Moneta

07-NOV-2026
da pag. 31 / foglio 1

Settimanale - Dir. Resp.: Fabrizio Massaro
Tiratura: N.D. Diffusione: N.D. Lettori: 631000 (Data Stampa 0006901)

DATA STAMPA
45° Anniversario

Data Stampa 6901 Data Stampa 6901
Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Case e supermercati è caccia grossa ai consumatori single

VITTORIO MACIOCE

L

a chiamano "economia dell'uno", come se fosse una canzone di Battiato o il riferimento anarchico al libro di Stirner. Nulla invece di tutto questo. È il reddito e la spesa di chi ha scelto di restare da solo o di chi sfugge alle statistiche della famiglia tradizionale o ha perso la persona che stava al suo fianco, magari da una vita.

Nel reparto frigo c'è una vaschetta sigillata con dentro una sola fetta di carne. È la porzione di una persona. Costa, al chilo, dal 25 al 30% in più dello stesso taglio comprato intero. Nessuno lo trova strano, perché nessuno guarda il prezzo al chilo: si guarda il prezzo della vaschetta, che è basso, ed è esattamente il punto. Quella vaschetta è il manufatto che rappresenta l'economia italiana. Le famiglie composte da una sola persona sono il 36% del totale, ed è la categoria più numerosa del Paese: erano il 28% nel 2009, oggi sono 9 milioni e 700mila. La famiglia media italiana ha due virgola due componenti. A Milano le case abitate da una persona sola sfiorano il 46% e fra gli over 65 quasi uno su due vive solo, il che ricorda che una buona parte di questa statistica non è una scelta di vita: è una vedovanza. Poi c'è la parte che rovescia il luogo comune del single ricco e leggero. Chi vive solo paga da solo tutti i costi fissi: la casa gli assorbe il 41% del bilancio, e fra affitto, bollette e manutenzione spende circa il 64% in più di chi divide. Le lavatrici da tre chili e i frigoriferi stretti costano quasi quanto quelli normali, perché costruirli costa uguale: paghi lo stesso per avere meno. Alla fine del mese sono 571 euro per casa e cibo, contro i 348 a testa di una famiglia di tre.

È, nonostante i calcoli, il cliente migliore che un mercato possa desiderare, e lo è proprio per questo. Le famiglie unipersonali hanno speso nel 2024 oltre 235 miliardi di euro, il 26% di tutti i consumi delle famiglie italiane, 69 miliardi in più rispetto al 2012. Mangiano fuori, ordinano a domicilio, comprano online tre volte più della media. Spendono per gli animali domestici fra i 6 e i 7 miliardi l'anno: più di quanto questo Paese spenda, in media, per un neonato nel suo primo anno di vita. Non è un'anomalia italiana. Nell'Unione europea le famiglie sono 203 milioni e 76 di queste sono formate da adulti che vivono soli: più di un terzo. Dal 2016 è la tipologia cresciuta più in fretta. Tre famiglie europee su quattro, oggi, non hanno figli in casa.

L'Asia non sta messa meglio. In Corea del Sud chi vive solo è, come in Italia, il 36% delle famiglie, e su Gmarket, principale sito di commercio elettronico del Paese, nei primi tre trimestri 2023 i passeggini venduti per i cani hanno superato quelli venduti per i bambini: 57% contro 43. È il Paese con la natalità più bassa del mondo, e si vede dal carrello. In Giappone era il 38 e sarà il 44 nel 2050, con Tokyo già oltre la metà; il governo ha un ministro per la Solitudine dal 2021. In Cina 125 milioni di persone vivono sole, e a gennaio è arrivata in testa alle classifiche l'applicazione «Sei morto?»: se non fai il check-in per due giorni avvisa un contatto d'emergenza. Il tuo nome così finisce in un'altra statistica.





ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1679 - T.1991