



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

Vino ed enoturismo in Italia e nel Lazio

**UN CALICE DI
BIODIVERSITÀ
IN CANTINA**



Velletri 20 maggio 2024

Vino ed enoturismo in Italia e nel Lazio

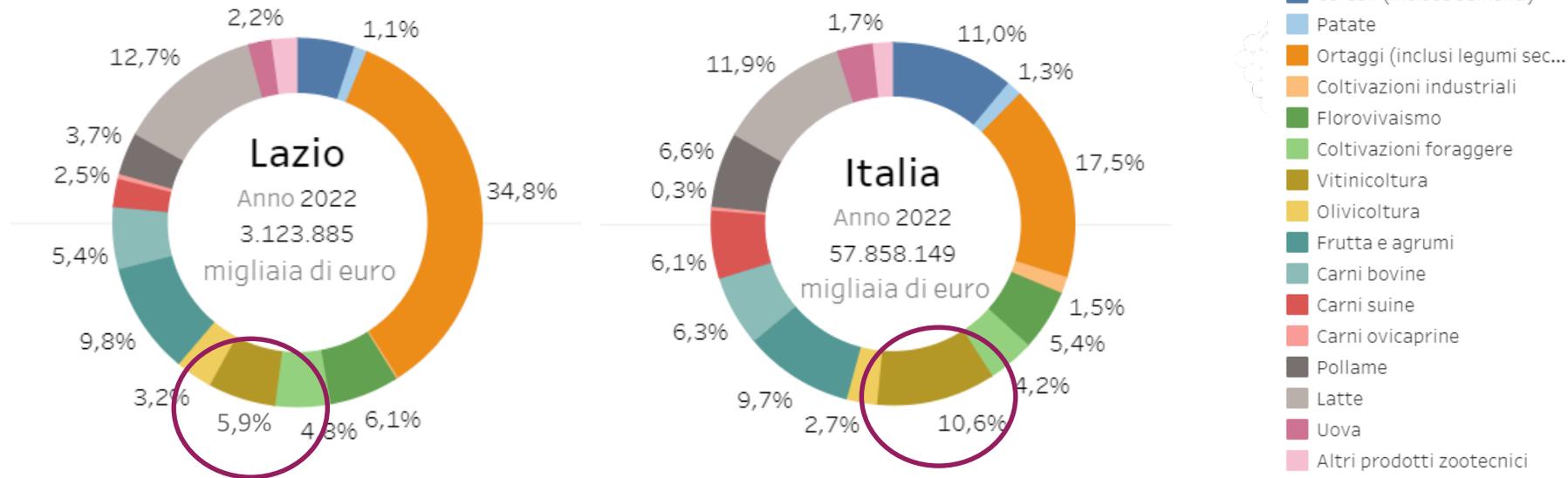
Indice degli argomenti

- ❑ I numeri del vino e il ruolo del Lazio
- ❑ Gli attrattori territoriali
- ❑ Qualche numero sul turismo in Italia e nel Lazio
- ❑ L'enoturismo
- ❑ Conclusioni

Il settore vino in Italia e nel Lazio

Minore specializzazione

Composizione del valore della produzione agricola per settore

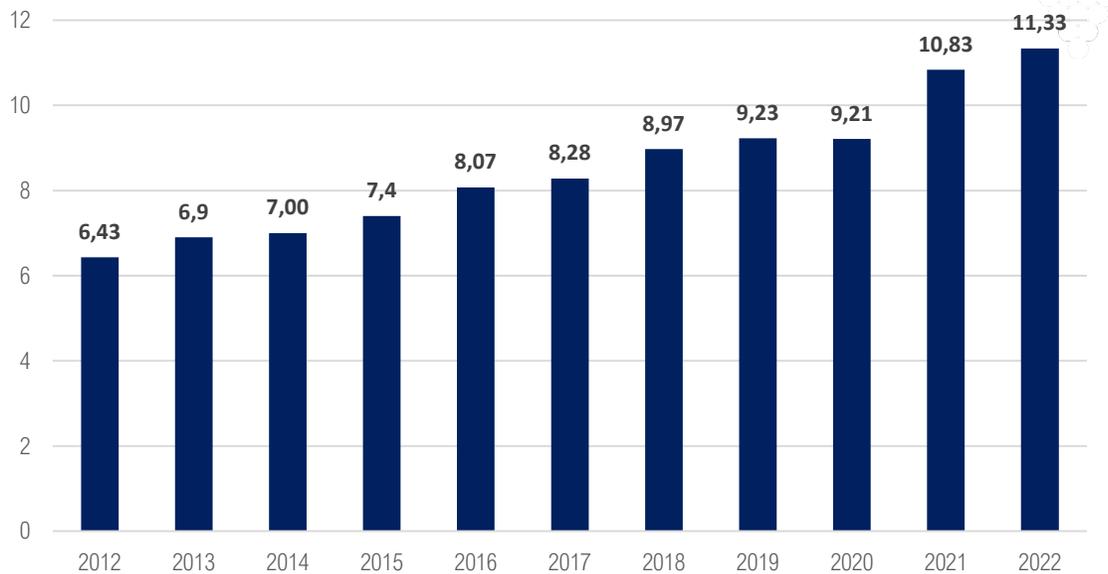


- Il Lazio, con circa **175 milioni di euro** rappresenta il **3% di valore della produzione nazionale**; il peso sul totale agricoltura della produzione vitivinicola regionale è pari al **5,9%**, contro il **10,6% dell'Italia**
- Con **20.408 ettari** la superficie vitivinicola della regione Lazio (pari al 3% del nazionale) rappresenta il **2,9% della superficie agricola totale regionale** (inferiore al dato medio nazionale del 5,4%)
- Le **esportazioni vitivinicole del Lazio** (pari a **85 milioni di euro**) rappresentano l'**1,1% dell'export** vitivinicolo italiano e il **9,1% dell'export agroalimentare regionale** (contro il 18,1% del dato nazionale)

