
Coronavirus Covid-19: Coldiretti, “nel crollo generale dei consumi, per la spesa alimentare un balzo del 19% a marzo”

“In controtendenza con il crollo generale dei consumi aumento record della spesa alimentare che fa registrare un balzo del 19% a marzo con una punta del 23% per i supermercati dove è avvenuta quasi la metà degli acquisti”. È quanto emerge da un’analisi della Coldiretti su dati Ismea in riferimento al crack nei consumi evidenziato dalla Confcommercio. “L’aumento delle vendite - sottolinea Coldiretti - fa segnare incrementi mensili al dettaglio che vanno del +29% per la carne al +26% per le uova, dal +24% per gli ortaggi al +21% per i salumi, dal +20% per latte e derivati al +14% per la frutta ma crescono del 6% anche gli acquisti di vino e spumanti”. “Sugli acquisti al dettaglio - continua l’associazione - si fa sentire l’effetto accaparramento con quasi 4 italiani su 10 (38%) che hanno accumulato scorte in dispensa per paura della quarantena ma anche di trovare gli scaffali vuoti secondo l’indagine Coldiretti/Ixè”. “A spostare i consumi alimentari verso i supermercati - spiega Coldiretti - è stata anche la chiusura forzata di bar, trattorie e ristoranti con la ristorazione nel suo complesso che acquista ogni anno prodotti alimentari per un valore intorno ai 20 miliardi di euro. Una situazione che riguarda anche altri Paesi che ha avuto un impatto negativo rilevante sulle esportazioni agroalimentari Made in Italy che avevano raggiunto il record di 44,6 miliardi di euro nel 2019”. “Sotto pressione - continua l’associazione - è il lavoro di oltre tre milioni di italiani ai quali è stato richiesto di continuare ad operare nella filiera alimentare, dalle campagne all’industrie fino ai trasporti, ai negozi e ai supermercati, per garantire continuità alle forniture di cibo e bevande alla popolazione. Una realtà che allargata dai campi agli scaffali - evidenzia Coldiretti - vale 538 miliardi di euro pari al 25% del Pil grazie al lavoro tra gli altri di 740mila aziende agricole, 70mila industrie alimentari e 230mila punti vendita in Italia, tra ipermercati (911) supermercato (21.101), discount alimentari (1.716), minimercati (70.081 e altri negozi (138.000)”.

Alberto Baviera