Deloitte: l'enoturismo in Italia vale 2,7 miliardi di euro

24772f5a-e33b-48ce-b2ae-9f8a5f5dd98c

Splende il sereno sul comparto del turismo enogastronomico italiano. Nel 2025 - dice il paper **“Enoturismo in Italia: crescita straordinaria, trend emergenti e opportunità di mercato”**, realizzato da Monitor Deloitte - l’enoturismo tricolore ha raggiunto circa 13,4 milioni di turisti, con una crescita di circa 1 milione di visitatori rispetto al 2024 (+8,5%). Il settore nel suo complesso vale 2,7 miliardi di euro e, nel periodo 2021-2025, è cresciuto a un ritmo medio annuo dell’11%, forte anche del fatto che l’Italia si conferma il principale Paese produttore mondiale di vino, con un contributo di circa il 20% della produzione globale nel 2024.

Quote

Il turismo legato al vino continua a crescere in modo significativo nel nostro Paese. Dietro questi numeri c’è un cambiamento profondo nelle preferenze dei consumatori, per i quali il vino è sempre più un’esperienza da vivere sul territorio e non solo un prodotto da acquistare. Il vino resta inoltre un elemento centrale non soltanto in cantina, ma anche nel settore hospitality e per la ristorazione.

Francesco Ragghianti, Partner di Monitor Deloitte

Quattro profili di clientela

Attraverso una survey su un campione di 800 consumatori, Deloitte ha individuato **quattro profili di clienti enogastronomici,** che descrivono un bacino di utenti ampio ed eterogeneo, dai visitatori occasionali agli appassionati ricorrenti, dai turisti domestici agli ospiti internazionali. I principali consumatori sono i **turisti curiosi**, gruppo più presente, con circa il 35% del totale, seguiti dai **weekend lifestyle**, che si attestano a circa il 25%. Gli altri due cluster (**wine lover** e il **nature & wellness seeker**), pur in crescita negli ultimi anni, restano per ora nicchie di clientela. Al di là delle differenze di età, reddito e frequenza di visita, tutti i profili convergono su valori comuni come

autenticità, personalizzazione, sostenibilità e connessione territoriale.

Le opportunità per le aziende vitivinicole

Lo studio individua tre dimensioni di crescita per le imprese del settore: offerta, canali e storytelling. La **produzione e vendita di vino** resta il fondamento della proposta e pesa il 30-40% dei ricavi, mentre la **wine experience** contribuisce per il 10-15% e rafforza la relazione emotiva con il cliente, favorendo cross-selling e loyalty. La **ristorazione e il catering** incidono per il 20-25% e ampliano la clientela creando nuovi punti di contatto, mentre **ospitalità, alloggio ed eventi specializzati** pesano il 20-25%, a cui si aggiungono gli eventi specializzati. L'ospitalità è indicata come il principale driver di crescita, perché consente di raggiungere una clientela geografica più ampia, inclusi i visitatori non locali e il turismo di destinazione, oltre a fare da catalizzatore per tutte le altre componenti, sebbene richieda investimenti strutturali significativi.

Quote

Le prospettive di crescita per le aziende del settore risiedono nella capacità di integrare tutte le componenti dei servizi enogastronomici, sfruttando in modo efficace i canali digitali e offline e raccontando una storia autentica di connessione con il territorio. Gli operatori che sapranno innovare il proprio modello di offerta potranno cogliere le opportunità di un mercato in forte trasformazione.

Emna Neifar, Director di Monitor Deloitte

Esperienza immersiva, sostenibilità e IA

Il 50% dei turisti cerca un'**esperienza immersiva** con il territorio, preferendo contesti rurali e borghi storici, e il 39% dei visitatori definisce la visita in cantina e le degustazioni un'esperienza autentica e rilassante. La **sostenibilità** si è affermata come elemento di scelta: il 61% dei clienti ritiene la certificazione ESG un driver e il 45% degli italiani premia le strutture caratterizzate da una filiera trasparente. In Italia sono certificati 133 mila ettari di vigneto biologico, pari al 23% della superficie vitata totale, con punte del 40% in Toscana e del 36% in Sicilia.

Anche i **canali di prenotazione** stanno cambiando. Il 72% dei turisti prenota online e l'85% degli italiani ritiene fondamentali o utili gli strumenti di intelligenza artificiale, con il 33% che li utilizza specificamente per pianificare i viaggi. Circa il 30% degli italiani considera molto affidabile l'uso dell'IA

per selezionare le esperienze turistiche ed enogastronomiche. Sul fronte dei social, l’85% delle cantine utilizza Instagram come canale primario, mentre TikTok registra un engagement rate medio del 5-15%, il più alto tra le piattaforme.