

→ **Istat** Per gli alimentari calo del 3,3% in un anno: nel carrello meno carne, olio e anche vino

→ **Coldiretti** In forte aumento gli acquisti tramite canali alternativi, farmer market e Internet

Giù i consumi Si risparmia anche su pane e pasta

La crisi, a leggere i dati diffusi dall'Istat sulle vendite al dettaglio, non è ancora alle spalle e si affronta riducendo gli acquisti, a partire da quelli alimentari: -3,3% a gennaio. Vendite ancora in calo per tutti i prodotti.

LAURA MATTEUCCI
MILANO

La crisi che non è finita affatto continua a modificare le abitudini d'acquisto degli italiani. Di sicuro, le contrae: gli ultimi dati Istat dicono che a gennaio le vendite complessive sono diminuite dello 0,5% su dicembre e del 2,6% su gennaio 2009, che per gli alimentari diventa rispettivamente l'1% (il dato peggiore da aprile 2007), e il -3,3%. Pane, carne, vino, olio d'oliva, agrumi, primi piatti surgelati, salumi: sono i prodotti con i cali più evidenti, sia nella grande distribuzione (-3,5% su base annua), sia nei piccoli negozi (-3,1). Ma non significa automaticamente che gli italiani consumino meno alimentari. Secondo Coldiretti, aumentano in controtendenza gli acquisti diretti dai produttori agricoli in azienda o nei mercati degli agricoltori, una forma di distribuzione che ha registrato una crescita del 11% del valore delle vendite, per un totale stimato in 3 miliardi. Sono oltre 500 i farmer market, aperti in tutte le regioni con un aumento del 360% nel 2009, mentre sono saliti a 63.600 (+7%), i frantoi, le cantine, le cascine dove è possibile comprare direttamente. Due italiani su tre nel 2009 l'avrebbero fatto.

La distribuzione tradizionale, invece, soffre. Nel 2009, dice la Cia-Confederazione agricoltori,

flette la domanda di derivati dei cereali (-2%), soprattutto per pane, primi piatti surgelati e biscotti dolci, mentre continua a crescere la pasta (+2-2,5), nonostante i rincari. Sempre in quantità, diminuzioni anche per la carne bovina (-2,1) e avicola (-1,2), per l'olio (-3,4) e per vini e spumanti (-1,3). Crescono invece le vendite di ortaggi (+1,4), di latte e derivati (+1,1), formaggi e lo yogurt. In risalita i consumi di frutta (+3,4) e di pesce (+3,7). La crisi non ha svuotato il carrello, ma ha contribuito a modificarlo. Dalla Cop commentano: «C'è una maggiore sobrietà alimentare, un atteggiamento

Coop
«Italiani più salutisti: c'è maggiore sobrietà alimentare»

più salutistico delle famiglie che porta a ridurre la quantità».

SETTORI IN CRISI

Per il non alimentare il calo è dello 0,3 su dicembre e del 2,3 su gennaio 2009, con una sofferenza maggiore per la grande distribuzione (-2,9, i negozi -2). Indici tendenziali negativi per tutti i settori, con cali meno pesanti per abbigliamento e calzature (-1,2), e maggiori per informatica (-4,3) e farmaceutici (-4,2). Di certo, c'è che la crisi reale non è alle spalle: «irresponsabile» il governo a minimizzarla, dice per il Pd Cesare Damiano. Confesercenti ricorda che l'alimentare è l'ultima cosa che si taglia, Confcommercio che i consumi deboli sono figli della bassa crescita. E i consumatori chiedono al governo la detassazione dei redditi fissi. ❖



Foto di Massimo Percosli/Ansa

Gennaio amaro per i consumi: -3,3% rispetto al 2009

Crollano i consumi

Andamento delle vendite del commercio fisso al dettaglio da 01/2009 a 01/2010

