

IL COSTO DELLA VITA, CRESCE L'INFLAZIONE

Carrello della spesa, una lotta quotidiana Ora gli aumenti più forti sono al discount

Un'indagine di Adico: le famiglie corrono ai ripari. Intanto una maxi rilevazione di Altroconsumo premia le aziende locali

Elvira Scigliano

L'anno scorso, il 2022, è stato costellato da una serie di difficoltà. Quest'anno? Si scrive 2023, ma si ripetono le stesse dinamiche per le famiglie padovane. L'inflazione nella provincia di Padova galoppa stabilmente a doppia cifra: gennaio ha toccato il record dell'11,8%, maggiore perfino dell'inflazione nazionale (11,6%) e al primo posto in Veneto. E così ognuno corre ai ripari. Il potere di acquisto delle famiglie diminuisce vertiginosamente e non restano che due strategie: comprare meno e andare in cerca di prezzi più bassi, ovvero nelle corsie dei discount.

Secondo l'associazione dei consumatori Adico più di un padovano su due opta preferibilmente per il discount che permette risparmi fino al 40% rispetto ad un supermercato "normale". Quasi un terzo delle famiglie padovane (29%) - spiega il presidente di Adico, Carlo Garofolini - sta adottando comportamenti virtuosi e sta cambiando abitudini di spesa per risparmiare: si scelgono prodotti vicini alla scadenza, più economici e non di marca, possibilmente se in offerta.

Ma c'è un altro lato della medaglia: forse proprio per l'aumento della clientela, l'Adico ha registrato un aumento di prezzo maggiore proprio nei discount, che tuttavia continuano ad essere più convenienti dei competitor dei noti gruppi.

CARRELLO IN CIFRE

La spesa alimentare nel



Carlo Garofolini, presidente dell'Adico, e due immagini del carrello della spesa

2022 aveva portato le famiglie sulle montagne russe: se nel 2021 il budget medio al mese per la dispensa era stato di 450,20 euro, il 2022 è passato da un minimo di 467,76 euro al mese ad un massimo di 514,68 euro, con differenze mensili da 17,56 euro a 64,38 euro. Secondo lo studio dell'Adico la spesa alimentare complessiva del 2021 per una famiglia padovana era stata di 5.852,60 euro, mentre nel 2022 il carrello è costato 6.407,70 euro, con una differenza di 555,10 euro, ovvero mediamente 46,25 euro al mese.

Gli aumenti di spesa più importanti tra il 2021 e il 2022 hanno riguardato pa-



ne e pasta (8,06 euro in più al mese per una persona che vive da sola, 15,75 euro per una famiglia di tre componenti); carne (8,09 euro per chi vive solo e 16,89 euro

Garofolini sottolinea: «Si comprano alimenti vicini alla scadenza»
Cna: acquisti in calo

per la famiglia); e latte e formaggi (7,67 euro per chi non ha nessuno con cui condividere la spesa e 14,43 per tre componenti di un nucleo familiare). È evidente che per una famiglia la spesa si è

impennata di più della media: tre persone, mamma, papà e un figlio a dicembre del 2022 hanno speso 632,68 euro per riempire il carrello della spesa, ovvero 74,28 euro in più dello stesso mese dell'anno precedente.

IL GRADIMENTO C'È

Questo quadro delicato ha una compensazione rilevante in altre cifre e altri studi, che registrano buone notizie per gruppi della grande distribuzione veneta.

Proprio in questo mese di gennaio 2023 Altroconsumo, probabilmente la più importante organizzazione italiana di consumatori, si è posta l'obiettivo di intercettare

il grado di apprezzamento dei clienti dei supermercati in Italia: la base di questo lavoro sono interviste a quasi diecimila soci. I quali hanno risposto alla domanda: "Quanto sei soddisfatto del tuo supermercato?", attribuendo voti in centesimi. L'esito è interessante perché dettagliato: distingue diverse aree merceologiche e dimensionali dell'offerta. I risultati? Ci sono segnali realmente positivi per alcuni protagonisti del mercato in Veneto. Interspar è quarta assoluta nel gradimento (75 su 100); Eurospar è vicino, con 72. Il gruppo padovano Ali invece ha la soddisfazione del primo posto assoluto

Despar ai primi posti nel gradimento
Ali è la preferita in Italia per frutta e verdura

in Italia per la qualità di frutta e verdura (79 su 100).

LA FILIERA

Ovviamente le scelte rispetto ai prezzi sono legate a scenari ampi, non strettamente locali, quasi sempre indipendenti alle scelte strategiche delle singole aziende. Un ruolo decisivo lo recitano i costi della logistica e della distribuzione: costi che hanno radici nelle varie crisi internazionali capaci di aggredire energia e trasporti.

Secondo Cna alimentare gli aumenti hanno subito in maniera pesante la fine degli sconti sulle accise, con il conseguente rialzo dei prezzi dei carburanti e l'incre-

mento dei pedaggi autostradali. Gli effetti dominano sul rialzo dei prezzi sono arrivati immediatamente sugli scaffali dei supermercati o nei mercati cittadini perché nel nostro paese l'85% delle merci viaggia su gomma. Una percentuale al rialzo per i beni alimentari, in particolare per i freschi. E se ad aumentare sono beni primari come il pane, la reazione dei consumatori è quella di ridurre il volume di acquisto.

È il risultato che i padovani (in linea con i dati veneti) hanno comprato circa il 7,7% in meno rispetto all'anno precedente, senza con questo sacrificio riuscire a controllare gli aumenti. Insomma, i carrelli della spesa sono più cari e più vuoti. I prodotti che - secondo Cna alimentare - sono stati acquistati meno rispetto a gennaio dell'anno scorso (ma in generale anche per tutto il 2022), sono stati: -1,6% la carne; -6,1% i pomodori; -14,1% l'insalata. Se poi guardiamo al banco frigo e in particolare al pesce, i consumatori padovani hanno diminuito vistosamente il consumo di pesce fresco (-31%).

Chi va a fare la spesa ci concentra su prodotti di largo consumo come pasta e uova, tra le poche referenze che non sono diminuite nelle quantità acquistate. Se si continuerà così - assicura Cna - la filiera non riuscirà più a contenere gli incrementi dei costi di produzione e gli effetti si ripercuoteranno a cascata sui consumatori finali. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA