

# Coronavirus, crollano le prenotazioni negli agriturismi

BARI – Piovono le prime disdette degli ordini in più di una azienda agricola su quattro (27%) per il crollo della domanda alimentare dopo la paralisi del turismo, i ristoranti vuoti, la chiusura forzata delle mense scolastiche e le difficoltà per l'export. E' quanto rivela la prima analisi Coldiretti/Ixè sugli effetti dell'emergenza Coronavirus sull'agroalimentare Made in Italy in occasione del primo weekend di avvio della campagna *#MangiaItaliano* nei mercati e negli agriturismi di Campagna Amica.

Una mobilitazione per difendere la principale ricchezza del Paese che è partita anche in Puglia dai Mercati di Campagna Amica di Brindisi e Foggia e negli agriturismi di Terranostra con l'agricoltura pugliese che vale quasi 4 miliardi euro di Produzione Lorda Vendibile e conta il 22% delle giornate di lavoro in agricoltura sul totale nazionale con 100mila operai agricoli. Un patrimonio – sottolinea la Coldiretti – messo a rischio dall'espansione del Covid-19 che sta provocando gravi difficoltà produttive, logistiche e commerciali a livello nazionale, senza dimenticare i pesanti danni di immagine e gli effetti del crollo del turismo che è sempre stato un elemento di traino del Made in Italy agroalimentare all'estero, amplificato dallo stop forzato alle Fiere che sono un momento importante di promozione. E non si vede una soluzione a breve visto che – continua la Coldiretti – per oltre la metà (51%) delle aziende l'impatto economico negativo è purtroppo destinato a durare nel tempo.

Da quando è iniziata l'emergenza coronavirus – spiega Coldiretti – il fatturato è crollato nel 41% delle aziende del settore ma la situazione è ancora più grave negli agriturismi

dove il 79% delle strutture dichiara un calo del fatturato.

“E’ evidente – sottolinea il presidente di Coldiretti Puglia, Savino Muraglia – che sono fondamentali le misure di prevenzione per evitare il contagio, è un momento di grande criticità, ma vogliamo contribuire a creare un clima di fiducia verso l’Italia e soprattutto verso l’agroalimentare Made in Italy che continua ad avere importanti primati in termini di qualità, sicurezza e controlli, perché la campagna non si ferma, le attività continuano, gli animali non smettono di alimentarsi e i gli agricoltori non smettono di produrre alimenti buoni e sani in per tutto il Paese i mercati degli agricoltori rimangono aperti per portare il miglior cibo pugliese ai cittadini, così come gli agriturismi di Terranostra, dove l’ospitalità contadina continua a rappresentare il meglio dell’offerta turistica enogastronomica Made in Italy”.

Per combattere la disinformazione, gli attacchi strumentali e la concorrenza sleale prende il via la prima campagna #MangiaItaliano in Italia e all’estero per salvare la reputazione del Made in Italy, difendere il territorio, l’economia e il lavoro e far conoscere i primati della più grande ricchezza, del Paese, quella enogastronomica. Una iniziativa che vede schierati in prima linea durante il weekend i mercati degli agricoltori e gli agriturismi di Campagna Amica e alla quale stanno aderendo numerosi volti noti della televisione, del cinema, dello spettacolo, della musica, del giornalismo, della ricerca e della cultura insieme a tanta gente comune.

“E’ al collasso l’intero indotto della ricettività turistica, dagli agriturismi alle agenzie di viaggio, dagli alberghi ai ristoranti”, denuncia Filippo De Miccolis, presidente di Terranostra Puglia. “E’ stato cancellato il 100% delle prenotazioni dagli Stati Uniti. Registriamo un calo del 50% nel breve periodo della ristorazione, anche per il periodo di Pasqua, regge solo il servizio per i consumatori della zona.

Azzerate le richieste di preventivo per feste di matrimonio di coppie estere. Un conto è la dovuta prevenzione e la necessaria cautela, un conto è la guerra mediatica contro l'Italia che non ha motivo di esistere e che ha portato in media al 79% delle cancellazioni delle prenotazioni negli agriturismi", aggiunge il presidente De Miccolis.

Al momento il maggior numero di disdette e il sostanziale rallentamento delle prenotazioni – insiste Coldiretti Puglia – giungono da turisti di Germania, Francia, Est Europa, mentre il mercato statunitense risulta già completamente azzerato, mentre per il periodo di Pasqua tutto tace, le prenotazioni dall'estero e dall'Italia risultano congelate.

L'avvio di una corretta campagna di informazione sulla qualità e la salubrità dei prodotti agroalimentari Made in Italy e del turismo è la priorità segnalata dalla metà delle aziende del settore (50%) che chiedono però – conclude Coldiretti – anche sgravi fiscali e contributivi, sostegni a consumi ed esportazioni e interventi di sostegno comunitari