

Italia. I nuovi souvenir sono i prodotti tipici.

La congiuntura negativa che si sta attraversando sembra aver modificato anche la scelta dei souvenir che si acquistano come ricordo di una gita o di una vacanza. Ora, sia italiani che stranieri preferiscono puntare su cibo e bevande.

Prendendo spunto dai numeri diffusi dall'Isnart (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) sull'impatto economico del turismo nel nostro paese, l'associazione agricola Coldiretti ha un'analisi dalla quale emerge che la spesa relativa ai prodotti tipici è aumentata di quarantatré punti percentuali nell'ultimo quadriennio, mentre tutti gli altri oggetti hanno subito un calo pesante del 31,5% (inclusi abbigliamento, statuine, gadget e quant'altro).

Si preferisce acquistare alimenti come formaggi, salumi e miele, e bevande come il vino o i liquori. Se poi si aggiunge che le spese dei turisti per mangiare in ristoranti, caffè, pizzerie e altri locali simili hanno sfiorato i quattordici miliardi di euro, si comprende bene come sia proprio l'enogastronomia a trainare il Made in Italy turistico.

La gente sa fortunatamente apprezzare cibi tipici come la mozzarella di bufala, il formaggio Asiago, il prosciutto San Daniele e anche il limoncello campano e i centri turistici, piccoli o grandi che siano, hanno saputo sfruttare tale tendenza.

29 aprile 2013

www.romagnagazzette.com