

[http://www.sestopotere.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=249877:ce-crisi-per-risparmio-72-italiani-sacrifica-look-](http://www.sestopotere.com/index.php?option=com_content&view=article&id=249877:ce-crisi-per-risparmio-72-italiani-sacrifica-look-)

**50** Oltre 20.000 voli  
a meno di 50 euro a/r

Cerca tutte le offerte **Vola50**  
Qualche esempio?  
Londra, Parigi, Barcellona, Berlino, Dublino...  
E inoltre tante rotte per volare in Italia

www.regionedigitale.net  
servizi on line per i cittadini e le imprese

HOME EMILIA ROMAGNA VENETO/NORDEST LOMBARDIA/NORDOVEST TOSCANA/MARCHE ITALIA POLITICA ECONOMIA WEB ARCHIVIO LIVE BOX

## C'è crisi: per risparmio 72% italiani sacrifica look, giochi e vacanze, ma non il cibo

VENERDÌ 29 OTTOBRE 2010 10:01 Notizie - Sondaggi nazionali



(Sesto Potere) - Roma - 29 ottobre 2010 - Con il nuovo scenario economico sembrano cambiare anche le modalità di risparmio degli italiani che sono disposti a rinunciare al look con il 72 per cento che posiziona l'abbigliamento e gli accessori al top dei beni "sacrificabili" mentre all'opposto ben l'84 per cento non rinuncerebbe mai alla frutta e verdura.

CONDIVIDI

E' quanto afferma la Coldiretti, in occasione della giornata del risparmio, sulla base dei dati Ipsos - Consumers Forum per l'Osservatorio sugli stili di vita e sulle tendenze di consumo degli italiani.

E' in atto un cambiamento rispetto al passato con il risparmio che riguarda soprattutto il voluttuario ed il superfluo (abbigliamento, pay TV, vacanze, prodotti elettronici), mentre non sembrano coinvolti i beni considerati "insacrificabili" che riguardano la salute e la sicurezza alimentare come pesce, farmaci, pasta, visite di controllo, frutta e verdura.

Non è un caso che un italiano su tre (32 per cento) nel 2010 ha acquistato regolarmente prodotti a denominazione di origine e il 15 per cento quelli biologici, secondo l'indagine Coldiretti - Swg. Si tratta della conferma che "La crisi non incide sul bisogno di sicurezza alimentare dei cittadini che continuano ad esprimere un forte interesse per le produzioni ad elevato contenuto salutistico, identitario e ambientale", ha affermato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nel precisare che a dimostrarlo "è la crescita degli acquisti diretti dal produttore che hanno raggiunto il valore di 3 miliardi di euro e interessano più di 60mila imprese agricole tra cantine, cascine e malghe oltre a 600 mercati degli agricoltori di Campagna Amica.

Una tendenza confermata dall'indagine del Consumers Forum secondo il quale negli acquisti lascia ben sperare la "quantificazione" del "valore aggiunto" dell'etica poiché i consumatori si dicono potenzialmente disponibili ad acquistare un prodotto che rispetti l'ambiente e i diritti dei lavoratori, garantisca standard qualitativi elevati e sia un prodotto locale. Dovendo "quantificare" quanto sarebbero disposti a spendere in più per un prodotto fornito da un'azienda che si comporta in modo etico e sostenibile, la maggioranza degli intervistati (circa il 70 per cento) si dichiara disponibile ad un incremento di prezzo in media dell'8,9 per cento. Questo dato medio nasconde comportamenti differenziati ma, ben un intervistato su cinque, si mostra disponibile ad un incremento maggiore del 10 per cento del prezzo attuale, anche in tempo di crisi.

ULTIMO AGGIORNAMENTO VENERDÌ 29 OTTOBRE 2010 10:05

Copyright © 2010 Sesto Potere soc. coop. - tel 0543.77.47.13 - fax 0543.75.12.80 - P.IVA e C.F. 02707960403 | Web by: Tinfo srl | RSS

**kijiji** **VUOI VENDERE LA TUA MOTO?** **PUBBLICA IL TUO ANNUNCIO SU KIJJI**