CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST

ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

TERRE DI PISA
FOOD & WINE FESTIVAL

16-18 Ottobre 2026

Impatto economico
Valutazioni dei visitatori
Valutazione degli espositori

11 Novembre 2026

Obiettivi dell’analisi

La quattordicesima edizione del **Terre di Pisa Food & Wine Festival**, organizzato dalla Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest, si è svolta dal **16 al 18 ottobre 2026** in Piazza Vittorio Emanuele II, nel cuore di Pisa.

L'evento ha rappresentato un'importante vetrina per le eccellenze enogastronomiche del territorio, ospitando **87 produttori ed espositori** delle Terre di Pisa e confermandosi come appuntamento di riferimento per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari locali.

L’analisi si propone di fornire un quadro dell'impatto generato dalla manifestazione attraverso la:

- Quantificazione dell'impatto economico diretto sul tessuto produttivo
- Misurazione del grado di soddisfazione dei visitatori rispetto all'esperienza vissuta durante l'evento
- Valutazione della capacità di attrazione e fidelizzazione del Festival
- Confronto con le edizioni passate della manifestazione

...al fine di migliorare le future edizioni del Festival!

Realizzate 2 indagini sul campo

Per la misurazione dell'impatto economico del Terre di Pisa Food & Wine Festival sono state svolte **2 indagini statistiche** tramite questionari cartacei, digitali e interviste dirette, con l'ausilio di circa venticinque studenti dell'Istituto professionale per i servizi alberghieri e ristorazione **IPSAR "Giacomo Matteotti" di Pisa**, coinvolti per l'occasione in un progetto di Formazione Scuola-Lavoro.



Indagine sui visitatori

606 interviste

- ***Partecipanti agli eventi***
- ***Visitatori presso gli stand***



Indagine sugli espositori

52 interviste

Stima dell'impatto diretto della manifestazione

L'analisi ha quantificato l'impatto economico diretto della manifestazione attraverso la stima della spesa attivata dai partecipanti e il relativo moltiplicatore rispetto all'investimento effettuato dalla Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest.

IMPATTO ECONOMICO DIRETTO

È espresso in termini di spesa attivata, intesa come incremento della domanda locale di beni e servizi.

Fa riferimento agli investimenti generati da:

- 💼 **Camera di Commercio**
- 🍷 **Produttori/espositori**
- 💰 **Spesa dei visitatori**

Modalità di elaborazione delle stime

Definizione e stima delle 3 variabili:

Investimento della C.C.I.A.A.

Spesa ricomprendente l'organizzazione della manifestazione e le spese pubblicitarie (tv, radio, stampa, cartellonistica, etc.), al netto dei ricavi derivanti dagli affitti delle postazioni e dalla vendita dei calici.

Investimento dei produttori/espositori

Prodotto tra il numero dei produttori e il costo medio aggiuntivo sostenuto per i 3 giorni del Festival, stimato grazie ad apposita domanda. Comprensivo del costo di affitto delle postazioni.

Spesa dei visitatori

Dato ricavato dal mix tra l'indagine ad hoc sull'utenza, dalla quale si è potuta stimare la spesa media del visitatore (attraverso domanda diretta), e il numero dei visitatori nelle 3 giornate.

I dati sulla partecipazione



Oltre 7.800 visitatori stimati

+74% rispetto al 2025

- *Masterclass del vino*
- *Show cooking*
- *Conferenze*
- *Laboratori di degustazione*
- *Tour di degustazione di vino e birra*

