

Intervista alla manager della grande distribuzione

06901

06901

Latini (Coop) "Consumi fermi così si rischia la recessione"

Il problema non si risolve aumentando i listini, perché frenano gli acquisti e a pagare sono soprattutto le famiglie più povere

di **Rosaria Amato**

ROMA - «Siamo in una situazione particolarmente negativa: un calo dei consumi del 4,5 per cento è un dato enorme, non si era mai registrata una perdita dei volumi di queste dimensioni». Maura Latini, amministratrice delegata di Coop Italia dal 2019, guarda con molta preoccupazione all'ultimo report di Nielsen sui consumi della grande distribuzione.

Il problema è che l'inflazione a poco a poco si sta riducendo, ma i prezzi al consumo dei prodotti alimentari non ancora. Come mai?

«Quando i listini salgono è difficilissimo poi riuscire a farli scendere. E tra l'altro da noi gli aumenti sono arrivati in ritardo, ben dopo rispetto agli altri Paesi europei: i primi cenni inflattivi sono emersi nell'estate del 2021, ma hanno avuto una ripercussione sui prezzi dei prodotti di largo consumo un anno dopo, solo dopo l'impennata del 2022, dovuta alla guerra in Ucraina, che ha fatto alzare enormemente i costi dell'energia e delle materie prime. E reso di difficile reperibilità molti prodotti, a cominciare dagli imballaggi. A quel punto la grande industria di marca ha ritoccato i listini al rialzo».

E i consumi sono scesi subito?

«Le famiglie all'inizio hanno adottato

delle strategie difensive, per esempio a fronte del forte aumento delle carni rosse sono passate alle carni bianche.

Il risultato è che le carni rosse adesso registrano una flessione dei consumi del 20% e quelle bianche un aumento corrispondente. Negli ultimi quattro mesi ci sono stati cambiamenti importanti nel carrello della spesa, incluso una riduzione degli acquisti di frutta e verdura, che non è una bella notizia perché sono alimenti che fanno bene alla salute. Tanto che per alcuni prodotti, che erano aumentati troppo di prezzo e che quindi nessuno voleva più comprare, come l'uva da tavola, noi Coop siamo dovuti intervenire con un'iniziativa a sostegno dei produttori».

Eppure gli agricoltori lamentano di non aver tratto alcun beneficio da questi aumenti dei prezzi.

«Se i prezzi aumentano troppo i consumi calano. E ormai siamo in un periodo in cui si stanno riducendo persino i consumi nei discount, che negli ultimi anni avevano avuto una crescita ininterrotta: da loro l'inflazione pesa ancora di più che per i supermercati e gli ipermercati, perché hanno una maggiore concentrazione dell'offerta sui prodotti primari».

Quali sono i prodotti che arretrano maggiormente?

«A parte la carne rossa e il pesce, c'è un forte rallentamento per i prodotti biologici, le cui vendite erano aumentate ininterrottamente negli ultimi vent'anni, soprattutto grazie alla spinta dei giovani. Fanno le spese di questa fase difficile. Inoltre le famiglie hanno ridotto gli sprechi, e questa è una buona notizia: vengono a fare la spesa più spesso comprando un po' meno, per calibrare gli acquisti sulla base delle necessità, e non

rischiare di comprare qualcosa che poi si finisce per buttare».

Che strategie avete adottato per contenere il calo dei consumi e andare incontro ai vostri clienti?

«Abbiamo puntato molto sui prodotti con il nostro marchio: si tratta di una spesa di qualità ma meno cara rispetto ai prodotti industriali di fascia alta. Una strategia adottata da tutta la grande distribuzione ma che noi abbiamo potenziato con l'inserimento a scaffale di circa 5.000 nuovi prodotti».

L'inflazione alimentare non è solo italiana. In Portogallo per esempio hanno deciso di farvi fronte azzerando l'Iva sui 44 prodotti alimentari più consumati per sei mesi. Potrebbe essere una strategia anche per l'Italia?

«L'inflazione alimentare non ha lo stesso impatto su tutti. A pagarne le spese sono soprattutto le famiglie con i redditi più bassi, che si sono viste ridurre moltissimo il loro potere d'acquisto. E quindi misure "flat", rivolte indistintamente a tutti, come quella del taglio dell'Iva, non servono. Bisognerebbe invece studiare aiuti su misura per le famiglie in difficoltà economiche, che sono tante».

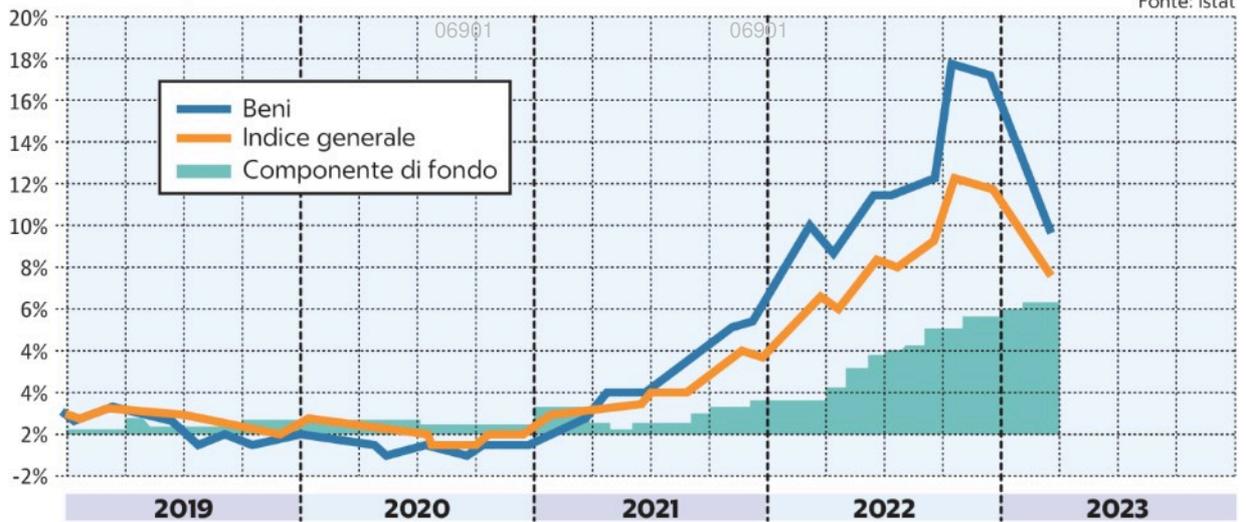
E gli agricoltori, che lamentano di dover vendere a prezzi troppo bassi rispetto a prezzi finali sempre più alti?

«Tutte le richieste di aumento che ci sono state presentate dai nostri fornitori sono state esaudite, anche se con grande preoccupazione, perché poi ricadono sui consumi, che si riducono di conseguenza. La questione non si risolve con gli aumenti di listino, che si ripercuotono sulle famiglie povere facendo contrarre ancora di più i consumi. Così si rischia la recessione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La corsa dei prezzi Variazioni tendenziali (base 2015=100)



▲ **Al vertice**
Maura Latini è a capo di Coop Italia dal 2019