

*I dati di agosto negativi per il terzo trimestre di fila*

# Istat: si spende di più, ma scendono i consumi

Le famiglie comprano meno beni alimentari e sempre più spesso nei discount

**ROMA** - Spendere il 4,3% in più per comprare il 2,1% in meno. L'Istat fotografa l'amara beffa che ha preso forma in Italia questo agosto rispetto all'agosto di un anno fa. Colpisce che le famiglie acquistino meno beni alimentari, tagliando energicamente quelli non necessari. Colpisce che tante persone facciano tappa nei discount per comprare prodotti non di marca, pur di risparmiare. D'altra parte, l'inflazione che attanaglia il Paese e il caro energia - ormai alle viste - non permettono altre vie d'uscita.

Mentre il governo Draghi si prepara a lasciare, e il governo Meloni ancora non esiste, i consumatori chiedono di non mollare la presa. Servono misure concrete e immediate. Assoutenti, ad esempio, invoca il taglio dell'Iva sui generi alimentari e i beni di prima necessità. In questo modo, i prezzi potrebbero flettere verso il basso, o quantomeno non aumentare con lo stesso passo di carica.

L'Unione Nazionale Consumatori avverte che non tutte le famiglie

e le persone sono nelle stesse condizioni, come reddito mensile e come risparmi cui attingere nel momento del bisogno. Per questo motivo, invoca «provvedimenti una tantum come la ripetizione del bonus da 200 euro che il governo Draghi ha messo in campo per i redditi sotto i 35 mila euro». Un bonus che adesso andrebbe triplicato nell'importo, arrivando a 600 euro».

**Confcommercio** ricorda che le grandi catene e i discount possono resistere molto meglio al calo dei consumi e dei clienti, avendo alle spalle dei giganti economici e catene di approvvigionamento collaudate. Viceversa i piccoli negozi di alimentari, già tormentati da bollette della luce insopportabili, rischiano di soccombere. Federdistribuzione è preoccupato proprio dalla corsa al risparmio che, come detto, sta riempiendo le rivendite low cost. Migliaia di imprese continuano a produrre alimenti di grande qualità, orgoglio del *made in Italy*. Prodotti che hanno un prezzo significativo. Negozi e catene, in questo clima di paura e sfiducia, potrebbero ridimensionare l'acquisto degli alimenti di pregio, nella convinzione che possano restare almeno in parte invenduti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