75 eventi



...tutti gratuiti



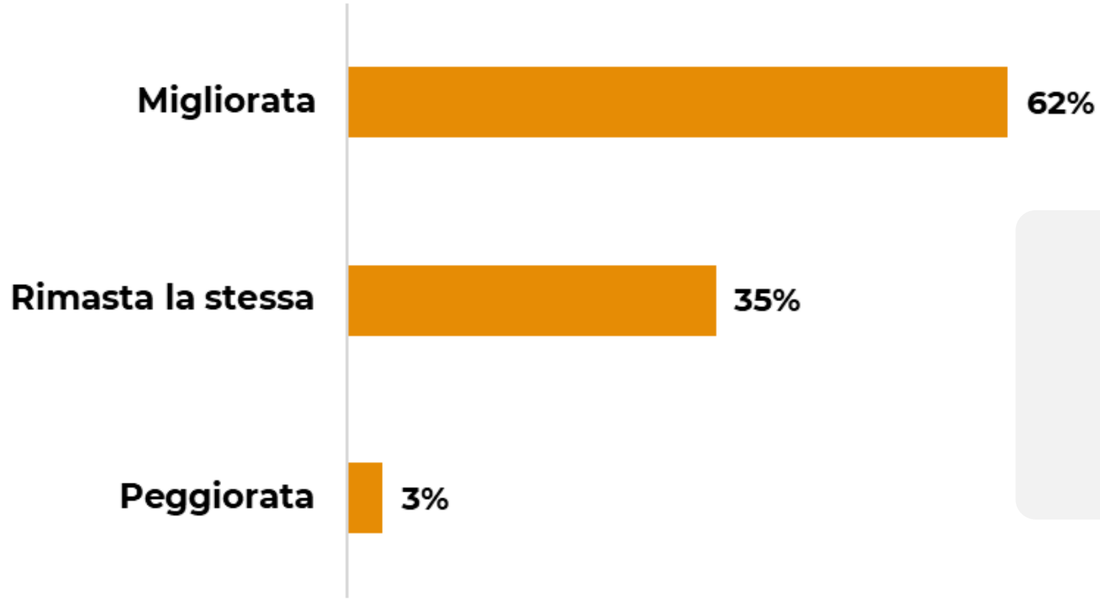
Oltre 1.300 partecipanti agli eventi

Il gradimento espresso dai visitatori

Aumenta il voto medio espresso dai visitatori, che sale a 8,4 su 10. Nel 2025 era 8.

2026	*2025*
8,4	**8,0**

8,2 nel 2024
8,3 nel 2023
8,4 nel 2022

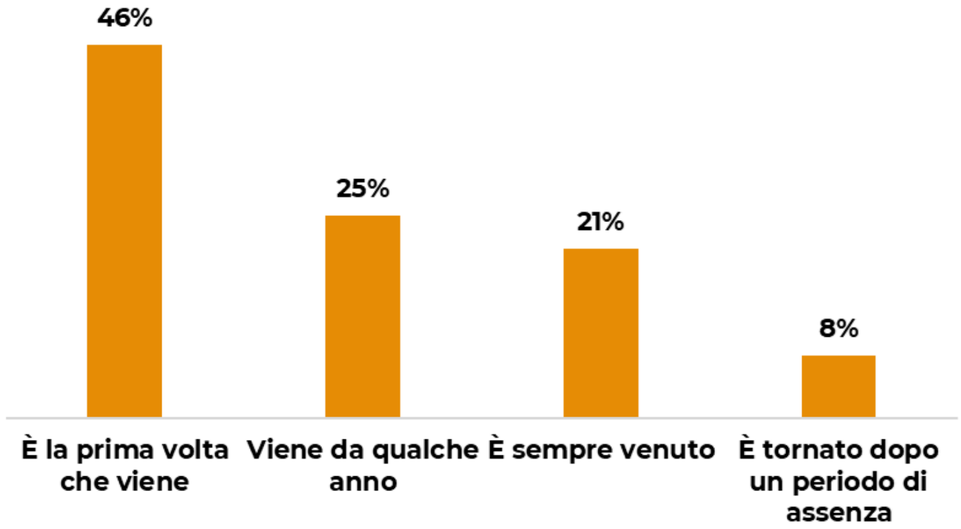


Tra i visitatori che avevano già partecipato:

il 62% ritiene che la manifestazione sia migliorata rispetto agli anni precedenti; mentre soltanto per il 3% è peggiorata.

