



Milano, 24 novembre 2020

## COMUNICATO STAMPA

### CONSUMATORI E COVID LE CONSEGUENZE SULLE SCELTE DI CONSUMO DI BENI ALIMENTARI IN LOMBARDIA

**Quasi il 50% dei consumatori dichiara di aver modificato le proprie abitudini di spesa alimentare dopo i mesi del lock down della primavera 2020.** Questo è il dato più clamoroso che emerge dai 767 questionari fino ad oggi compilati da consumatori in prevalenza lombardi (96%) nell'ambito del progetto "TAG YOUR FOOD", finalizzato a sensibilizzare i cittadini-consumatori verso una scelta del prodotto agroalimentare attenta a qualità e sicurezza.

Il progetto è realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento della Regione Lombardia con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello Sviluppo Economico – Ripartizione 2018, promosso dalle Associazioni di Tutela dei Consumatori ed Utenti, quali Cittadinanzattiva Lombardia APS (capofila), Lega Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Unione Difesa Consumatori e Unione Nazionale Consumatori.

In particolare dai questionari emerge che se **oltre i due terzi degli intervistati afferma di aver modificato le proprie abitudini rispetto al punto vendita**, il 51% ha variato la composizione del carrello ovvero la tipologia di beni. Ciò che invece è decisamente mutato è l'attenzione per la filiera produttiva dei beni alimentari e la loro conservazione (61%), seguita a breve distanza da un diverso modo di scegliere il tipo di confezionamento (58%).

Questi dati trovano conferma nelle risposte relative ai comportamenti di acquisto agiti durante il lock-down, quando **l'attenzione per la scadenza dei prodotti è stata elevatissima (5,2 punti su sette) seguita a ruota dall'incremento di acquisti di prodotti confezionati (4,8 punti su sette)**. Rispetto ai punti vendita se è vero che sono aumentati gli acquisti presso i supermercati (4,8 punti), è altrettanto interessante notare che si è registrata una riscoperta dei negozi di vicinato (4,5 punti).

**Pasta e riso sono gli alimenti che i consumatori affermano di aver acquistato in maggior quantità rispetto alle precedenti abitudini (4,5 punti).**

E' oltremodo interessante sottolineare che il consumatore durante il lock down non ha modificato tanto la tipologia dei prodotti da acquistare – la dieta quotidiana - ma le dinamiche del loro acquisto: **ha diversificato i punti vendita in funzione dei beni e, in un contesto sociale dominato dall'incertezza in cui spazio e tempo hanno assunto nuovi significati, ha cercato certezze puntando molto sulla durata dei beni e sul packaging e, in seconda battuta, sulla consapevolezza e la fiducia generate da una lettura più attenta delle etichette e da una maggiore attenzione per i prodotti italiani (4,4 punti)**

Confrontando i dati complessivi con alcune variabili famigliari, notiamo che laddove si dichiarano fatiche economiche più o meno gravi la distanza tra le variazioni di processo e la composizione di carrello diventa minima, il che rivela che anche la dieta ha subito significative variazioni.

Nelle famiglie con almeno 4 persone quindi in presenza di figli, si osserva una dinamica generale simile al campione complessivo, ma si osserva una maggiore attenzione per conservazione, confezionamento e filiera dei prodotti alimentari.

*“Complimenti per lo studio effettuato. Oggi più che mai abbiamo bisogno di informazioni utili per mettere in atto politiche efficaci per lo sviluppo e la crescita del nostro tessuto sociale ed economico. Il metodo di Regione Lombardia si basa da sempre sul confronto e il dialogo con le associazioni che rappresentano i cittadini e tutti i protagonisti del settore. Consapevoli che solo così si vincono le sfide, anche le più difficili, come quella che stiamo affrontando”,* ha osservato l'assessore allo Sviluppo Economico di **Regione Lombardia, Alessandro Mattinzoli.**

**Liberata Dell'Arciprete**, Segretario Regionale di **Cittadinanzattiva Lombardia APS**, capofila del progetto dichiara *“questa indagine è unica nel suo genere; sono stati, infatti, direttamente interpellati i consumatori attraverso la somministrazione di un questionario curato grazie ad una convenzione con l'Università Cattolica -Centro per lo studio della Moda e della produzione culturale- nella persona del Dr. Flavio Merlo che seguirà la ricerca”. “Dai primi risultati”,* prosegue Dell'Arciprete *“il quadro sembra essere già molto chiaro e non solo in termini di scelta del prodotto/i alimentare/i”. “La pandemia, infatti -tra le altre cose- ha condizionato la scelta dei consumatori nell'acquisto di prodotti alimentari, anche in relazione a: packaging, scadenza ed etichette nutrizionali”.*

**Giovanni Daghetta**, Presidente di **Cia Lombardia** – partner di progetto- commenta *“Il Coronavirus ha fatto riemergere la strategicità del settore agroalimentare: i consumi di cibo e bevande sono stati*

*e continuano a essere tra i pochi che hanno segnato delle variazioni positive, dimostrandosi anticiclici rispetto alle altre filiere” e prosegue “questo grazie agli agricoltori che sono rimasti a lavorare in prima linea garantendo ogni giorno cibo sano e sicuro al paese. Un impegno portato avanti con dedizione e responsabilità, che tuttavia”, precisa Daghetta, “non è sufficiente ad arginare crisi e perdite reddituali, soprattutto legate alle misure restrittive che hanno colpito e colpiscono il canale Horeca (agriturismi, ristoranti e bar). Per questo Cia ha attivato anche il sito <https://iprodottidalcampoallatavola.cia.it/> che consente a tutti, restando a casa, di acquistare e consumare, ogni giorno, prodotti della terra, ma anche piatti della tradizione con la garanzia di qualità assicurata dagli uomini e dalle donne di Cia. Chiediamo quindi ai consumatori”, conclude Draghetta, “così come ai protagonisti della Grande Distribuzione Organizzata, di sostenere concretamente i produttori italiani, acquistando vino, riso, latte, formaggi, carne, frutta e verdura, ma anche fiori e piante, dalle aziende agricole del nostro Paese che stanno lavorando senza sosta per assicurare i rifornimenti alimentari a tutti”.*

#### RICERCA: NOTA METODOLOGICA

Le 767 interviste sono state raccolte nel periodo metà settembre – fine ottobre 2020 mediante somministrazione online. Hanno risposto 456 donne e 310 uomini, in media le famiglie sono composte da 2,8 persone, il 96% di consumatori risiede in Lombardia, il 74% in provincia di Milano. La somministrazione proseguirà fino alla fine di novembre al link <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeP-2R7o6bbhZGoRI9tnlbo1rzokk7KuleaQr8E2mUftllyCw/viewform>

Per informazioni:

Cittadinanzattiva Lombardia APS

Mob. 327.7365748