

Consumi: crescono frutta e verdura, giù carne e uova

Rivoluzione sulle tavole degli italiani dove aumentano gli acquisti di frutta (+5%) e verdura fresca (+3%) e crollano quelli di carne (-6%) e uova (-4%) mentre sono sostanzialmente stabili quelli di pasta (+1%) e vola il riso (+5%). È quanto emerge da una analisi della Coldiretti sui consumi alimentari nel 2015 degli italiani che se nel complesso rimangono praticamente stabili (+0,4%) nella composizione sono fortemente influenzati da diete, tendenze salutistiche, necessità di risparmio, allarmismi ed esigenze di praticità.

Nel 2015 il risultato più straordinario è stato messo a segno dall'olio di oliva con +19% della spesa mentre l'allarmismo si è fatto sentire sugli acquisti di carne delle famiglie che sono crollati del 9% per quella fresca di maiale, del 6% per quella bovina e dell'1% per quella di pollo come pure per i salumi. Il risultato è che per la carne si è scesi ai minimi dell'inizio del secolo per un alimento determinante per la salute che fa parte a pieno titolo della dieta mediterranea, alla quale apporta l'indispensabile contributo proteico, secondo elaborazioni su base dei dati Ismea.

Ad aumentare non sono solo i consumi di ortofrutta fresca ma buoni risultati hanno fatto segnare invece i legumi secchi con gli acquisti aumentati in valore del 5% nel 2015 con un forte balzo per i ceci in scatola (+11%), ma risultati positivi si hanno anche per le lenticchie secche con +7,2% la spesa e soprattutto per i mix di legumi secchi (+15%). In questo contesto le scelte degli italiani premiano anche la praticità d'uso con l'aumento nel 2015 dei consumi di verdure pronte per l'uso, cosiddette di quarta gamma, che fanno segnare in media un +2% della spesa ma la percentuale sale al +3% per gli spinaci e addirittura al +6% per le carote.

Nel 2015 si registra anche una svolta storica per il vino che dopo anni ha visto risalire le vendite delle bottiglie nei supermercati italiani del 2,8% ma è significativo che sul podio dei vini che hanno fatto registrare il maggior incremento delle vendite si trovano produzioni legate al territorio, dal 34,2% di bottiglie stappate di Passerina marchigiana al 22,2% di Valpolicella Ripasso (Veneto) fino al 19,9% del Pecorino (Marche /Abruzzo) secondo le elaborazioni Coldiretti su dati Infoscan Census per le vendite in volume di bottiglie da 0,75 litri.

L'orientamento verso la qualità è confermato dall'aumento del 20% dell'acquisto di prodotti alimentari biologici senza l'uso della chimica fino al boom dei consumatori che chiedono la garanzia "Ogm free" e agli oltre 15 milioni di italiani che cercano prodotti a chilometri zero nei mercati degli agricoltori di Campagna Amica, che conferma la svolta green degli italiani a tavola nel 2015 per effetto di un deciso orientamento a fare scelte guidate oltre che dal prezzo, anche da attributi di salubrità e naturalità dei prodotti.

Un exploit da ricondurre all'attenzione per il benessere, la forma fisica e la salute, oltre che la crescente diffusione di intolleranze alimentari. Una tendenza in forte ascesa nonostante il sovrapprezzo poiché il 70% degli italiani è disposto a pagare di più un alimento del tutto naturale, il 65% per uno che garantisce l'assenza di Ogm, il 62% per un prodotto bio e il 60% per uno senza

