L'intelligenza artificiale nel turismo enogastronomico: un approccio graduale, di Giulia Eremita

p. 103

# | INDICE



Esperienze personalizzate e nuove opportunità: come l'AI di TheFork e TheFork manager migliorano l'esperienza del cliente e il business dei ristoranti, di Carlo Carollo p. 106

8. Il ristorante nell'hotel come ambasciatore del territorio p. 110

TheFork rivela i trend della ristorazione 2025: personalizzazione, benessere e sostenibilità al centro del nuovo scenario, di Carlo Carollo p. 115

Turismo enogastronomico e cucina italiana per il pubblico americano: una riflessione, di Silvia Baldini p. 120

9. Il paesaggio ritrovato p. 127

Paesaggi rurali e vigneti storici, di Mauro Agnoletti p. 131

10. Gastrodiplomacy: Il cibo per unire p. 141

Enoturismo in tempi di conflitto: resilienza e rinascita in Libano, Moldavia e Israele, di Emanuela Panke p. 144

## **AGIRE PER COMPETERE**

**Pag. 166**

Gestione del turismo DOP: la nuova funzione dei Consorzi di Tutela indicata dalla normativa europea, di Mauro Rosati p. 171

L'enogastronomia portoghese: cosa frena la sua crescita?, di Carlos Fernandes & Oscar Cabral p. 174

Gastronomia e governance nelle Città Creative: il caso di Florianopolis, di Greg Richards e Beatriz Gondim Matos p. 179

## **GRUPPO DI LAVORO E PARTNER**

**Pag. 183**

# 5 |

## VIVERE GLI EVENTI

Negli ultimi anni, il turismo enogastronomico ha subito una trasformazione profonda, evolvendo da semplice consumo di prodotti locali a un'esperienza immersiva e multidimensionale. Tra i trend emergenti che stanno guidando questa evoluzione, si evidenzia la crescente rilevanza degli eventi come motivazione primaria di viaggio. Il turista contemporaneo non si accontenta di degustare sapori: vuole viverli, partecipando attivamente a momenti che celebrano il legame tra cibo, natura e cultura.

Gli eventi hanno oggi un grande *appeal* nei confronti di chi viaggia, abbiamo visto nel 2024 ad esempio la grande attenzione verso i concerti e le manifestazioni sportive. Questo desiderio è andato a rinforzarsi dopo la pandemia: insieme alla voglia di riconnettersi con la natura, i turisti richiedono spazio ed occasioni per stare insieme e condividere un momento corale, una passione comune.

### *Il valore esperienziale degli eventi*

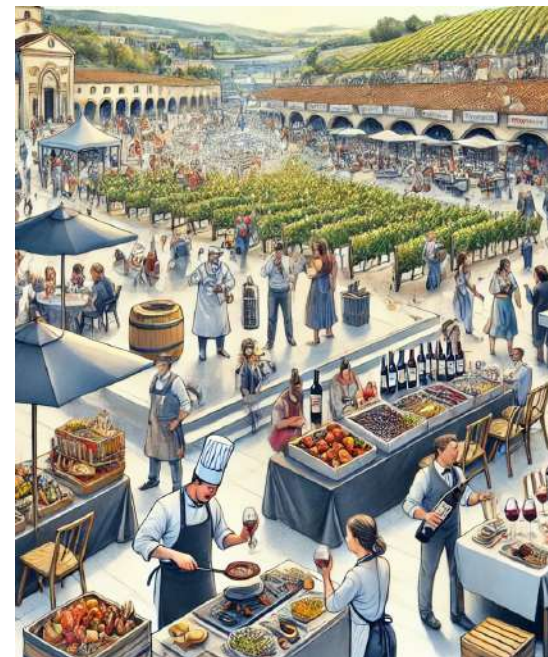
Gli eventi stagionali o culturali legati al territorio, come i fenomeni naturali spettacolari come l'aurora boreale, stanno diventando catalizzatori di flussi turistici. La ricerca di esperienze autentiche e irripetibili spinge i viaggiatori a pianificare itinerari in funzione di questi appuntamenti, che si trasformano in vere e proprie leve di attrattività per le destinazioni enogastronomiche.

