

**Le eccellenze della filiera agro-alimentare umbra come “giacimenti” di un nuovo turismo esperienziale: birra, cioccolato, olio extra vergine d’oliva e tartufo.**

Milano 10 Febbraio 2025 ore 14:30





## L'osservazione economica

### INDAGINE ALLE IMPRESE

**9.000 interviste**  
ad imprese ricettive  
italiane alberghiere ed  
extralberghiere

[Protocollo di Intesa tra  
ENIT e UNIONCAMERE]

### INDAGINE A TURISTI ITALIANI E STRANIERI

**Oltre 30.000 interviste a  
turisti**  
che abbiano soggiornato  
per almeno due notti  
nella regione  
dell'intervista (strutture  
alberghiere, extra-  
alberghiere e case  
private)

### ANALISI DI LOCATION INTELLIGENCE

Restituisce una  
**profilazione anagrafica  
e comportamentale** dei  
turisti nelle località  
turistiche italiane,  
creando dei cluster per  
interesse prevalente

### ANALISI DELLE TRANSAZIONI FINANZIARIE

Utilizza i dati delle  
transazioni su POS  
effettuate da turisti  
italiani e stranieri per  
valutare l'**indotto  
economico generato sul  
territorio**

[Stendhal.isnart.it](http://Stendhal.isnart.it)



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART

Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio

# L'identikit del turista in Umbria nell'estate 2024

**40,1 %**

appartengono alla generazione Y,  
cosiddetti **Millennial**  
(37,1% media Italia)

**27,7 %**

Turisti con un alto livello di  
istruzione, pari alla **laurea**  
(31,4% media Italia)

**62,2 %**

Turisti in una **situazione  
economica** dichiarata  
**media e medio-alta**  
(39,9% media Italia)



**39,7 %**

Turisti che viaggiano  
**in coppia**  
(43% media Italia)

**8,1/10**

**Voto** attribuito dai turisti  
all'**offerta turistica** nel complesso  
(8/10 media Italia)

**60,2 %**

rilasciano **recensioni  
online** sulla vacanza  
(61,1% media Italia)



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART

# Motivazioni di viaggio e attività svolte dai turisti in Umbria

*focus enogastronomia*



Nell'estate 2024, più di **1 turista su 5** è stato motivato al viaggio in Umbria da **interessi enogastronomici** e per **prodotti agroalimentari tipici locali** e quasi **1 turista su 3** ha scelto la destinazione per l'offerta di **ristorazione d'eccellenza**.

\* sopra la media Italia



**13,9%**

Turisti che hanno visitato **cantine, frantoi, strade del vino e dell'olio**



**9,5%**

Turisti che hanno consumato un pasto presso un **ristorante stellato o gourmet**



**8,9%**\*

Turisti che hanno partecipato ad una o più fasi della **produzione agroalimentare**



**8,8%**

Turisti che hanno acquistato **prodotti tipici locali**



**6,1%**

Turisti che hanno partecipato ad **eventi enogastronomici**



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART

# Giudizio su aspetti del soggiorno

## focus enogastronomia



\* sopra la media Italia

**Positivi** i giudizi lasciati dai turisti italiani e stranieri in Umbria nell'estate 2024 su **qualità** dei prodotti enogastronomici, **ristorazione** e rispettivo **costo**:

8.1<sup>\*</sup> /10

Voto attribuito dai turisti in Umbria alla  
**QUALITÀ DEL MANGIARE  
E DEL BERE**

8.1<sup>\*</sup> /10

Voto attribuito dai turisti in Umbria alla  
**RISTORAZIONE**

8.3<sup>\*</sup> /10

Voto attribuito dai turisti in Umbria al  
**RAPPORTO QUALITÀ'  
PREZZO DELLA RISTORAZIONE**



# Spese del turista in Umbria

## focus enogastronomia



\* sopra la media Italia

Quanto hanno speso i turisti in Umbria nell'estate 2024 per **vitto**?

26 €



Spesa media pro capite al giorno per **ristoranti** e **pizzerie**

24,40 €\*



Spesa media pro capite al giorno per l'acquisto di **prodotti enogastronomici tipici**

13,90 €



Spesa media pro capite al giorno per **cibi** e **bevande** acquistati in negozi e supermercati

7,60 €



Spesa media pro capite al giorno in **bar**, **caffè** e **pasticcerie**



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART

## Indagini conoscitive alle imprese

Nel periodo tra novembre e dicembre 2024, è stata svolta un'indagine a **500 imprese** della filiera turistica della regione Umbria.