Grado di fidelizzazione dei visitatori

- Il 54% degli intervistati ha già partecipato al Festival
- Il 46% degli intervistati è alla sua prima partecipazione



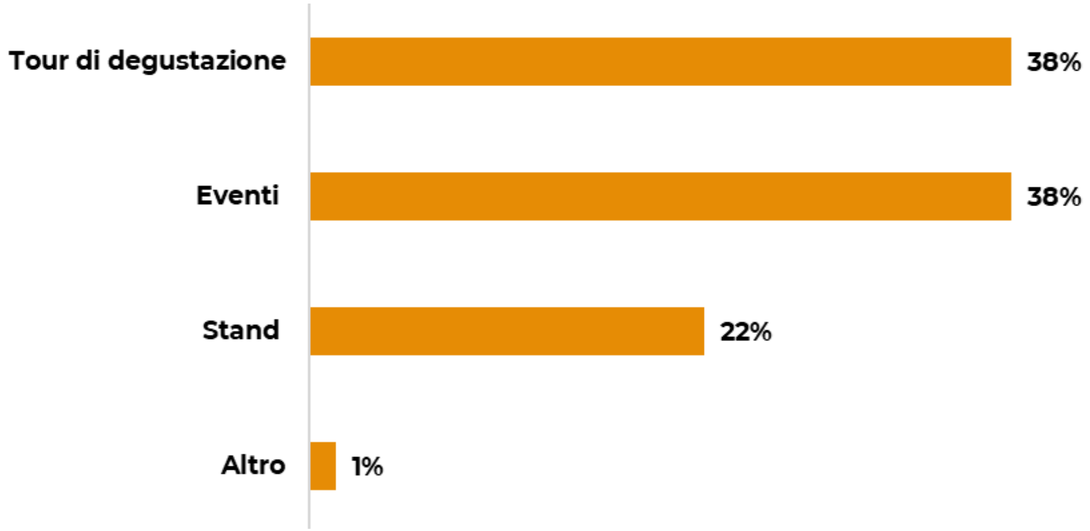
I mezzi di conoscenza del Festival:



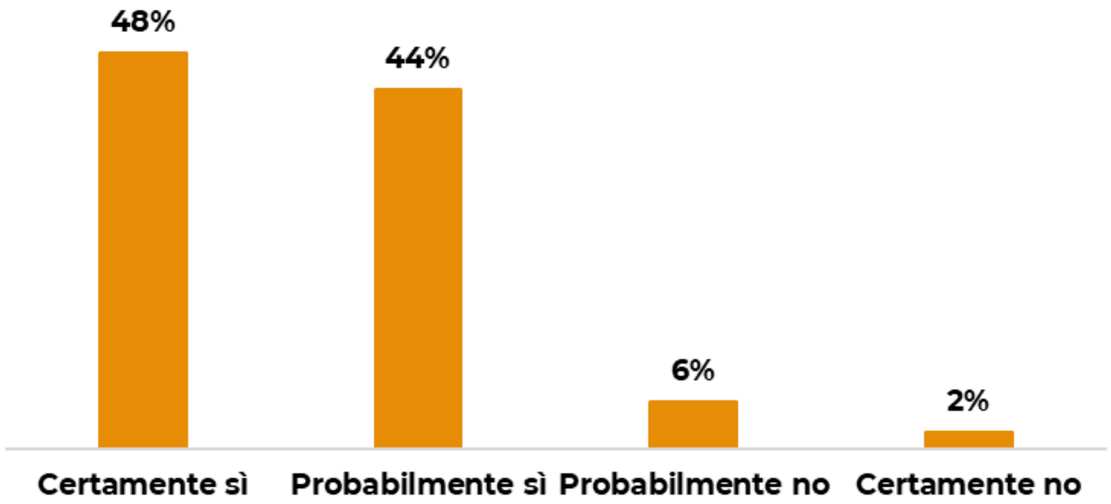
- La strategia di promozione del Festival è articolata e multicanale. Gli strumenti di comunicazione più efficaci si confermano il Sito web/Social e il passaparola, che insieme raggiungono oltre la metà dei visitatori (52%).

Interesse e partecipazione futura

Quale aspetto del Festival le interessa maggiormente?



Il prossimo anno tornerà al Festival?



Il 92% dei visitatori prevede che parteciperà anche alla prossima edizione della manifestazione.

