

ISTAT

Colpite le piccole superfici commerciali che perdono il 2% delle vendite in volume

Famiglie più attente Spese in riduzione

Consumi in calo a maggio. Meno acquisti nel settore alimentare

... Finito l'effetto Pasqua e l'effetto Ponti di fine aprile, i consumi in Italia tornano a calare a maggio, segnando una nuova battuta d'arresto che conferma il trend negativo in atto da mesi. Secondo i dati Istat, si registra una contrazione sia in valore (-0,4%) che in volume (-0,5%) rispetto ad aprile. Il comparto alimentare è il principale responsabile della flessione, con una diminuzione delle vendite pari al -0,9% in valore e addirittura -1,2% in volume, mentre il settore dei beni non alimentari si mantiene stabile. Il bilancio del trimestre marzo-maggio mostra un quadro altrettanto debole: le vendite al dettaglio scendono dello 0,1% in valore e dello 0,5% in volume. Anche qui, il dato che balza più all'occhio riguarda il cibo. A fronte di un leggero aumento delle vendite alimentari in valore (+0,4%), si rileva una diminuzione dei volumi (-0,4%), segno evidente che i consumatori spendono di più ma comprano di meno. Anche i beni non alimentari fanno segnare un calo sia in valore (-0,3%) che in volume (-0,6%). Rispetto allo stesso mese del 2024, le vendite registrano un lieve aumento in valore (+1,3%) ma un calo in volume (-0,3%), a testimonianza di come la spinta dei prezzi stia ancora pesando sulle tasche delle famiglie. Ancora una volta, gli alimentari mostrano una dinamica preoccupante: crescono in valore del +2,5%, ma scendono in volume dello 0,4%. Il dato si traduce in un carrello della spesa più caro ma sempre più vuoto. Associazioni dei consumatori e

imprese confermano l'allarme. Secondo Assoutenti, nei primi cinque mesi del 2025 la spesa per alimenti ha registrato una crescita in valore del +1,8%, ma una contrazione in volume dello 0,9%, con una riduzione netta degli acquisti che equivale a circa 6 miliardi di euro in meno su base annua. Anche il Codacons evidenzia come il calo di maggio smentisca il rimbalzo illusorio registrato ad aprile grazie all'effetto Pasqua. «Il dato in valore nasconde infatti una realtà più dura: le famiglie spendono di più per acquistare meno. Una distorsione evidente dell'effetto inflattivo sul potere d'acquisto».

Confesercenti lancia un ulteriore allarme: la contrazione in volume rispetto a maggio 2024 si attesta allo 0,9%, e le stime per il secondo trimestre indicano un calo dello 0,7%, avviando il 2025 a diventare il quarto anno consecutivo di flessione nei volumi di vendita. La crisi colpisce in modo particolare le piccole superfici commerciali, che perdono il 2% delle vendite in volume rispetto allo stesso mese dell'anno precedente e oltre il 2,3% nei primi cinque mesi dell'anno. L'alimentare continua a soffrire, evidenziando una razionalizzazione al ribasso degli acquisti, anche su beni primari. Per questo - sottolinea Confesercenti - nonostante segnali positivi dal mercato del lavoro e la recente riduzione dei tassi di interesse - la ripresa dei consumi resta lontana. Le famiglie italiane, ancora alle prese con i postumi dell'inflazione record del biennio 2022-2023, continuano a stringere la cinghia.

