

I rincari svuotano il carrello della spesa

Analisi Coldiretti su dati Istat: consumi alimentari in calo del 3,2%, balzo delle vendite nei supermercati discount

di **Maddalena De Franchis**

Il caro-vita svuota il carrello della spesa e obbliga gli italiani a ridurre anche gli acquisti di beni alimentari (-3,2% nei primi sette mesi del 2022). Volano, però, le compere 'low cost' nei discount, che fanno segnare, nello stesso periodo dell'anno, un balzo superiore al 9% nelle vendite in valore. Fanno rabbrivire i numeri dell'ultima analisi elaborata da Coldiretti su dati Istat relativi al commercio al dettaglio: oltre un italiano su due (precisamente, il 51%) ha tagliato la spesa a seguito dell'aumento record dei prezzi, trascinato dai rincari energetici e dagli effetti della guerra in Ucraina. A ciò si aggiunge un altro 18% di cittadini che dichiara di aver ridotto la qualità degli acquisti, costretto a orientarsi verso prodotti a basso costo per arrivare a fine mese, mentre un 31% non ha modificato le abitudini di spesa. Se l'impatto dell'inflazione sul potere d'acquisto delle famiglie italiane è stato devastante, non va certo meglio a livello locale, come conferma Anna Pirillo, responsabile di Campagna amica Forlì-Cesena e Rimini e referente del mercato coperto di Campagna amica Forlì-Cesena. «Ce ne stiamo accorgendo anche nel nostro punto vendita: non sono diminuiti gli acquirenti, si sono accorciati gli scontrini», esordisce. «Chi sceglie i prodotti del circuito Campagna



Un supermercato (repertorio). A fianco Anna Pirillo, responsabile di Campagna Amica Coldiretti

amica lo fa perché aderisce ai nostri valori, tra cui la tutela dell'ambiente e del territorio, la difesa della dignità degli agricoltori e la promozione di una filiera sostenibile. Anziché rinunciare alla qualità, dunque, il nostro cliente tipo preferisce sacrificare

ACQUISTI RIDOTTI

«Non sono diminuiti gli acquirenti ma si sono 'accorciati' gli scontrini»

la quantità e mettere meno prodotti nel carrello della spesa settimanale». Cambiano, conseguentemente, le abitudini a tavola: «chi mangiava abitualmente frutta e verdura rinuncia, ad esempio, a uno spuntino al giorno; chi era abituato a bere un bicchiere di vino a fine pasto, ne limita il consumo ai weekend o alle ricorrenze».

Aumenta, inoltre, il numero delle persone che si presentano verso fine giornata, chiedendo - 'talvolta sottovoce', precisa Pirillo - se a qualche rivenditore

avanzano prodotti da consumare in breve tempo, a prezzo più vantaggioso. «In tanti ci chiedono se ci sono articoli in offerta speciale», aggiunge: «ovviamente non possiamo riprodurre le modalità di vendita della grande distribuzione o dei discount, ma posso affermare con certezza che finora i ritocchi ai prezzi sono stati assai limitati. Non dimentichiamo che i nostri produttori stanno sopportando rincari esorbitanti, dai concimi al gasolio, fino agli imballaggi». Una situazione già drammatica,



CONSEGUENZE

«Cambiano anche le abitudini alimentari: meno frutta e verdura, poco vino»

dunque, e destinata senz'altro a peggiorare in autunno: «se non si interverrà sul caro bollette, prevediamo che si realizzerà quella 'migrazione di massa' verso i discount che, a livello locale, non si è ancora verificata», conclude Pirillo. «Il risultato sarà non solo un abbassamento della qualità del cibo acquistato ma, soprattutto, una spesa meno consapevole, priva di certezze sulla provenienza dei prodotti acquistati. Insomma, un ulteriore danno per i nostri agricoltori».