L'Italia ha una ricchezza straordinaria di eventi che intrecciano tradizioni agricole e cultura locale. Pensiamo alla vendemmia, che diventa occasione di esperienza turistica, con percorsi che includono la raccolta delle uve, degustazioni in vigna e cene tra i filari. Ecco poi le fiere del tartufo, come quelle di Alba o San Miniato, che oltre alla vendita del prodotto offrono esperienze di *truffle hunting*, *showcooking* e laboratori sensoriali. Pensiamo alla raccolta delle olive che sta diventando occasione di co-partecipazione, di frantoi aperti, di

percorsi in e-bike. Ecco le attività legate alla transumanza, con la produzione di formaggi in alpeggio, che includono trekking, laboratori e degustazioni. Pensiamo alla fioritura degli alberi da frutto, da valorizzare come esperienza contemplativa e fotografica, sul modello delle celebrazioni giapponesi dei ciliegi in fiore (*hanami*). Alcuni esempi sono oggi la Festa dei Ciliegi di Vignola (Modena), organizzata in concomitanza con la fioritura, e le passeggiate tra i ciliegi fioriti a Pecetto (Piemonte).

Il turismo enogastronomico può integrare e reinterpretare questo trend, offrendo esperienze uniche che abbinano la scoperta della natura con la valorizzazione del cibo locale. Immaginiamo passeggiate per assistere al mutare dei colori autunnali, escursioni notturne nei campi per osservare fenomeni stagionali, come le lucciole in estate, accompagnate da degustazioni di prodotti tipici, eventi legati alla raccolta dei prodotti di stagione, come castagne o frutti dimenticati, che includano attività didattiche per adulti e bambini. Queste nuove forme di fruizione turistica dell'enogastronomia integrano elementi strategici che, se ben combinati, possono amplificare l'attrattività delle esperienze offerte, rispondendo in modo efficace alle aspettative dei visitatori, che sono:

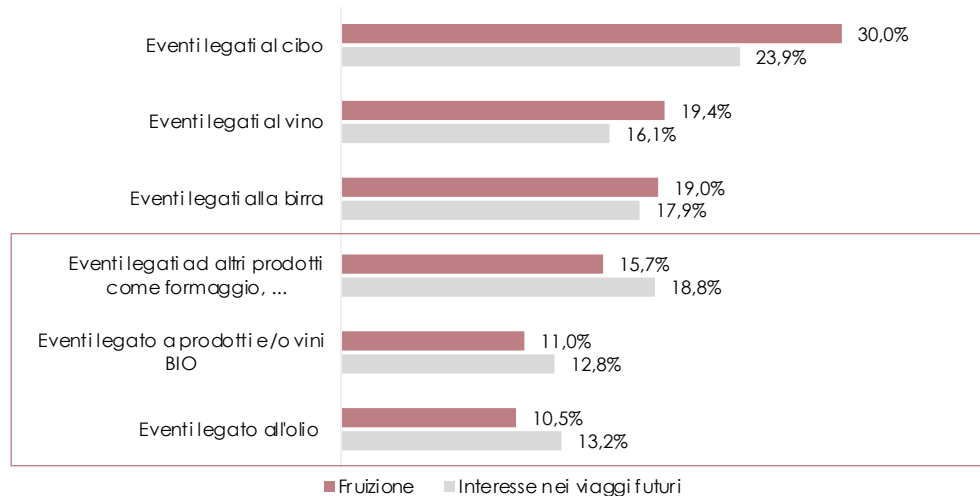
- **Unicità ed esclusività:** la percezione di un'opportunità rara e limitata nel tempo e nello spazio diventa un fattore determinante per attrarre turisti, che considerano l'esperienza come un'occasione unica.
- **Coinvolgimento emozionale:** La partecipazione attiva a esperienze legate al territorio e alle sue tradizioni favorisce la creazione di un legame profondo e autentico tra il visitatore e la destinazione. Tali attività non si limitano alla fruizione di un prodotto, ma generano un senso di appartenenza simbolica alla comunità locale, arricchendo l'esperienza complessiva.
- **Storytelling e visibilità:** Grazie al loro forte impatto visivo ed emotivo, queste esperienze si prestano perfettamente alla condivisione sui social media. Raccontare storie che mettono in luce la cultura, le tradizioni e i valori del



territorio rafforza l'immagine della destinazione, aumentandone l'attrattività e la riconoscibilità a livello globale.

Cosa fanno e vorrebbero i turisti italiani dagli eventi enogastronomici? C'è un crescente desiderio nei viaggi futuri di esplorare tutte le eccellenze enogastronomiche del Belpaese, con un interesse crescente verso prodotti diversi da vino, birra e cibo in senso generico - fra cui formaggio, produzioni biologiche ed olio EVO (Figura 14).

