



Nell'ultimo periodo, a seguito della dilagante [inflazione](#), molti consumatori hanno probabilmente notato che alcuni prodotti sembrano aver subito una misteriosa "diminuzione" nelle dimensioni del prodotto all'interno del packaging, senza però notare il restringimento dello stesso imballaggio. Questo fenomeno diventa più evidente se parliamo dei prodotti che fanno parte della nostra spesa abituale, come pasta, cioccolata o beni alimentari in generale.

### Cos'è?

Questo fenomeno viene definito come "Shrinkflation" (termine che unisce due parole, "to shrink", ossia restringere e "inflation", ovvero "inflazione").

Molte aziende stanno infatti facendo un uso spropositato di questa procedura, che permette di risparmiare sulle spese connesse al prodotto.

Al contempo però, il costo che vediamo sugli scaffali non sembra diminuire, anzi, tutt'altro. Questi aumenti costanti, vanno di pari passo con la non variazione del packaging, che ad occhio porta il consumatore a pensare

di stare comprando lo stesso quantitativo di prodotto, ma che poi si rivela essere ben diminuito rispetto alla realtà.

Ad esempio, un pacchetto di biscotti potrebbe sembrare simile a quello acquistato in passato, ma il consumatore più attento potrebbe notare che ora contiene meno biscotti rispetto al precedente. Lo stesso vale per le bottiglie di bevande, che possono sembrare uguali alla prima ma contengono meno liquido.

Non si tratta però di una pratica illegale, ma di un fenomeno che spinge il consumatore a dover prestare maggiore attenzione nelle pratiche abituali come la spesa.

Come si può evitare di rimanere colpiti da questo fenomeno?

Una semplice buona abitudine da acquisire è quella di iniziare a leggere attentamente le etichette del prodotto valutandone il peso e la proporzione quantità/prezzo, che potrebbe aiutare a fare una spesa più consapevole e che non comporti un "peso" eccessivo per il portafoglio.

## L'impatto sull'ambiente

Un altro lato negativo di tale pratica è il suo impatto sull'ambiente. La riduzione del contenuto di un singolo prodotto comporta una produzione maggiore delle confezioni, che di conseguenza portano ad un aumento dei rifiuti, considerato che il consumatore dovrà acquistare più spesso il prodotto in confezioni più piccole per poter arrivare al suo consumo abituale.

