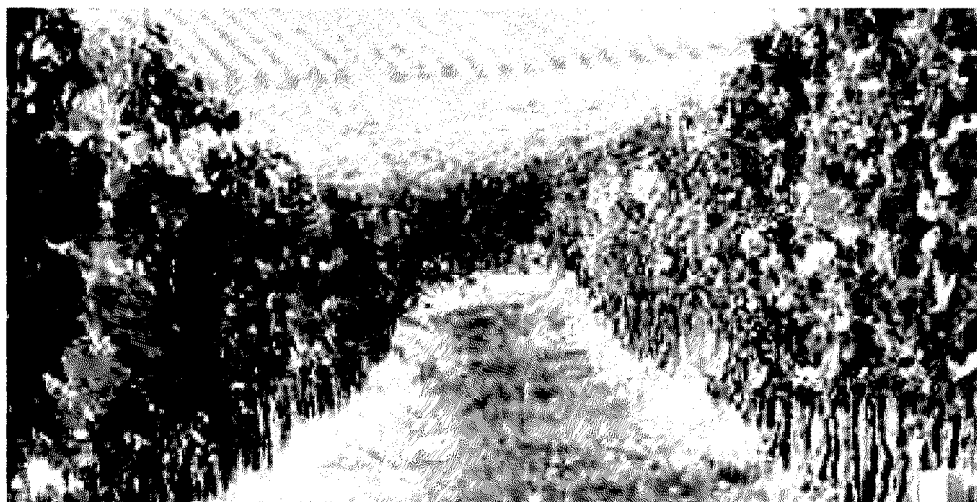


Crisi, il prodotto tipico diventa il nuovo souvenir

COLDIRETTI Gli acquisti di vino e alimenti fatti da turisti italiani e stranieri che hanno raggiunto la cifra record di 10,1 miliardi di euro nell'ultimo anno

La crisi cambia la scelta dei souvenir in gite e vacanze con gli acquisti di vino e alimenti fatti da turisti italiani e stranieri che hanno raggiunto la cifra record di 10,1 miliardi di euro nell'ultimo anno. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base del rapporto curato dall'Isnart sull'impatto economico del turismo in Italia nel 2012 dal quale si evidenzia che la spesa per prodotti tipici ha fatto registrare un incremento record del 43 per cento negli ultimi quattro anni in netta controtendenza con il calo di tutte le altre voci a partire dall'acquisto dei capi di abbigliamento che fa segnare un crollo del 31,5 per cento nello stesso arco di tempo. Addio dunque a statuine, gadget e magliette e corsa invece ai prodotti tipici del luogo visitato come formaggi, salumi, miele, sott'oli, vino o liquori.

"Alla spesa per l'acquisto di prodotti alimentari va aggiunta - sottolinea la Coldiretti - quella affrontata dai turisti per i pasti consumati in ristoranti, pizzerie, bar, caffè e rosticcerie che ammonta ad un totale di 13,9 miliardi di euro. Un tendenza che - precisa la Coldiretti - ha fatto diventare l'enogastronomia il vero motore del vacanza Made in Italy che nel



Vigneti di Bertinoro

Addio dunque a statuine, gadget e magliette e corsa invece a formaggi, salumi, miele

2012 ha generato grazie i turisti italiani e stranieri un impatto economico complessivo sul territorio italiano di 72,2 miliardi di euro legati a spese effettuate durante il soggiorno (alloggio e spese sul territorio), con una leggera

ripresa del 2,1 nell'ultimo anno dopo la costante diminuzione registrata dal 2008".

"Dalla mozzarella di bufala in Campania al formaggio Asiago in Veneto, dal pecorino della Sardegna al prosciutto San Daniele nelle montagne del Friuli, dal vino Barolo del Piemonte alla Fontina in Valle d'Aosta, dal limoncello campano al Caciocavallo del Molise - continua la Coldiretti - sono alcuni dei souvenir più richiesti dai turisti per portare un ricordo appetitoso dei luoghi di vacanza. Specialità nostrane che

- precisa la Coldiretti - possono essere acquistate nella grande varietà dei percorsi turistici legati all'enogastronomia presenti nelle città ma anche nei centri minori delle campagne che si stanno rivitalizzando grazie a queste nuove opportunità".

"L'acquisto di prodotti tipici come ricordo delle vacanze è una tendenza in rapido sviluppo favorita - sottolinea la Coldiretti - dal moltiplicarsi delle occasioni di valorizzazione dei prodotti locali che si è verificata nei principali luoghi di villeggiatura.

