

Le famiglie tagliano sulla spesa e vanno sempre più al discount

COMMERCIO

Continua la contrazione delle quantità acquistate, ma aumenta il costo finale. Peggiora la crisi dei piccoli negozi, mentre tengono i supermarket. E anche la partenza dei saldi è stata più che deludente

ILARIA SOLAINI
Milano

Si spende di più per acquistare meno prodotti. Non è un caso quindi che a volare siano le vendite nei discount di alimentari: a maggio crescono in valore dell'11% nel confronto annuo e mettono a segno l'incremento più elevato da settembre 2022.

È quanto emerge dalla rilevazione mensile sul commercio al dettaglio dell'Istat. Il caro prezzi taglia del 4,7% le quantità di prodotti alimentari acquistate dagli italiani che sono però stati costretti a spendere quasi 4 miliardi in più per il cibo a causa dei rincari determinati dall'inflazione. Più nel dettaglio, osservando i dati Istat si stima, per le vendite al dettaglio, un aumento rispetto al mese precedente dello 0,7% in valore e dello 0,2% in volume. Sono in crescita le vendite dei beni non alimentari (+1,1% in valore e +0,7% in volume) e dei beni alimentari in valore (+0,2%) mentre calano in volume (-0,5%). Rispetto all'anno precedente le vendite dei beni alimentari crescono in valore (+7,7%) e diminuiscono in volume (-3,8%), mentre le vendite dei beni non alimentari calano in valore (-

0,6%) e in volume (-5,2%). Semplificando molto si spende di più, per avere meno prodotti nel carrello.

Per quanto riguarda i beni non alimentari, si registrano variazioni eterogenee tra le varie categorie merceologiche. L'aumento maggiore riguarda i prodotti di profumeria, cura della persona (+6,6%) e computer, telefoni e in generale strumenti informatici (+6,0%), mentre registrano i cali più marcati i settori delle calzature, tra cui gli articoli in cuoio e da viaggio (-9,0%), ma anche l'abbigliamento e la pellicceria (-3,8%).

Il commercio tradizionale continua a soffrire di più, facendo registrare un ulteriore calo del 0,6% su maggio 2022, a fronte di un aumento del 6,5% della Gdo. Nella grande distribuzione le preferenze delle famiglie ricadono soprattutto verso i formati più convenienti: i discount registrano una variazione tendenziale del +11%, l'incremento più elevato da settembre 2022. L'e-commerce, esploso durante le restrizioni, pur mantenendosi su un terreno positivo mostra invece un rallentamento (+1,5% a maggio).

«Una famiglia con due figli taglia la spesa alimentare in media per 292 euro annui» è la stima rilanciata da Assoutenti. «Su commercio e consumi pesa il caro prezzi e l'inflazione altissima sui beni primari - ha rimarcato il presidente Furio Truzzi -. Per questo chiediamo al governo di studiare assieme alle associazioni dei consumatori, i produttori, la Gdo e gli enti locali, un paniere di prodotti da vendere sul territorio a prezzi calmierati, in modo da aiutare non solo le famiglie alle prese con la spesa quotidiana, ma anche il comparto del commercio». «Anche se l'andamento del dato inflattivo sta rallentando, i consumi restano deboli sia nel comparto alimentare, dove registriamo una contrazione a volume di circa -4% su base annua, sia nel settore del non alimentare - ha commentato Carlo Al-

berto Buttarelli, presidente di Federdistribuzione -. Le categorie di prodotto legate all'abbigliamento hanno subito gli effetti negativi dell'andamento meteorologico e dell'arrivo in forte ritardo della stagione estiva. L'avvio dei saldi in questi giorni, che al momento non indica particolari inversioni di tendenza, rappresenta quindi un appuntamento importante per molte imprese e sarà una cartina di tornasole per valutare l'andamento dei consumi futuri».

Coldiretti, dal canto suo, ha sottolineato che «la situazione di difficoltà è resa evidente dal fatto che volano gli acquisti di cibo low cost con i discount alimentari che fanno segnare un balzo del +9,5% nei primi cinque mesi nelle vendite in valore, il più elevato tra gli scaffali del dettaglio. Il risultato dei discount - ha precisato nella nota - 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». Infine, secondo lo studio dell'Unione nazionale consumatori, le vendite alimentari in volume scendono del 6,3% su maggio 2021 e del 6,5% persino su maggio 2020, mese di pandemia e lockdown. «Traducendo in euro il calo dei volumi consumati su maggio 2022, le spese alimentari per una famiglia media scendono su base annua di 214 euro rispetto ai prezzi del 2021, quelle non alimentari di 837 euro, per un totale di 1051 euro» ha concluso il presidente dell'Unc, Massimiliano Dona.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