La produzione a Indicazione Geografica

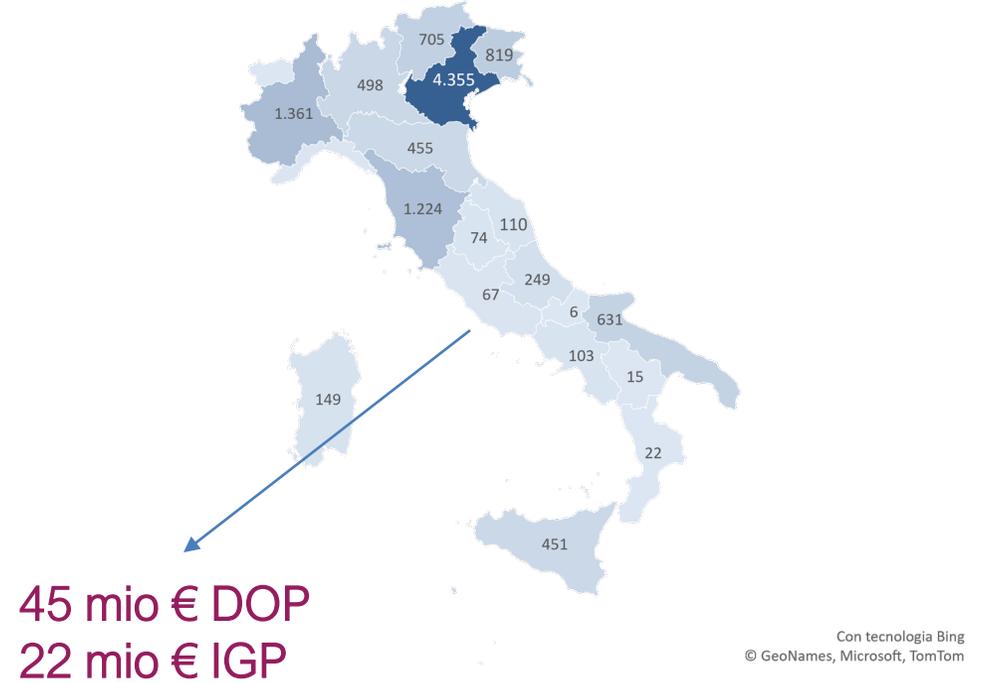
Quanto vale e come si distribuisce

Il valore della produzione imbottigliata (mld €)



Fonte: ISMEA/Qualivita

Valore dell'imbottigliato IG 2022 (milioni di €)



Nel 2022 il valore delle IG imbottigliate ha superato gli 11 miliardi di euro (+4,6%) pari al 56% dell'intero valore alla produzione delle IG food&wine. Il segmento dei vini Ig rappresenta l'80% del valore della produzione di vino nazionale.



Le principali IG del Lazio

Numericamente tante...

Prime 10 denominazioni Dop del Lazio per volume imbottigliato

Denominazione	2022	
	Ettolitri	Quota %
Castelli Romani	76.266	37%
Frascati	35.832	18%
Marino	28.071	14%
Est! Est!! Est!!! di Montefiascone	25.093	12%
Roma	10.223	5%
Frascati Superiore	5.914	3%
Cesanese del Piglio o Piglio	5.271	3%
Circeo	4.324	2%
Orvieto	3.869	2%
Terracina o Moscato di Terracina	2.084	1%
Altre Dop	6.796	3%
Totale Dop	203.743	100%

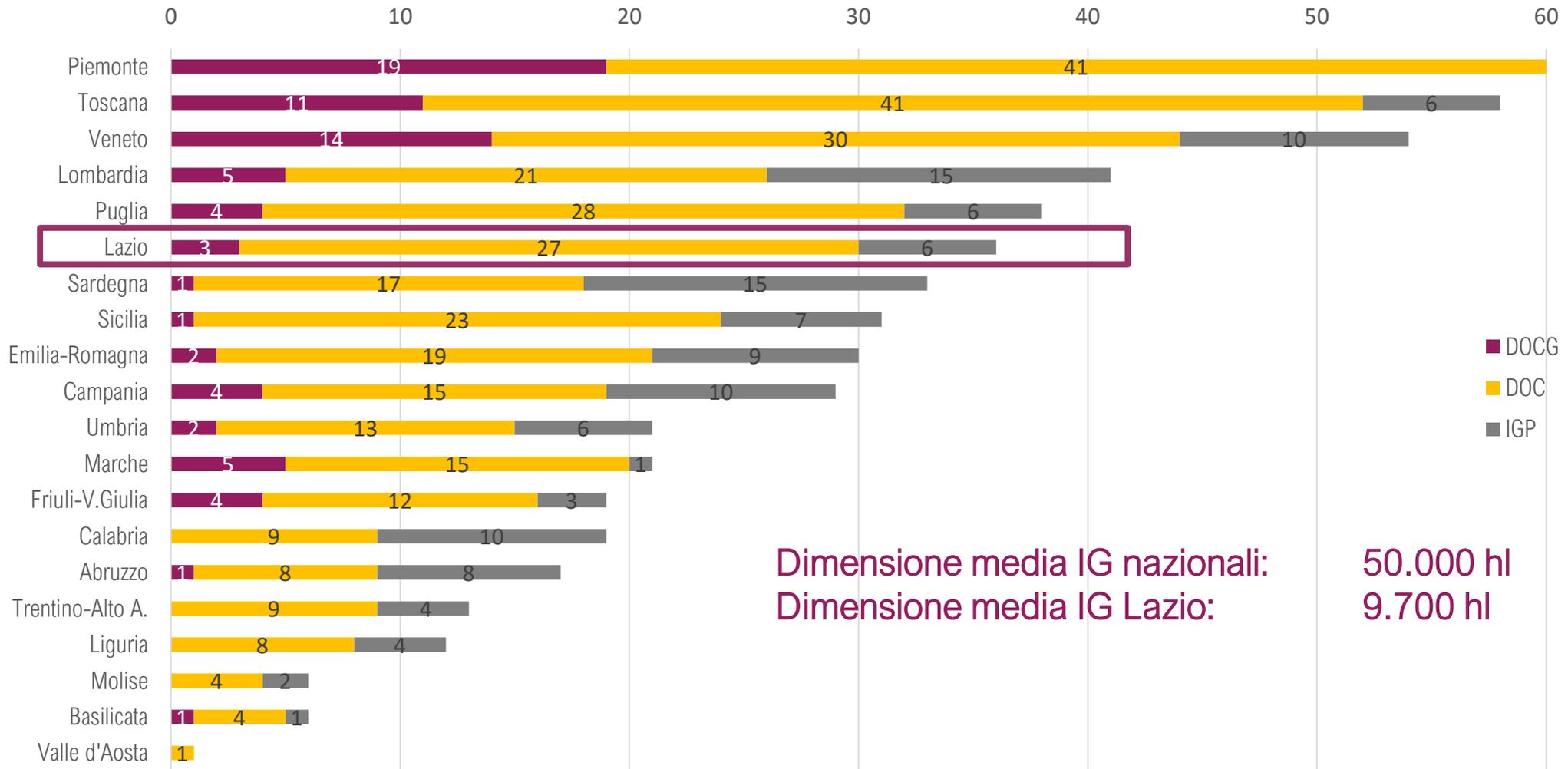
Denominazioni Igp del Lazio per volume imbottigliato

