

# Le rinunce degli italiani: giù alimentari e moda

► Si comprano meno frutta e verdura ma soffrono anche i prodotti hi-tech ► Per l'abbigliamento e le calzature la contrazione è arrivata fino al 4%

**IN CONTROTENDENZA  
LE VENDITE DI  
AUTOMOBILI  
AUMENTA ANCHE  
LA SPESA PER LE  
CENE AL RISTORANTE**

**RIMANDATI A TEMPI  
MIGLIORI GLI ACQUISTI  
DI LAVATRICI E  
LAVASTOVIGLIE (-9,6%)  
CALANO PURE I PICCOLI  
ELETTRODOMESTICI**

## L'ANALISI

**ROMA** I consumi alimentari in calo dell'1,8 per cento, i negozi al dettaglio che lamentano una riduzione degli acquisti del 2,3 per cento. E, in termini generali, un taglio generalizzato delle spese che contagia l'abbigliamento, la casa, gli elettrodomestici ed anche il tempo libero. L'inflazione e gli stipendi al rallentatore svuotano i portafogli degli italiani. Istat fotografa la doppia tenaglia che colpisce le buste paga delle famiglie, se non adeguate all'inflazione, costringendole a contrarre i consumi. E anche a ridurre la qualità degli acquisti. Così per la prima volta negli ultimi 5 mesi calano in volume le vendite di prodotti alimentari, e con il caro prezzi e il cambiamento climatico che hanno decimato i raccolti, gli italiani hanno tagliato gli acquisti di frutta che crollano dell'8%, ai minimi da inizio secolo. È quanto emerge dall'analisi di Coldiretti. Entrando nel dettaglio, l'organizzazione indica una riduzione del 17% della quantità di pere vendute, del 11% delle arance e dell'uva da tavola, dell'8% le pesche, le nettarine e i kiwi e del 5% le mele. Il risultato è che con 2,8 miliardi di chili, il consumo di frutta risulta poco più della metà di quello di fine secolo nel 2000.

## I TAGLI

A diminuire del 10%, continua la Coldiretti, sono stati anche gli acquisti di ortaggi con riduzioni del 12% in quantità per le insalate e del 22% per i fagiolini. Un ca-

lo che ha fatto scendere il consumo individuale sotto la soglia minima di 400 grammi di frutta e verdure fresche per persona da mangiare in più volte al giorno. Il cortocircuito dei consumi è fotografato in maniera plastica da Findomestic. Nel recente rapporto di marzo sulle tendenze di mercato, la società segnala ad esempio la crisi della casa. I progetti d'acquisto e i consumi rivolti all'"interno" delle mura domestiche subiscono un rallentamento rispetto al mese precedente. Nel caso delle ristrutturazioni la flessione delle intenzioni d'acquisto è più contenuta e si attesta a -1,1%, mentre per quanto riguarda i mobili si registra un calo del 5,8%.

Se per i beni destinati all'"interno" delle abitazioni, come pompe di calore (-4,8%) e caldaie (-7,1%) si evidenzia una dinamica negativa, l'"esterno" della casa beneficia invece della proroga con nuove scadenze del superbonus: sono in crescita gli ordini d'acquisto per infissi (+7,8%), fotovoltaico (+4,2%) e isolamento (+3,8%). Lacrime amare nel comparto degli elettrodomestici: si registra una flessione trasversale a tutte le voci di spesa. Gli acquisti calano infatti sia per i piccoli (-6,4%) che per i grandi (-9,6%) elettrodomestici. In negativo anche l'elettronica di consumo che registra un -7,2% della propensione al consumo. Fra i prodotti tecnologici guadagnano terreno solo le fotocamere (+3,3%), al contrario tablet e pc cedono rispettivamente il 2,4 e il 6,9%. Variazioni negative più contenute

nel settore del tempo libero con le attrezzature per il fai da te in positivo dell'1,2%, viaggi e attrezzature sportive in negativo rispettivamente dell'1 e dell'1,4%.

## IL CASO AUTO

Più variegata la situazione nel comparto mobilità. Per il terzo mese consecutivo, a marzo, gli acquisti di beni durevoli sono in crescita (+2,5%) grazie proprio alla spinta decisiva di auto nuove (+8,7%) e usate (+10,6%) che hanno raggiunto i livelli più alti da un anno a questa parte. Tuttavia c'è da registrare il calo dell'8 per cento delle due ruote. In questo quadro, ovviamente, l'elemento più preoccupante resta il calo dei consumi alimentari. Nonostante l'inflazione alle stelle, rispetto a gennaio scendono le vendite che in volume precipitano dell'1,8%. L'unione consumatori calcola che, su base tendenziale, il divario tra dati alimentari in valore e in volume diventa addirittura abissale, da +7,9 a -4,9%, un gap di 12,8 punti percentuali, praticamente un precipizio. Le vendite alimentari in volume precipitano non solo su febbraio 2022, ma anche rispetto a febbraio 2021 (-6,5%), a febbraio 2020 (-11,7%) o 2019



(-4,4%).

## INVERSIONE RISTORAZIONE

In questo contesto pessimo, il 2023 si è però aperto con una buona notizia per il settore dei pubblici esercizi e della ristorazione. Secondo una indagine Fipe, l'emorragia pandemica in termini di consumi sembra essere superata. Sebbene ancora inferiore rispetto ai livelli del 2019 di 4 punti percentuali a valori correnti, la spesa delle famiglie nella ristorazione è risalita a circa 82 miliardi di euro. Il contesto generale, tuttavia, desta preoccupazione. «Si conferma la tendenza che vede i consumi in aumento a valore - spiega Carlo Buttarelli, presidente di Federdistribuzione - per effetto della crescita dei prezzi, mentre il trend a volumi rimane negativo. Gli effetti sono visibili soprattutto nel comparto alimentare, dove si registra, in tutti i canali di vendita, un decremento a volume degli acquisti di circa il -5% rispetto un anno fa. Per il non alimentare il calo dei volumi è del 2,3%, in particolare il settore abbigliamento e calzature sono in calo tra il 2-4%».

**Michele Di Branco**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Il calo dei consumi