**FIGURA 14** | Differenza tra livelli di fruizione e interesse nei viaggi futuri . TOTALE Turisti italiani, anno 2024, tipologie di eventi enogastronomici.



Nota: Totale >100 poiché possibile risposta multipla.

Si sottolinea inoltre l'importanza degli eventi di rilievo internazionali legati all'enogastronomia e alla ristorazione nel posizionare o rafforzare una destinazione, o persino un'intera nazione, come riferimento globale per il turismo enogastronomico.

Un esempio emblematico è rappresentato dalla manifestazione «The World's 50 Best Restaurants», considerata l'Oscar mondiale della ristorazione, la cui cerimonia di premiazione si svolgerà per la prima volta in Italia nel 2025 (si veda il box di approfondimento di seguito). Questo trend dà l'opportunità di:

- Destagionalizzare l'offerta turistica.
- Valorizzare la sostenibilità: Gli eventi possono educare i turisti sul rispetto delle risorse naturali e sulle tradizioni locali, rafforzando il legame con il territorio.
- Creare sinergie tra eventi e strutture ricettive: Gli alloggi rurali possono diventare il fulcro per soggiorni che combinano relax, natura e partecipazione attiva.

Gli eventi rappresentano una straordinaria opportunità per il turismo enogastronomico, in grado di trasformare esperienze stagionali e tradizionali in motivazioni di viaggio potenti e memorabili. Per l'Italia, investire in questa direzione significa non solo intercettare i trend internazionali, ma anche rafforzare il legame tra patrimonio enogastronomico e identità territoriale.









## | APPROFONDIMENTO

### «THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS 2025»: TORINO E L'ITALIA AL CENTRO DELL'ALTA RISTORAZIONE GLOBALE

Nel giugno 2025, «The World's 50 Best Restaurants» arriverà per la prima volta in Italia, a Torino, portando con sé una straordinaria occasione per celebrare e valorizzare il patrimonio enogastronomico nazionale.

#### *Cos'è la 50 Best?*

Fondato nel 2002 a Londra, The World's 50 Best Restaurants è una classifica annuale che celebra i cinquanta migliori ristoranti al mondo, curata dal mensile britannico «Restaurant». In oltre 20 anni di storia, l'evento si è affermato come un punto di riferimento per l'alta ristorazione globale, considerato una delle classifiche più autorevoli del settore *fine dining* a livello internazionale.

Nel corso del tempo, i 50 Best hanno rivoluzionato la geografia del cibo, portando alla ribalta chef, ristoranti e tendenze gastronomiche emergenti come la cucina tecno-emozionale spagnola, la cucina nordica e, più recentemente, quella latino-americana.

Oltre a essere una classifica, l'evento rappresenta un generatore di contenuti per il settore della ristorazione, attirando chef, critici, giornalisti e appassionati di gastronomia da tutto il mondo. Per i viaggiatori *gourmet*, i 50 Best sono un'importante guida alle migliori destinazioni culinarie.

Dal 2017, l'evento è diventato itinerante, ospitato in città come New York, Sydney, Melbourne, Bilbao, Singapore, Anversa, Valencia e Las Vegas. Queste città hanno tratto importanti benefici in termini di visibilità, flussi turistici e impatti economici.

## La 50 best approda in Italia

Il programma comprenderà un palinsesto ricco di eventi quali «#50BestTalks», un forum per discussioni innovative sull'ospitalità, le «50 Best Signature Sessions», con cene collaborative tra chef internazionali e talenti locali, e il « Chefs' Feast», che celebra i sapori del territorio. Il culmine sarà la cerimonia di premiazione del 19 giugno, dove verrà rivelata la classifica dei 50 migliori ristoranti del mondo per il 2025.

La lista di quest'anno sarà il risultato delle votazioni di oltre 1.000 esperti gastronomici internazionali, che selezioneranno le loro 10 esperienze culinarie preferite degli ultimi 18 mesi. Le operazioni di voto, supervisionate da Deloitte, garantiscono trasparenza e autorevolezza alla classifica.

Ospitare la cerimonia si è dimostrato in passato per i paesi ospitanti un'opportunità uni per promuovere il settore della ristorazione, l'enogastronomia e il turismo a livello nazionale.

Ne è un esempio la Spagna che, grazie a un piano strategico sostenuto anche dai fondi del PNRR, ha ospitato per due volte la cerimonia della 50 Best: a Bilbao nel 2018 e a Valencia nel 2023. Questi eventi hanno consolidato il posizionamento della Spagna tra le capitali mondiali della gastronomia.