Denominazione	2022	
	Ettolitri	Quota %
Lazio	76.266	53%
Frusinate o del Frusinate	35.832	25%
Colli Cimini	28.071	19%
Civitella d'Agliano	25.093	17%
Costa Etrusco Romana	10.223	7%
Anagni	5.914	4%
Totale Igp	144.122	100%

Fonte: ISMEA su dati ODC

Il numero di Dop e Igp

Riconoscimenti per tipologia e regione



Dimensione media IG nazionali:
Dimensione media IG Lazio:

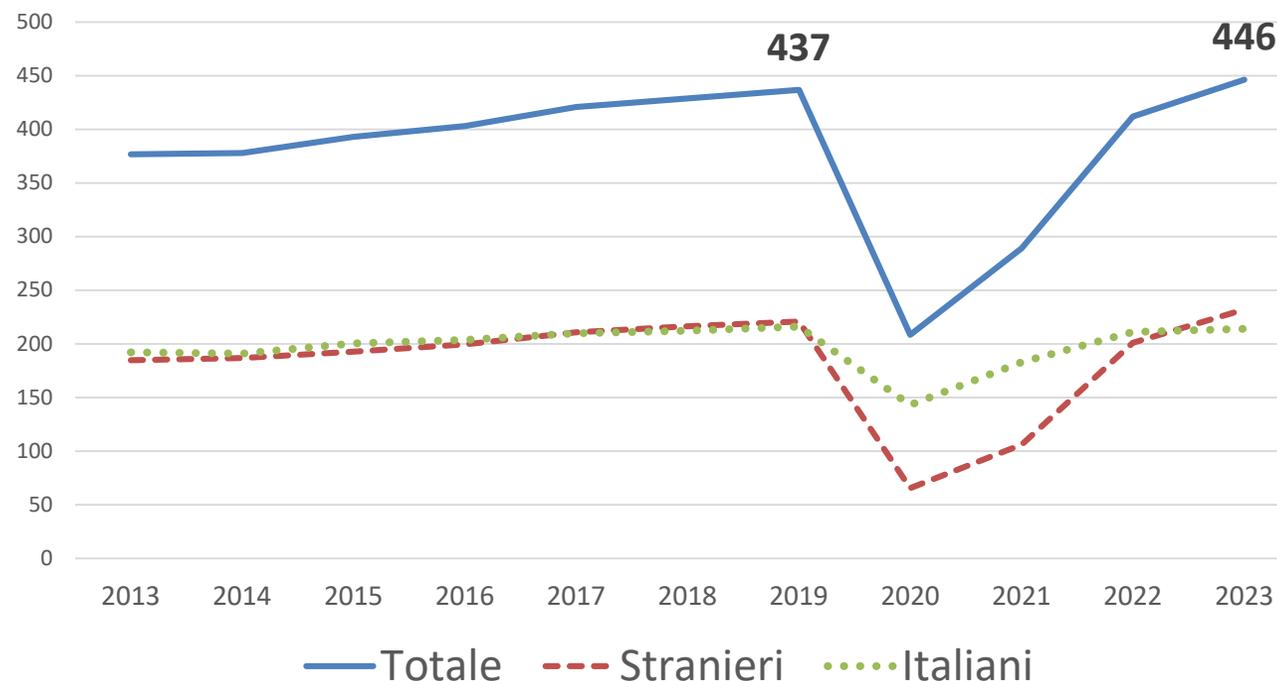
50.000 hl
9.700 hl

Turismo in Italia

Il 2023 ha visto il completamento del recupero dei livelli pre-covid per arrivi e presenze turistiche in Italia

