

L'indagine. In vacanza storico sorpasso della spesa per l'alimentazione su quella per l'alloggio

Cresce il «turismo alimentare»

ROMA

■ L'Italia è da sempre una meta balneare, da secoli destinazione di turismo culturale, da qualche decennio ha rafforzato - destagionalizzandola - l'accoglienza in montagna e adesso è una realtà nel turismo enogastronomico.

È quanto emerge dai dati dell'indagine Coldiretti/Ixé presentata ieri a margine dell'assemblea dell'organizzazione. La ricerca parte dalla considerazione che i 24 milioni di italiani (che si calcola andranno in vacanza nel corso dell'estate 2014) spenderanno

per il cibo e i prodotti enogastronomici circa 4,9 miliardi di euro. Considerata la sempre maggiore diffusione di B&B, agriturismi e case vacanza che ha ridotto la spesa per i pernottamenti del 22%, la cifra di 4,9 miliardi di euro destinati ai prodotti alimentari inoltre fa segna-

NUOVI SOUVENIR

Come ricordo della vacanza i turisti preferiscono sempre più cibi e vini ai prodotti dell'artigianato, ai gadget o alle cartoline

re uno storico sorpasso della spesa per il cibo rispetto a quella per l'alloggio. A seguire gli acquisti di abbigliamento e le spese per le attività ricreative, culturali e di intrattenimento.

Cresce quindi in vacanza il giro d'affari degli alimentari ma cala l'appeal del pranzo fuori casa. Secondo l'indagine infatti solo il 36% si reca al ristorante e appena il 6% in agriturismo mentre oltre la metà del campione interpellato da Coldiretti/Ixé (51%) consuma i pasti in case di proprietà, appartamenti in affitto o da parenti e amici. L'universo alimentare è

inoltre l'ambito sempre più frequentato dai consumatori per conoscere il territorio che si ha intenzione di visitare visto che il 69% degli italiani quando va in vacanza cerca di conoscere meglio la cucina dei luoghi che visita e per questo è disposto anche a spendere di più.

I prodotti tipici poi rappresentano ormai dei veri e propri "souvenir" visto che un italiano su quattro (circa il 22%) torna a casa portando con sé prodotti tipici dei luoghi di vacanza i preferiti dai turisti rispetto a souvenir più convenzionali come i prodotti dell'artigianato (scelti nel 20% dei casi), i gadget (18%) o le cartoline (16 per cento).

G.d.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA