



Economia - Industria, Coldiretti, alimentare giù del 3,9% con taglio consumi

Roma - 13 gen 2023 (Prima Notizia 24) Il caro prezzi ha tagliato del 6,3% le quantità di prodotti alimentari acquistate dagli italiani che hanno però costretti a spendere comunque il 6,6% in più.

Crolla in Italia la produzione alimentare che fa segnare una riduzione del 3,9% con il taglio degli consumi anche per effetto di un Natale più magro a tavola. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat sulla produzione industriale a novembre, rispetto all'anno precedente, in cui si preparano le scorte per le tavole delle feste. Una frenata preoccupante che è il risultato – sottolinea la Coldiretti – delle difficoltà in cui si trovano le famiglie italiane che, spinte dai rincari mettono meno prodotti nel carrello ma è anche il segnale dei problemi della filiera produttiva alle prese con l'esplosione dei costi dell'energia e delle materie prime. Il caro prezzi ha tagliato del 6,3% le quantità di prodotti alimentari acquistate dagli italiani che hanno però costretti a spendere comunque il 6,6% in più, secondo l'analisi Coldiretti su dati Istat relativi al commercio al dettaglio a novembre. Una situazione che costringe gli italiani – sottolinea la Coldiretti – ad andare a caccia dei prezzi più bassi anche facendo lo slalom nel punto vendita, cambiando negozio, supermercato o discount alla ricerca di promozioni per i diversi prodotti. Accanto alla formula tradizionale del 3x2 ed ai punti a premio – precisa la Coldiretti – si sono moltiplicate e differenziate le proposte delle diverse catene per renderle meno confrontabili tra loro e più appetibili ai clienti: dalle vendite sottocosto che devono seguire regole precise ai buoni spesa. Per difendersi dagli aumenti 8 italiani su 10 (81%) hanno preso l'abitudine di fare una lista ponderata degli acquisti da effettuare per mettere sotto controllo le spese d'impulso, secondo l'analisi Coldiretti/Censis che evidenzia come siano cambiati 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. 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.

(Prima Notizia 24) Venerdì 13 Gennaio 2023