Photo credits: Comune in fiera

## | CASE HISTORY

### **LA FESTA DEI CILIEGI IN FIORE: UN EVENTO INTORNO ALLA FIORITURA**

**Vignola, Modena, Italia**

La Festa dei Ciliegi in Fiore, manifestazione dedicata alle ciliegie di Vignola IGP, si configura come un momento di valorizzazione della fioritura primaverile dei ciliegi, un fenomeno naturale che caratterizza il paesaggio della Valle del Panaro. Tra gli eventi più rappresentativi vi è «De-Gusta Vignola», una camminata enogastronomica che permette ai partecipanti di percorrere i filari di ciliegi in fiore, offrendo un'opportunità per osservare da vicino lo spettacolo naturale della fioritura e, allo stesso tempo, degustare prodotti tipici locali. L'evento include altre iniziative come sfilate di Carri Fioriti, mercatini di vivaisti e fiorai, e laboratori tematici. La Festa dei Ciliegi in Fiore è un esempio di come un fenomeno naturale possa essere valorizzato attraverso attività che ne esaltano l'impatto culturale ed economico sul territorio. Il legame con la fioritura emerge non solo nei programmi enogastronomici e paesaggistici, ma anche nelle iniziative artistiche e sociali, configurando l'evento come un'occasione per esplorare le relazioni tra natura, comunità e tradizioni.



[www.vignola.it/festadeiciliegi](http://www.vignola.it/festadeiciliegi)



Photo credits: Floriana Fontana

### **CIAURU RI ASTRATTU: UNA TRADIZIONE TRA POMODORO, SOLE E SAPERI ANTICHI**

**Aspra, Sicilia, Italia**

Ogni anno, il borgo marinaro di Aspra, alle porte di Palermo, si trasforma in un grande laboratorio a cielo aperto, riportando in vita un sapere artigianale legato all'estate siciliana: la tradizionale preparazione del concentrato di pomodoro siciliano. Il fulcro della manifestazione è il processo di essiccazione del succo di pomodoro sulle antiche tavole di legno, le «maidde», condotto da un gruppo di donne delle borgate. Il lavoro segue ritmi lenti e metodici, permettendo al sole di asciugare il succo e intensificare il caratteristico profumo, il «ciauru» per poi concentrarlo negli «scanaturì». Oltre alla dimostrazione della preparazione del concentrato, il programma si arricchisce con attività complementari quali tour guidati alla scoperta delle attrazioni culturali e paesaggistiche della borgata e cooking show con chef stellati del territorio, tra cui Martina Caruso e Marco Baglieri. Questo evento dimostra come la valorizzazione delle tradizioni, attraverso un'attenzione particolare ai saperi artigianali e alle storie locali, possa contribuire a promuovere un turismo esperienziale che celebra il legame tra cibo, territorio e comunità.



[www.culturaicultura.it/ciaururiastattu](http://www.culturaicultura.it/ciaururiastattu)

## KELLERKINO: OSSERVARE LA VENDEMMIA DA UNA PROSPETTIVA UNICA

*Tramin-Termeo, Bolzano, Italia*

La tenuta Hofstätter di Tramin-Termeo (BZ) ha sviluppato un'iniziativa che consente agli enoturisti di osservare le fasi principali della vendemmia in modo diretto e coinvolgente. Il «Kellerkino» è un format che utilizza uno spazio sopraelevato all'interno della cantina, precedentemente adibito a cinema, per offrire una visione completa del processo di trasformazione dell'uva. I visitatori possono assistere a ogni fase della vendemmia, dall'arrivo dei grappoli raccolti manualmente alla misurazione del grado zuccherino, fino alla pigiatura. Numeri e indicazioni visive posizionate sulle pareti aiutano a comprendere meglio le operazioni, mentre il team Hofstätter lavora alla produzione dei vini. Questa soluzione consente di avvicinare il pubblico al ciclo produttivo, mantenendo un'attenzione particolare alla comunicazione chiara dei processi. Accanto a questa esperienza, la tenuta offre la possibilità di visitare il Giardino-Vigneto del Gewürztraminer, un'area dedicata alla ricerca e alla conservazione della biodiversità del vitigno. Situato dietro la cantina, il giardino ospita oltre 30 varietà di Gewürztraminer, incluse mutazioni e incroci, e fornisce un contesto utile per approfondire la conoscenza di questo vitigno tipico dell'Alto Adige.



[www.hofstatter.com/](http://www.hofstatter.com/)

