



Oleoturismo in Italia: +37,1% di esperienze tra frantoi, degustazioni e cene in uliveto

Il secondo Rapporto sul Turismo dell'Olio fotografa la crescita del settore tra domanda internazionale, spesa premium e ruolo strategico per le aree rurali

L'**oleoturismo in Italia** esce definitivamente dalla nicchia e, dal 2021 al 2024, registra un **aumento del 37,1% delle esperienze** legate all'olio extravergine di oliva, con **7 italiani su 100** che lo considerano un simbolo del patrimonio culturale e paesaggistico nazionale. È il quadro che emerge dal **Secondo Rapporto sul Turismo dell'Olio**, presentato dopo la prima edizione del 2023, curato da **Roberta Garibaldi** e promosso dall'[Associazione Nazionale Città dell'Olio](#), Coldiretti e Unaprol.

Il comparto si inserisce in una filiera che conta **619 mila imprese olivicole** e oltre **500 cultivar censite**, un patrimonio produttivo e varietale che rappresenta uno degli elementi distintivi del paesaggio agricolo italiano.

Un **trend molto positivo** che si inserisce nella più ampia crescita del **turismo enogastronomico in Italia**, oggi tra i segmenti più dinamici del comparto turistico.



L'oleoturismo in Italia, dal 2021 al 2024, ha registrato un aumento del 37,1% delle esperienze.

Oleoturismo in Italia: le esperienze più richieste

Cresce l'interesse sia sul mercato interno sia all'estero, in particolare in Germania, Francia, Austria, Svizzera e Stati Uniti, per esperienze legate al **turismo dell'olio EVO** come degustazioni guidate, acquisto diretto in azienda, itinerari tra ulivi secolari, cene in uliveto (scelte dal 71% degli intervistati), percorsi culturali e visite ai frantoi storici.

Le **regioni più gettonate** sono Toscana (29%), Puglia (28%), Sicilia (20%), Umbria (18%) e Liguria (15%), territori nei quali la coltivazione dell'olivo contribuisce in modo significativo all'identità paesaggistica e produttiva.

Accanto alla crescita della domanda emerge anche un dato che segnala margini di sviluppo culturale. **Solo il 47% degli italiani è in grado di indicare almeno una cultivar di olivo**, mentre il 33% dichiara di non conoscerne nessuna. Un elemento che rafforza il ruolo dell'oleoturismo anche come strumento di educazione e divulgazione della cultura olearia.



La regione più gettonata è la Toscana, seguita da Puglia e Sicilia (Foto creata con AI).

Quanto spendono i turisti dell'olio

Ma quanto sono disposti a spendere i turisti per queste esperienze? Emergono differenze significative tra i mercati: in Europa prevale una fascia di spesa compresa tra **20 e 40 euro**, mentre i visitatori statunitensi mostrano una maggiore propensione al segmento premium, con il 30% disposto a investire tra i 60 e i 100 euro per un'esperienza.

La **possibilità di differenziare l'offerta**, affiancando proposte accessibili a format più completi e immersivi, emerge come **uno dei nodi centrali per il futuro del comparto**.

La raccolta turistica delle olive: nuove regole nazionali

Tra le novità più rilevanti segnalate dal Rapporto figura il [Protocollo d'Intesa](#) siglato nel luglio 2025 tra l'Associazione Nazionale Città dell'Olio e l'Ispettorato Nazionale del Lavoro, che definisce linee guida uniformi per la raccolta turistica delle olive.

L'attività è qualificata come **esperienza divulgativa e ricreativa**, non lavorativa, con una durata massima di due ore al giorno e limiti di ripetizione settimanale. Le aziende devono delimitare le aree dedicate, garantire dispositivi di protezione individuale, attivare una polizza assicurativa e comunicare le attività tramite SUAP, assicurando tracciabilità e sicurezza.

Un passaggio che contribuisce a strutturare l'offerta, tutelando operatori e visitatori e qualificando ulteriormente il turismo dell'olio sul piano normativo.



La raccolta delle olive è qualificata come esperienza divulgativa e ricreativa.

Oleoturismo e sviluppo delle aree rurali

Secondo **Roberta Garibaldi** l'Evo non è solo un prodotto alimentare, «È cultura, paesaggio, identità e racconto dei territori. L'oleoturismo rappresenta oggi una leva strategica per la rigenerazione delle aree rurali e per il rafforzamento del legame tra comunità, visitatori e filiera produttiva».

Le fa eco **David Granieri**, Presidente di [Unaprol](#) e Vicepresidente nazionale Coldiretti, che ha sottolineato come l'oleoturismo si stia delineando «un pilastro della nostra economia rurale; il turismo dell'olio si conferma uno strumento formidabile per contrastare lo spopolamento delle aree interne e per promuovere un turismo di prossimità, sostenibile e destagionalizzato».

Anche **Michele Sonnessa**, presidente dell'Associazione Nazionale Città dell'Olio, ha confermato che questo secondo rapporto dimostri come l'oleoturismo non sia una moda passeggera ma « *una leva strategica per lo sviluppo sostenibile e la valorizzazione delle aree rurali* » e indichi la strada da seguire: « *rafforzare il legame tra produzione e accoglienza, anche nei piccoli comuni e nelle aree interne, trasformando l'Italia dell'olio in un grande itinerario del gusto e dell'identità* ».

La sfida, ora, riguarda la qualità dell'offerta, la formazione degli operatori e una **comunicazione più chiara e accessibile**, elementi indispensabili per trasformare la crescita della domanda in un modello stabile di sviluppo territoriale.

[Dal sito di Roberta Garibaldi è possibile scaricare il report completo.](#)

Data di creazione

26/02/2026

Autore

daniela-utili