

Discount Ue negli Usa, Stiglitz: prospereranno, i dazi ci hanno indebolito

I discount prospereranno negli Stati Uniti. O, almeno, lo faranno più di altri tipologie di negozi che si rivolgono alla classe media dei consumatori posizionandosi su fasce di prezzi maggiori. «Questo succede perché i cittadini Usa pagano e pagheranno ancora le conseguenze della politica tariffaria di **Donald Trump**. Coi dazi i prezzi hanno rincarato, com'era prevedibile, il risparmio nazionale è crollato e la svalutazione del dollaro è ancora da assorbire (con ripercussioni pure in Europa, ndr). Ma soprattutto i dazi trumpiani hanno fallito nel raggiungere il loro primo obiettivo: riportare la produzione industriale in territorio a stelle e strisce», ha spiegato ieri **Joseph Stiglitz**, premio Nobel per l'economia e professore della Columbia University, durante Linkontro di NieselnIQ (Niq).

Stiglitz motiva così perché i grandi discount europei stanno investendo nell'apertura di negozi Oltreoceano. Due casi su tutti i tedeschi di Aldi e di Lidl, che s'inseriscono in un mercato già popolato, tra gli altri da insegne come Dollar Tree e Ollie's Bargain Outlet, non sempre in buone acque. Negli Stati Uniti l'impoverimento del consumatore medio porterà non solo a un'involuzione della spesa familiare ma anche a maggiori «diseguaglianze sociali, dettate in particolare dal conflitto in Iran che spinge il prezzo dell'energia, a sua volta più pesante da affrontare per le finanze dei cittadini meno agiati», ha proseguito Stiglitz, offrendo una chiave di lettura trasversale all'Europa e all'Italia.

Nella Penisola, per esempio, i discount sono in leggero rientro ma restano il format più dinamico sul mercato. In parallelo, la grande distribuzione organizzata (gdo) si ritrova tra i due fuochi del ritorno inflattivo e la minor capacità di spesa delle famiglie, spesso usando la marca del distributore (mdd) come arma per trattenerne la clientela grazie a un'offerta più accessibile economicamente ma di qualità. Nei giorni scorsi, inoltre, la distribuzione ha incontrato ministero del made in Italy (Mimit, guidato da **Adolfo Urso**) e quello dell'agricoltura (Masaf, guidato da **Francesco Lollobrigida**) per prevenire possibili fenomeni speculativi legati anche alle attuali tensioni, non dimenticando infine che è in atto un'indagine dell'Antitrust su gdo e filiera agroalimentare.

Sempre in un'ottica di similitudini tra Europa e Usa, c'è da considerare anche la polarizzazione dei consumi. In Italia, accade sia perché cresce il peso dei clienti over 55 (arrivando a generare ora quasi il 50% della spesa) sia perché le famiglie meno agiate con figli non hanno al momento rimpicciolito il carrello della spesa alimentare ma compensano riducendo i costi di hobby e cene al ristorante, come ha ribadito **Romolo de Camillis**, retailer director di Niq Italia.

© Riproduzione riservata





**Joseph Stiglitz, premio Nobel per
l'Economia (©Linkontro NIQ)**