

ISTAT di Anna Maria Capparelli

06901 **Gelata estiva sui consumi**

Gli italiani continuano a stringere la cinghia. L'occupazione aumenta, l'inflazione, anche se lentamente, si sta comunque raffreddando, ma i consumi non riescono a risalire la china.

I dati pubblicati ieri dall'Istat sul commercio al dettaglio hanno infatti segnalato a giugno una flessione delle vendite dello 0,2% rispetto a maggio in valore e dello 0,7% in quantità.

a pagina VIII

**I DATI PUBBLICATI DALL'ISTAT
SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

ALLARME SULLA SPESA ALIMENTARE GELATA ESTIVA SUI CONSUMI

Nel corso del mese di giugno le vendite si sono ridotte dello 0,2% in valore dello 0,7% in volume, mentre sull'anno hanno segnato +3,6% e -3,5%

Le famiglie italiane hanno sborsato di più per acquistare meno. Maltempo e speculazioni hanno fatto impennare i prezzi

di ANNA MARIA CAPPARELLI

Gli italiani continuano a stringere la cinghia. L'occupazione aumenta, l'inflazione, anche se lentamente, si sta comunque raffreddando, ma i consumi non riescono a risalire la china.

I dati pubblicati ieri dall'Istat sul commercio al dettaglio hanno infatti segnalato a giugno una flessione delle vendite dello 0,2% rispetto a maggio in valore e dello 0,7% in quantità. Per quanto riguarda la variazione tendenziale l'incremento c'è stato in valore (+3,6%), mentre il volume si è ridotto del 3,5%. Il quadro viene confermato anche considerando il periodo gennaio-giugno sullo stesso periodo del 2022: +4,5% in valore e -3,7% in volume. Va fatta comunque una distinzione tra beni alimentari e non. Questi ultimi infatti sul mese precedente hanno perso sia in valore che in quanti-

tà, ma anche a livello tendenziale il gap è molto meno accentuato (+1,1% e -3,2%) rispetto ai prodotti alimentari che sull'anno hanno segnato +6,8% in valore e -3,8% in quantità.

Tra i beni non alimentari, secondo la classifica stilata dall'Istituto di statistica, le vendite hanno premiato i prodotti di profumeria e cura della persona (+9,1%), seguiti da casalinghi, mobili, articoli tessili e arredamento, mentre elettrodomestici, radio, tv e registratori (-3,4%) hanno segnato il calo più consistente.

Un altro elemento che può aiutare a comprendere la tendenza è la crescita della grande distribuzione che ha messo a segno in un anno +6,8% di cui +8,1% per gli alimentari. A calare è stato solo il commercio elettronico. Secondo il commento dell'Istat, a giugno è proseguito "l'andamento già evidenziato nei mesi

precedenti: a un aumento delle vendite in valore si contrappone una diminuzione dei volumi. Una tendenza analoga contraddistingue anche il complesso del primo semestre di quest'anno nel confronto con l'analogo periodo del 2022".

Si tratta dunque di una spirale che non si riesce a interrompere e che contrasta con i dati sul lavoro. A preoccupare è soprattutto la spesa alimentare, d'altra parte che sul cibo i conti non tornino lo conferma anche l'attivismo del ministro delle



Superficie 72 %

Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, che ha convocato più volte Mr. Prezzi sull'agroalimentare e i prodotti dell'infanzia. Per verificare che non ci siano fenomeni speculativi. L'alimentare è il settore che contribuisce a tenere alto il livello dei prezzi, a fronte di un'inflazione in crescita del 6% continuano infatti a svettare i prodotti alimentari, soprattutto freschi che viaggiano con aumenti a due cifre.

È il caro prezzi - ha sottolineato nell'analisi sui dati Istat la Coldiretti - ha tagliato del 4,5% le quantità di prodotti alimentari acquistate dagli italiani nel 2023 che sono però costretti a spendere comunque il 7,3% in più. La situazione di difficoltà, secondo l'organizzazione agricola, è resa evidente dal fatto che volano gli acquisti di cibo low cost con i discount alimentari che fanno segnare un balzo del 9,4% nel semestre nelle vendite in valore, il più elevato tra gli scaffali del dettaglio. Le famiglie tagliano gli acquisti e vanno a caccia dei prezzi più bassi anche facendo lo slalom nel punto vendita, cambiando negozio, supermercato o discount alla ricerca di promozioni per i diversi prodotti. Una situazione di criticità che richiede - ha ribadito Coldiretti - investimenti negli accordi di filiera "tra imprese agricole ed industriali con precisi obiettivi qualitativi e quantitativi e prezzi equi che non scendano mai sotto i costi di produzione come prevede la nuova legge di contrasto alle pratiche sleali e alle speculazioni".

