

**Il nuovo indice.** Tra i dodici prodotti entrano i beni alimentari vegetariani e gli strumenti hi-tech per risparmiare tempo

# Nel paniere l'Italia salutista e veloce

**Giovanna Mancini**

MILANO

Cambiano le abitudini degli italiani e cambia il paniere dell'Istat, ovvero l'insieme dei beni e servizi di consumo che l'istituto nazionale di statistica utilizza per calcolare l'andamento dei prezzi e che aggiorna ogni anno.

Ebbene, le dodici nuove voci introdotte per il 2017 fotografano un'Italia più salutista e tecnologica, che in misura crescente acquista prodotti vegetariani o vegani, che al bar ordina centrifugati di frutta e verdura o - se proprio decide di concedersi qualche vizio - preferisce prodotti "slow" e ricercati come la birra artigianale.

Non solo: nel paniere di quest'anno entrano anche gli smartwatch e i dispositivi da polso per l'attività sportiva, a indicare la propensione all'acquisto di articoli non soltanto hi-tech ma anche, nuovamente, che possano essere usati per migliorare salute

e benessere del proprio corpo. E ancora: gli italiani sembrano essere meno disponibili a occuparsi delle faccende domestiche, come dimostrerebbe l'inserimento nel paniere di prodotti quali i "preparati di carne pronti da cuocere" (che riducono il tempo da

## L'ANALISI

Costabile (Luiss): si afferma la tendenza dei consumi a clessidra, con acquisti di beni di bassa qualità e di altissimo livello

passare sui fornelli) e le asciugatrici (per evitare di stendere il bucato). Il tempo guadagnato si può perciò dedicare alla cura della persona o ai propri hobby, come lo sport, la musica (entrano infatti anche le soundbar, barre amplificatrici di suoni) e altre attività,

magari da documentare attraverso modernissime "action camera", che prendono il posto delle tradizionali videocamere.

Le scelte dell'Istat per il 2017 riflettono certamente tendenze in atto da tempo: basti pensare che il numero di vegetariani in Italia, secondo l'ultimo dato diffuso dall'Eurispes, è attorno all'8% della popolazione. Ma questa immagine degli italiani - aggiornatissimi sulle ultime tendenze alimentari e tecnologiche - sembra stridere con le quotidiane notizie di un Paese ancora appesantito dalla crisi, con una disoccupazione giovanile oltre il 40% e una ripresa industriale ancora incerta. In questo senso vanno le osservazioni delle associazioni dei consumatori sulle novità del paniere: Codacons e Unione nazionale dei consumatori, ad esempio, apprezzano la scelta di introdurre prodotti di largo consumo (tra cui le cartucce a getto d'inchio-

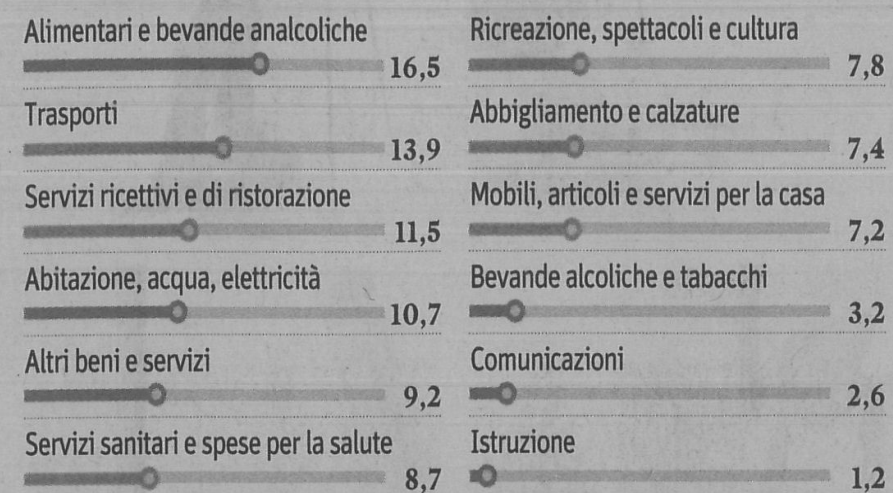
stro o i servizi assicurativi connessi all'abitazione) e beni che riflettono i cambiamenti nello stile di vita. Tuttavia criticano la scelta di aumentare il peso di voci di spesa non «necessarie» (tra cui abbigliamento, cultura, mobili, ricettività e ristorazione), riducendo invece quelle primarie (tra cui abitazione, acqua, elettricità e combustibili).

Il paniere 2017 è «un'ottima rappresentazione di alcune tendenze in corso tra i consumatori, in Italia come nella maggior parte dei Paesi occidentali», osserva invece Michele Costabile, professore di Marketing alla Luiss e direttore del centro di ricerca X.ite sui consumi e le tecnologie. «C'è un'apparente schizofrenia nel comportamento dei consumatori, con una evoluzione, da 15 anni a questa parte, da un modello di consumi "a cipolla" verso un modello "a clessidra"». Ovvero: mentre un tempo la gran parte

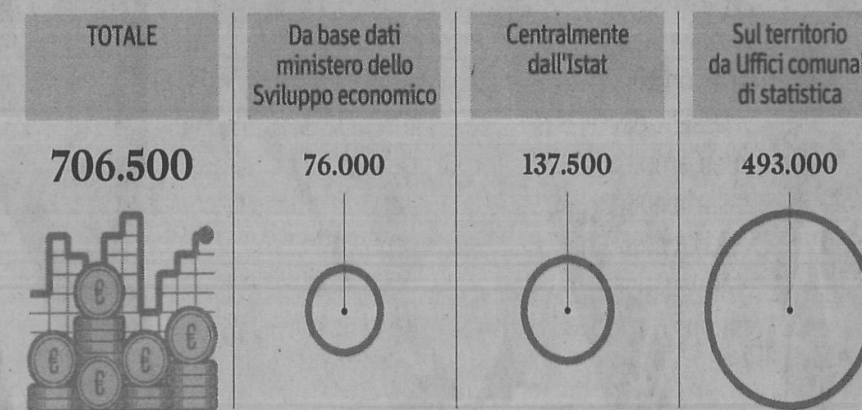
## Il paniere

### I PESI DELLE CATEGORIE DI PRODOTTI

Variazione % rispetto al 2016 ● Chi sale ● Chi scende



### I PREZZI RILEVATI OGNI MESE NEL CORSO DELL'ANNO 2017



Fonte: Istat

degli acquisti si concentrava nella fascia di mezzo, oggi assistiamo a una progressiva polarizzazione dei consumi sulle fasce alta e bassa. Una tendenza che, precisa il professore, riguarda trasversalmente tutti i settori (dal turismo alla cultura, dall'abbigliamento alla salute e all'alimentazione) e spesso le stesse persone, che magari acquistano prodotti di base al discount, ma poi si gratificano con una cena in un ristorante stellato oppure comprando il gadget tecnologico del momento. A questa tendenza macro, spiega Costabile, «si aggiungono tendenze micro, diverse a seconda dei settori merceologici. Ad esempio nell'alimentazione osserviamo la crescente consapevolezza dell'influenza che le scelte dei cibi hanno, nel lungo termine, sulla salute». Non solo: a questi comportamenti schizofrenici contribuisce anche l'ampliamento dell'offerta da parte delle aziende, che rende oggi disponibili beni e servizi di alta qualità anche a fasce sociali non necessariamente abbienti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA