12/01/2023

4 a2023

**Comunicato stampa**

**I consumi dei veronesi in un’epoca di restrizioni**

**Cresce la preoccupazione e la sfiducia nel futuro**

Presentati i risultati della ricerca sui consumi delle famiglie veronesi

condotta dal dipartimento di Scienze umane dell’ateneo scaligero

in collaborazione con Adiconsum e Coldiretti

**Preoccupazione, sfiducia verso il futuro, rinuncia a perseguire i propri sogni e progetti, questi i sentimenti che emergono dalla ricerca condotta dal dipartimento di Scienze umane, in collaborazione con Adiconsum e Coldiretti.** L’indagine, condotta lo scorso dicembre su un campione di 1005 residenti nel comune di Verona, **ha indagato la situazione veronese, comparando i dati con quelli dell’indagine locale svolta nel 2018.** I dati sono stati presentati in ateneo giovedì 12 gennaio, dal direttore del dipartimento **Riccardo Panattoni,** i docenti ecomponenti dell’Osservatorio sui consumi delle famiglie **Debora Viviani e Sandro Stanzani, Davide Cecchinato,** presidente di Adiconsum Verona, e **Alex Vantini**, presidente di Coldiretti Verona.

**Il quadro che emerge dall’indagine** “**Orientamenti di consumo in un’epoca di restrizioni. Un’indagine sul territorio veronese**” **è di generale incertezza**, con un aumento delle famiglie ad alto livello di difficoltà economica, che passano dall’11,3% del 2018 al 21,6% del 2022. Un forte incremento che, infatti, emerge alla richiesta di valutare la situazione economica della propria famiglia, con il 39,4% che si dice preoccupato, mentre nel 2018 lo era solo il 25,9%.

**Anche a causa delle difficoltà che la congiuntura sociale ed economica ha generato nel corso degli ultimi due anni, i veronesi intervistati hanno dovuto rinunciare ad alcuni sogni in ambito personale e professionale.** Tra coloro che avevano progetti da realizzare, in particolar modo, restaurare o rinnovare casa (il 50,5% del campione), comprare un’auto (50,1%) o comprare casa (39,4%), rispettivamente, il 36,3% ha deciso di non effettuare lavori di restauro o rinnovo della propria casa, il 31,6% non ha acquistato un’auto e il 26,2% non ha acquistato una nuova casa. Incertezza che si ripercuote anche sugli affetti, con il **17% dei veronesi intervistati, tra quanti avevano il desiderio di “allargare la famiglia”, che ha rinunciato a concepire un figlio**.

“Sullo sfondo di queste scelte degli ultimi due anni, i dati confermano che i veronesi sono preoccupati per la situazione economica familiare che sembra profilarsi nel 2023. Circa la metà del campione si dichiara preoccupato (39,4%) o fortemente preoccupato (8,6%) per il futuro e solamente il 5,9% affronta il nuovo anno con ottimismo. Nel 2018 gli ottimisti erano il 18,4% del campione”, spiegano **Viviani** e **Stanzani**. “Le dinamiche che caratterizzano il sistema economico hanno un’influenza sulla vita dei singoli e delle famiglie ampiamente dimostrata anche dai dati empirici”.

**La recente crisi energetica** ha visto il 75% dei veronesi mobilitarsi per contenere le spese energetiche e il 35% degli intervistati ha ridotto gli spostamenti in auto. Rispetto all’indagine precedente, i veronesi hanno ricominciato a porre **particolare attenzione al prezzo dei prodotti acquistati e dimostrano un atteggiamento volto alla ricerca di offerte e promozioni.** Le trasformazioni nella modalità di spesa interessano anche i consumi alimentari. Si conferma, anche in questo caso, l’attenzione allo spreco (78,2% dei veronesi coinvolti nello studio). Inoltre, il 73,4% cerca di acquistare prodotti freschi, mentre il 70% cucina maggiormente in casa, evitando di acquistare piatti già cucinati. Si evidenzia e conferma una particolare attenzione alla scelta del cibo in termini di qualità. Infatti, il 67,9% dichiara di stare più attento a ciò che mangia, il 64% afferma di mangiare più sano. In generale è maggiore l’attenzione alla qualità, stagionalità e alla provenienza del prodotto con predilezione per il km zero.

“Le difficoltà delle famiglie veronesi si ripercuotono anche sui consumi di cibo a partire da una riduzione degli sprechi ma senza tralasciare la qualità e la provenienza dei prodotti per un’alimentazione più sana, come dimostra la ricerca. Significativo è l’aumento di persone che prestano più attenzione al consumo dei prodotti freschi e certificati”, spiega **Vantini**. “È questa la filosofia di Coldiretti sulla valorizzazione delle produzioni locali attraverso i mercati a km zero e con la richiesta di certificazioni, come le Dop e Igp, per una maggiore identità delle eccellenze agroalimentari del territorio scaligero”.

Se durante la pandemia c’era stato un aumento dell’uso del servizio di food delivery, a causa delle restrizioni dovute al lockdown, ora, nel territorio veronese, ma anche in quello nazionale, si registra una decelerazione nell’uso del servizio di consegna di cibo a domicilio. Il 51% dei veronesi, infatti, ammette di non utilizzarlo più (14,4%) o di averlo diminuito (36,6%).

Le reti primarie di relazione si dimostrano essere una solida fonte di sostegno per trovare conforto alle difficoltà economiche che si fanno più pressanti, con la preoccupazione per il futuro che aumenta mentre le finanze scarseggiano. Infatti, per le famiglie veronesi parenti e amici sono una fonte di sostegno economico cui si ricorre con più frequenza e probabilmente con più fiducia rispetto alle banche e agli istituti finanziari.

“Come era immaginabile, raddoppia il livello di difficoltà economica dei nostri concittadini, come la loro preoccupazione per il futuro”, conclude **Cecchinato**. “Molti veronesi hanno rivisto le proprie abitudini di consumo sia energetico che alimentare. In questi campi sono necessari interventi pubblici più incisivi. Nel settore energia è necessario affiancare i singoli in percorsi equi di transizione energetica. Nel settore alimentare la politica deve alleviare le crescenti difficoltà della cittadinanza per garantire ai consumatori l'acquisto di beni di prima necessità a prezzo calmierato".

**Area Comunicazione - Ufficio Stampa**

**Direzione Sistemi Informativi e Tecnologie | Università di Verona**

Roberta Dini, Elisa Innocenti, Sara Mauroner

366 6188411 - 3351593262 - 3491536099

[**ufficio.stampa@ateneo.univr.it**](mailto:ufficio.stampa@ateneo.univr.it)

Agenzia di stampa **[Univerona News](https://www.univr.it/it/univerona-news" \t "_blank)**