

“ L'interesse per la spesa nei discount non è soltanto negativa: significa che la qualità dei loro prodotti è migliorata

L. RABALLO

direttore Confcommercio

di piero bertoglio



Il tavolo dei relatori; in piedi, Roberto Cavallo

# Prudente ottimismo Reggono i consumi nel saviglianese

## I RISULTATI

Il professor Marco Rinaldi, fin dalla sua prima edizione, ha elaborato e presentato i dati dei circa 400 questionari che i ragazzi dell'Arimondi - Eula hanno somministrato ad altrettanti intervistati.

«Significativo - ha sottolineato Rinaldi - come ora possiamo fare dei confronti diretti con le due precedenti edizioni della ricerca e vederne l'evoluzione». Dalla quale emerge come la situazione economica sia percepita in miglioramento e come si siano ridotte le criticità nel mondo del lavoro, con un netto calo di coloro che conoscono persone che abbiano perso il lavoro negli ultimi mesi.

La spesa familiare torna a crescere e nei generi alimentari continua a farla da padrona la grande distribuzione organizzata, con una curiosa crescita dei discount a svantaggio dei supermercati. Secondo Raballo: «Si tratta di un cambiamento da valutare attentamente: può essere legato al fatto che i discount hanno migliorato la propria offerta e lo stesso ambiente di vendita, che si avvicina sempre più a quello del supermercato tradi-

zionale». Dunque, non un dato in controtendenza, ma un'evoluzione dell'offerta che influisce sulla scelta del consumatore. Nell'abbigliamento continuano a diminuire i negozi di città a vantaggio della grande distribuzione ed anche di internet, che viene segnalata in crescita come strumento di acquisto.

Positivo il giudizio sulla città e sulle sue dotazioni (piste ciclabili, parcheggi, accesso al centro, trasporto pubblico ecc.)

## L'APPROFONDIMENTO

Quest'anno era dedicato all'acqua, in particolare per il suo rapporto con gli imballaggi in plastica, oggi più che mai al centro dell'attenzione a livello mondiale per gli effetti negativi sull'ambiente.

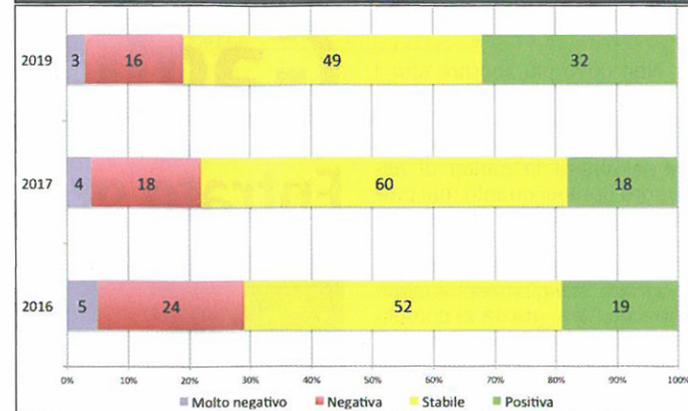
La minerale in bottiglie di plastica continua a recitare la parte del leone (47%), soprattutto per comodità e perché si ritiene l'acqua del rubinetto poco sicura. Tuttavia, l'88% degli intervistati sarebbe disposto a cambiare le proprie abitudini per ridurre i rifiuti di plastica e l'85% è consapevole che nel 2050 ci saranno nei mari più plastica che pesci.

## GLI INTERVENTI

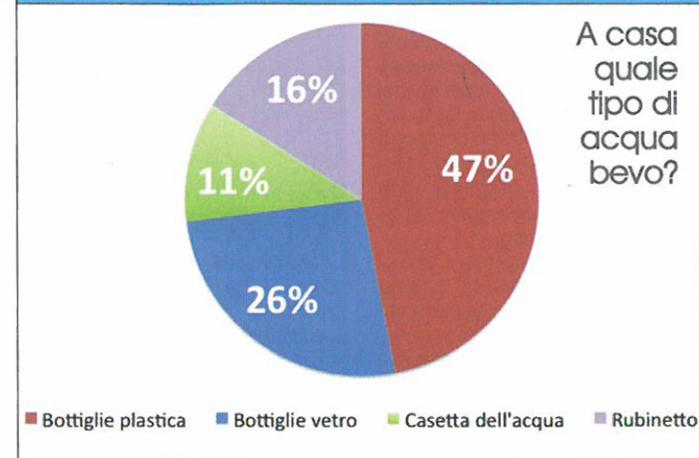
Sui risultati e sulle tematiche è intervenuto Alberto Cena di Avventura Urbana, esperto di indagini e ascolto del territorio, che ha posto l'accento sulla «necessità di informazione nei confronti dei consumatori e su come non possa essere chiesto lo sforzo solo al cittadino per contribuire ai miglioramenti ambientali, ma ci debba essere un sistema in grado di fare in modo che tale sforzo trovi una finalizzazione positiva».

Roberto Cavallo, esperto di comunicazione ambientale e autore di numerose pubblicazioni, fondatore della cooperativa Erica (una delle prime in Italia ad occuparsi di programmazione e gestione dei rifiuti), ha sottolineato come «la grande distribuzione organizzata, con la sua localizzazione fuori città e il suo essere avulsa dai centri cittadini, faccia venire meno quel senso di appartenenza che caratterizza invece il tessuto commerciali di vicinato (negozi tradizionali): questa situazione è ancora più marcata con il commercio elettronico, che rappresenta il "non luogo" per eccellenza».

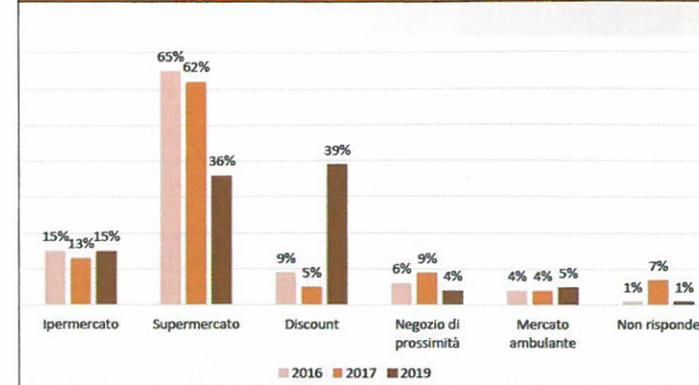
## LA SITUAZIONE ECONOMICA PERCEPITA DEL TERRITORIO



## APPROFONDIMENTO: ACQUA - PLASTICA E MICROPLASTICHE



## PER I GENERI ALIMENTARI MI SERVO PIÙ SPESSO DI...



Quanto alla plastica, Cavallo ha ricordato come le normative stiano cambiando e già dal 2021 una serie di oggetti saranno mes-

si al bando, confermando una strada di sensibilizzazione che ormai ha preso il via tra i consumatori.