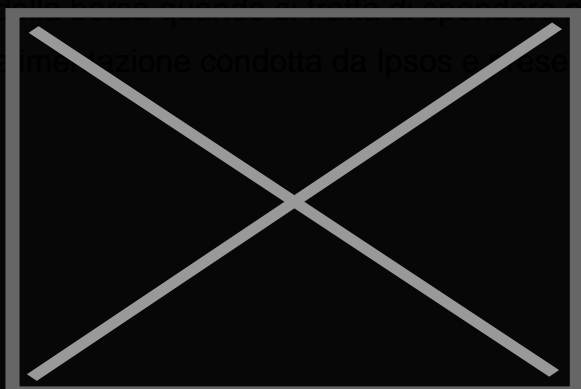


# Consumi in calo per bar, ristoranti e pizzerie. Lo dice Ipsos



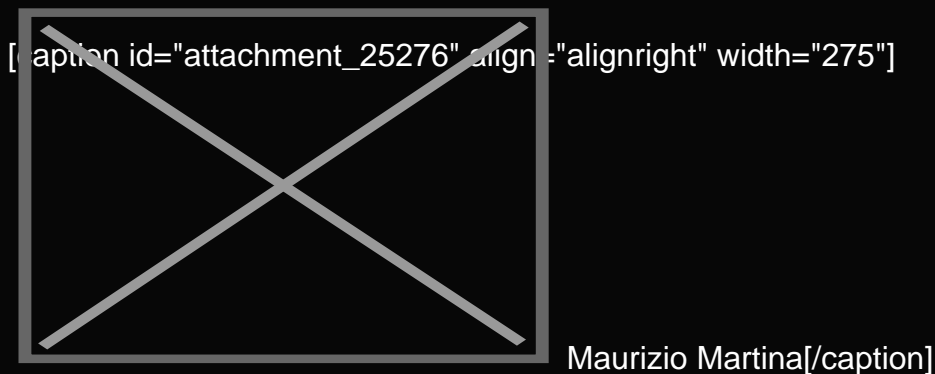
Cattive notizie per bar, ristoranti e pizzerie. Le famiglie italiane continuano a stringere i cordoni al canale horeca. A dirlo è una ricerca su consumatore e impresa, realizzata da Ipsos e presentata oggi durante



organizzato da Fiera Milano-Tuttofood. Dall'analisi emerge infatti che nel corso degli ultimi 2 o 3 anni ben il 65% degli italiani ha diminuito il budget destinato a mangiare fuori casa, contro un ben più contenuto 31% che ha dichiarato di averlo mantenuto stabile e un risicato 4% che, in piena controtendenza, ha affermato di averlo incrementato. «Stando alle nostre rilevazioni - ha affermato Nando Pagnoncelli, amministratore delegato di Ipsos - i consumatori mostrano una precisa tendenza alla rinuncia dei consumi voluttuari, come appunto sono considerati quelli del fuori casa, che risultano quindi più penalizzati rispetto ad altre voci della spesa alimentare». Spesa che comunque ha subito un generale decremento. «La crisi - ha continuato Pagnoncelli - continua a mordere in modo sensibile, tanto da avere modificato l'intero paradigma di consumo». E tanto da fare pensare che difficilmente si potrà tornare allo status quo ante. Almeno in tempi brevi. «Una parte consistente dei nostri intervistati - ha confermato il manager - prevede che la fine di questa fase recessiva non arriverà prima di 5-10 anni. E indipendentemente dal fatto che questa prospettiva si riveli concreta, ciò determina una maggiore tendenza al risparmio, incidendo già nell'immediato in modo negativo sulla propensione alla spesa».

### Export & ristorazione

In questo contesto, qualche nota positiva giunge però dall'export. «Tra il 2008 e il 2013 le esportazioni alimentari italiane nel mondo sono aumentate del 27,3% - ricorda Paolo De Castro, presidente Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento Europeo -, ma il nostro Paese potrebbe fare molto di più se facesse sistema e superasse una troppo spiccata attitudine all'individualismo. In più, l'Italia sconta il fatto di non godere del supporto di catene distributive nazionali presenti in forze all'estero, come invece avviene nel caso della Francia».



Un tema su cui si è mostrato piuttosto sensibile anche Maurizio Martina, Ministro per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali. «Stiamo valutando la possibilità di concedere un credito d'imposta alle insegne - ha detto - così da spingerle verso la creazione di piattaforme logistico-distributive capaci di operare oltreconfine. Credo comunque che la via più efficace e praticabile sia quella di stringere alleanze e partnership con catene già esistenti in modo da costruire al loro interno reti in grado di promuovere e proporre il nostro agroalimentare». Un obiettivo cui però potrà concorrere

