

Nota per la Stampa

Roma, 13 agosto 2010

AGOSTO, VACANZA MIA TI RICONOSCO

Per Fipe, la federazione dei pubblici esercizi, i periodi di riposo si ripartiscono nell'arco dell'anno, ma il mese preferito dai turisti rimane sempre quello del caldo torrido. La cucina tipica si conferma elemento principe nella scelta dell'Italia come meta

È ancora il mese di agosto a farla da padrone in un'estate il cui andamento economico relativo alla spesa dei consumatori è fortemente influenzato dalla domanda interna.

È quanto emerge da un'indagine del centro studi Fipe, la federazione dei pubblici esercizi aderenti a Confcommercio. Dei **32 miliardi di euro** spesi complessivamente dai turisti nel quadrimestre giugno-settembre, ben **undici** sono concentrati nel mese di **agosto** e se sommati ai **nove** miliardi spesi a **luglio** denotano il momento in cui la fascia di turismo è più consistente.

Se però la spesa estiva viene rapportata a quella sostenuta durante l'anno sempre nel contesto turistico che è pari a 97 miliardi di euro (al lordo del turismo di affari), il quadrimestre del solleone risulta in linea con gli altri due quadrimestri. Infatti, l'estate, pur generando il 60% delle presenze turistiche annue, sviluppa un fatturato più contenuto in quanto il turismo balneare, prodotto maggioritario in questa parte dell'anno, secondo il centro studi Fipe, è generalmente più economico. A questo si aggiunge il **fenomeno** di ritorno delle **secondo case, ospitalità da amici e parenti o alla scelta di alloggi più informali** come campeggi e camper che consentono di abbattere la spesa destinata alla vacanza. Il fatto che solo una vacanza su quattro abbia l'albergo come riferimento per la notte e che il 72% della spesa estiva, cioè **23 miliardi di euro**, siano da attribuire alla **domanda interna** confermano che a tenere contenuta la spesa dell'estate sia proprio la scelta dell'alloggio. Sempre secondo il centro studi Fipe, nei **dieci giorni di durata media delle vacanze** si spenderanno mediamente **665 euro a persona**.

Dunque, a far girare gli affari in estate sono soprattutto **bar e ristoranti**: colazioni, aperitivi, bibite, gelati, pranzi e cene faranno circolare poco meno di **otto miliardi di euro**, 2,5 in più di quelli destinati all'alloggio in alberghi e altre strutture ricettive. Non a caso la tavola imbandita continua a richiamare l'attenzione degli stranieri e a far desistere gli italiani dal valicare il confine.

Ma se questi sono i dati economici, altri dati solo legati ai comportamenti. La nuova tendenza dell'estate 2010 è la scelta dell'analcolico a cui sono dedicate anche delle sagre. Udine (Torviscosa), Bergamo, Trieste, Gorizia, Firenze, Latina sono fra le città in cui i bicchieri grandi, colorati, pieni di ghiaccio, pezzetti di frutta e ombrellini stanno diventando i protagonisti di queste serate. Secondo i barman, i long drink a base di mango e papaya hanno un tocco di esotico e attirano l'attenzione molto più dei banali bicchieri di birra o addirittura degli anonimi bicchieri con i super alcolici. Secondo gli esercenti "spesso vengono ordinati da chi vuole fare colpo sugli altri. L'attenzione è attirata dalla bevanda e di rimando va su chi la sta bevendo".

Altre iniziative particolari riguardano la gastronomia. Soprattutto in Toscana si sta rafforzando l'investimento sulla ristorazione per esaltare anche il valore aggiunto che la cucina dà all'alimento tipico del territorio.

«La qualità della ristorazione è il punto di forza del turismo – afferma Lino Enrico Stoppani, presidente Fipe – ed è basata su ingredienti di prima scelta e su un'attenzione accurata verso il cliente. La scelta di mettere il consumatore al centro dell'attenzione degli esercenti andrebbe però maggiormente sostenuta dalla politica e ricompensata nella scelta dallo stesso consumatore».