

FESTIVITÀ AUTARCHICHE

NEI VIAGGI E NELLA GASTRONOMIA QUESTO NATALE VINCE L'ITALIA

di ANNA MARIA CAPPARELLI

Quest'anno vince l'Italia. **Federalberghi** ha stimato infatti che per le prossime festività saranno 18 milioni e 300mila gli italiani che trascorreranno Natale e Capodanno fuori casa, ma quasi 17 milioni sceglieranno località nazionali. In prima posizione la montagna, a seguire città d'arte e località marine. In buona posizione anche gli agriturismi. Si tratta di strutture, secondo quanto ha rilevato Coldiretti, che hanno arricchito la loro offerta con servizi innovativi. In questo periodo poi sono molte le iniziative legate a Natale come i corsi di cucina per imparare a preparare le specialità tipiche. Sono circa 26mila - ha ricordato Campagna Amica-Terranostra - gli agriturismi diffusi sul territorio nazionale, mentre crescono fenomeni dall'enoturismo all'oleoturismo.

a pagina XII

Le previsioni di **Federalberghi**

NEI VIAGGI E NELLA GASTRONOMIA A NATALE VINCE L'ITALIA

Su 18,3 milioni di italiani quasi 17 milioni sceglieranno località del territorio nazionale. Ultimi giorni per i regali: per Confesercenti la spesa media si attesterà su 225 euro

di ANNA MARIA CAPPARELLI

Quest'anno vince l'Italia. **Federalberghi** ha stimato infatti che per le prossime festività saranno 18 milioni e 300mila gli italiani che trascorreranno Natale e Capodanno fuori casa, ma quasi 17 milioni sceglieranno località nazionali. In prima posizione la montagna, a seguire città d'arte e località marine. In buona posizione anche gli agriturismi. Si tratta di strutture, secondo quanto ha rilevato Coldiretti, che hanno arricchito la loro offerta con servizi innovativi. In questo periodo poi sono molte le iniziative legate a Natale come i corsi di cucina per imparare a preparare le specialità tipiche. Sono circa 26mila - ha ricordato Campagna Amica-Terranostra - gli agriturismi diffusi sul territorio nazionale, mentre crescono fenomeni dall'enoturismo all'oleoturismo. Un'opportunità per i borghi, moltissimi in aree rurali, che dopo il boom turistico nel periodo della pandemia stanno ora ricercando una nuova stagione di rilancio.

E un altro fattore che gioca in favore del "local" è rappresentato dalla particolare attenzione riservata nei consumi a salute, benessere e territorio. Tra i 12 fenomeni rile-

vati dalla sedicesima edizione dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy (studio che analizza le abitudini di consumo degli italiani) spicca la crescita del carrello della spesa dei prodotti legati all'italianità che hanno aumentato del 2,1% il giro d'affari trainato dai prodotti Dop. Ancora migliore il trend per i prodotti "liberi da" che hanno superato 8 miliardi (+3%), con un vero exploit per quelli senza pesticidi e glifosato.

L'italianità guida dunque cibo e viaggi. A spingere verso mete più vicine anche le difficoltà economiche che le famiglie avvertono. E che comunque hanno contribuito a ridurre il numero dei vacanzieri. Il presiden-



te di **Federalberghi**, Bernabò Bocca, ha sottolineato come il 35% di coloro che hanno rinunciato a viaggiare a Natale "abbia motivato la propria scelta con la mancanza di risorse economiche. Il freno al movimento turistico interno - ha spiegato Bocca - sembra essere la diretta conseguenza dell'aumento del costo della vita. Una difficoltà che, più in generale, rende tutti gli italiani più parsimoniosi". E anche chi non è stato costretto a rinunciare al viaggio ha comunque tagliato il budget (41%), il 19% ha ridotto la durata del viaggio e il 10% il periodo di ferie.

