

fondatore: giovanni martirano
direttore responsabile: letizia martirano
agenzia quotidiana di informazioni

agra press

editrice cooperativa OUTSIDER Via in Lucina 15 - 00186 ROMA

www.agrapress.it

Tariffa ROC: "Poste italiane spa - Spedizione in a.p. - DL 353/2003 (convertito in legge 27/02/2004 n. 46) art. 1 comma 1 DCB ROMA"

ANNO LVI - N. 341

mercoledì 12 dicembre 2018

E' vietata la riproduzione totale o parziale e la distribuzione con qualsiasi mezzo delle notizie di AGRA PRESS, salvo espliciti e specifici accordi in materia con citazione della fonte.

I TESTI CITATI SONO DISPONIBILI CON RIFERIMENTO AL NUMERO DI NOTIZIA

Tel 06/6893000 - fax 06/6871275 - email agrapress@mclink.it

NOTIZIARIO TRASMESSO ALLE 17:13

SPECIALE FLAI-CGIL

“I consumi alimentari delle famiglie”

Tra motivazioni ed esperienza d'acquisto

Novembre 2018



Una tavola rotonda, alla quale hanno preso parte, fra gli altri, il presidente dell'Alleanza delle cooperative Maurizio Gardini, il presidente della Federalimentare Luigi Scordamaglia, il presidente della Cia-agricoltori italiani Dino Scanavino e il responsabile delle relazioni sindacali della Coldiretti Romano Magrini, tenutasi in occasione del Congresso nazionale della FLAI-CGIL ha preso in esame risultati e contenuti di un sondaggio condotto dalla Fondazione Di Vittorio e Tecnè per conto della Flai sui “consumi alimentari delle famiglie e alle loro esperienze di acquisto”.

Al campione nazionale intervistato, rappresentativo delle famiglie italiane, è stato chiesto di effettuare la spesa mensile utilizzando un budget, definito sulla base di specifici indicatori, assegnato in base alla zona di residenza, età, composizione del nucleo familiare e professione.

Nel caso in cui il budget è stato superato gli intervistati hanno dovuto rimodulare la composizione del carrello, scegliendo se rinunciare alla qualità del prodotto, optando quindi per prodotti di fascia inferiore, alla quantità di acquisto o a entrambe le scelte.

Gli intervistati hanno effettuato questi acquisti muovendosi all'interno di un negozio virtuale.

Sugli scaffali sono stati esposti prodotti con nomi ed etichette di fantasia con quattro caratteristiche che, intrecciate tra di loro, definivano la diversa gamma di prezzo: notorietà del prodotto; luogo di produzione; origine delle materie prime; diritti dei lavoratori addetti alla produzione.

I risultati generali per la valutazione del prodotto, scaturiti dalle diverse gradazioni delle risposte (molto/ abbastanza importante; moderatamente importante; poco/per nulla importante), mettono al primo posto le materie prime italiane, seguono sostanzialmente appaiati la produzione in Italia e il rispetto dei lavoratori e più arretrata la notorietà del prodotto.

Questi risultati sono stati evidenziati anche per area geografica, fascia di età, tipologia familiare e professione.

Le motivazioni alla base di queste indicazioni sono:

- ✓ **le materie prime italiane sono di qualità migliore;**
- ✓ **se sono rispettati i diritti dei lavoratori vuol dire che tutta la filiera è di qualità;**
- ✓ **se è prodotto in Italia ci sono più controlli e rispetto del lavoro;**
- ✓ **un prodotto conosciuto mi dà più sicurezza.**

E' bene notare che una parte quantitativamente importante degli intervistati associa nelle risposte i temi di qualità del prodotto con il rispetto dei diritti dei lavoratori.

Il budget familiare a disposizione degli intervistati è di 458 euro per la spesa mensile; si tratta di una cifra media poi differenziata oltre che per le tipologie prima richiamate anche per la composizione familiare.

Mediamente il comportamento di acquisto primario (spesa messa nel carrello) è di circa 43 euro superiore al budget assegnato, con differenze significative soprattutto per area geografica e professioni.

A cosa rinunciano le famiglie per rientrare nel budget? Le differenze si acquiscono fra le diverse tipologie di consumo.

L'esame riguarda oltre 50 prodotti con prezzi diversi (nei risultati viene indicato il prezzo medio del prodotto sullo scaffale, quello messo come prima scelta nel carrello, il prezzo medio del prodotto effettivamente acquistato per rientrare nel budget e la percentuale di riduzione della spesa per qualità e quantità).

Le soluzioni che le famiglie adottano sono ovviamente differenti per tipologia di prodotto secondo le specifiche esigenze alimentari e la diversa condizione economica.

Le famiglie più agiate riducono meno la qualità dei prodotti, mentre quelle con meno risorse riducono sia qualità che quantità in modo più elevato. Nel Mezzogiorno si ha la punta più alta delle quantità non acquistate così come fra le persone che vivono da sole o che si trovano in disagio occupazionale.

In generale emerge molto positivamente il tema della produzione nazionale e dei prodotti nazionali (made in Italy), ma fra le persone la condizione del lavoratore che produce, è parte integrante della qualità del prodotto. E' un aspetto fondamentale da tenere in considerazione per la valorizzazione e l'eticità della filiera, rafforzando così in Italia e all'estero il concetto del "made in Italy".

E' stata inoltre effettuata una comparazione per alcuni prodotti (prendendo a riferimento una ricerca Flai presentata all'Expò di Milano nel 2015) fra la tipologia dei consumi durante il periodo della crisi e quelli attuali.

Infine è stata presentata una stima, ancora in fase di elaborazione, sul potenziale impatto macroeconomico dei consumi delle famiglie in base alle prime scelte di acquisto (quelle superiori al budget) effettuate. Al seguente link è possibile consultare la ricerca per intero: <https://goo.gl/3EAvaM>. 11:12:18/17:00