

Effetto carovita sul carrello della spesa Compriamo meno ma spendiamo di più

Vendite +2,8% in valore e -3,7% in volume. Boom di Gdo e discount. Coldiretti: anomalie lungo la filiera

I SETTORI CHE SI SALVANO

Bene i prodotti di profumeria e cura della persona, ottica, libri e giornali

I SETTORI CHE SOFFRONO

Saldi negativi per abbigliamento, calzature, mobili ed elettrodomestici

di **Antonio Troise**
ROMA

L'inflazione ha colpito duro sui bilanci delle famiglie italiane. Basta dare un'occhiata ai numeri diffusi ieri dall'Istat e relativi alle vendite al dettaglio per scoprire che, pur spendendo il 2,8% in più rispetto all'anno scorso, gli italiani hanno portato a casa il 3,7% di prodotti in meno. E la situazione è addirittura peggiore per quanto riguarda il carrello della spesa, quello che contiene soprattutto i generi alimentari. In questo settore, pur spendendo il 5,8% in più, le famiglie hanno portato a tavola il 3,9% di cibo e bevande in meno rispetto all'anno scorso. Un trend che ha avuto un effetto immediato anche sulle abitudini di consumo: per contrastare il carovita gli italiani si sono diretti soprattutto verso la grande distribuzione e i discount, dribblando i negozi di vicinato, alla ricerca degli sconti più alti. Tanto che, segnala l'istituto di statistica, nel 2023 le vendite in valore nella grande distribuzione sono aumentate del 5,3% a fronte dell'aumento dello 0,4% per le imprese operanti su piccole superfici, dell'1,2% per quelle fuori dai negozi e dell'1,8% per il com-

mercio elettronico, valori questi ultimi molto inferiori alla crescita dei prezzi. Per far fronte all'aumento dei prezzi si rinuncia anche alla spesa non alimentare cresciuta nel 2023 in valore dello 0,6% ma diminuita in volume del 3,5%.

Ci sono poi settori che hanno registrato saldi negativi sia per quanto riguarda i valori che i volumi delle vendite: è il caso dell'abbigliamento, delle calzature dei mobili e degli elettrodomestici. Sono pochi i settori che tirano, tra questi al primo posto spiccano i prodotti di profumeria e cura della persona, seguiti da foto ottica, supporti magnetici e strumenti musicali, libri e giornali. Secondo i calcoli del Codacons, il carovita ha comportato un calo degli acquisti nel commercio al dettaglio pari a 1.166 euro per numero familiare. Il risultato è che, sempre secondo l'associazione dei consumatori, c'è stato un impoverimento degli italiani che hanno tagliato anche acquisti di beni primari come quelli dell'alimentare.

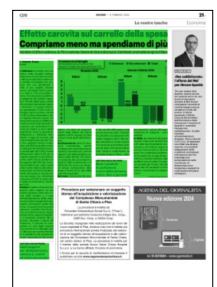
Confcommercio parla di situazione «complicata», mentre Confesercenti sottolinea che secondo le sue stime per i piccoli negozi il calo delle vendite in vo-

lume è stato del 6%. Per l'Unione nazionale dei consumatori si tratta di «dati sconcertanti» e di inflazione che crea una «illusione ottica» sull'aumento della spesa a fronte di un calo delle quantità acquistate.

Del resto, l'impenantata dei prezzi del carrello della spesa resta uno dei temi più caldi. Coldiretti ha calcolato una spesa per le famiglie maggiore del 5,9% per i beni alimentari a fronte di prezzi riconosciuti ai produttori sempre più bassi. Dal campo alla tavola i prezzi si moltiplicano. Le anomalie lungo la filiera - sempre secondo i calcoli dell'organizzazione di categoria - sono evidenti.

In Italia, per esempio dal grano al pane i rialzi sono lievitati fino a 20 volte: dai 24 centesimi riconosciuti a chi coltiva il grano si arriva a 3-5 euro per un chilo di pane. Per l'ortofrutta la differenza fra quello che si paga all'agricoltore e il prezzo esposto sugli scaffali è circa 5 volte. E lo stesso succede per il latte, che alla stalla vale 50 centesimi al litro mentre i consumatori lo pagano 2 euro.

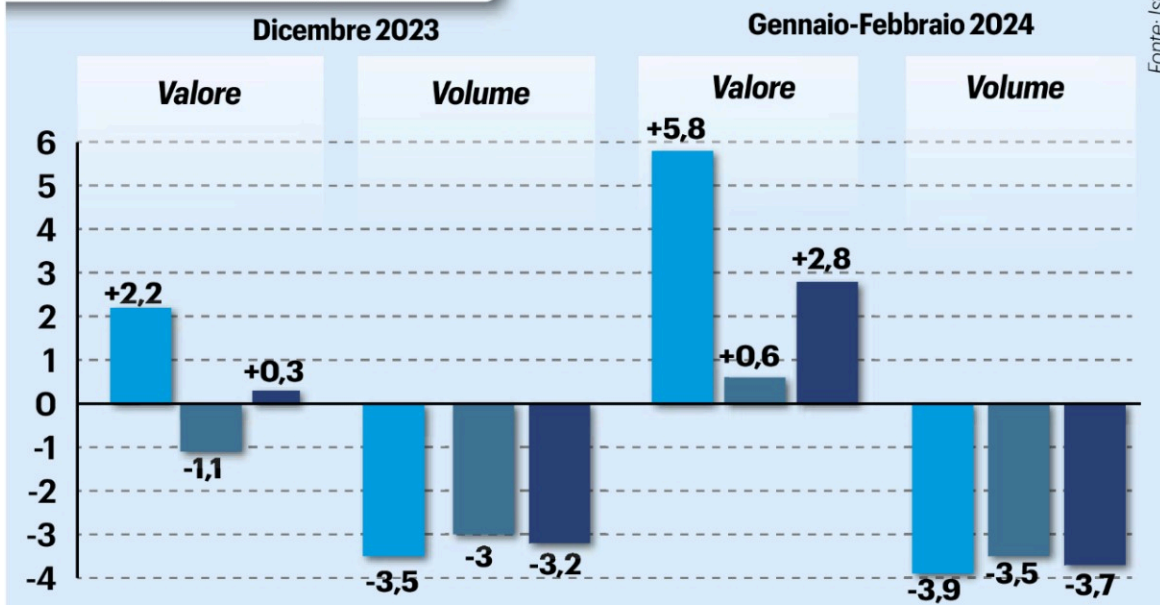
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il commercio al dettaglio

Dati tendenziali annui a Dicembre 2023
Variazioni % rispetto allo stesso periodo del 2022

■ Alimentari ■ Non alimentari ■ Totale



Fonte: Istat