Per Natale e Capodanno si preannuncia comunque un giro d'affari importante che raggiungerà 14,7 miliardi. La spesa media per una vacanza "lunga" è stimata in 1.398 euro (1.275 per chi resta in Italia e 2.759 per chi invece andrà all'estero), per il solo Natale "l'investimento" medio pro capite è di 537 euro, 639 euro a Capodanno. L'alloggio preferito per la festa di Natale, secondo l'indagine di **Federalberghi**, è la casa di parenti e amici, con quasi il 60% (anche questo un segnale della propensione al risparmio, ma anche del ricongiungimento ai propri familiari), il 16,3% andrà in albergo, il 7,6% in casa di proprietà, il 5,9% in B&B. Un po' diversa la tipologia per Capodanno che vede crescere alberghi (26,6%) e case di proprietà (13,9%). Il 56,7% dei vacanzieri si muoverà con la propria macchina, il 29,8% in aereo e il 5,8% in treno. Durante il periodo di relax natalizio si punterà soprattutto sulle passeggiate (59,5%), ma molti hanno dichiarato di essere attratti da eventi tradizionali e folkloristici (45,3) ed enogastronomici (21,7%). Per Capodanno il divertimento è la principale motivazione (52,9%). Il Codacons ha attribuito il ridimensionamento delle partenze (800mila italiani in meno) al "caro-prezzi che attanaglia il comparto dei viaggi". Sulla base dei dati Istat - secondo le elaborazioni del Codacons - nell'ultimo mese i voli europei sono rincarati dell'8,5% su base annua, i traghetti dell'8,8%, i treni del 3,9%, i pacchetti vacanza hanno registrato aumenti medi del 13,4%, gli alberghi del 6,1%. Incrementi ritenuti "ingiustificati" poiché non ci sono più le condizioni, a partire dal caro energia, che avevano gonfiato i listini. Assoutenti, da parte sua, ha segnalato "le anomalie" sui prezzi della benzina che continuano a salire

nonostante le quotazioni in calo del petrolio. Il Brent si è attestato sui 73 dollari al barile (70 dollari il Wti), con quotazioni in riduzione del 6,4% rispetto allo stesso periodo del 2023. Per l'associazione si tratta di "fenomeni speculativi legati alle prossime partenze degli italiani per le festività di Natale e Capodanno. E la maggiore domanda di carburanti da parte delle famiglie nel periodo delle feste influisce sui mancati ribassi ai distributori, con danni da centinaia di milioni di euro per chi nei prossimi giorni si metterà in viaggio in auto".

In attesa delle partenze è invece già scattata l'ultima corsa ai regali, anche questi un must. Confesercenti ha rilevato che la metà degli italiani deve ancora completare gli acquisti. In media - secondo il sondaggio di Ipsos - si faranno poco meno di nove regali a testa, per un budget di 225 euro a persona e una spesa complessiva di 8,1 miliardi. Nonostante l'andamento brillante del mercato del lavoro e l'avvio del recupero dei salari Confesercenti ha però evidenziato un atteggiamento prudente da parte delle famiglie. La difficile e complessa situazione mondiale, con due guerre che incombono, non contribuisce certo a rasserenare gli animi. Almeno finora i consumi non sembrano aver preso il volo e la spesa è rimasta sullo stesso livello di quella del 2023 (223 euro). Il budget si alza tra coloro che percepiscono la tredicesima (270 euro in media). Un aspetto positivo segnalato dalla Confesercenti è il recupero dei negozi che 6 a 4 battono il canale retail. Per il 61% degli acquisti infatti i consumatori si indirizzeranno in un punto di vendita fisico, on line il 38% dei doni soprattutto su piattaforme (36%).

Tra i regali più gettonati (47% dei consumatori) abbigliamento e accessori, seguiti da cosmetici e profumi e poi giocattoli, libri e tecnologia. Tengono anche i prodotti enogastronomici (30%). Anche sul fronte dei doni il sentiment dominante è l'incertezza sia a livello economico che politico che "tende a frenare la fiducia delle famiglie". Per Confesercenti tutto si giocherà in questa manciata di giorni che precede la festa, poiché dalla settimana finale dipende generalmente l'esito delle vendite. Gli acquisti delle ultime ore infatti contribuiscono infatti per il 50% a quelli totali.