- ❑ Nel 2023, sono stati **126 milioni gli arrivi** e circa **450 milioni le presenze**
- ❑ Circa la metà degli ospiti tornano ad essere **stranieri le cui presenze superano quelle degli italiani (52%)**
- ❑ Nell'ultimo decennio gli **arrivi** sono cresciuti del **14%** e le **presenze** del **9%**
- ❑ La spesa dei viaggiatori stranieri in Italia aveva **recuperato i livelli prepandemici già nel 2022**, generando un saldo positivo della bilancia dei pagamenti turistica di oltre 16 miliardi di euro (l'1% del PIL)

Presenze (pernottamenti) in Italia nell'ultimo decennio (milioni)



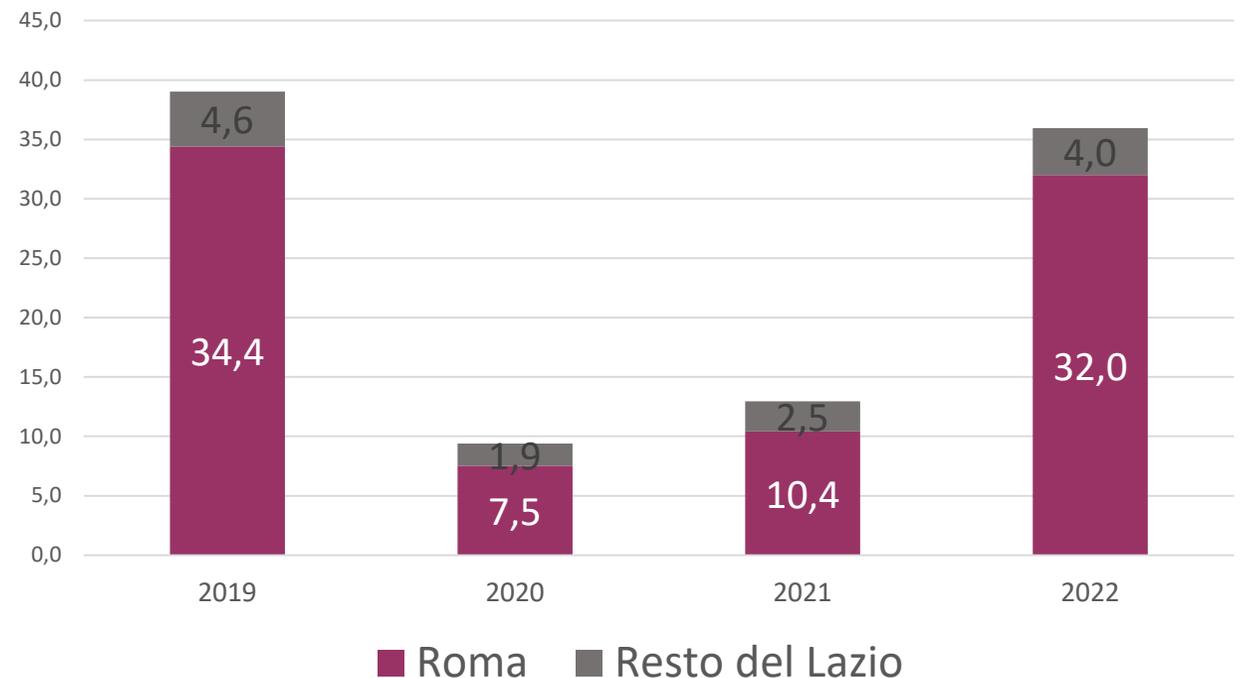
Fonte: Istat

Turismo nel Lazio

Roma e la sua provincia assorbono il 90% del turismo del regionale, limite e opportunità per il resto dei territori

- ❑ Il Lazio è la **quinta regione d'Italia** per numero di arrivi e presenze dopo Veneto, Lombardia, Toscana ed Emilia-Romagna
- ❑ I **9 milioni di ospiti e 36 milioni di presenze registrati nel 2022** rappresentano, rispettivamente, il 7,7% e l'8,7% del totale nazionale
- ❑ La provincia di **Roma** attrae quasi il **90%** degli arrivi e delle presenze regionali
- ❑ **Gentrificazione** della **Città metropolitana** di Roma e offerta per turismo di massa omologato e poco autentico
- ❑ E' necessario **sfruttare il potenziale turistico del resto della regione**, valorizzando gli attrattori turistici, culturali e gastronomici diffusi in tutto il territorio

Distribuzione delle presenze tra Roma e le altre province del Lazio (milioni)



Fonte: Istat

Il potenziale inespresso dell'offerta agrituristica laziale

Un buon numero di agriturismi, ma arrivi e presenze stentano a decollare

- ❑ Il Lazio è la sesta regione per numero di agriturismi con 1.304 aziende attive, pari al 5,0% dell'offerta nazionale
- ❑ Tre quarti degli agriturismi regionali non sono nella provincia di Roma e rappresentano una potenziale «rete» per distribuire la domanda sul territorio regionale
- ❑ Il 63% degli arrivi e il 59% delle presenze agrituristiche regionali sono in province diverse da Roma
- ❑ Presenze in agriturismo nel 2022 nel Lazio, in crescita, ma basse: solo 151 mila, pari allo 0,4% delle presenze turistiche totali della regione e all'1% del totale delle presenze agrituristiche in Italia

Arrivi e presenze in agriturismo nelle province del Lazio

LAZIO	Arrivi	% arrivi su totale regionale	Presenze	% presenze su totale regionale
	54.242	100	151.103	100
Viterbo	21.670	40,0	56.124	37,1
Rieti	1.118	2,1	2.808	1,9
Roma	20.243	37,3	63.042	41,7
Latina	9.537	17,6	26.164	17,3
Frosinone	1.674	3,1	2.965	2,0

Fonte: Istat

Le opportunità offerte dal turismo lento

Enoturismo, oleoturismo, agriturismo...ma anche cicloturismo ed escursionismo su sentieri e cammini: un'offerta ampia e sostenibile

