

## PASQUA: la crisi e i nuovi consumatori

Si tirano le somme di una Pasqua nei meandri della crisi, mentre già si dettaglia l'identikit del consumatore dei prossimi mesi...

Sono stati circa un milione i pasti serviti negli agriturismi durante il lungo weekend di Pasqua, confermando l'agriturismo una valida alternativa al pic-nic perché consente di passare una giornata all'aria aperta senza rinunciare alla comodità e alla protezione garantita dall'ospitalità delle aziende di campagna anche nei confronti del maltempo. In totale durante le feste gli agriturismi hanno registrato circa 120 mila pernottamenti.

Più casalinghi e salutisti, ma anche attenti al borsellino, così vengono ritratti i consumatori italiani nei meandri della crisi in una ricerca Nielsen sui nuovi comportamenti di acquisto. Secondo lo studio, i consumatori vanno a caccia di promozioni sui prodotti alimentari abituali, preferiscono marche più economiche e commerciali e cercando il miglior rapporto-qualità-prezzo, a costo di cambiare canale di vendita. Questi comportamenti, sottolinea la ricerca, emergono da alcuni indicatori come l'aumento dei prodotti alimentari a 'marca privata' (quelli delle insegne dei supermercati, +26%) e la crescente preferenza per il discount (+16%). Si tende poi a rinunciare alla colazione al bar e a consumare meno pasti fuori casa: gli unici prodotti in crescita sono infatti gli alimenti per la prima colazione, i primi piatti già pronti, surgelati, salse e condimenti e gli alimenti legati al benessere e quindi light, integrali, probiotici, ad alta digeribilità ecc. Tengono inoltre frutta e verdura, una voce di spesa a cui gli italiani, secondo la ricerca, dedicano 10 miliardi di euro tra prodotti freschi e trasformati. In particolare, la frutta fresca è al terzo posto tra i prodotti più consumati, dopo carne e formaggi. Quanto al canale di vendita, oltre il 60% dell'ortofrutta viene acquistata in supermercati e ipermercati, ma il mercato rionale rimane il più gettonato dalla metà delle famiglie almeno una volta al mese. Cresce infine l'acquisto diretto dal produttore, pur rimanendo un fenomeno di nicchia pari all'1% in valore totale. Qualunque sia comunque il metodo di acquisto, sarebbe importante alternare i colori di frutta e verdura per le diverse caratteristiche nutritive che portano con sé, e approvvigionarsi di prodotti di stagione, ricchi di nutrienti e di freschezza. Ed è un bel momento questo scorcio di primavera, tra asparagi che già arrivano dalle nostre aree vocate bolognesi e ferraresi, i carciofi del centro e nord Italia, spinaci e cicoria Catalogna della Romagna, bietole da costa del Sud, lattughe, cipolle e zucchine. Mentre per la frutta, ci sono ancora i kiwi romagnoli, arrivano le fragole, resistono pere e mele italiane. E i colori ci sono tutti: blu/viola, verde, bianco, giallo/arancio e rosso. Alternanza, qualità e continuità: la prossima settimana una dieta tipo con i cinque colori del benessere.