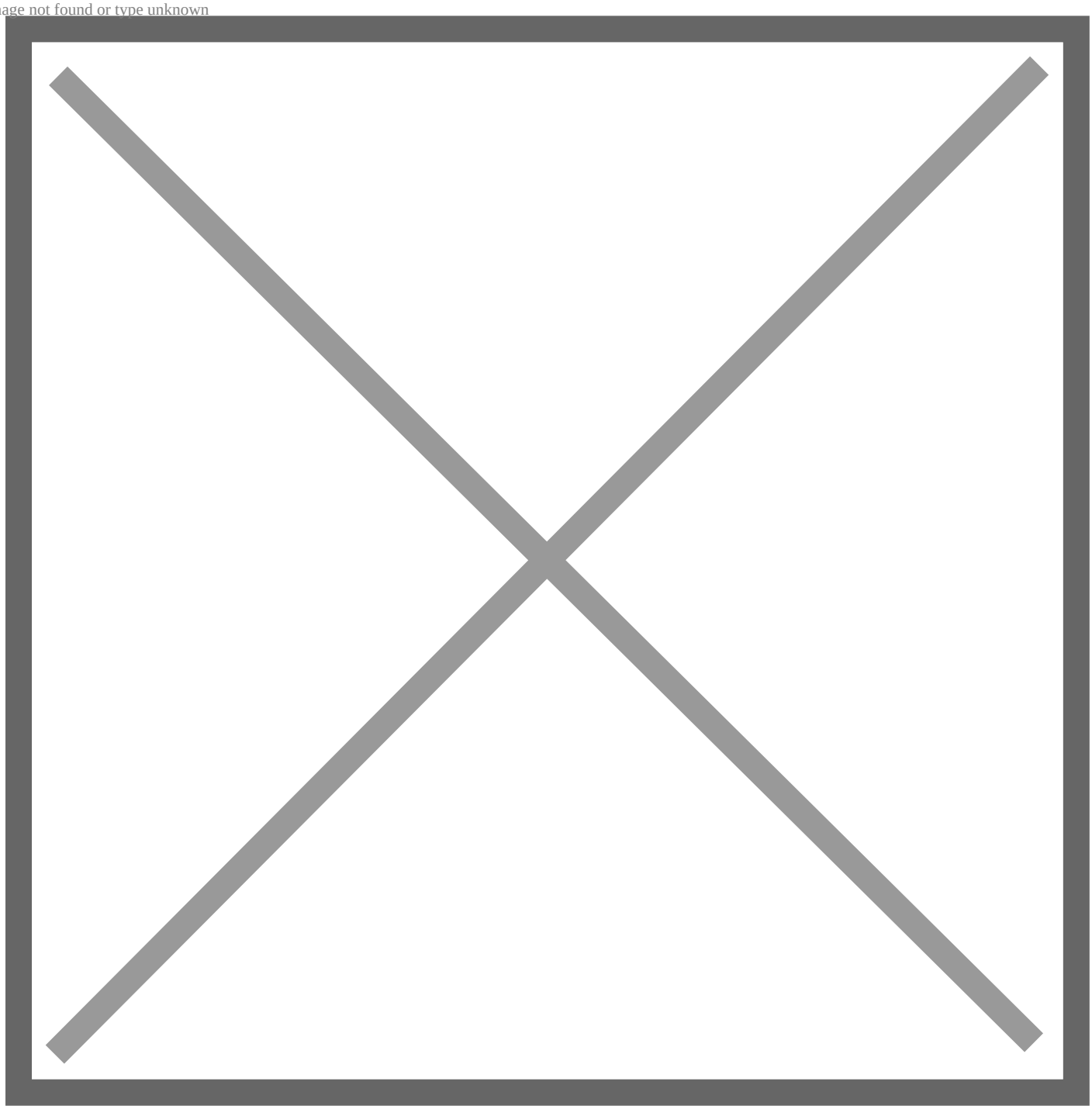
Image not found or type unknown



Africa

Indicatori di sviluppo in Africa: turismo e champagne

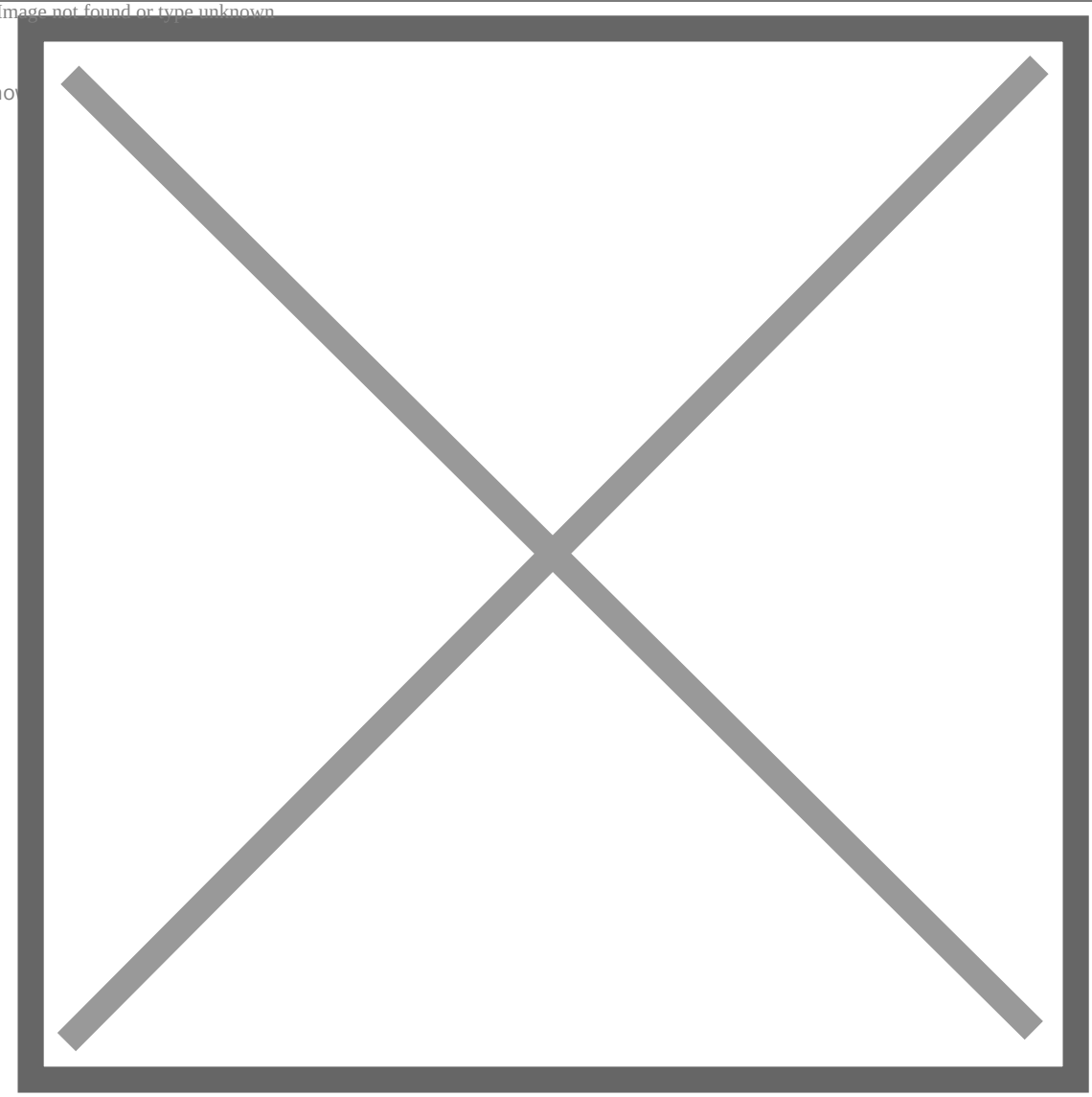
SVIPOP 31_10_2020

img

Image not found or type unknown

Image not found or type unknown

Anna Bono



C’è chi inspiegabilmene dubita dell’esistenza di un ceto medio in Africa, oltre tutto in costante crescita. Molti indicatori economici e sociali lo dimostrano senza ombra di dubbio. Uno è il turismo. Sempre più africani viaggiano nei rispettivi paesi e nel continente. Secondo il Consiglio mondiale dei viaggi e del turismo, già prima dell’emergenza COVID-19 gli africani contribuivano per il 56 per cento al fatturato dell’industria turistica continentale e questo benchè i viaggiatori africani mediamente spendano a testa meno di quelli internazionali. Nel 2019 inoltre il turismo locale è aumento dal 30 al 40 per cento rispetto all’anno precedente. Tra gli altri indicatori, uno forse inaspettato è il consumo di champagne. In Sudafrica, di gran lunga il primo consumatore africano, negli ultimi cinque anni le importazioni sono aumentate del 20 per cento. Nel 2019 il paese ha importate più di un milione di bottiglie. Al secondo posto c’è la Nigeria con 569.000 bottiglie. Non per niente Sudafrica e Nigeria sono le due maggiori economie africane. Seguono la Costa d’Avorio, la Repubblica democratica del

Congo e, a sorpresa, considerando che il 99 per cento della popolazione è di fede islamica e quindi non dovrebbe consumare alcoolici, il Marocco. Persino il piccolo Togo, con meno di nove milioni di abitanti, ne ha acquistate quasi 160.000 bottiglie. Complessivamente l'Africa ha importato nel 2019 circa 3,7 milioni di bottiglie di champagne, per un totale di 90 milioni di euro. D'altra parte per anni, subito dopo l'indipendenza ottenuta nel 1964, lo Zambia, che è uno dei 10 più importanti produttori di rame del mondo, è stato il maggior consumatore al mondo di champagne Veuve Clicquot Ponsardin.