- ❑ Il **Turismo lento** o «slow», spesso identificato con il turismo sostenibile, è un modo di viaggiare che sta riscuotendo un successo sempre maggiore
- ❑ **Incentrato sull'esperienza**, permette al viaggiatore d'immergersi nel **territorio** che lo ospita e si configura come l'esatto contrario del turismo di massa grazie all'autenticità e all'identità locale della sua offerta
- ❑ Viaggiare in modo più lento e sostenibile è sempre più spesso un obiettivo primario: quasi nove viaggiatori su dieci (89%) considerano **importante viaggiare in modo più sostenibile** e il 77% cerca **esperienze autentiche** che siano rappresentative della cultura locale (Booking.com, 2023)
- ❑ Nel 2022 si sono registrate in Italia **33 milioni di presenze attribuibili al cicloturismo**, pari al 4,3% di quelle totali, con una spesa generata dai cicloturisti stimata, in più di 4 miliardi. Più in generale le presenze collegate a forme di **turismo attivo/sportivo** sono aumentate del 12% dal 2019 al 2022 (Isnart-Legambiente, 2023)
- ❑ Nel 2022 si stima che oltre **123 mila persone abbiano intrapreso un cammino**, generando oltre un milione di pernottamenti (Terre di Mezzo, 2023)

Gli attrattori territoriali

Un ricco ecosistema che consente esperienze uniche di fruizione

- ❑ I **brand territoriali** pubblicizzano le risorse naturali, gastronomiche, culturali di un'area, coinvolgendo diversi attori nella definizione dell'offerta turistica
- ❑ Questi marchi mirano a un **modello di valorizzazione sostenibile** delle risorse che assicura **benefici a lungo termine** a tutti i soggetti coinvolti: le comunità e l'ambiente locale, gli operatori turistici e i visitatori
- ❑ Il Lazio ha un buon numero di riconoscimenti, contando nel complesso il 6% del totale dei marchi territoriali in Italia

Riconoscimenti territoriali in Italia e nel Lazio

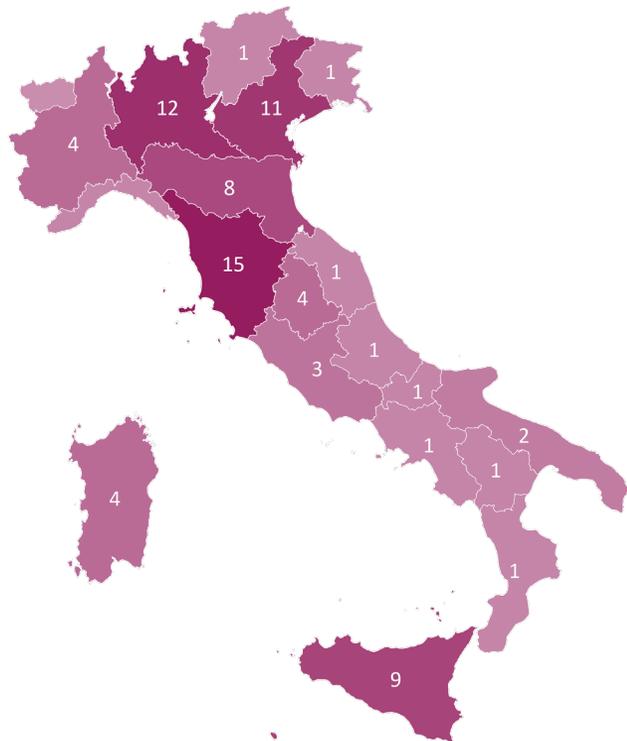
Tematica	Marchio	% Lazio su Italia
Ambiente e natura	Parchi nazionali	12%
	Parchi regionali	9%
	Riserve statali	7%
	Riserve regionali	8%
Gastronomia e turismo	Presidi Slow Food	4%
	Città del Bio	2%
	Città dell'olio	9%
	Città del vino	4%
	Strade del vino	6%
Cultura, storia e territorio	Paesaggi rurali	17%
	Bandiera arancione	8%
	Siti patrimonio Unesco	9%
	Siti Fai	5%

Fonte: ISMEA Osservatorio degli Indicatori territoriali di qualità e sostenibilità

Gli attrattori territoriali e il vino

Strade e città del vino

Le strade del vino

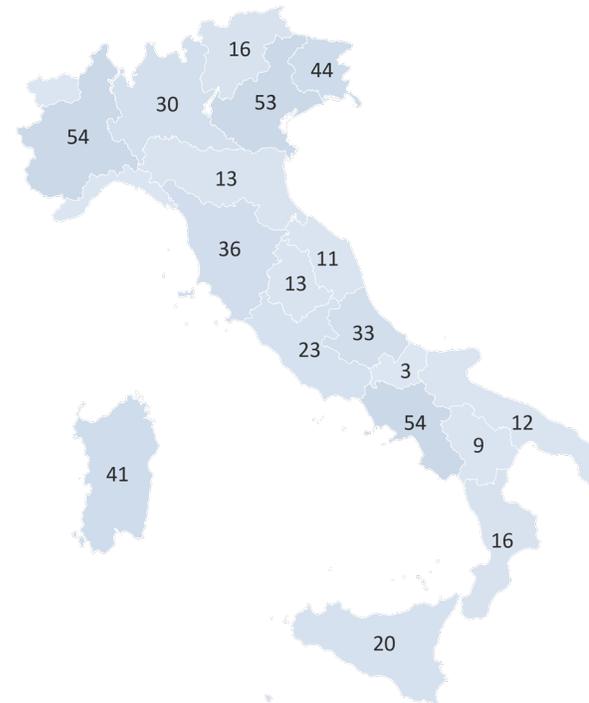


Con tecnologia Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Le **Strade del vino** sono itinerari turistici disciplinati dalla legge n.268 27/7/1999

