

# Covid, balzo della spesa alimentare: +2,9 nel primo trimestre 2021

BARI – L'emergenza Covid fa crescere la spesa alimentare delle famiglie al top del decennio con un balzo del +2,9% nel primo trimestre del 2021 per effetto dei lockdown e delle restrizioni agli spostamenti che hanno spinto i pugliesi tra le mura domestiche, con l'aumento degli acquisti nei mercati contadini del 20%. E' quanto emerge dall'analisi della Coldiretti Puglia, su dati Ismea che evidenziano in controtendenza un andamento positivo degli acquisti alimentari rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente che non compensa tuttavia il crollo della ristorazione, con i 22 mila bar, ristoranti, pizzerie e agriturismi che hanno dovuto rinunciare ad accogliere clienti a causa delle misure restrittive.

Le star del carrello 2021 nel tempo del Covid sono soprattutto vini e birra, con l'aumento record degli spumanti del 55%, come strettamente legato all'abitudine dell'aperitivo è l'aumento di salumi (+8,4%) e formaggi freschi (+5,9%). Ma accanto alle bollicine la spesa dei consumatori nel 2021 premia soprattutto il comparto ittico, in aumento del 15% trainato principalmente dal boom del pesce fresco che cresce del 28,5% – spiega Coldiretti Puglia – grazie al ritorno alle normali abitudini di spesa giornaliera, rispetto al lockdown quando le uscite erano molto più rare e non era dunque conveniente acquistare molto prodotto deperibile.

Il trascorrere delle settimane in casa – precisa la Coldiretti regionale – ha comunque modificato progressivamente l'atteggiamento dei consumatori nei confronti del cibo con un graduale ridimensionamento dell'interesse iniziale con la pandemia per i prodotti conservabili (surgelati e scatolame) e

da “scorta dispensa”. Il risultato è che sono i prodotti freschi sfusi a trainare la crescita dei consumi con un incremento del 3,7% (grazie al +6% della verdura fresca), contro il +2,5% dei prodotti confezionati.

L’approvvigionamento alimentare è assicurato in Puglia grazie al lavoro di oltre 100mila aziende agricole e stalle, più di 5mila imprese di lavorazione alimentare e una capillare rete di distribuzione tra negozi, supermercati, discount e mercati contadini di Campagna Amica, nonostante le preoccupazioni per la sicurezza, i vincoli, le difficoltà economiche e gli ostacoli oggettivi all’operatività, un impegno quotidiano senza sosta che è stato sostenuto anche dalle consegne a domicilio, dall’asporto e da importanti momenti di solidarietà verso i 200mila indigenti che si contano in Puglia.

La spesa nei mercati contadini di Campagna Amica è cresciuta del 20 per cento proprio nel momento della crisi causata dalla pandemia e con iniziative di solidarietà divenute un fenomeno strutturale e nel tempo la risposta dei consumatori ha dato forza – aggiunge Coldiretti Puglia – a questo modello di vendita e soprattutto al rapporto di fiducia che si istaura tra chi acquista e chi vende il prodotto agricolo.

In Italia le prime esperienze di mercati agricoli, realizzate a partire dalla metà degli anni 80, nacquero per iniziativa di alcuni gruppi di agricoltori, inizialmente anche in forma autonoma, e furono importanti per promuovere questo tipo di vendita rivolta in forma specifica alla valorizzazione delle produzioni delle piccole aziende agricole e alla promozione della cultura contadina. Dati Eurobarometro evidenziano che questa fiducia è aumentata nel tempo, anche a seguito delle crescenti preoccupazioni legate alla sicurezza alimentare. In Italia il 67% dei cittadini considera affidabili gli agricoltori rispetto alla sicurezza alimentare, molto più che la Grande Distribuzione e la ristorazione (45%). I cittadini scelgono la vendita diretta perché questo modello risponde in pieno alle loro esigenze di sicurezza alimentare, di gusto e

di contatto con la realtà. Ciò che guida la spesa del consumatore – insiste Coldiretti Puglia – non è tanto il prezzo quanto piuttosto fattori qualitativi, come ad esempio la trasparenza su provenienza e ingredienti, la tutela della salute (94%), l'eticità (83%).

Realtà in controtendenza alle drammatiche chiusure di negozi nelle città che contribuiscono a mantenere vivo il tessuto economico e sociale nelle aree urbane, nei mercati dei contadini di Campagna Amica – conclude la Coldiretti regionale – è anche possibile trovare specialità del passato a rischio di estinzione che sono state salvate grazie all'importante azione di recupero degli agricoltori e che non trovano spazi nei normali canali di vendita dove prevalgono rigidi criteri dettati dalla necessità di standardizzazione e di grandi quantità offerte.