

Indagine dell'Unione consumatori: la crisi sta cambiando le scelte degli aretini tra gli scaffali del supermercato

Nel carrello della spesa più pasta e meno carne

► AREZZO

Passano più tempo tra gli scaffali dei supermercati, valutando attentamente cosa comprare; il carrello della spesa è decisamente più "leggero", visto che il tempo di acquisti superflui o maxi scorte è ormai tramontato. La crisi sta cambiando il modo di fare la spesa degli aretini: più pasta, meno carne e verdura.

► a pagina 11

*I primi dati di un'indagine dell'Unione consumatori
Tempi "lunghi" davanti agli scaffali e carrelli "leggeri"*

Gli aretini a far la spesa: più pasta e legumi, meno carne e verdura

► AREZZO

Passano più tempo tra gli scaffali dei supermercati, valutando attentamente cosa comprare; il carrello della spesa è decisamente più "leggero", visto che il tempo di acquisti superflui o maxi scorte è ormai tramontato. La crisi ha cambiato i connotati della famiglia aretina che va a fare la spesa. Tagli e spending review fanno sentire i loro effetti anche nelle buste della spesa: supergiù si tirano fuori dal portafogli gli stessi soldi di qualche tempo fa, ma si sta molto più attenti a cosa si compra. E soprattutto si dedica molto più tempo a "pesare" gli acquisti. Che l'identikit del consumatore aretino stia cambiando lo provano i pri-

mi dati che, da qualche settimana, sta conducendo l'Unione nazionale consumatori di Arezzo. "Nessuna pretesa scientifica - sottolineano dagli uffici dell'associazione in via Crispi - ma un monitoraggio necessario per capire come stanno cambiando le abitudini dei consumatori aretini in questi tempi di crisi". Un centinaio, per adesso, le "interviste" raccolte dagli addetti dell'Unione consumatori: un primo spaccato utile per comprendere la "rivoluzione" tra gli scaffali dei supermercati. E dalle prime risposte le curiosità non mancano: pasta e legumi stanno andando per la maggiore, mentre sono in calo i consumi di carne, pesce e ortofrut-

ta. Cambiano le abitudini alimentari, ma si sta modificando anche il modo di fare la spesa. Le famiglie aretine trascorrono molto più tempo a scegliere i prodotti: in pratica il tempo dello shopping si è allungato. Segno di "scelte" più ponderate, con una sempre maggiore attenzione a non "buttare" nei carrelli prodotti superflui. Parola d'ordine meno sprechi. E il consumatore aretino, tra le pieghe delle interviste campione, mostra di gradire anche le aperture domenicali. Una spesa più "tranquilla", senza correre contro il tempo, dedicandosi alla "valutazione" di prodotti e dei relativi prezzi. La crisi fa fare anche questo. Adesso l'obiettivo dell'Unio-

ne consumatori è quello di dar vita ad un vero e proprio monitoraggio che, nel giro di qualche mese, dovrà confluire in un dossier. Una fotografia di abitudini e scelte di chi consuma che aiuti a far capire quali direzioni stanno prendendo le abitudini di spesa. Uno strumento che - sottolinea Antonino Armao, responsabile dell'ufficio aretino dell'Unione consumatori - potrebbe essere utile per tutti: dai consu-



matori ai titolari, fino ai sindacati e alle associazioni. Per decifrare "le contromisure che gli aretini stanno adottando per combattere la crisi".

M.A.

*Un centinaio
le interviste
tra i consumatori
effettuate
dall'associazione
A fine anno
pronto un dossier*

