

■ Circa un terzo della spesa di italiani e stranieri in vacanza in Italia è destinato alla tavola per consumare pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o per specialità enogastronomiche. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti in occasione dell'apertura della Bit, la Borsa internazionale del turismo 2018, l'anno del cibo italiano nel mondo.

L'alimentare è la principale voce del budget delle vacanze che ha superato persino quella dell'alloggio e complessivamente si stima che, tra il consumo di pasti nella ristorazione (14 miliardi) e l'acquisto di prodotti alimentari nei negozi e nei mercati (12 miliardi), i turisti italiani e stranieri spendono per cibo e bevande circa 26 miliardi di euro su un totale di 75 miliardi del fatturato turistico complessivo annuale.

L'offerta enogastronomica rappresenta ormai una primaria motivazione di viaggio in Italia con quasi uno straniero su quattro (23%) che riconosce nell'Italia il Paese della buona cucina, il 16% ai monumenti a pari merito con la moda, il 15% della pittura o della scultura - in senso lato l'arte - e

L'INDAGINE

I turisti stranieri in Italia spendono un terzo nel cibo

Per alimenti e bevande oltre 26 miliardi nel 2017

il 7% del design e il 5% della musica e del teatro secondo una ricerca Ipsos per Enit.

Il 59% dei turisti stranieri continua a comprare prodotti italiani una volta rientrato in patria, una tendenza che riguarda il 25,9% dei visitatori francesi, il 22,5% di quelli tedeschi e il 16,9% di quelli del Regno Unito se-

condo una ricerca Bit-Bocconi. al contrario, il 36% degli italiani in vacanza acquista prodotti alimentari tipici come souvenir da riportare a casa o da regalare ad amici e parenti, secondo l'indagine Coldiretti-Ixè. Una tendenza che assegna al nostro Paese la leadership nel turismo enogastronomico grazie a quasi 60mila



VACANZE

Il 59 per cento dei turisti stranieri continua a comprare prodotti italiani anche al ritorno nei loro paesi di origine

aziende agricole biologiche ma anche 293 specialità Dop/Igp registrate a livello comunitario, 523 vini Docg, Doc e Igt e 5047 prodotti tradizionali.

Si tratta insomma di un tesoro custodito nelle aziende agrituristiche che lo scorso anno hanno superato la storica soglia di 13 milioni di presenze. Il 2017 ha segnato una ripresa dei viaggi e della scelta dell'Italia come meta di vacanze, un vantaggio per le 23mila imprese agrituristiche senza dimenticare la rete di diecimila agricoltori in vendita diretta con Campagna Amica e le numerose iniziative di valorizzazione, dalle sagre alle strade del vino.

La tranquillità garantita dalla campagna, la ricerca di una pausa rispetto alla frenesia delle città e i nuovi servizi legati al wellness, al trekking naturalistico, agli sport e ai percorsi culturali sono fattori importanti per la scelta dell'agriturismo, anche se la qualità dell'alimentazione resta l'elemento più importante. E in un periodo in cui si parla sempre più spesso di ogm e di cibi ritoccati, la genuinità costituisce un valore aggiunto al quale non ci si sottrae. Anche questo è appeal italiano.

