



# RAPPORTO SUL TURISMO ENOGASTRONOMICO 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, Moldova 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**

# 9 |

## IL PAESAGGIO RITROVATO

Sempre più spesso, il paesaggio si configura come un elemento chiave nella scelta di una destinazione turistica, soprattutto per il turismo enogastronomico. Non si tratta solo di uno sfondo scenografico, ma di un protagonista attivo che collega ambiente, cultura e prodotti locali, conferendo valore e autenticità all'esperienza del viaggiatore.

Guardando al comparto turistico italiano, il paesaggio rappresenta uno dei principali criteri nella scelta di una meta turistica. Il 59,3% dei turisti coinvolti nella nostra indagine ha indicato il «godimento del paesaggi rurali» come una primaria motivazioni dei viaggi realizzati negli ultimi 3 anni, e il 55,3% ha indicato il paesaggio come un forte elemento di interesse nella realizzazione di viaggi futuri.

**FIGURA 13 |** Principali ragioni per scoprire l'enogastronomia in viaggi. TOTALE turisti italiani, anno 2024.



L'abbandono rurale e delle attività agricole rappresenta una delle principali minacce, compromettendo equilibri costruiti nel tempo grazie al lavoro e alla presenza di agricoltori, allevatori e pastori. I paesaggi rurali, infatti, non sono solo spazi estetici, ma rifugi bioculturali in cui le comunità locali, attraverso pratiche agricole e conoscenze tradizionali, hanno storicamente plasmato il territorio, mantenendo il paesaggio e la biodiversità locale.

È fondamentale intervenire con azioni mirate per preservare il paesaggio rurale italiano tra cui:

- Incentivare la manutenzione e il recupero dei territori agricoli abbandonati, in particolare uliveti e vigneti storici.
- Promuovere pratiche agricole sostenibili per limitare l'erosione e il degrado del suolo.
- Sostenere economicamente gli agricoltori, in aree marginali e svantaggiate, per contrastare il fenomeno dello spopolamento.
- Intervenire con politiche mirate al recupero delle attività economiche locali e coinvolgere nuove generazioni per rafforzare le attività produttive.
- Integrare la valorizzazione del paesaggio nelle strategie di promozione turistica, evidenziando il legame tra bellezza, patrimonio naturale e culturale e prodotti enogastronomici locali.
- Ripensare come raccontare ed «educare» al paesaggio e le realtà gastronomiche italiane per coinvolgere appassionati e nuove generazioni, rilanciando l'impegno verso lo sviluppo dei territori rurali che caratterizzano la gastronomia italiana.

Queste azioni non sono solo una risposta alle sfide attuali, ma un investimento per mantenere vivo il grande patrimonio materiale e immateriale italiano collegato alla produzione di cibo così come garantire il futuro del turismo enogastronomico italiano.

