
Consumi: Coldiretti, “smart working gonfia di 10 miliardi di euro la spesa alimentare domestica”

“Lo smart working gonfia di 10 miliardi di euro la spesa alimentare domestica degli italiani nel 2020 per effetto del maggior tempo fra le mura di casa anche per i timori ancora diffusi sulla sicurezza dei pasti in bar, ristoranti e pizzerie”. È quanto emerge da un’analisi di Coldiretti che sulla base dei dati Ismea evidenzia un aumento del 6% del valore dei consumi domestici durante l’anno, in controtendenza con l’andamento generale di tutti gli indicatori economici. “Un trend in crescita nel corso dell’anno - evidenzia Coldiretti - dopo che il lockdown ha profondamente modificato le abitudini di spesa delle famiglie italiane sia per quanto riguarda i canali di approvvigionamento con il graduale spostamenti verso botteghe e piccoli negozi sia per quanto concerne i cibi da acquistare per colazioni e pranzi a casa invece che al bar o al ristorante”. “Lo smart working ha spostato fra le mura domestiche tutti gli intervalli del tradizionale orario di lavoro con la necessità di organizzarsi a casa, magari anche per gli aperitivi di fine giornata”, sottolinea l’associazione, secondo cui “si registra un +14% degli acquisti al dettaglio di latte UHT, +29% per le mozzarelle, +14% pasta, +18% riso, +18% prosciutto crudo, +16% salame, +14% frutta fresca, +21% salse e passate di pomodoro, +23% uova, nei primi cinque mesi dell’anno”. “Con la fine delle limitazioni agli spostamenti - osserva Coldiretti - l’effetto ‘scorta’ legato ai timori ingiustificati sugli approvvigionamenti si è progressivamente affievolito, ma è rimasta la spinta sugli acquisti domestici che segnala nuove abitudini di spesa e di vita”. “Una situazione che - continua Coldiretti - sta rivoluzionando anche gli equilibri all’interno delle filiere produttive con i consumi alimentari fuori casa in bar, ristoranti e pizzerie dove la spesa registra nel 2020 un drammatico crollo per un valore di 34 miliardi di euro”. La spesa alimentare fuori casa prima dell’emergenza coronavirus - conclude l’associazione - era pari al 35% del totale dei consumi a tavola degli italiani.

Alberto Baviera