La crescita dei prezzi e la contestuale riduzione degli acquisti alimentari è dovuta a una serie di cause. La prima è sicuramente l'offerta ridotta per le distruzioni dei campi provocate dal clima pazzo, dall'alluvione di maggio alle bombe di grandine e acqua che si sono sussegui-

te, per non parlare del caldo torrido e degli incendi che hanno bruciato molti raccolti. L'agricoltura è il settore più esposto ai fenomeni meteo estremi e da una prima conta della Coldiretti è emerso che tra gli altri ci sarà un calo del 10% della produzione di grano, del 70% del miele, fino al 60% per la frutta, così come per il pomodoro che si fermerà al di sotto del 5,6 miliardi di chili previsti e del vino con cali del 14% nel vigneto Italia che arrivano al 50% nel Centro-Sud. C'è poi il gap logistico che penalizza il Made in Italy e lo rende più caro, ma anche la presenza di grandi catene distributive straniere. Ed è questo dunque il motivo che spinge ad accelerare sui grandi progetti del Pnrr finalizzati a creare condizioni di competitività per il sistema produttivo. In attesa di questi interventi, che saranno risolutivi solo se non si disperderanno le risorse in mille rivoli, bisogna fare i conti con una serie di fattori che finiscono per favorire le speculazioni. Il caso simbolo dei mesi scorsi è stata la pasta con il prezzo del grano che scendeva e i listini sullo scaffale che salivano, ma Mr. Prezzi ha acceso i riflettori anche sui prodotti dell'infanzia e su altri beni alimentari. Ora le aspettative sono concentrate sul piano anti-inflazione del Governo che prevede per tre mesi, da ottobre, listini calmierati per un paniere di prodotti di prima necessità. Anche la card dovrebbe contribuire a risollevarli gli acquisti. Ma sul fronte del paniere a prezzi congelati non c'è ancora totale sintonia tra le parti. Federdistribuzione ieri, nel commentare i numeri sul commercio al dettaglio, ha ribadito l'impegno della distribuzione moderna a frenare l'impatto inflattivo, ma per quanto riguarda il patto anti inflazione ha sostenuto che l'industria di trasformazione si dichiara indisponibile a sottoscri-

vere l'accordo.

La situazione continua ad allarmare le associazioni dei consumatori. Un trend preoccupante per i consumi e l'economia del Paese, secondo il Codacons che ha denunciato come il caro-prezzi condizioni e stravolga sempre di più le abitudini degli italiani con le famiglie che spendono sempre di più per acquistare meno. Da qui l'appello al Governo a contrastare le speculazioni che stanno colpendo duramente il portafoglio degli italiani. Dati pessimi anche per l'Unione nazionale consumatori: "gli italiani continuano la loro dieta forzata dovuta ai prezzi lunari, mentre il balzo dei discount conferma che le famiglie pur di mangiare sono costrette ad abbandonare le marche alle quali erano abituate". Assoutenti, da parte sua, ha ribadito che "gli italiani continuano a pagare di più per acquistare di meno" e ha calcolato che una riduzione della spesa del 3,5% equivalga a minori consumi per 1.075 euro annui a famiglia, con "il drammatico calo della voce alimentare". La contrazione dei consumi, pur in presenza di un graduale e ordinato rientro delle tensioni inflazionistiche - ha sottolineato **Confcommercio** - mostra comportamenti ispirati alla prudenza. L'analisi dell'ufficio studi **Confcommercio** ha anche evidenziato una valutazione positiva che deriva dal Pmi Index sul terziario italiano secondo il quale le imprese del comparto dei servizi riescono ancora a mantenersi su un sentiero di espansione della crescita, sebbene in rallentamento. Per Confesercenti si tratta di uno scenario negativo che si protrae da più di un anno. Con una situazione particolarmente difficile per i prodotti alimentari. Sulle imprese poi, come sulle famiglie, pesa l'aumento dei tassi di interesse che frena gli investimenti delle imprese e mette in crisi i bilanci familiari.