Coldiretti: il cibo di strada piace a 2 italiani su 3

dsc-7794-2000x1742-270e4dd3

Quasi due italiani su tre (65%) hanno consumato cibo di strada nella prima parte del 2016. Ed è ragionevole attendersi che la domanda crescerà con l'arrivo dell'estate perché lo street food concilia la praticità con il costo contenuto, ma anche perché rappresenta una forma di vendita particolarmente apprezzata dai turisti. E' quanto emerge da un sondaggio on line condotto dal sito www.coldiretti.it che sottolinea anche come, tra coloro che mangiano cibo di strada, ad essere nettamente preferito (81%) è il cibo della tradizione locale che va dalla piadina agli arrosticini fino agli arancini, a fronte di un 13% che sceglie quello internazionale come gli hot dog e solo del 6% che opta per i cibi etnici come il kebab, in netto calo rispetto al passato.

"Si tratta di una conferma che la scoperta del territorio e dei suoi prodotti tipici rappresenta un valore aggiunto inestimabile, che purtroppo rischia di sparire dalle strade e dalla piazze delle città italiane sotto la pressione dell'omologazione", ha affermato il presidente di Coldiretti, Roberto Moncalvo nel sottolineare che "con la scomparsa dei piatti tipici si perde un pezzo di storia delle città".

Il fenomeno del cibo di strada infatti - rileva Coldiretti - ha radici molto antiche che risalgono al tempo dei Romani dove gran parte della popolazione era spesso solita gustare i pasti in piedi e velocemente in locali aperti in prossimità della strada. Per questo l'Italia con le sue numerosissime golosità gastronomiche può vantare una tradizione millenaria, come dimostrano le diverse specialità locali apprezzate dagli amanti dello street food come gli arancini siciliani, la piadina romagnola, le olive ascolane, i filetti di baccalà romano, gli arrosticini abruzzesi, la polenta fritta veneta, le focacce liguri, il pesce fritto nelle diverse località marittime e gli immancabili panini ripieni con le tipiche farciture locali che vanno dai salumi ai formaggi senza dimenticare la porchetta laziale. Con gli stili di vita salutistici spazio anche - aggiunge Coldiretti - all'innovazione nella tradizione, con la crescente offerta di prodotti salutistici come la frutta presentata in tutte le diverse forme, dai centrifugati ai frullati, dagli smoothies ai pezzettoni, insieme alla classica fetta d'anguria.

Un patrimonio che va adeguatamente tutelato - conclude Coldiretti - poiché può rappresentare un volano economico dalle grandi potenzialità, specie se si considera che nell'Italia del futuro ci saranno

più di due cuochi per ogni operaio, con la crisi che ha cambiato profondamente le aspirazioni dei giovani e ha provocato il crollo delle iscrizioni agli istituti professionali a indirizzo industriale rispetto al boom delle scuole di enogastronomia e turismo, come dimostrano le iscrizioni all’alberghiero degli ultimi anni.