

Con la crisi taglio di 15,2 miliardi alla spesa

La spesa alimentare delle famiglie italiane nel 2013 per effetto dell'ulteriore calo del 3,1 per cento ha raggiunto il minimo dall'inizio della crisi con un taglio di 15,2 miliardi rispetto al 2007. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base di dati Istat dalla quale si evidenzia che i consumi delle famiglie italiane per alimentari e bevande a valori concatenati sono stati pari a 114,3 miliardi rispetto ai 129,5 miliardi del 2007 quando è iniziata l'inversione di tendenza negativa.

L'andamento della spesa rileva un calo nelle quantità di alimenti acquistati ma anche la tendenza a privilegiare prodotti low cost a basso prezzo che sono gli unici a fare registrare un aumento (+1,6 per cento) nel commercio al dettaglio nel 2013. Con la crisi si dice addio al negozio di fiducia e quasi la metà degli italiani (47 per cento) si reca in diversi esercizi commerciali per acquistare il prodotto che cerca dove costa meno, magari aiutati da internet e volantini sui quali è guerra nel pubblicizzare offerte speciali e sconti, secondo una Indagine Coldiretti/Ixe'.

Con il 71 per cento dei consumatori che dichiara di confrontare con più attenzione rispetto al passato i prezzi, gli italiani sono costretti a trasformarsi in veri detective della spesa: il 62 per cento va a caccia delle offerte speciali 3 per 2 e degli sconti e il 42 per cento cerca sempre e comunque i prodotti che costano meno. Mai come nel passato fare la spesa è diventata una sfida alla ricerca della maggiore convenienza che richiede fatica e tempo, portando gli italiani a fare la spola tra diversi negozi per risparmiare.