

Pasqua, Coldiretti Lazio: spesa da 150 euro a famiglia. Boom di prenotazioni negli agriturismi



Prodotti della tradizione del Lazio a tavola per la Pasqua, in cui si prevede una spesa media, in particolare a Roma, di circa 150 euro a famiglia secondo un'elaborazione della federazione regionale di Coldiretti, con un aumento del 10% rispetto allo scorso anno.

Circa 40 euro in media saranno destinati all'acquisto di dolci, soprattutto uova di cioccolata, che fanno segnare un aumento dell'8% e delle colombe che possono arrivare anche ad un +7% rispetto al 2024. Sia uova che colombe saranno presenti in quasi il 70% delle case.

A Roma si registrano costi più alti rispetto alla media nazionale, dovuti proprio all'inflazione che continua a crescere nella Capitale, con l'indice dei prezzi al consumo che ha raggiunto quota 120,6 punti solo il mese scorso. A determinare un aumento dei costi è anche la crescita dei prezzi delle materie prime dal burro +19,5% al cacao +14,1%, fino alle uova di gallina al + 4,6.

Sulle tavole non mancheranno i prodotti tipici come la

corallina, il salame tipico del Lazio accompagnato dalla pizza al formaggio nel rispetto della tradizionale colazione di Pasqua, così come la carne di agnello a pranzo, tanto da essere servito in quasi la metà delle case (44%), con una netta preferenza per quello Made in Italy, magari acquistato direttamente dal produttore, in azienda o nei mercati contadini di Campagna Amica a dimostrazione di una accresciuta sensibilità verso l'origine di quanto si porta in tavola.

Ogni anno oltre la metà del prodotto che si trova sui banchi rischia, infatti, di essere di origine straniera, spesso proveniente dall'est Europa, che non rispetta gli stessi standard di qualità di quello nazionale. L'appello di Coldiretti Lazio è quello di preferire carne di agnello a denominazione di origine garantita come l'abbacchio romano Igp che rappresenta una vera eccellenza del nostro territorio e scoraggia l'importazione di prodotti provenienti dall'estero, dannosi per la salute e per l'economia del nostro Paese.

“Registriamo un aumento del 10% rispetto allo scorso anno – spiega il presidente di Coldiretti Lazio, David Granieri – ma grazie al lavoro dei nostri agricoltori e al progetto di Campagna Amica, sosteniamo il modello della filiera corta, che riduce le intermediazioni e quindi i costi di trasporto della merce, garantendo prezzi più bassi ai consumatori e la genuinità dei nostri prodotti a chilometro zero.

Nei mercati di Campagna Amica, inoltre, continua la raccolta firme promossa da Coldiretti per la proposta di legge di iniziativa popolare, che vuole rendere obbligatoria l'origine degli ingredienti su tutti gli alimenti in commercio nella Ue e dire basta ai cibi importati e camuffati come italiani, per difendere la salute dei cittadini e il reddito degli agricoltori”. Una campagna sostenuta da “Tutto in etichetta” la prima serie podcast dedicata alla spesa degli italiani, promossa da Coldiretti e realizzata da Chora Media.

E' boom di prenotazioni anche negli oltre 1.300 agriturismi

del Lazio, dove si stimano per Pasqua e Pasquetta 300 mila presenze, complessive, tra pernottamenti, pranzi e visite giornaliere, per una crescita vicina al +10% rispetto allo scorso anno.

La durata media della vacanza tra Pasqua e i ponti del 25 aprile e del 1° maggio, sarà di cinque giorni, con la maggioranza del 52% che si limiterà a tre giorni e un altro 33% che starà fuori fino a una settimana, secondo Coldiretti/Ixe'. Un ulteriore 10% allungherà le ferie a 10 giorni, mentre la restante percentuale andrà oltre.

L'alloggio più gettonato nella "maratona" Pasqua-ponti sono le case di amici e parenti – continua Coldiretti -, davanti a bed and breakfast, alberghi, seconda casa, agriturismi e appartamenti in affitto. La spesa media sarà di 511 euro a persona ma un terzo dei residenti del Lazio (33%) la conterrà entro i 250 euro, mentre quasi la stessa percentuale (34%) si spingerà fino a 500 euro. Un ulteriore 16% arriverà fino a 1.000 euro, mentre la parte restante spenderà anche di più, oltre a un 6% che preferisce non rispondere.