

**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



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^{*} /10

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

8.1^{*} /10

Voto attribuito dai turisti in Umbria alla
RISTORAZIONE

8.3^{*} /10

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



CAMERA DI COMMERCIO
DELL'UMBRIA



ISNART

Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio [Stendhal.isnart.it](https://stendhal.isnart.it)

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:

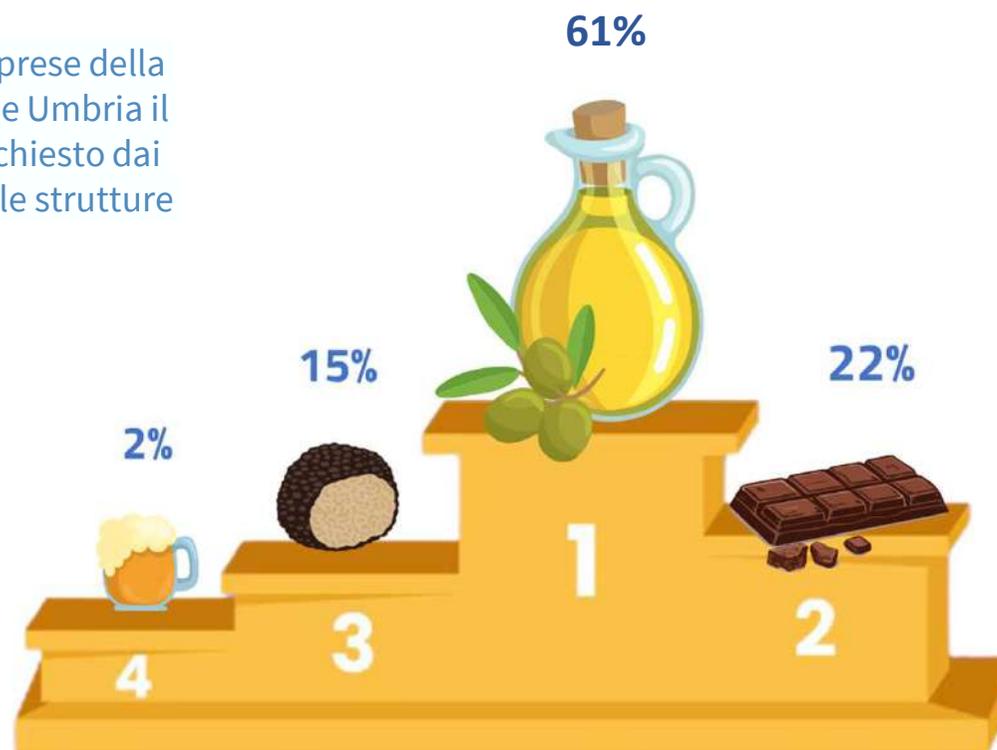
- strutture ricettive;
- operatori legati alla produzione di quattro prodotti tipici locali (olio, tartufo, birra e cioccolato).

