

La crisi fa la fortuna dei discount

Balzo del 9,5% nelle vendite. Ci si orienta verso i prodotti low cost per arrivare a fine mese. Nemmeno le ferie e i turisti di agosto sono stati sufficienti a salvare il commercio

di **GIANLUCA BALDINI**

■ Il caro bollette non smette di deprimere i consumi e, quel che è peggio, è che con l'arrivo dell'inverno la situazione non potrà altro che peggiorare.

Come ha fatto sapere Coldiretti, ad esempio, il caro energia ha già tagliato del 3,2% gli acquisti alimentari, ma gli italiani sono obbligati a spendere il 4% in più a causa dei rincari determinati dalla crisi energetica e delle materie prime.

«L'impatto dell'inflazione è evidente dal fatto che», spiega Coldiretti, «volano gli acquisti di cibo low cost con i discount alimentari che fanno segnare nei primi otto mesi un balzo del 9,5% nelle vendite in valore, il più elevato nel dettaglio. Il risultato dei discount», continua la confederazione dei coltivatori, «evidenzia la difficoltà in cui si trovano le famiglie italiane che, spinte dai rincari, orientano le proprie spese su canali a basso prezzo rinunciando anche alla qualità. Più di un italiano su due (51%)», secondo uno studio, «taglia la spesa nel carrello a causa dell'aumento record dei prezzi trascinato dai rincari energetici e dagli effetti della guerra in Ucraina che riduce il potere d'acquisto dei cittadini. Un altro 18% di cittadini dichiara di aver ridotto la qualità degli acquisti, costretto ad orientarsi verso prodotti low cost per arrivare a fine mese, mentre un 31% di cittadini non ha modificato le abitudini di spesa».

Per Donatella Prampolini di Fida, la federazione dei dettaglianti dell'alimentazione, «i discount hanno cannibalizzato i canali dei super e ipermercati. La gente si spaventa, ha timore del futuro e cerca di risparmiare sul-

la spesa. È successo anche con la crisi del 2009».

Lo stesso vale per i beni al dettaglio. Ad agosto di quest'anno, rispetto al mese precedente, si è registrata una diminuzione delle vendite in valore sia per i beni alimentari, sia per i non alimentari. A rivelarlo è stata l'Istat secondo cui, su base tendenziale, alla crescita delle vendite in valore corrisponde, per il terzo mese consecutivo, una diminuzione dei volumi, in riflesso dell'accelerazione della crescita dei prezzi al consumo registrata nello stesso periodo.

L'Istituto di statistica stima per il mese di agosto un calo congiunturale per le vendite al dettaglio (0,4% in valore e -1,1% in volume). In diminuzione sia le vendite dei beni non alimentari (-0,3% in valore e -0,9% in volume) sia quelle dei beni alimentari (-0,5% in valore e -1,4% in volume).

«Dati pessimi! Nemmeno le ferie e l'afflusso di turisti registrato ad agosto sono sufficienti a salvare le vendite a risollevarci i dati. Il caro vita e il caro bollette stanno decimando le vendite, persino quelle alimentari, ossia quelle per definizione più necessarie», ha detto Massimiliano Dona, presidente dell'Unione nazionale consumatori. «I beni alimentari scendono non solo su luglio (-0,5% in valore) ma anche su agosto 2021. Le vendite alimentari in volume, infatti, scendono del 3,5%, con uno scarto abissale di 10,3 punti percentuali rispetto a quelle in valore che, gonfiate a dismisura dall'inflazione galoppante, salgono del 6,8% su base annua. Un'illusione ottica! Non è certo un bel segnale se gli italiani sono costretti a mangiare meno», ha concluso Dona.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PROTESTE Panificatori in piazza a Napoli alcuni giorni fa [Ansa]



Superficie 27 %