Fonte: ISMEA Osservatorio degli Indicatori territoriali di qualità e sostenibilità

Le città del vino



Con tecnologia Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

L'**Associazione Città del Vino**, istituita a Siena il 21 marzo 1987, è una rete di Comuni a vocazione vitivinicola e di enti territoriali, depositari di almeno una IG

Definizioni

L'enoturista (o turista del vino) è un individuo che ha svolto esperienze turistiche collegate al vino nel corso dei suoi viaggi

UNWTO-OIV (2024)

Le esperienze enoturistiche:

Visita alle cantine: Visitare una cantina nota con produzioni rinomate, Visitare una cantina a conduzione familiare, Visitare una cantina in una dimora storica, Visitare una cantina di design

Degustazioni in cantina: Recarsi in una cantina con ristorante per pranzo e/o cena, Recarsi in una cantina dopo l'orario lavorativo con *wine bar* e/o piccoli eventi, Gustare piatti gourmet in abbinamento ai vini dell'azienda, Fare una degustazione al tramonto nei vigneti, Cenare nei vigneti a lume di candela

Experience attive: Partecipare alla vendemmia per vivere una giornata come viticoltore

Experience di relax: Partecipare ad un concerto e/o manifestazione musicale in cantina ,Visitare una mostra temporanea in cantina

Visitare un museo del vino

Partecipare ad un evento/festival a tema vino

Tour e itinerari a tema vino: Seguire un percorso suggerito a tema vino in autonomia, Acquistare un pacchetto turistico di più giorni a tema vino, Acquistare una proposta «romantica» (ossia dedicata alle coppie) a tema vino

Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE

Gli enoturisti italiani

L'identikit tracciato da un'indagine che ISMEA ha commissionato ad AITE



Gli enoturisti nella popolazione italiana

C.a. 13,4 milioni*

64,5% dei turisti

Profilo socio-demografico dell'enoturista italiano



Femmina: **50,2%**
Maschio: 49,8%



35-44 anni: **23,5%**
45-54 anni: **19,6%**
25-34 anni: 18%
55-64 anni: 16,2%
Over 65: 12,7%
Under 24: 10%



Sud e Isole: **32,5%**
Nord Ovest: 27,1%
Centro: 20,9%
Nord Est: 19,5



Scuola superiore: **51,1%**
Laurea, master, dottorato: 43,5%
Scuola inferiore: 5,3%

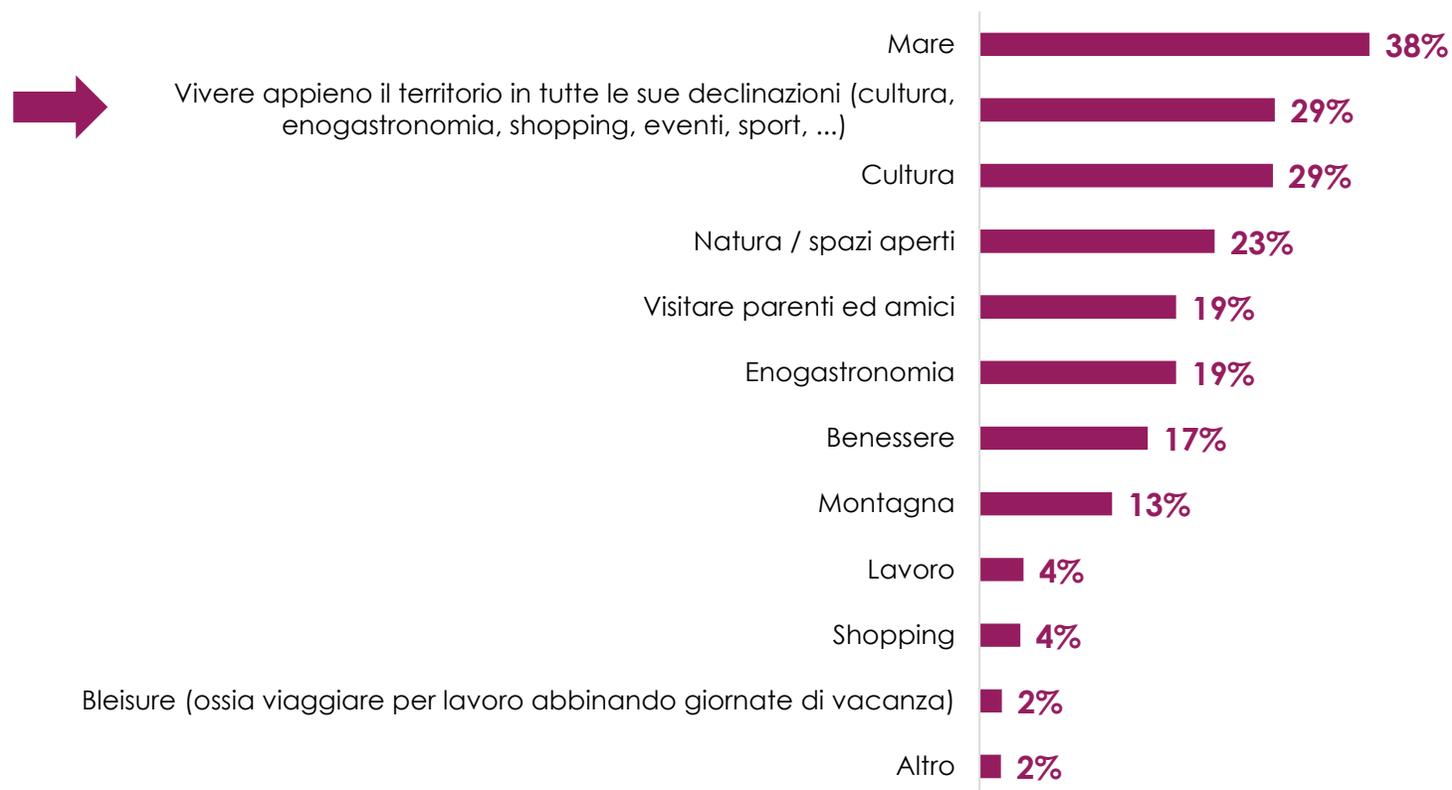
*Nota: Stima sulla base del numero di italiani che hanno svolto almeno 1 viaggio con pernottamento nel 2022 (dati Eurostat, 2024).
Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE

Le motivazioni di viaggio

Oltre un terzo dei turisti italiani viaggia per vivere il territorio a tutto tondo

Motivazioni principali dei viaggi svolti dai turisti italiani negli ultimi 12 mesi

TOTALE turisti italiani. Anno 2024



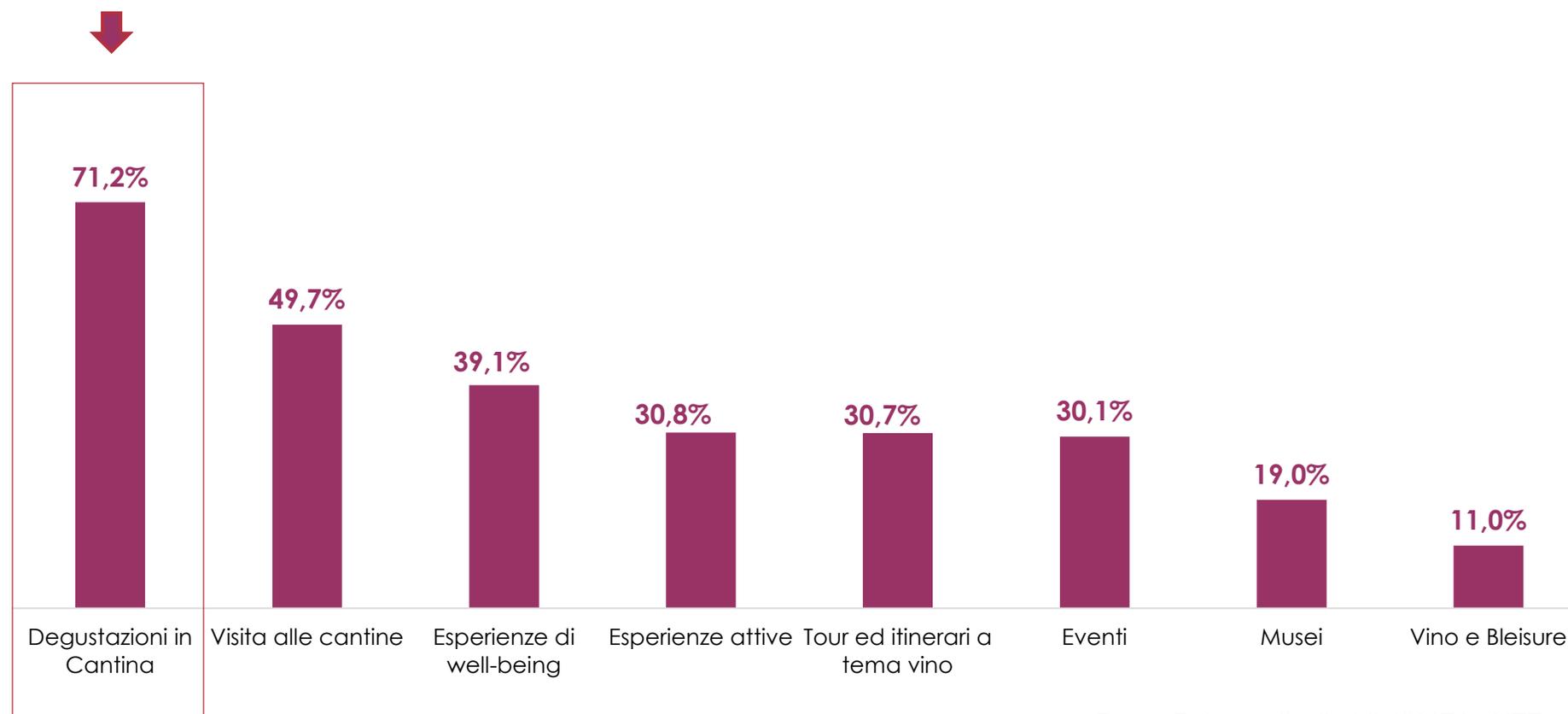
Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE

La partecipazione ad esperienze

Le degustazioni sveltano in classifica

Partecipazione alle esperienze enoturistiche nel corso dei viaggi degli ultimi TRE anni per TIPOLOGIA

