

## ANALISI



## 2° Rapporto Turismo DOP, crescono esperienze e attori coinvolti

*Nel report realizzato da Fondazione Qualivita mappate 667 attività nel 2025 di cui 292 eventi (+26% sul 2024) tra feste, degustazioni, festival culturali e eventi sportivi realizzati da 367 Consorzi di tutela e Associazioni di produttori in tutta Italia*

**P**ubblicato il 2° Rapporto Turismo DOP, realizzato da Fondazione Qualivita in collaborazione con Origin Italia e con il supporto del Masaf per monitorare le attività di turismo enogastronomico legate ai prodotti agroalimentari a Indicazione Geografica e al lavoro dei Consorzi di tutela. L'indagine, basata sui dati 2025, evidenzia un rafforzamento concreto e diffuso delle iniziative di Turismo DOP sui territori italiani, un risultato che conferma come il settore abbia prontamente recepito le indicazioni del Regolamento europeo 2024/1143 che ha incluso la gestione delle attività turistiche fra le competenze dei Consorzi. Si tratta di un'evoluzione favorita anche da una maggiore conoscenza del fenomeno, da un crescente interesse pubblico e da una rinnovata attenzione da parte delle istituzioni, del mondo della ricerca e degli attori del sistema DOP IGP.

### Osservatorio attività

Le attività censite nel 2025 sono 667, con un incremento di 73 (+12%) rispetto al 2024. In particolare, i 292 eventi realizzati – tra feste, degustazioni, festival culturali ed eventi sportivi – registrano una crescita del +26% in un solo anno. Rilevante anche il dato delle 60 prime edizioni 2025, che conferma il nuovo slancio progettuale del sistema DOP e IGP, coinvolgendo anche filiere di dimensioni più ridotte. Tra questi nuovi elementi di sviluppo spicca il riconoscimento della Cucina italiana come patrimonio UNESCO, in cui DOP e IGP non sono semplici ingredienti, ma pilastri culturali e produttivi.



←  
Scarica il  
2° Rapporto  
Turismo DOP

### Classifica regionale

A livello territoriale, la crescita è testimoniata da un numero più alto di attività rispetto al 2024 per 16 regioni italiane su 20. Veneto, Toscana, Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte si confermano ai vertici della classifica regionale del Turismo DOP che integra oltre 20 indicatori ricavati dall'Osservatorio del Turismo DOP e da fonti ufficiali. I fattori decisivi si confermano la presenza di filiere produttive solide, un'attrattività turistica consolidata e, soprattutto, Consorzi di tutela strutturati e riconosciuti capaci di svolgere un ruolo attivo di governance territoriale.

### Dibattito pubblico

Il cambio di passo del settore emerge chiaramente anche dall'indagine dedicata al dibattito pubblico e mediatico. Nel 2025 si registrano oltre 700 ricorrenze del termine "Turismo DOP" sulla stampa cartacea e online, accompagnate dall'inserimento di una voce dedicata nel vocabolario dell'Istituto Treccani, come uno dei lemmi più rappresentativi dei cambiamenti in atto nella società. Un dinamismo che ha coinvolto anche i grandi operatori, spingendoli a lanciare nuove iniziative nell'ampio settore del turismo enogastronomico come l'evento internazionale Vinitaly Tourism.

### Ricerca scientifica

La sezione dedicata agli studi scientifici sul turismo enogastronomico DOP e IGP evidenzia un dialogo sempre più strutturato tra mondo della ricerca e sistema delle Indicazioni Geografiche. Nel 2025 sono state mappate 24 ricerche (17 nel 2024), che affrontano temi centrali come marketing, sviluppo territoriale, sostenibilità e valorizzazione del patrimonio culturale. Infine, cresce l'attenzione delle Istituzioni, che nel Rapporto emerge dalla proliferazione normativa censita in 116 atti legislativi a livello europeo, nazionale e regionale, segno di un indirizzo sempre più strutturato, soprattutto sul piano regionale.