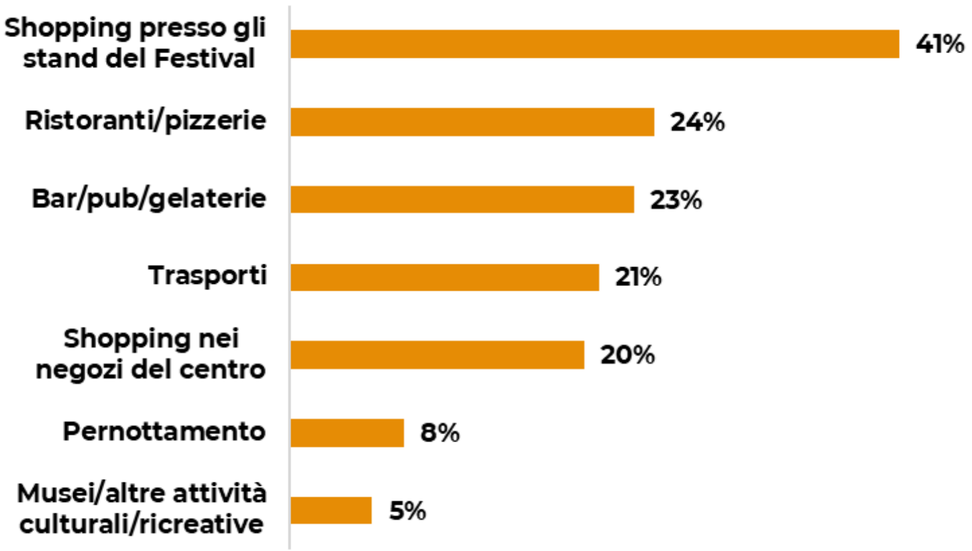
La spesa dei visitatori

La spesa media giornaliera dei visitatori si attesta a **48€**, in calo rispetto al 2025 quando era 55€.

La spesa media giornaliera presso gli stand è di **33€**. L'anno scorso era di 41€.

La percentuale di visitatori che ha acquistato presso gli stand è rimasta sostanzialmente invariata: **41%** nel 2026; 42% nel 2025.

	2026	2025
SPESA MEDIA GIORNALIERA VISITATORI	48€	55€
PRESSO GLI STAND *Sul totale acquirenti*	33€	41€

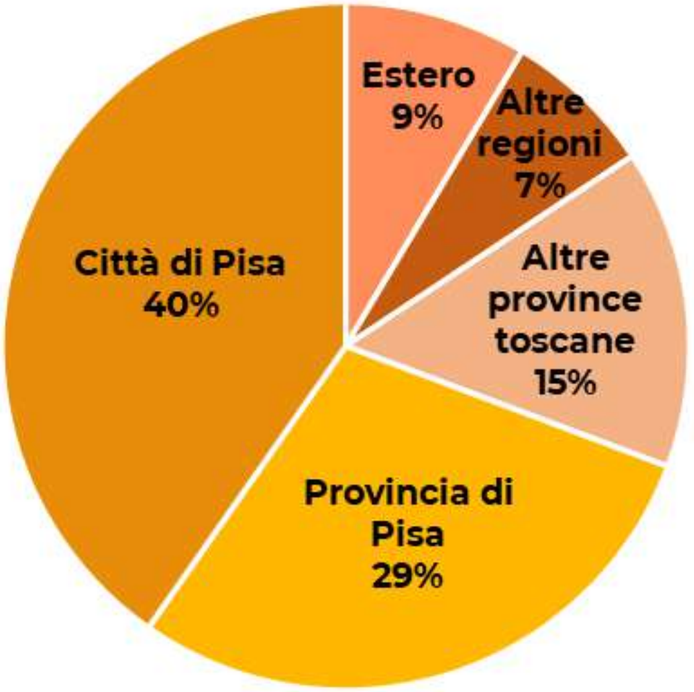


Il profilo dei visitatori: la provenienza

- **Il 69% degli intervistati proviene dal territorio pisano** (40% dalla città, 29% dalla provincia), dato in linea con la precedente edizione e che conferma la forte territorializzazione dell'evento.

- Una quota pari al **15%** dei visitatori proviene **da altre province toscane** (era il 18% nel 2025). Tra queste, le più rappresentate si confermano Lucca, Livorno e Firenze.

