

# Nella grande distribuzione preoccupa il calo volumi

**Crescono i prodotti con marca del distributore, nonostante gli aumenti dei prezzi**

## Il carrello della spesa

**Sono in difficoltà tutti i canali di vendita, con i discount in maggiore affanno**

**Enrico Netti**

Una inflazione che mette i brividi. Il calo dei volumi acquistati dalle famiglie preoccupa sempre più le insegne della Gdo e i produttori dei beni del largo consumo.

«La flessione delle vendite è iniziata nel settembre 2022 ed è arrivata fino al -5%, contrazione che tocca tutta l'offerta food e non food - commenta Romolo De Camillis, direttore commerciale retail di NielsenIQ -. Sono in difficoltà tutti i canali di vendita con i discount in maggiore affanno. Ora si abbassa anche lo scontrino medio che vede un -1% confermando come gli acquisti si spostano verso i prodotti più economici». Con queste contromisure attuate ai consumatori, il calo dei volumi e della spesa, riescono a recuperare quasi 6 punti percentuali di inflazione. Secondo i dati NielsenIQ i maggiori cali delle vendite hanno colpito il reparto ittico che perde oltre il 18% ma anche i surgelati (-9,5%) e l'ortofrutta (-7%). Questa la fotografia aggiornata del carrello della spesa secondo le rilevazioni della società che da sempre studia i comportamenti dei consumatori.

Tra le ultime evidenze c'è la crescita dei prodotti con la marca del distributore con i volumi in area positiva nonostante aumenti dei prezzi a doppia cifra. La Gdo sta perdendo margini ma nei primi mesi dell'anno, secondo i dati NielsenIQ, inoltre si è visto un leggero aumento della pressione promozionale che ha contribuito a raffreddare l'inflazione. «Nei principali paesi della Ue si è visto come la strategia per risparmiare preveda più acquisti la settimana comprando l'indispensabile - continua De Camillis -. È un comportamento che coinvolge anche chi ha un buon reddito ma ora è più attento a come spende mentre prima sosteneva i consumi».

Per quanto riguarda il prossimo futuro Vittorio Cino, direttore generale di Centromarca, l'associazione dei produttori leader nel largo consumo, ritiene che «nel secondo semestre si potrebbe verificare una decelerazione dell'inflazione al consumo, anche se non è prevista alcuna deflazione, per cui i prezzi non torneranno sui livelli pre pandemia».

Questa situazione preoccupa le insegne della Gdo. «Con la debolezza dei consumi vediamo un rischio per il sistema agroalimentare italiano e siamo profondamente preoccupati delle prospettive per le imprese del settore distributivo che, con una redditività sotto pressione, potrebbero trovarsi nelle condizioni di non poter mantenere gli impegni e gli investimenti necessari allo sviluppo» aggiunge Carlo Alberto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione a nome delle aziende della Gdo.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 13 %