### Mauro Rosati

Direttore Fondazione Qualivita

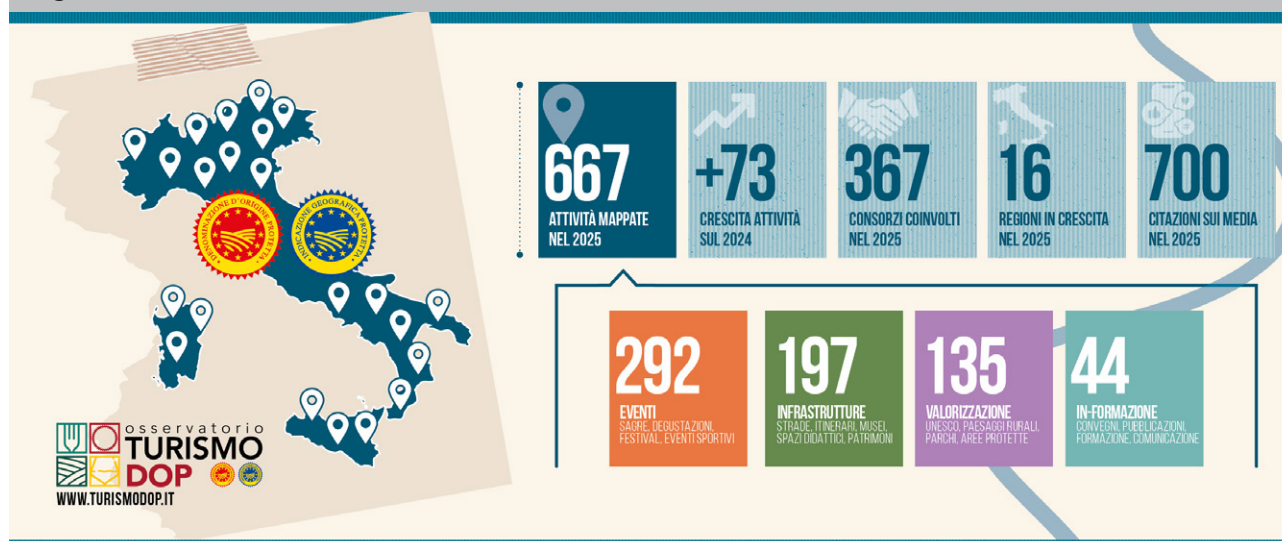
*"La mappatura dell'Osservatorio sul Turismo DOP fotografa un settore in evoluzione, ancora in via di strutturazione ma già capace di esprimere una vitalità diffusa sui territori. Si afferma con evidenza una logica di rete fondata su connessioni, sinergie e collaborazioni tra attori diversi. Nel solo 2025 si contano quasi 500 enti e associazioni locali coinvolti in attività di Turismo DOP, insieme a 367 Consorzi di tutela chiamati a interpretare pienamente le nuove funzioni loro attribuite. Il dato più interessante, sul piano sociologico e territoriale, è proprio questo: la nascita di comunità attive e di relazioni stabili, in cui soggetti pubblici e privati imparano a cooperare e a costruire una dimensione ibrida, dove promozione, tutela e sviluppo locale si rafforzano reciprocamente".*

### Cesare Baldrighi

Presidente Origin Italia

*"Nella scia del Regolamento UE 2024/1143, i Consorzi di tutela assumono un ruolo sempre più centrale nello sviluppo del Turismo DOP, coordinando attori diversi per garantire iniziative credibili e di qualità. I dati del Rapporto, che mostrano come tre visitatori su quattro riconoscano nei Consorzi il garante dell'autenticità dell'esperienza, sono la migliore conferma di questo processo. Significativo anche l'impegno delle istituzioni, da quelle nazionali a quelle regionali, nella definizione di politiche e strumenti a sostegno del settore".*

Figura 1. Attività del Turismo DOP in Italia nel 2025



## Turisti DOP: come i consumatori percepiscono le esperienze turistiche

Nella seconda edizione del Rapporto è stata realizzata una prima indagine pilota dedicata al punto di vista dei "Turisti DOP", con l'obiettivo di affiancare all'analisi strutturale del fenomeno la percezione diretta dei visitatori. Le interviste, condotte sul campo durante eventi selezionati grazie alla collaborazione dei Consorzi di tutela, hanno restituito un campione composto per il 34% da under 35, con una prevalenza di visitatori locali (77%) ma anche una quota significativa proveniente da fuori provincia (23%), a conferma di una capacità attrattiva che supera il bacino di prossimità (Figura 1).

La degustazione rappresenta la principale motivazione di partecipazione (63%), ma si affianca a un insieme articolato di interessi: la scoperta del territorio (48%), le attività di intrattenimento (46%) e le visite o esperienze dirette in azienda (41%). Ne emerge un'esperienza che va oltre il consumo, configurandosi come occasione di relazione con il contesto locale e di coinvolgimento diretto nelle produzioni.

