

Italiani, l'evoluzione della spesa Il 70% spende di più. Per la qualità

Il rapporto Coop: balzo dei prodotti di lusso e interesse per le tecnologie. La casa resta prioritaria

Cibi «terapeutici»

Nel carrello della spesa crescono i cibi «terapeutici», integrali e senza glutine

Lo studio

di **Isidoro Trovato**

Siamo il Paese delle contraddizioni, forze contrapposte che mantengono l'equilibrio. Potrebbe essere questa la sintesi del «rapporto Coop 2017» (parte integrante di Italiani.coop, il portale di ricerca e analisi sulla vita degli italiani curato dall'Ufficio Studi Coop). E così mentre l'economia prova a rialzare la testa, il 28,7% delle famiglie è a rischio povertà o esclusione sociale (era il 26% nel 2007), poco distante dal drammatico 35,7% della Grecia. Allo stesso tempo, mentre il potere d'acquisto rallenta, i consumi continuano a crescere. Un certo tipo di consumi però, evidenzia il rapporto Coop, quelli che stanno nella fascia lusso e assecondano la ricerca di benessere dei consumatori.

Insomma, i salari non aumentano ma sembra finito il tempo della caccia alle promozioni e delle rinunce alimentari, il cibo si trasforma quasi in una terapia. Il 70% degli italiani cerca la qualità a tavola e il carrello del lusso sale dell'8% nel primo semestre dell'anno. Il cibo è sempre più moda e diventa esperienza da vivere soprattutto sui social. Come se fosse fashion, diventa estetica da condividere: non a caso in Italia si contano 227 milioni di hashtag sul food. La ricerca del benessere fa volare i consumi dei «cibi terapeutici»: così cede terreno il latte uht (-4,6%) a

favore di quello a alta digeribilità (+174,4%), arretrano le uova di galline allevate in batteria (-8,2%) a favore di quelle allevate a terra (+15%). E scorrendo la lista è tutto un incremento di prodotti considerati benefici come gli integrali, i senza glutine, i senza lattosio, i senza olio di palma.

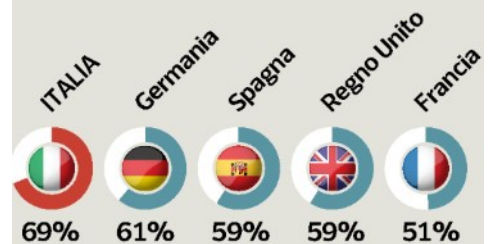
«Gli elementi di ripresa dei consumi sono evidenti anche nella nostra rete di vendita — spiega Marco Pedroni, Presidente Coop Italia — nei primi sei mesi dell'anno miglioriamo le vendite: circa +1,2% a valore e +2,1% a volume. Inoltre, di fronte a qualche risveglio dell'inflazione alimentare, continuiamo a frenare i prezzi e a difendere il potere di acquisto dei nostri soci e consumatori. Ma il timore maggiore è per l'aumento dei prezzi delle materie prime: olio extravergine, caffè, latte, salumi e frumento quest'anno costeranno di più e faranno lievitare i prezzi non per effetto di inflazione». E i consumi non food? Calano di circa il 2,7%. Gli italiani, a partire dai più ricchi, sono sempre meno interessati al consumo ostentato e utilizzano il budget familiare in investimenti oculati. Cambiano auto e lavatrice approfittando dei bassi tassi, la casa e l'istruzione dei figli rimangono prioritari ma soprattutto hanno un debole per le tecnologie di prossima generazione: dall'auto a guida automatica ai robot. Infatti gli italiani sono primi in Europa per interesse all'intelligenza artificiale e quelli che hanno meno paura che le «macchine» possano rubare il lavoro. Persino gli operai (il 70% di loro) dichiarano di vedere di buon occhio la sostituzione uomo-macchina. Qualcosa di impensabile fino a qualche anno fa. Ma questa è l'era delle contraddizioni.

I numeri

● Gli italiani cercano sempre più la qualità a tavola. La ricerca del benessere fa volare i consumi dei «cibi terapeutici»: così cede terreno il latte uht (-4,6%) a favore di quello ad alta digeribilità (+174,4%), arretrano le uova di galline di batteria (-8,2%) a favore delle allevate a terra (+15%)

Italiani primi in Europa per la ricerca della qualità a tavola

(% di quanti sono disposti a pagare di più per un prodotto di qualità)



Fonte: Ref Ricerche su dati Ipsos

CdS

