

Discount, promozioni, prodotti a km zero: come cambia la spesa con meno soldi in tasca

Analisi della Coldiretti che ha attivato una rete di vendita per gli agricoltori locali



12 Gennaio 2023 Dall'utilizzo degli avanzi alla lista della spesa, dal boom degli acquisti a chilometri zero fino all'assalto ai discount sono solo alcune delle strategie adottate dagli italiani per far fronte al caro-vita, con la crescita dei prezzi che taglia le quantità di cibo acquistate.

E' quanto emerge dall'analisi Coldiretti/Censis in riferimento all'allarme dell'Istat sul fatto che le famiglie italiane spendono di più ma consumano di meno. Con la crisi economica scatenata dal conflitto in Ucraina il 58% degli italiani ha iniziato a cucinare pietanze utilizzando gli avanzi dei pasti precedenti, secondo Coldiretti/Censis, allargando a una fascia importante di popolazione una pratica sino ad oggi seguita da quote più ridotte di persone, coniugando la necessità di risparmiare con l'importanza etica di ridurre lo spreco.

Ma le strategie di risparmio si applicano soprattutto al momento di fare la spesa, con l'81% degli italiani che ha preso l'abitudine di fare una lista ponderata degli acquisti da effettuare – spiegano Coldiretti/Censis – per mettere sotto controllo le spese d'impulso, evitando di farsi guidare troppo dalla molteplicità di stimoli che sono attivati nei punti vendita. E cambiano anche i luoghi della spesa con il 72% degli italiani che si reca e fa acquisti nei discount, mentre l'83% punta su prodotti in offerta, in promozione.

Ma c'è anche chi nella situazione di difficoltà preferisce fare una spesa etica con 8 italiani su 10 (80%) che acquistano ovunque possibile prodotti agricoli italiani, perché li considerano di qualità più alta ma anche per dare supporto economico alle imprese agricole italiane. Quasi sette italiani su 10 (69%) cercano regolarmente di prodotti a chilometro zero e il 50% effettua acquisti nei mercati dei contadini con l'obiettivo di sostenere le realtà locali, ridurre l'impatto ambientale dei lunghi trasporti e garantirsi prodotti più freschi che durano di più.

Un impegno sostenuto dalla Coldiretti con la realizzazione la più estesa rete di vendita diretta nel mondo con 15mila agricoltori aderenti in quasi 1200 mercati lungo la Penisola. Le difficoltà delle famiglie si trasferiscono direttamente sulle imprese dove l'aumento dei costi di produzione colpisce duramente l'intera filiera agroalimentare a partire dalle campagne dove più di 1 azienda agricola su 10 (13%) è in una situazione così critica da portare alla cessazione dell'attività, ma ben oltre 1/3 del totale nazionale (34%) si trova comunque costretta in questo momento a lavorare in una condizione di reddito negativo

per effetto dei rincari” afferma il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare l’esigenza di “raddoppiare da 5 a 10 miliardi le risorse destinate all’agroalimentare nel Piano nazionale di ripresa e resilienza spostando fondi da altri comparti per evitare di perdere i finanziamenti dell’Europa”. Nell’ambito del Pnrr abbiamo presentato tra l’altro – precisa Prandini – progetti di filiera per investimenti dalla pasta alla carne, dal latte all’olio, dalla frutta alla verdura con più di 50 proposte e migliaia di agricoltori, allevatori, imprese di trasformazione, università e centri di ricerca coinvolti. Un impegno che – conclude Prandini – ha l’obiettivo di combattere la speculazione sui prezzi con una più equa distribuzione del valore lungo la filiera per tutelare i consumatori ed il reddito degli agricoltori dalle pratiche sleali.

□

© *copyright la Cronaca di Ravenna*