

ENOGASTRONOMIA

Le nuove abitudini di spesa degli italiani

di Paola Sartori – Foodwriter e blogger

L'Ismea, (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare), ha studiato le **nuove abitudini di spesa** nel comparto alimentare degli italiani post pandemia.

L'obiettivo della ricerca è di comprendere come questo **lungo periodo di limitazioni** abbia **cambiato i nostri acquisti alimentari** e influito sulle nostre relazioni sociali.

Da questa ricerca è stato fondamentale individuare l'evolversi della situazione attuale per comprendere meglio quali saranno le prospettive future.

Stiamo tornando alla normalità ma **non è la normalità che conoscevamo prima**.

Uno degli effetti della pandemia è stato rilevare l'**accelerazione del processo di digitalizzazione** che ha colpito trasversalmente ogni generazione e ogni settore economico, compresi gli enti pubblici.

L'acquisto *online* dei prodotti alimentari è diventato uno strumento per le vendite dirette anche per le aziende agricole, notoriamente fanalino di coda nella digitalizzazione.

Nella nuova normalità è **aumentato l'interesse per il mangiare locale**, aspetto in controtendenza rispetto a prima della pandemia dove l'esotico, invece, aveva un maggior *appeal*.

In questo periodo, durante e post pandemia, hanno avuto **molto successo i mercatini e gli acquisti diretti dai produttori**.

Sono **diminuiti, invece, gli acquisti nei grandi ipermercati** e il consumatore è ritornato ad comprare nelle botteghe di quartiere e nei piccoli supermercati vicino casa.

L'attenzione alla **scelta dei buoni alimenti**, per preservare salute e sostenere il sistema immunitario, ha fatto cambiare le abitudini di consumo delle persone.

Bisogna comunque tenere conto del fatto che la **diminuzione del reddito** che ha coinvolto tanti italiani ha spinto molte più famiglie a ricercare anche i **prezzi più bassi**.

Da qui, hanno avuto la meglio i *discount* e i prodotti con la marca del supermercato.

Con ristoranti e bar chiusi, le **cucine degli italiani hanno ripreso vita** e sono diventate uno spazio terapeutico per combattere stress e ansia.

Sono **aumentati gli acquisti di alcolici**, per preparare aperitivi e *cocktail home made* ma è aumentato anche il consumo di uova, farina, lievito, burro, zucchero e olio, ingredienti base per cucinare in casa.

Certo anche la scoperta, nei piccoli centri, del **cibo da asporto** che si spinge oltre la pizza consegnata a casa è stata una **nuova voce nelle abitudini** delle famiglie italiane.

Buona cosa visto che questa nuova opportunità ha garantito qualche entrata al mondo della ristorazione fortemente penalizzato dalle chiusure imposte dal Governo.

Ma anche in questa nuova abitudine, a parte la **pizza che rimane regina incontrastata del food delivery**, **il piatto locale vince sull'estero**.

Con ogni probabilità, anche i consumi futuri si giocheranno su questi **delicati equilibri fra qualità, sostenibilità e convenienza**.

