



Abiti, svago e hi tech: le rinunce degli italiani in tempi di crisi

Lunedì 21 gennaio 2013



Sul podio delle rinunce dettate dalla recessione nel 2013 salgono le spese per l'abbigliamento che quasi tre italiani su quattro sono disposti a tagliare (74%), i divertimenti ai quali il 72% è pronto a dire addio e gli acquisti tecnologici che verranno ridotti da ben il 71% dei cittadini. E' quanto emerge da uno studio della Coldiretti sull'impatto della recessione economica prevista da Bankitalia nel 2013 sulla spesa dei cittadini, in base all'indagine Deloitte.

Gli effetti negativi - sottolinea la Coldiretti - si fanno sentire anche su altri settori dell'economia con quello turistico con il 66% degli italiani che è pronto a rivedere le proprie vacanze, mentre solo il 51% è disposto a ridurre qualche spesa alimentare o per la salute (49%) che si classificano come le voci più difficili da tagliare. Si tratta di un risultato che - precisa la Coldiretti - è il frutto delle aspettative negative sull'andamento del potere d'acquisto nel 2013 per il quale ben il 48% dei consumatori italiani si considera preoccupato e mantiene una visione negativa (contro il 34% della media europea), mentre solo l'8% pensa che la propria capacità di spesa migliorerà (contro il 19% della media europea).

A cambiare sono in generale i comportamenti di acquisto di tutti i beni e servizi con i consumatori italiani che tendono sempre più alla pianificazione d'acquisto basata sulla convenienza dei prodotti e dei punti vendita. Torna la lista della spesa per evitare gli acquisti di impulso, si ricorre alla ricerca su Internet per confrontare prezzi e ricercare offerte promozionali, si fa lo slalom tra le corsie dei supermercati e la spola tra diversi punti vendita. Se il 61% degli italiani - continua la Coldiretti - dichiara che effettuerà gli acquisti presso punti vendita più economici, è anche vero però che oltre al prezzo, gli

italiani continuano ad essere sensibili sia alla sostenibilità ambientale (8 italiani su 10 eviteranno di acquistare prodotti che hanno impatti negativi sull'ambiente) sia all'etica sociale (l'83% non acquisterà prodotti derivanti dallo sfruttamento di lavoro minorile). Questa attenzione - precisa la Coldiretti - si traduce nel settore agroalimentare (che è la seconda voce di spesa familiare dopo l'abitazione) con una maggiore propensione ai prodotti locali magari a chilometri zero acquistati direttamente dagli agricoltori e in generale ai cibi Made in Italy che garantiscono primati dal punto di vista qualitativo ma anche dalla sostenibilità ambientale e sociale.

Le produzioni italiane hanno il record del 99% di campioni regolari di frutta, verdura, vino e olio, con residui chimici al di sotto dei limiti di legge, ma l'Italia ha anche il maggior numero di imprese biologiche in Europa (quasi cinquantamila) che coltivano un milione di ettari di superficie bio. L'agricoltura italiana, che ha scelto di non coltivare ogm, vanta anche - conclude la Coldiretti - la leadership nei prodotti tipici con 244 prodotti a denominazione o indicazione di origine protetti dall'Unione europea mentre sono 517 i vini Docc, Doc e Igt riconosciuti in Italia