

Il cibo diventa la voce principale del budget delle famiglie in vacanza in Italia



Il cibo 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 consumare pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o specialità enogastronomiche per un importo complessivo stimato nel 2019 in oltre 27 miliardi all'anno, il massimo storico di sempre.

E' quanto emerge dallo studio **Coldiretti "La vacanza Made in Italy nel piatto"** diffuso in occasione dell'apertura del Villaggio contadino della **Coldiretti** a Milano con diecimila agricoltori al **Castello Sforzesco**, da **Piazza del Cannone a Piazza Castello**, provenienti da tutta Italia per presentare la più ricca esposizione della variegata offerta enogastronomica delle località turistiche italiane con mercati contadini, agrichef con le ricette storiche ed esposizioni ad hoc per l'assegnazione delle bandiere del gusto 2019 (<http://www.coldiretti.it/>)]www.coldiretti.it)

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 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.

Ma 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 va forte anche il “ricordo virtuale” con quasi un vacanziero su due (49%) che scatta food selfie per immortalare i cibi che ha mangiato al ristorante o preparato in cucina per inviarlo a conoscenti o postarlo sui social.

La ricerca dei prodotti tipici è dunque diventato un ingrediente irrinunciabile – **spiega Coldiretti** – delle vacanze in un Paese come l'Italia che è leader mondiale del turismo enogastronomico potendo contare sull'agricoltura più green d'Europa con 297 specialità Dop/Igp riconosciute a livello comunitario e **415 vini Doc/Docg**, la leadership nel biologico con oltre 60mila aziende agricole biologiche, la decisione di non coltivare organismi geneticamente modificati (ogm), 23mila agriturismi che conservano da generazioni i segreti della cucina contadina, 10mila agricoltori in vendita diretta con **Campagna Amica** e le numerose iniziative di valorizzazione, dalle sagre alle strade del vino.

“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 “il buon cibo insieme al turismo e alla cultura rappresentano le leve strategiche determinanti per un modello produttivo unico che ha vinto puntando sui valori dell'identità, della biodiversità

e del legame territoriale”.