

## Grande distribuzione

Consumi delle famiglie, per Coop ripresa debole — p.17

# Consumi delle famiglie, per Coop ripresa debole

**Brisigotti: «Nel 2025 consumi +1% in volume, ma i prezzi oggi sono del 20% superiori a quelli del 2021»**

## La spesa degli italiani

Le vendite di beni di largo consumo ai livelli pre Covid ma predomina l'incertezza

Consumatori obbligati a risparmiare e a lavorare di più in difesa del tenore di vita

### Enrico Netti

Per Coop ripresa dei consumi si ma molto debole. A 105 giorni dal Natale Domenico Brisigotti, dg di Coop Italia, si attende per dicembre «una crescita dei consumi rispetto al 2023» mentre per il 2025 prevede «un aumento dell'1% dei volumi con il passaggio dai prodotti dell'industria a quelli private label (marche dei distributori ndr)». Per quanto riguarda il primo semestre 2024 «i volumi dei prodotti di largo consumo venduti dalla Gdo sono cresciuti dello 0,9% tornando ai livelli pre pandemia ma lo scenario rimane ancora debole e caratterizzato da una grande volatilità» continua il dg di Coop Italia a margine nella presentazione del «Rapporto Coop 2024-Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e domani». Il Rapporto è stato redatto dall'Ufficio studi di Ancc-Coop con la collaborazione di Nomisma, il supporto di NielsenIQ e i contributi di Circana, GS1 Osservatorio Immagino, Cso Servizi, GfK, Ufficio studi Mediobanca, Campo Ricerca-Scomodo.

«Se da una parte - aggiunge - il quadro inflattivo sembra assestarsi dall'altra si dovrà tenere conto del fatto che i prezzi, anche se stabilizzati, sono di fatto del 20% superiori a quelli del 2021».

Migliora la propensione alla spesa ma solo per un italiano su cinque prevede di aumentare il budget alimentare mentre un altro 10% intende ridurla. Il risparmio è il fattore che guida le scelte di tre quarti di italiani quando fanno la spesa insieme ai principi di una alimentazione sana e alla volontà di comprare prodotti salutari. Questi elementi «spingono Coop a lavorare sul proprio prodotto a marchio che sta riuscendo a dare risultati a famiglie che vogliono un prezzo minore ma vogliono mantenere la qualità del cibo» aggiunge Maura Latini, presidente di Coop Italia.

Secondo il Rapporto, nei primi sei mesi del 2024 i prodotti con la marca del distributore hanno raggiunto una quota di mercato del 38,2% con una crescita del 2,2% a valore e del 2,4% a volume mentre i prodotti di marca industriale hanno registrato un -0,5% a valore e un -2,2 a volume. La caccia al massimo risparmio alimenta poi una crescente infedeltà sia verso i marchi più tradizionali che verso le insegne della Gdo. Per i discount la quota di mercato è oggi al 23%, con un incremento di circa quattro punti percentuali rispetto al 2019.

Resta per le famiglie la sfida di come affrontare le spese obbligate e la voglia di riuscire ad accantonare, a risparmiare per il domani. Da qui sottolinea il Rapporto - la scelta di ridurre drasticamente il superfluo. Gli alti tassi d'interesse hanno reso più costosi i mutui allontanando la possibilità di acquistare la casa di pro-

prietà. L'auto - rileva il Rapporto - è uno status symbol decaduto e quando è necessario si acquista l'usato: nel 2024 15 milioni di italiani hanno rinunciato all'acquisto di una vettura nuova. Gelata anche sull'elettronica di consumo: le vendite di smartphone sono calate di un milione di unità. In questo clima di sobrietà quando è possibile si riparano gli oggetti o si acquistano di seconda mano.

Così, secondo il Rapporto, è calato il numero degli italiani che vivono situazioni di importante disagio: oggi 12 milioni di persone si riconoscono in questa condizione contro i 20 milioni del 2022. La difesa del tenore di vita è legato a doppio filo all'overworking, il lavoro in eccesso che negli ultimi cinque anni ha fatto crescere il reddito grazie a un aumento di 1,6 miliardi di ore in più.

Restano aperti i cantieri della distribuzione moderna con il governo, per esempio, sulle chiusure dei supermercati in alcuni giorni festivi o sulla normativa dei buoni pasti dei dipendenti privati su cui pesano commissioni tra il 15 e il 20%. «Vediamo cosa conterrà la nuova legge finanziaria - aggiunge Marco Pedroni, presidente Ancc-Coop -. Ci aspettiamo una politica che aiuti il ceto medio e le parti più popolari del paese. Voglio capire se la politica può aiutare la popolazione e il nostro settore».

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