L'indagine *field* è stata condotta con modalità CATI ("*Computer Assisted Telephone Interview*"), somministrando un questionario rivolto ai seguenti campioni di realtà locali:

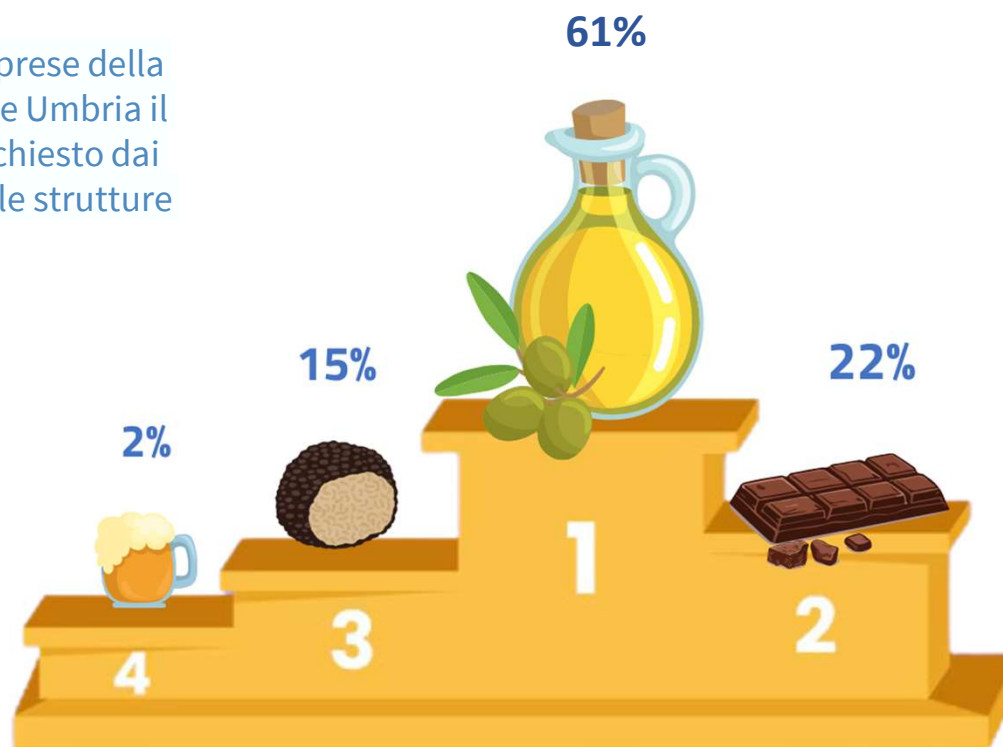
- strutture ricettive;
- operatori legati alla produzione di quattro prodotti tipici locali (olio, tartufo, birra e cioccolato).

Distribuzione interviste		
	V.A.	%
Produttore olio	243	48,6%
Agriturismo	83	16,6%
Hotel 2/3/4/5 stelle	45	9,0%
Residenza Turistica Alberghiera	41	8,2%
Produttore tartufo	31	6,2%
B&B	29	5,8%
Produttore cioccolato	18	3,6%
Produttore birra	9	1,8%
Campeggio	1	0,2%
<b>Totale</b>	<b>500</b>	<b>100,0%</b>



## Attrattività dei prodotti locali: una decisa polarizzazione

Secondo l'indagine alle imprese della filiera turistica della regione Umbria il prodotto maggiormente richiesto dai turisti che soggiornano nelle strutture Umbre...



Fonte: elaborazione IS.NA.R.T.





# Target e canali di info-promozione delle imprese ricettive



## Parlando propriamente di turisti:

- ❖ il **32%** delle strutture ospita una clientela tipicamente enogastronomica;
- ❖ il 29% interessata agli eventi;
- ❖ il 28,3% culturale;
- ❖ l'11% interessata alla natura.



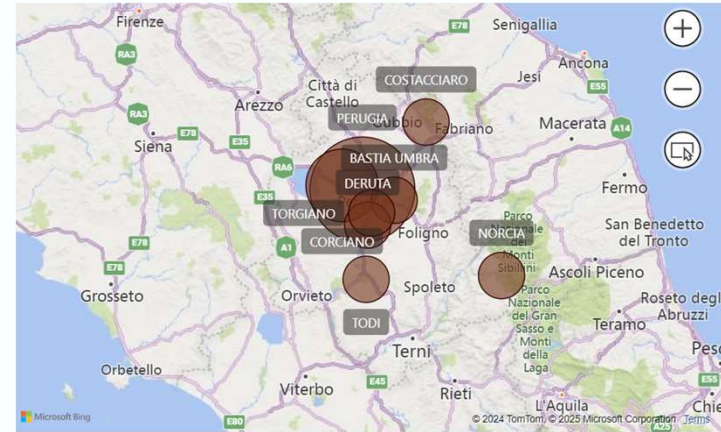
Fonte: elaborazione IS.NA.R.T.



