

Cala ancora il commercio a gennaio: -2,6% crollano i consumi alimentari degli italiani

LUISA GRION

ROMA — Pane quanto basta, un taglio netto alla carne, via i surgelati e dispensa semivuota, anche perché a riempirla troppo si rischia poi di dover buttare via la merce scaduta. E meglio non esagerare con il «3x2», puntando piuttosto alla promozione del singolo prodotto. Addio al carrello strapieno: la crisi è entrata nelle cucine degli italiani e ha modificato usi e costumi della spesa alimentare. Si consuma di meno, si mangia - se non di meno - sicuramente in modo diverso stando molto più attenti allo scontrino.

La tendenza è evidente, basta guardare i dati Istat: cadono le vendite al dettaglio, tutte, ma in particolare quelle che riguardano pranzo e cena. A gennaio, rispetto allo stesso mese del 2008, i consumi sono diminuiti del 2,6 per cento, ma se per il «no food»

la caduta è stata del 2,3 per gli alimentari è arrivata al 3,3 per cento. In un solo mese - dal dicembre 2009 al gennaio 2010 - la perdita è stata dello 0,5% (meno 1 per cento per la sola voce alimentari).

E questa volta non si tratta di crisi dei piccoli negozi davanti alla grande distribuzione, a perdere è stata tutta la rete: dai «piccoli» (meno 2,2 per cento), ai supermercati (3,1) fino ai discount (2,9). Una caduta che secondo quanto segnala la Cia (confederazioni agricoltori) ha toccato soprattutto il consumo di cereali (meno 2 per cento), carne rossa (meno 2,1), carne bianca (meno 1,2) e olio d'oliva (meno 3,4 per cento) e ha invece risparmiato frutta e verdura; tant'è che la Coop parla di scelte che vanno al di là delle esigenze del bilancio familiare e segnano una «svolta salutista» all'insegna di una mi-

nore quantità e maggiore freschezza degli alimenti (tanto che si parla di un crollo nella vendita dei surgelati).

Certo è che la crisi dei consumi è netta: al di là dei carrelli semivuoti, diminuiscono anche le vendite dei prodotti farmaceutici (meno 4,2%), di quelli informatici e telefonici (meno 4,3 per cento). Confcommercio, che segnala come il 2009 sia stato l'anno in cui sono stati chiusi 28 mila negozi, chiede che «la spirale negativa venga contrastata e si ponga più attenzione al settore al fine di irrobustire la ripresa». Venturi della Confesercenti precisa che «anche se, visti i dati Istat, non si possa dire che il paese sia alla fame, il calo delle vendite alimentari è un dato preoccupante: le famiglie stringono la cinghia». Federdistribuzione segnala come la caduta delle vendite sia avvenuta nonostante la riduzione dei

prezzi (meno 1,9 a febbraio) e come ormai oltre il 28 per cento della spesa sia coperto dalle merci in promozione.

Chiare le richieste dei consumatori: Adusbef e Federconsumatori chiedono detassazioni per i redditi fissi e avvertono che nel 2010 «l'onda lunga dei licenziamenti e della cassa integrazione continuerà a produrre effetti dirompenti fino ad una crescita del Pil pari allo zero». L'Adoc vuole una riduzione del 20 per cento nei prezzi di benzina, spese per la casa e alimentari. Quanto all'opposizione Cesare Damiano, del Pd, parla di «ultimo allarme Istat: vengono colpiti i consumi primari delle famiglie. Speriamo di non dover sentire nuovamente le litanie di ministri come Sacconi e Tremonti che, di fronte alla realtà, continuano a ripetere che andiamo meglio del resto dell'Europa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La caduta dei consumi

Variaz. % Gen. 2010 su Gen. 2009

Alimentari	-3,3
Non alimentari	-2,3
di cui Prodotti farmaceutici	-4,2
Abbigliamento	-1,2
Calzature	-1,2
Mobili, arredamento	-1,3
Elettrodomestici	-2,2
Informatica, telefonia	-4,3
Foto-ottica e pellicole	-0,6
Generi casalinghi	-2,8
Utensileria per la casa	-1,8
Prodotti di profumeria	-1,2
Cartoleria, libri, giornali	-2,2
Supporti magnetici, strumenti musicali	-2,0
Giochi, giocattoli, sport e campeggio	-0,9
Gioielleria, orologerie	-3,4
Totale	-2,6

Fonte: Istat

Nel carrello della spesa meno carne, vino e olio. La crisi colpisce stavolta i supermercati

