

E' il cibo il souvenir enogastronomico italiano più gettonato

Il souvenir enogastronomico tipico del luogo di vacanza è stato il preferito dai turisti che hanno trascorso le ferie estive in Italia nel 2008. È quanto afferma la Coldiretti nel sottolineare che il cibo e la buona cucina sono per quasi due italiani su tre (63 per cento) il simbolo del Made in Italy e battono la cultura e l'arte fermi al 24 per cento, la moda con l'8 per cento, la tecnologia (3 per cento) e lo sport (2 per cento), secondo un sondaggio on line su www.coldiretti.it.



Le difficili condizioni economiche e la necessità di fare spese utili hanno favorito nei luoghi di vacanza l'acquisto come ricordo dei prodotti alimentari tipici da consumare al ritorno a casa con parenti e amici. Dalla mozzarella di bufala in Campania al formaggio Asiago in Veneto, dal pecorino della Sardegna al prosciutto San Daniele nelle montagne del Friuli, dal vino Barolo del Piemonte ai peperoncini della Calabria, dal limoncello campano al Caciocavallo del Molise – sottolinea la Coldiretti – sono alcuni dei souvenir più richiesti dai turisti per portare un ricordo “appetitoso” dei luoghi di vacanza. Una tendenza in rapido sviluppo favorita dal moltiplicarsi delle occasioni di valorizzazione dei prodotti locali che si è verificata nei principali luoghi di villeggiatura, con percorsi enogastronomici, città del gusto, feste e sagre di ogni tipo.

Il prodotto tipico locale piace anche agli stranieri come dimostra una ricerca dell'Istituto Piepoli-Leonardo-Ice nella quale si evidenzia che a mantenere vivo il ricordo dell'Italia per quasi uno straniero su due (45 per cento) sono proprio il cibo e il vino Made in Italy.

Ad essere particolarmente attratti dalle specialità alimentari Made in Italy sono nell'ordine i cittadini svedesi (70 per cento) e americani (58 per cento), mentre il gradimento è più basso per quelli cinesi (31 per cento) e per i russi (28 per cento) che preferiscono i prodotti della moda. D'altra parte – continua la Coldiretti – la visita in Italia garantisce la possibilità di fare acquisti convenienti prodotti di grande fama all'estero dove spesso sono però commercializzati a prezzi molto più elevati con il rischio inoltre di imbattersi in falsi ed imitazioni di minore qualità. Infatti nelle vendite all'estero oltre all'aumento dei costi determinati dal trasporto si aggiungono spesso per i prodotti tipici – continua la Coldiretti – limitazioni quantitative e dazi doganali che determinano la moltiplicazione dei prezzi.