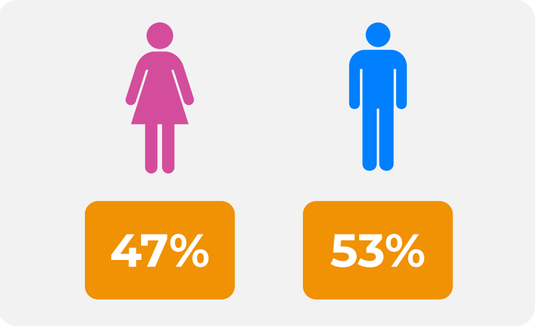
- I **turisti sono il 16% del totale**, in crescita di 3 pp. rispetto alla scorsa edizione, trainati dall'aumento della componente estera.



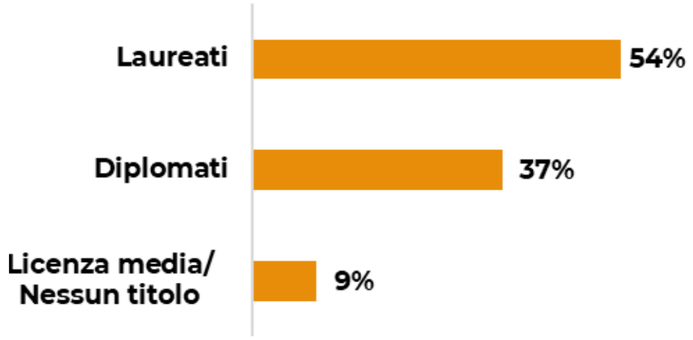
Il profilo dei visitatori: caratteristiche socio-demografiche

Genere

Si stima una **composizione equilibrata**: 53% dei partecipanti di genere maschile, 47% di genere femminile.



Livello di istruzione



Oltre la metà dei visitatori è laureata, a conferma del forte appeal del Festival verso un pubblico qualificato, attento alla qualità, alla cultura enogastronomica e alle produzioni locali.

Il profilo dei visitatori: caratteristiche socio-demografiche

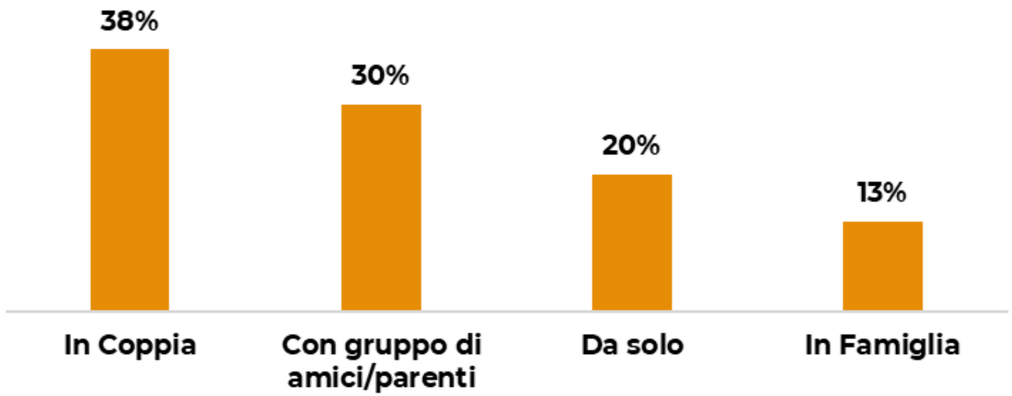
Età media

L'età media è di **42 anni**: un anno in più rispetto alla scorsa edizione.

La classe di età più popolosa è però quella tra i 25 e i 34 anni (21%), seguita dalle fasce 35-44 e 45-54, ciascuna rappresentante il 20% dei visitatori.

42 anni

Modalità di partecipazione



La visita al Festival rappresenta prevalentemente **un'esperienza condivisa**: il 68% dei partecipanti ha preso parte all'evento in coppia o con un gruppo di amici; mentre solo il 20% ha scelto di visitarlo da solo.