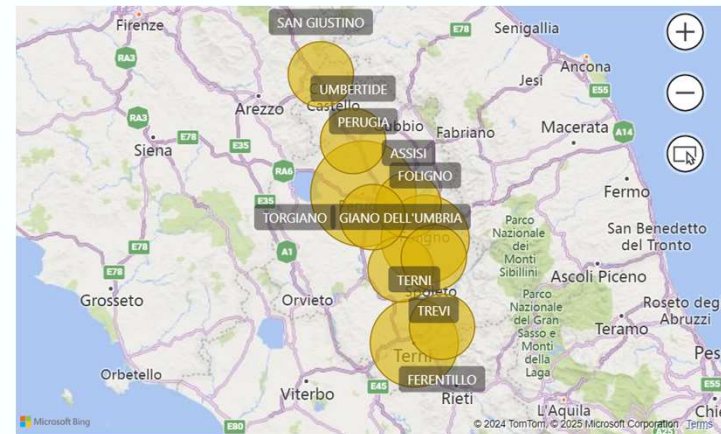
Olio

# La map analysis dei 4 prodotti in Umbria

Cioccolato



Tartufo



Birra



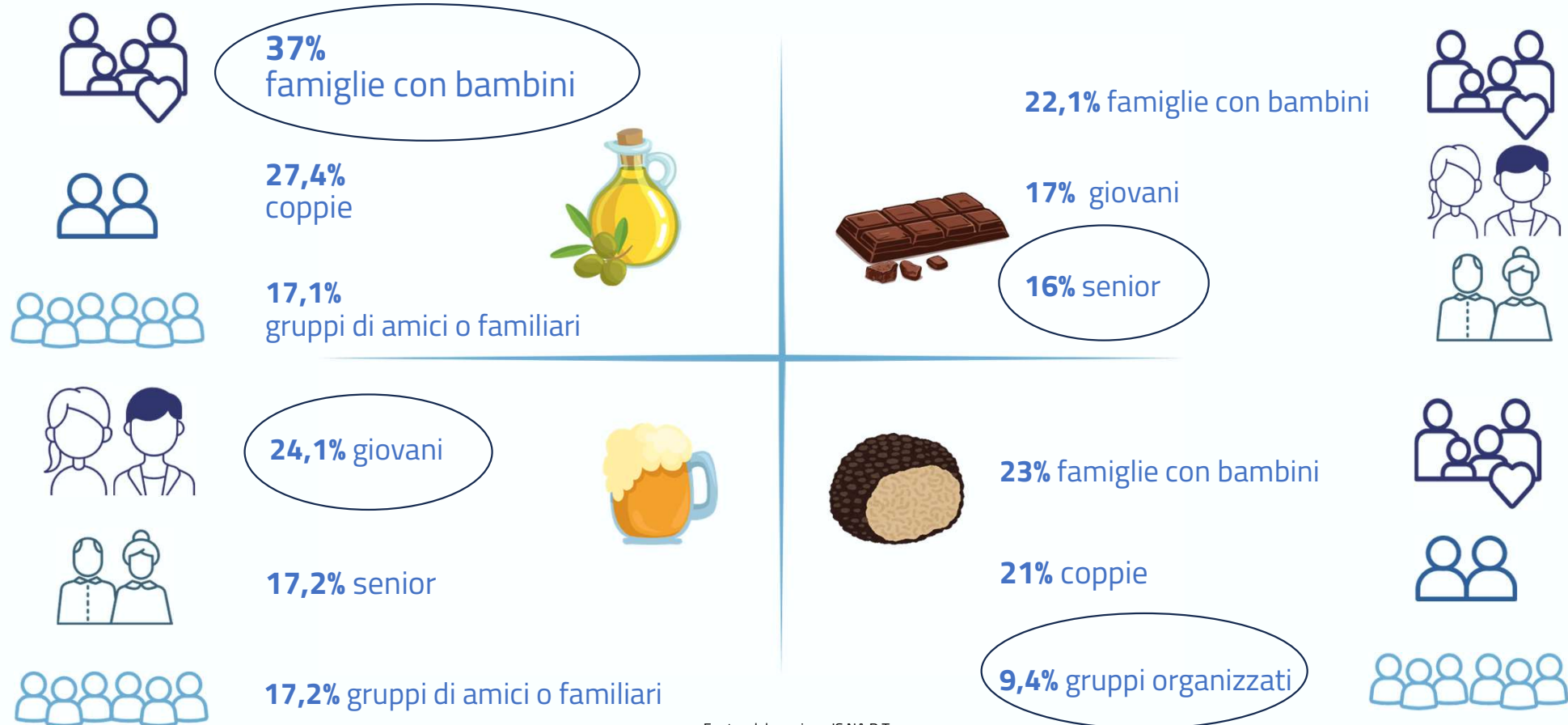
CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA

