

Aziende in bilico tra dazi e consumatori esploratori

L'industria italiana del largo consumo chiede al governo italiano e all'Unione pronti interventi per contrastare i dazi Usa, attesi oggi dalla nuova presidenza di **Donald Trump**. Sul tavolo ci sono 6,5 miliardi di euro in esportazioni tricolori tra alimentari e bevande, non solo in crescita del 18% nel 2023 ma soprattutto su del 136% nell'arco dei precedenti dieci anni. Quindi un trend consolidato. Si aggiungono poi 1,2 miliardi di euro di export (+13%) di prodotti per la cura della persona e della casa, al rialzo del 320% dal 2013 al 2023. Le richieste di Ibc-Associazione industrie beni di consumo si concentrano anche sui costi crescenti dell'energia, la volatilità delle materie prime, pressione fiscale e burocrazia. E in particolare, per il comparto di oltre 35 mila imprese, specie pmi, con un giro d'affari di circa 500 miliardi di euro (230 solo nel settore grocery), la questione energetica è cruciale perché alimenta l'inflazione (quella acquisita per il 2025 sale a +1,4%, secondo Istat) in un momento in cui, invece, i consumi nazionali a prezzi costanti sono previsti quest'anno in debole crescita, con un aumento dello 0,8% rispetto allo 0,4% dello scorso anno.

Uno scenario in divenire, quindi, in cui i consumatori rimangono prudenti ed esploratori, nella definizione data ieri da YouGov, cambiando, riducendo il carrello della spesa perché vogliono spendere sempre lo stesso budget per la spesa. Secondo i risultati resi noti ieri a Milano, durante l'assemblea Ibc, dall'istituto di ricerche, a conferma c'è l'abitudine ormai consolidata ma pure in crescita di acquisti più frequenti (+3,9% nell'ultimo anno) ma ridotti nelle quantità (la spesa media per atto è diminuita del 2,7%). Non da ultimo, resta un importante ricorso alle promozioni per contenere i costi familiari, comportamento d'acquisto che non esclude nemmeno il canale discount (la penetrazione è dell'88,7%).

Marco A. Capisani

— © Riproduzione riservata —

