

# Consumi, nel 2023 le priorità degli italiani saranno cibo e salute

## Coop - Nomisma

**Il timore per un italiano su quattro è di cadere in una situazione di povertà**

**Le attese sono per una fase di stagnazione. L'inflazione invece verso un calo al 6,1%**

**Enrico Netti**

Un back to basics. Questa la strategia adottata dalle famiglie italiane per il 2023. Largo ai bisogni essenziali, quelli alimentari e la salute, le altre spese possono attendere. Sono gli effetti di un 2022 che ha fatto precipitare in una situazione di permanente disagio alimentare circa 9 milioni di persone mentre un italiano su quattro quest'anno teme di cadere in una situazione di reale povertà, ovvero non essere in grado di fare la spesa, di acquistare abiti, articoli scolastici, i biglietti per il trasporto pubblico. Per non parlare delle possibili spese impreviste: due terzi degli italiani non avrebbero i mezzi, il denaro per affrontare una spesa extra e urgente di 850 euro. Un 29%, con un trend in crescita, mette al primo posto la prevenzione e si ripromette di fare prime visite di prevenzione e controllo mentre uno su sette ridurre o smetterà di andare nei fast food. È quanto rivela il sondaggio «L'anno che verrà» dell'Ufficio studi Coop in collaborazione con Nomisma svolto lo scorso dicembre.

### I consumi previsti

In questo quadro emerge la resilienza, la forza di affrontare un avverso clima congiunturale con serenità interiore, per il 34% del campione, e con una imperturbabile accettazione della realtà (28%). Certo le priorità di spesa si adattano all'attuale congiuntura per cui tra le voci da sacrificare ci sono i viaggi, i consumi fuori casa e i momenti di convivialità. Sembra che gli italiani vogliano privilegiare a una sfera più intima al cui centro c'è la casa. Poco più della metà

degli interpellati dichiara di volere trascorrere più tempo in famiglia e il 20% si propone di mettere al mondo un figlio. I due terzi quest'anno vorrebbero dedicarsi alla ristrutturazione dell'abitazione grazie ai bonus edilizi, un 35% vorrebbe cambiare l'auto con un nuovo modello ma questa spesa viene rinviata a tempi migliori e il 29% pensa di aggiornare i grandi elettrodomestici di casa, vecchi ed energivori, con altri di nuova generazione. Un acquisto che verrà fatto nel corso dell'anno.

Nella quotidianità l'80% dichiara di essere pronto a cambiare le abitudini alimentari per reagire agli aumenti portati dall'inflazione e dal caro energia. Largo alle scelte essenziali, sobrie e senza sprechi magari rinunciando alla carne. Secondo Coop nei supermarket arriveranno pasta e le farine prodotte con grani antichi, con prodotti low carb e un maggiore contenuto di proteine. Se poi si dovesse rinunciare alla vera carne, già oggi un italiano su cinque ai prodotti di origine vegetale preferirebbe la carne coltivata in vitro. Proprio nelle ultime ore è arrivata l'autorizzazione, pubblicata in Gazzetta Ue, sull'immissione sul mercato dei grilli come nuovo alimento ma per Filiera Italia questa non è una dieta sostenibile.

### Così il 2023

A livello macroeconomico l'anno appena iniziato sarà all'insegna della stagnazione ma non della decrescita, con un Pil che crescerà del +0,2%. È quanto rivela il sondaggio «Planning 2023 and beyond» di Coop e Nomisma, su un campione di manager ed esperti. Tra i fattori chiave c'è un atteso calo dell'inflazione che dovrebbe scendere al 6,1% grazie al calo della componente energia. Negli ultimi giorni sia in Germania che in Francia si è visto un rallentamento della corsa dei prezzi.

I consumi 2023 sono visti, al netto dell'inflazione, in leggera ripresa con un +1,4%. C'è un certo allarme sui consumi e i risultati economici tra le aziende della filiera agroalimentare. Se il nuovo anno ha portato all'adozione dei nuovi listini rincarati le previsioni dei manager parlano di un

primo rallentamento dei prezzi entro l'estate. Non ci sarà più l'inflazione a doppia cifra vista nel 2022 e i top manager del food & beverage si attendono una media del +6,7%. Un dato che comunque si ripercuoterà sui volumi (-0,9%) venduti dalla Gdo alle famiglie. In altre parole pare destinata a continuare l'erosione della marginalità delle insegne e delle imprese industriali. Un trend temuto dai due terzi dei manager del settore. Le ricadute potrebbero essere un taglio degli investimenti oltre a conseguenze sul fronte dell'occupazione. Una possibile via d'uscita è legata al mix innovazione, efficientamento e ristrutturazione dei processi aziendali oltre a interventi sui prodotti, sul servizio fino ad arrivare alla rete di vendita. In aiuto delle insegne della Gdo c'è l'offerta dei prodotti con la Marca del distributore (Mdd) che per molte insegne della Gdo rappresentano circa un terzo delle vendite. Un'offerta che dovrà essere costruita e sviluppata salvaguardando la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale delle imprese.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## CONFESERCENTI

### Oggi iniziano i saldi

Saldi invernali al via in tutta Italia. Secondo Confesercenti - Ipsos il 72% degli italiani è interessato a comprare almeno un capo. Il budget è di circa 160 euro a persona ma in Centro Italia si toccheranno i 216 euro mentre al Nord e al Sud la spesa prevista è di 148 euro. Quasi tutti i consumatori si dicono decisi ad acquistare nei negozi fisici tradizionali nonostante la crescente concorrenza dell'online. Su abbigliamento e calzature si concentrano le intenzioni d'acquisto e un 23% deciderà in base alle offerte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**La spesa.** Secondo il rapporto Coop la spesa è tra le priorità degli italiani