

Il cibo batte l'alloggio e diventa la voce principale del budget delle famiglie in vacanza



Il cibo batte l'alloggio e diventa la voce principale del budget delle famiglie in vacanza in Italia, con circa un terzo della spesa di italiani e stranieri destinato alla tavola, per un importo complessivo stimato nel 2019 in oltre 30 miliardi all'anno, il massimo storico di sempre, proprio mentre in manovra passa il via libera all'aumento fino a 10 euro della tassa di soggiorno nei Comuni mete top del turismo.

E' quanto emerge dallo studio "**Turismo ed enogastronomia**", tracciato dalla **Coldiretti** alla 1° giornata nazionale Cibo e cultura nel **Villaggio contadino di Natale** nella Capitale europea della cultura, con l'analisi su quanto si consuma per pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o specialità enogastronomiche.

Un valore che – sottolinea la Coldiretti – è quasi il triplo di quanto si spende per attività culturali, ricreative e di intrattenimento, oltre che trasporti, fermo a quota 9 miliardi. Ma il cibo sorpassa largamente anche la cifra che i turisti destinano all'alloggio pari a circa 24 miliardi, e l'acquisto di souvenir di abbigliamento e artigianato fermo a quasi 19 miliardi.

Non a caso il cibo rappresenta per quasi un italiano su cinque (19%) la principale motivazione di scelta del luogo di villeggiatura, mentre per un altro 53% costituisce uno dei criteri su cui basare la propria preferenza e solo un 5% dichiara di non prenderlo per niente in esame secondo l'indagine Coldiretti/Ixe'. Il 72% dei vacanzieri punta sui prodotti della cucina locale mentre solo il 17% ricerca anche in villeggiatura i sapori di casa propria ed il resto si affida alla cucina internazionale.

L'enogastronomia vince anche tra i souvenir – nota Coldiretti -, con il 42% dei turisti che sceglie proprio un prodotto tipico da riportare a casa o regalare a parenti e amici come ricordo della propria villeggiatura. Tra le specialità più acquistate vince il vino, davanti a formaggi, salumi e olio extravergine d'oliva. Un fenomeno che vale ormai circa 3 miliardi di euro, secondo un'analisi Coldiretti su dati Isnart.

Ma il cibo è anche l'elemento che rappresenta meglio l'immagine del Belpaese nel mondo per un italiano su 3 (35%), a pari merito con arte e cultura (indicate anche qui dal 35% degli intervistati) e ben davanti i paesaggi (19%), la moda (7%) il design e le auto, secondo il sondaggio 2019 Coldiretti-Ixe'.

Si tratta di un risultato che dimostra l'immenso valore storico e culturale del patrimonio enogastronomico nazionale che è diffuso su tutto il territorio e dalla cui valorizzazione – precisa la Coldiretti – dipendono molte delle opportunità di sviluppo economico ed occupazionale. Una ricchezza che purtroppo rischia di sparire dalle strade e dalle piazze delle città italiane sotto la pressione dell'omologazione che porta a consumare gli stessi cibi in ogni parte del mondo, dagli hot dog al kebab fino al sushi.

“L’Italia è il solo Paese al mondo che può contare primati nella qualità, nella sostenibilità ambientale e nella sicurezza della propria produzione agroalimentare che peraltro ha contribuito a mantenere nel tempo un territorio con paesaggi di una bellezza unica”, ha affermato il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che i tesori enogastronomici sono delle vere e proprie opere d’arte conservate gelosamente da generazioni di agricoltori che vanno difese dal rischio dell’omologazione e falsificazione.