Particolarmente rilevante è la percezione del ruolo dei Consorzi di tutela: per il 76% degli intervistati essi rappresentano una garanzia di autenticità del prodotto IG, confermando il forte legame con la loro funzione originaria. Accanto a questo, il 45% ne riconosce la capacità di coinvolgere i produttori locali e il 43% associa la loro presenza all'autenticità delle esperienze proposte (Figura 2).

La dimensione educativa risulta centrale: il 64% dei visitatori ritiene che le iniziative di Turismo DOP accrescano in modo significativo la conoscenza delle caratteristiche del prodotto. Il 54% segnala una maggiore consapevolezza dei metodi di produzione, il 53% della storia e cultura locale e il 49% del legame con il territorio e l'ambiente. Si delinea così un'esperienza olistica che integra fruizione, apprendimento e valorizzazione del contesto territoriale (Figura 3).

Anche sul piano della sostenibilità emergono valutazioni positive: il 56% degli intervistati evidenzia la valorizzazione del patrimonio ambientale e il 54% il contributo alla creazione di valore economico tangibile. Il 42% riconosce inoltre il coinvolgimento attivo della comunità locale e la promozione di forme di turismo più consapevole, segnalando ricadute diffuse sui territori. Nel confronto con altri eventi enogastronomici, il Turismo DOP si distingue per qualità (33%) e forte radicamento territoriale (30%), oltre che per autenticità (21%) e interesse dei contenuti, confermando un posizionamento distintivo.

Nel complesso, l'indagine evidenzia una sostanziale coerenza tra i principi del Turismo DOP e la percezione dei visitatori, offrendo al contempo indicazioni utili per rafforzare ulteriormente il ruolo dei Consorzi anche sul piano educativo ed esperienziale, all'interno di un modello in evoluzione.

Figura 1. Profilo dei turisti DOP

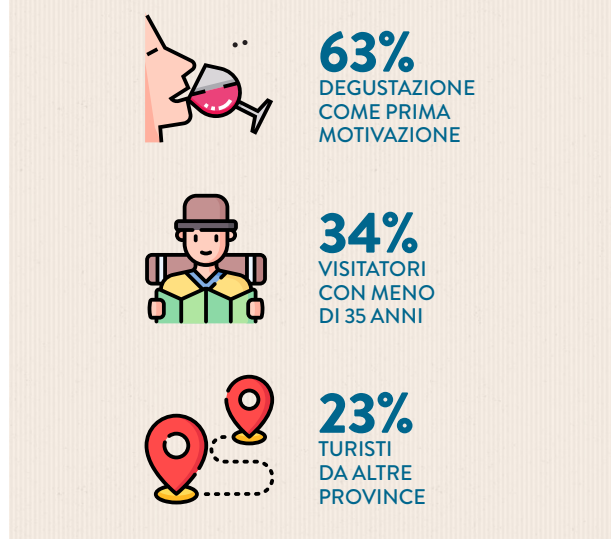


Figura 2. Risposta alla domanda: come percepisce il ruolo del Consorzio di tutela all'interno dell'evento?

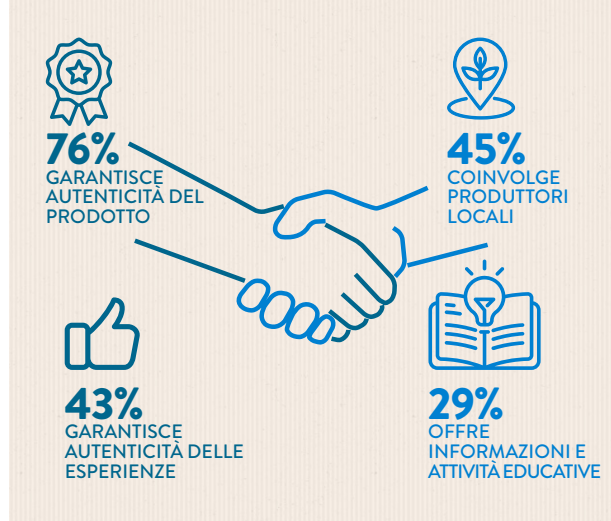


Figura 3. Risposta alla domanda: l'evento accresce la sua conoscenza soprattutto riguardo a...

