Caro prezzi, le intenzioni di acquisto calano del 10%. E il pranzo si porta da casa

20230831130319scontrinobar-d0d6e973

Maggiore sensibilità al cambiamento climatico, un sentimento di opposizione al consumismo e un'attenzione particolare all'aspetto economico dello spreco. Sono le priorità post estate degli italiani, secondo un sondaggio realizzato da a **Too Good To Go** in collaborazione con **YouGov**. La dimensione totale del campione intervistato online è di 1003 adulti; i dati sono stati ponderati per essere rappresentativi di tutti gli adulti italiani.

Ciò che emerge dalla ricerca è che l'impatto dell'inflazione ha largamente modificato il comportamento dei nostri connazionali: il 91% ha infatti dichiarato di aver modificato le proprie abitudini per far fronte al rincaro prezzi e al **minor potere d'acquisto**. Si evince, dunque, un ritorno alla cucina casalinga, contrapposta alla scelta di **mangiare spesso fuori**.

Infatti, in vista dei mesi più freddi, dopo un'estate all'insegna del relax e della buona cucina, **un italiano su due** secondo la ricerca, ha ricominciato a preparare la «lunch box» della pausa pranzo direttamente la sera prima mentre prepara la cena. Una scelta dettata da esigenze di natura economica quanto dal desiderio di un approccio in cucina che sia più sostenibile. Un trend che, di conseguenza, si associa anche al **minor consumo di pasti fuori**: il 76% dichiara di preferire pasti casalinghi e **di aver ridotto il numero di volte in cui si reca al ristorante o fa uso dei servizi di take away**.

IL QUADRO DI FINDOMESTIC

Dopo il dato positivo di luglio, a confermare il trend negativo delle **intenzioni d'acquisto degli italiani** è l'**Osservatorio mensile Findomestic** relativo ad agosto e realizzato in collaborazione con **Eumetra** . L'andamento della propensione al consumo — "*complice l'instabilità del contesto*" — è stato "*altalenante negli ultimi 12 mesi con autunno in calo e inverno in progressiva ripresa fino a inizio primavera*", si legge nella nota. Nel mese di agosto le intenzioni d'acquisto degli italiani tornano

mediamente in negativo del 10,3%, influenzate soprattutto dalla **crescente preoccupazione per l'aumento dei prezzi**, principale timore per il 62% del campione intervistato (56% il mese precedente).

"*Se **l'inflazione** si conferma la preoccupazione dominante, al secondo posto tra i timori più avvertiti dagli italiani troviamo ad agosto quello per il cambiamento climatico che registra una vera e propria impennata (dal 35% al 49%) favorita dagli eventi atmosferici estremi di luglio*", commenta **Gilles Zeitoun**, amministratore delegato e direttore generale Findomestic.

"***Stabile, al terzo posto, la preoccupazione per la diminuzione del potere d'acquisto*** — prosegue Zeitoun — *che, assieme all'ansia generata dal caro prezzi e alle conseguenze del riscaldamento globale, contribuisce a mantenere su livelli bassi la propensione a spendere nell'immediato, dal 29% al 26%, oltre che a ridimensionare i progetti d'acquisto a tre mesi*".

Anche il settore del tempo libero non brilla: **per i viaggi (e il fuori casa) le intenzioni d'acquisto subiscono un calo fisiologico del -10,8%**.