

L'allarme di Coldiretti

Carrello sempre più vuoto ma è rincarato di 4 miliardi

Le vendite al dettaglio calate in un anno del 4,5%. Ogni famiglia ha rinunciato ad acquisti per 1.375 euro. Per risparmiare gli italiani hanno affollato i discount

La scheda

PIÙ PREZZI, MENO CIBO

■ Nell'ultimo anno, complice l'inflazione, gli italiani hanno speso più soldi per la spesa. Ma il carrello è rimasto vuoto

GIÙ ALTRI SETTORI

■ Per risparmiare sul cibo, i cittadini hanno tagliato pure l'acquisto di abiti e scarpe

cora la grande distribuzione (+6,5% annuo), mentre rallenta il commercio elettronico (+1,5%) e perdono terreno le imprese operanti su piccole

BENEDETTA VITETTA

■ Nell'ultimo anno gli italiani hanno speso quasi 4 miliardi di euro in più per mangiare, ma l'impennata dell'inflazione - purtroppo - ha provocato l'effetto opposto: anziché riempirsi, i loro carrelli si sono svuotati. Già perché proprio a causa dell'aumento dei prezzi i cittadini hanno dovuto ridurre la quantità di prodotti acquistati. Insomma si è comprato di più, spendendo sensibilmente meno. È quanto emerge dall'analisi condotta da Coldiretti sui dati Istat relativi al commercio al dettaglio a maggio che nei primi 5 mesi di quest'anno ha fatto registrare un aumento del 7,3% della spesa alimentare, ma con un taglio degli acquisti in quantità del 4,7% sul 2022.

«La situazione di difficoltà è resa evidente dal fatto che» ha

spiegato Coldiretti, crescono a dismisura «gli acquisti di cibo a basso prezzo con i discount alimentari che fanno segnare un balzo del 9,5% nei primi cinque mesi nelle vendite in valore (nel confronto anno su anno sono volati dell'11%, ndr), il più elevato tra gli scaffali del dettaglio». E il boom dei discount mostra «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» pur di risparmiare qualche euro.

A CACCIA DELL'OFFERTA

E c'è anche chi negli ultimi tempi per spendere ancora meno (e tenersi qualche soldo in tasca) va a caccia dei prezzi più convenienti facendo una sorta di slalom tra le varie catene di distribuzione, cambiando negozio, supermercato o discount per trovare promozioni e prodotti "calmierati".

«Gli italiani sono purtroppo ancora costretti a tirare la cinghia e a fare una dieta forzata» hanno affermato i vertici dell'Unione Nazionale dei Consumatori (Unc), mentre il Codacons ha calcolato che, al netto dell'inflazione, la spesa complessiva degli italiani si è ridotta solamente nell'ultimo anno di ben 1.375 euro a famiglia.

E, ovviamente, sono iniziate anche a cambiare le abitudini di acquisto. Se come detto si è assistito a un vero e proprio assalto dei discount, complessivamente a vincere resta an-

superfici (-0,6%), ovvero i negozi "sotto casa" e i minimarket. Inoltre se gli italiani stanno facendo fatica per mettere in tavola in minimo indispensabile, a maggior ragione con il caro inflazione a scendere sono state anche le vendite dei beni non alimentari e tra i diversi prodotti a registrare i cali più evidenti sono state le calzature e gli articoli in cuoio e da viaggio (-9%) e dell'abbigliamento e pellicceria (-3,8%).

PANIERE CALMIERATO

«L'inflazione svuota portafogli e buste della spesa. Un contesto particolarmente difficile per i negozi, che per contenere i prezzi sono costretti a ridurre i propri margini, già sotto pressione» hanno commentato da Confesercenti. Il quadro complessivo resta «incerto e i consumi rimangono deboli» ha precisato **Confcommercio** sottolineando che dopo un primo trimestre favorevole «l'idea prevalente è che quest'anno procederà a ritmi molto lenti, sempre sul crinale di un moderato, ma doloroso, rischio di recessione». Proprio per questo motivo le associazioni dei consumatori hanno chiesto al governo di intervenire individuando un paniere a prezzi calmierati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