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%
Totale	500	100,0%



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



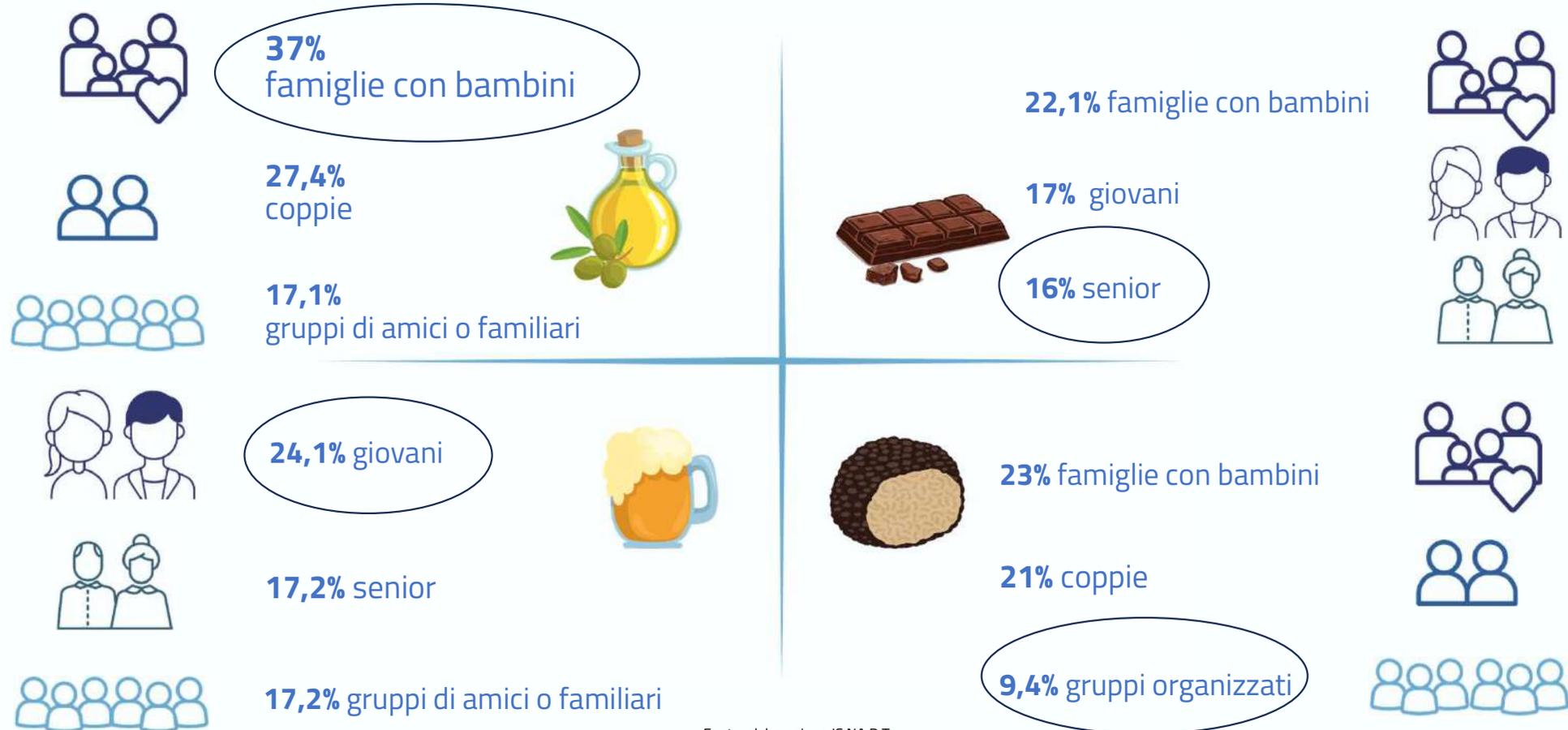
CAMERA DI COMMERCIO
DELL'UMBRIA

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



ISNART

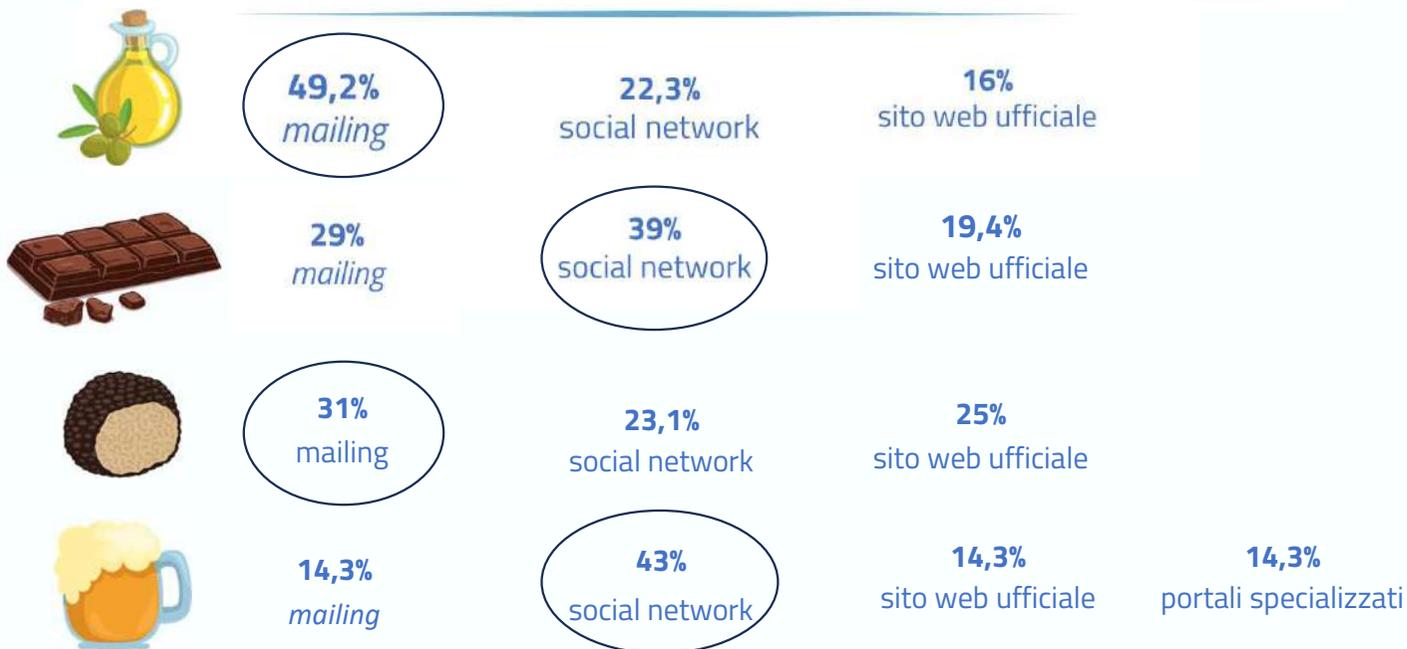
Target delle imprese produttive



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
www.isnart.it



CAMERA DI COMMERCIO
DELL'UMBRIA



ISNART