ENOTURISTI di nazionalità italiana. Anno 2024



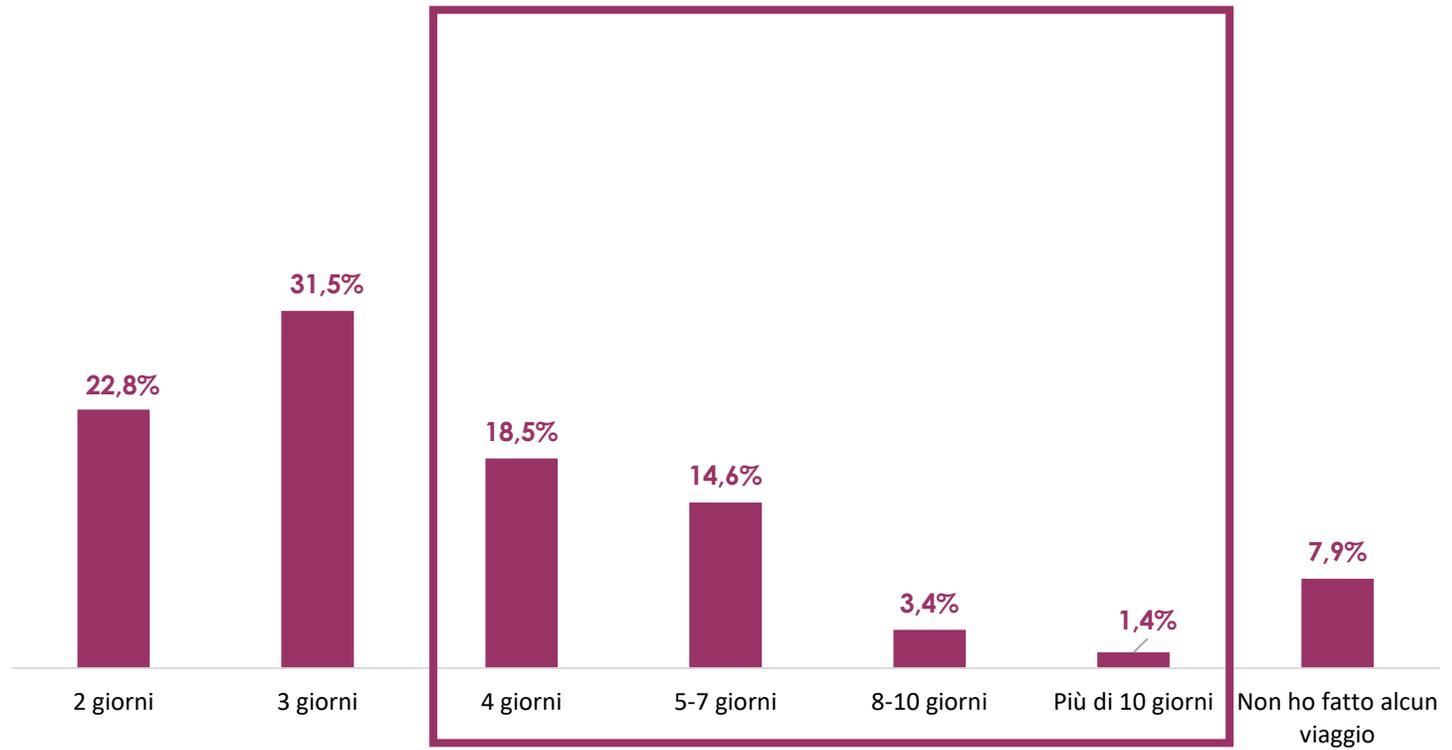
Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE

Aumenta la durata delle esperienze

Da fuga per il fine settimana a vacanza

*Durata dei viaggi in mete enoturistiche negli ultimi tre anni
ENOTURISTI di nazionalità italiana. Anno 2024*


4 giorni o più
37,9%



Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE



I trend in corso e le prospettive

- ❑ Il **64,7% degli enoturisti** crede che il viaggio sia occasione di arricchimento culturale e quindi **è fondamentale l'offerta del territorio e il patrimonio**
- ❑ Aumenta la quota di enoturisti che pensa che **le cantine offrano esperienze molto diversificate**, quindi, valuta attentamente quale scegliere. Grazie a questo, aumenta il numero di cantine visitate durante ogni viaggio
- ❑ Diminuisce la quota di enoturisti che **intende muoversi in auto per visitare le aziende**, aumenta quella che intende farlo con treno, mezzi pubblici, bicicletta
- ❑ C'è desiderio di **alloggiare in un albergo a tema cibo, vino e olio**: il 31% degli intervistati vorrebbe, ma solo il 18% riesce a farlo (poca offerta?)
- ❑ Tra le nuove sfide va segnalata quella di **attrarre Generazione Z**, tenendo presente che è composta da **nativi digitali**: i giovani viaggiano molto, amano le esperienze in cui c'è occasione di socializzare, ma consumano meno spesso vino e sono attenti al prezzo...

Fonte: Roberta Garibaldi, ISMEA, AITE

Conclusioni

- ❑ L'enoturismo (DM 12 marzo 2019) sta **diventando un asset importante per l'economia del settore** e ne va quantificata la valenza economica attraverso metodologie chiare e che rispondano a standard internazionali
- ❑ L'enoturismo, come anche l'agriturismo, rappresentano **concreto strumento di valorizzazione e creazione di reddito** per il territorio
- ❑ Il Lazio presenta una **struttura vitivinicola meno specializzata** della media nazionale e un **numero molto elevato di riconoscimenti Dop e Igp in molti casi con limitato riscontro produttivo**
- ❑ Il **turismo del Lazio è fortemente polarizzato su Roma** e la valorizzazione del territorio regionale è una sfida importante anche per **decongestionare la Capitale**
- ❑ Le tendenze più **recenti del turismo** – anche internazionale – evidenziano forte **interesse a forme alternative e lente di turismo**
- ❑ Per **attrarre questo potenziale** sono però necessarie apposite **infrastrutture** (anche light), **organizzazione, comunicazione** anche digitale per arrivare anche alla **Generazione Z**



Istituto di Servizi per il Mercato
Agricolo Alimentare



GRAZIE!

Maria Nucera

Responsabile Unità operativa Filiere e Analisi dei mercati

m.nucera@isMEA.it

Per restare aggiornato:

seguici su [@isMEAofficial](https://www.instagram.com/isMEAofficial)

iscriviti alla newsletter su www.isMEAmarche.it

Sede legale e amministrativa • Viale Liegi 26 • 00198 Roma
centralino +39 06 85568200 u.r.p. +39 06 85568319/260 www.isMEA.it [@isMEAofficial](https://www.instagram.com/isMEAofficial)