

# Turismo, in Puglia crack da 600 milioni nel 2021

BARI – Ammonta ad oltre 600 milioni di euro il taglio delle spese turistiche in Puglia per l'intero anno 2021 rispetto a prima della pandemia, con 1/3 delle perdite che hanno colpito i consumi 20mila ristoranti, pizzerie, trattorie e i 900 agriturismi, ma anche per l'acquisto di cibo di strada e souvenir agroalimentari delle vacanze. E' quanto afferma la Coldiretti Puglia, in riferimento all'analisi elaborata sul movimento turistico nei primi nove mesi del 2021, sulla base dei dati divulgati dall'Istat dai quali si evidenzia che le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi sono in crescita rispetto al 2020 (+22,3%) ma restano ben sotto i livelli del 2019 (-38,4%). Si tratta del risultato del blocco pressoché totale della stagione turistica invernale e della ripresa di quella estiva. A mancare all'appello sono stati soprattutto – sottolinea Coldiretti regionale – i turisti stranieri bloccati alle frontiere dall'avanzare dei contagi e dalla misure di restrizione adottate ma a calare sono state anche le presenze nazionali soprattutto nelle festività di fine anno mentre risultati più positivi si sono registrati nel periodo estivo.

Il turismo in Puglia impatta per 6,5 miliardi sui consumi finali, pari al 12,3% sui consumi totali – insiste Coldiretti Puglia – una ricchezza straordinaria a cui contribuisce il turismo esperienziale negli agriturismi, come dimostrato dalla quota percentuale di soddisfazione nel rapporto con il territorio. Ai primi posti di gradimento c'è l'offerta di olio di qualità all'85%, di prodotti agroalimentari all'83, paesaggi e colori per il 75%, l'ospitalità al 72% e l'offerta vitivinicola al 70%,

“L'agriturismo ha aumentato la disponibilità di accoglienza turistica, offrendo una lettura positiva del territorio pugliese e, pertanto, lo sviluppo dell'agriturismo significa

maggiore capacità di attrazione da parte della Puglia a beneficio dell'intera economia regionale. L'ospitalità nelle strutture agrituristiche assume una rilevanza fondamentale per la salvaguardia del patrimonio rurale che, oggi, è il fiore all'occhiello del turismo regionale", spiega Filippo De Miccolis Angelini, presidente di Terranostra Puglia, associazione agrituristica di Coldiretti.

La Puglia – sottolinea la Coldiretti regionale – è fortemente dipendente dall'estero per il flusso turistico con oltre 3,8 milioni di pernottamenti di turisti stranieri che la scorsa estate hanno dovuto rinunciare a venire in Puglia per effetto delle limitazioni e alle preoccupazioni per la diffusione del contagio. L'assenza di stranieri in vacanza in Puglia grava sull'ospitalità turistica nelle mete più gettonate che risentono notevolmente della loro mancanza anche perché – sottolinea Coldiretti Puglia – i turisti dall'estero da paesi come gli Stati Uniti, la Gran Bretagna o la Cina hanno tradizionalmente una elevata capacità di spesa.

La mancanza di vacanzieri si trasferisce a valanga sull'insieme dell'economia per il crollo delle spese per alimentazione, alloggio trasporti, divertimenti, shopping e souvenir. Il cibo infatti – aggiunge Coldiretti Puglia – è diventato la voce principale del budget delle famiglie in vacanza in Puglia con circa un terzo della spesa di italiani e stranieri destinato alla tavola per consumare pasti, ma anche per cibo di strada o specialità enogastronomiche, un tesoro che può contare su 13 bevande analcoliche, distillati e liquori, 24 carni fresche e loro preparazione, 1 condimento, 17 formaggi, 1 olio extravergine aromatizzato, 120 prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati, 79 paste fresche e prodotti della panetteria, della biscotteria, della pasticceria e della confetteria, 43 prodotti della gastronomia, 9 preparazioni di pesci, molluschi e crostacei e tecniche particolari di allevamento degli stessi, oltre a 4 prodotti lattiero caseari, la ricotta fresca, la ricotta

forte, la ricotta marzotica leccese e la ricotta salata o marzotica.

Il turismo enogastronomico “è il vero traino dell’economia turistica pugliese – afferma Savino Muraglia, presidente di Coldiretti Puglia – con il Covid che già nel 2020 ha fatto crollare il turismo straniero in Puglia del 61% nel 2020 rispetto all’anno precedente, toccando il minimo da almeno venti anni”.

Dietro ogni prodotto c’è una storia, una cultura ed una tradizione che è rimasta viva nel tempo ed esprime al meglio la realtà di ogni territorio – conclude Coldiretti Puglia – con la necessità di valorizzare questo patrimonio anche per aumentare la spinta propulsiva del Made in Italy sui mercati esteri.