I suggerimenti dei visitatori



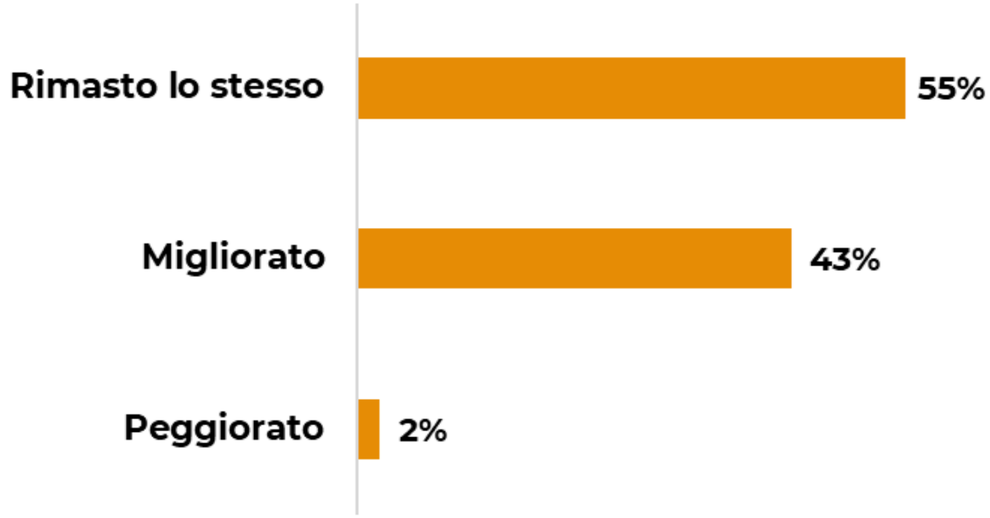
Il giudizio espresso dagli espositori

87 espositori

Aumenta il voto medio espresso dagli espositori, che sale a 8,7 su 10. Nel 2025 era invece pari a 8,1.

2026	2025
8,7	8,1

8,2 nel 2024
8,1 nel 2023
8,4 nel 2022

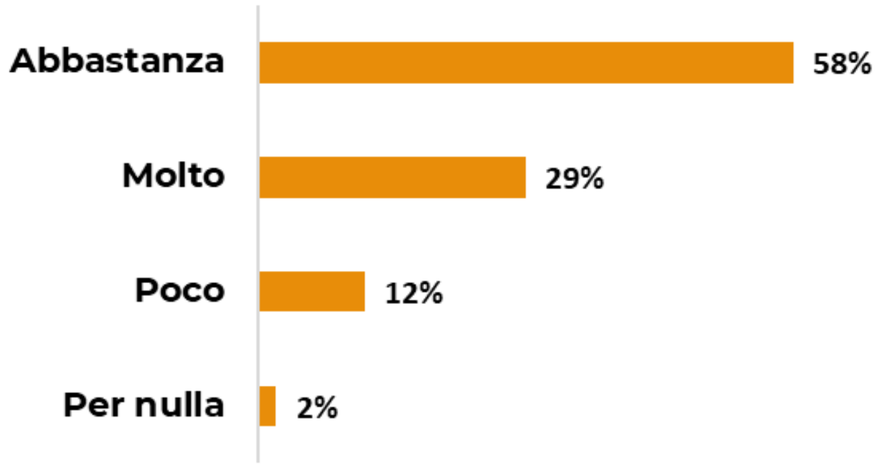


Tra gli espositori che avevano già partecipato:

il 43% ritiene che la manifestazione sia migliorata rispetto agli anni precedenti; mentre soltanto per il 2% è peggiorata.

Soddisfazione economica

È soddisfatto/a (sotto il profilo economico) di questi tre giorni di lavoro?



- Bilancio economico positivo per gli espositori: **quasi 9 su 10 si dichiarano molto o abbastanza soddisfatti dei risultati conseguiti durante i tre giorni del Festival.**