I codici ATECO di Olio e tartufo sono stati incrociati con quelli della filiera turistica



ISNART

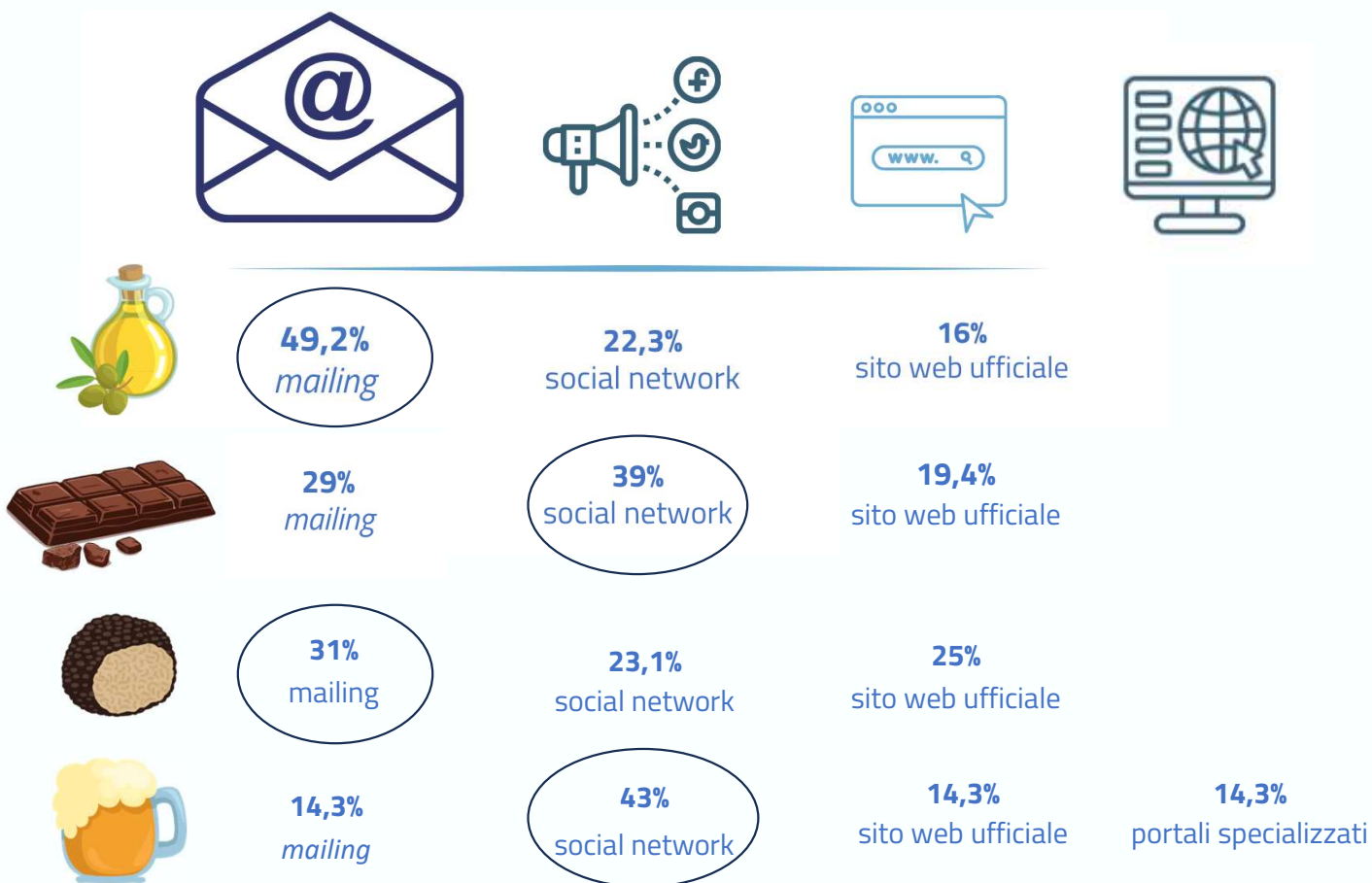
## Target delle imprese produttive



Fonte: elaborazione IS.NA.R.T.



## Canali di info-promozione



Fonte: elaborazione IS.NA.R.T.



## L'experience più richieste



Fonte: elaborazione IS.NA.R.T.



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART

# GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

**Paolo Bulleri**  
**Dirigente ISNART**

Area per la ricerca economica e sociale sui fenomeni turistici e culturali

[p.bulleri@isnart.it](mailto:p.bulleri@isnart.it)  
[www.isnart.it](http://www.isnart.it)



CAMERA DI COMMERCIO  
DELL'UMBRIA



ISNART