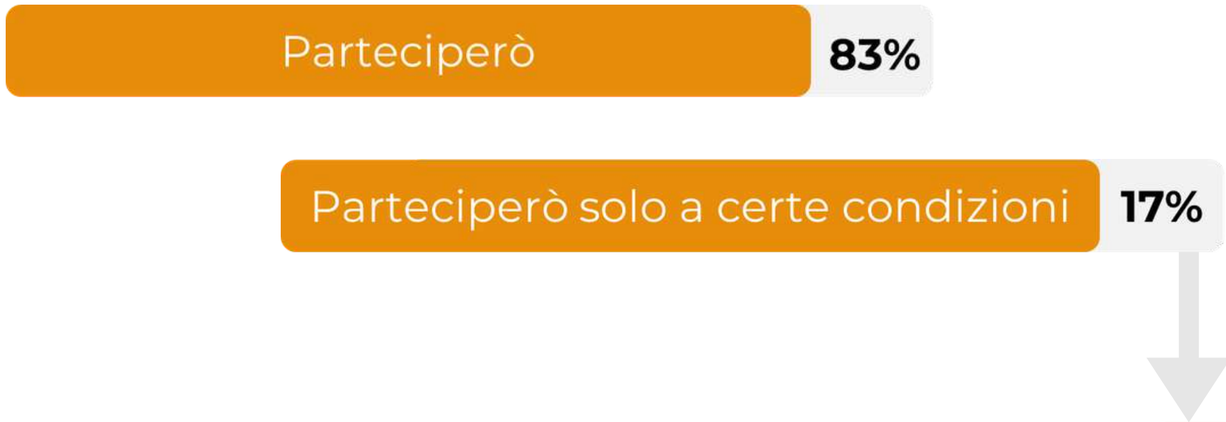
Rispetto alle sue aspettative, è soddisfatto:

Meglio delle attese	**17%** *8% nel 2025*	***+9 p.p.***
In linea con le attese	**69%** *69% nel 2025*	
Meno delle attese	**13%** *23% nel 2025*	***-9 p.p.***

- **Soddisfatte le aspettative dell'86% degli espositori.**
- Cresce la quota di chi valuta i risultati superiori alle attese (17%), mentre diminuiscono i giudizi inferiori alle aspettative (13%).

Partecipazione futura

Previsione di partecipazione alla prossima edizione da parte degli espositori:



- Le intenzioni di partecipazione sono stabili rispetto alla scorsa edizione, **con l'83% degli espositori che conferma la propria presenza**.
- Si annulla la quota di espositori che non intendono ritornare (-2 pp.), mentre il 17% subordina la partecipazione a specifiche condizioni (+2 p.p).

Quali condizioni?

- ✓ **Miglior posizionamento**
- ✓ **Non vi siano incrementi di prezzo per le postazioni**
- ✓ **Presenza di intrattenimenti musicali**
- ✓ **Gestione dei calici non a carico dell'impresa**
- ✓ **Area parcheggio riservata**

I suggerimenti degli espositori

Promozione del Festival e dei prodotti locali

Parcheggio gratuito o pass auto per espositori

Più pulizia, sedute, servizi igienici e cestini

Gestione calici e ghiaccio

Posizioni stand meno dispersive

Musica e intrattenimento

Il moltiplicatore dell'investimento

Rispetto all'edizione 2025:

- Aumenta l'impatto diretto: **+39%**
- Aumenta la spesa dei visitatori: **+51%**

Ogni euro investito genera 3,3€ di impatto diretto

VALORI (IN 000 €)	*2025*	*2026*
IMPATTO DIRETTO	**446,3**	**622,1**
Investimento netto C.C.I.A.A.	**143,1**	**187,2**
Investimento degli espositori	**52,7**	**57,3**
Spesa dei visitatori	**250,6**	**377,6**
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO	**3,1**	**3,3**

La ricerca è stata realizzata dalla collaborazione fra l'Istituto Studi e Ricerche (ISR) e la Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest. Redazione: Federica Tarabella (ISR). Questionari e supporto alla somministrazione: Massimo Marcesini (ISR), Simona Cecchini (ISR), Federica Tarabella (ISR) e Alberto Susini (Camera di Commercio). Elaborazioni statistiche: Massimo Pazzarelli (Camera di Commercio). Allestimento editoriale: Francesca Vergassola (ISR). Coordinamento generale: Alberto Susini (Camera di Commercio).

Si ringrazia per il prezioso contributo alla somministrazione delle interviste l'Istituto professionale per i servizi alberghieri e ristorazione IPSAR "Giacomo Matteotti" di Pisa.

Istituto Studi e Ricerche

Azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest

0585-764468

azienda.speciale.isr@tno.camcom.it

www.isr-ms.it | https://tno.camcom.it

Il presente documento può essere distribuito, modificato, copiato, a condizione che venga menzionato l'autore dell'opera e il link al sito web da cui è stato tratto.