



L'inflazione aumenta, italiani costretti a tagliare i consumi

Dopo la pubblicazione del «Rapporto 2021», Coop ha avviato una rilevazione (survey) continuativa delle opinioni dei lettori del Rapporto. L'ultima, restituita il 21 giugno scorso ai 162 partecipanti alla rilevazione online, è stata dedicata all'impatto della spinta inflazionistica sul reddito e sui consumi delle famiglie.

Il 68% degli intervistati ha stimato la perdita di potere d'acquisto delle famiglie tra 1.000 e 2.000 euro, in media 1.800 euro, circa una mensilità, come è apparso su numerosi quotidiani. Secondo la rilevazione di Coop, il 70% delle famiglie sta già attuando strategie di *spending review*, ovvero di revisione della spesa, e solo il 21% comincerà dopo l'estate, ma gli intervistati hanno stimato che il 52% delle famiglie adotterà tali misure, percentuale meno pessimistica del 70% delle famiglie che dovrebbe adottarle subito. Secondo le risposte, solo il 2% non ricorrerà alla *spending review* perché utilizzerà i propri risparmi. Può essere vero per chi ha già redditi capaci di affrontare le minacce dell'inflazione, non certamente per le famiglie con redditi più bassi, anche se i risparmi accumulati durante i periodi della pandemia contribuiranno a ridurre il numero delle famiglie che da subito adotteranno la *spending review*.

COME AVVERRÀ LA RIDUZIONE DEI CONSUMI

Secondo Nielsen, nel primo quadrimestre del 2022 non si è verificata una caduta dei consumi, ma la strategia del risparmio per rispondere alla crescente minaccia dell'inflazione farà emergere una polarizzazione delle fasce dei consumatori: una parte delle famiglie sarà costretta, infatti, a modificare i propri stili di consumo, perché vedrà diminuire il proprio potere d'acquisto. La riduzione dei consumi per la rilevazione Coop si concentrerà per il 65% su vestiario e calzature; per il 50% su ristoranti, pub e bar; per il 47% su cinema, musei mostre; per il 41% sui generi

alimentari e le voci di spesa maggiormente colpite saranno gioielli e orologi (51%), mobili e oggetti di arredamento (45%), auto e moto (44%), acquisto e ristrutturazione casa (35%).

La *spending review* colpirà prima di tutto i consumi meno essenziali e quelli che rischiano di impegnare troppo le risorse familiari, mentre i generi alimentari sono collocati al quarto posto, prima della benzina e della cura del corpo. La survey Coop ha anche chiesto su quali leve dovrebbe concentrarsi prioritariamente l'azione del Governo per difendere il potere d'acquisto delle famiglie. Il 58% delle risposte ha concordato sul taglio generalizzato del cuneo fiscale, il 33% sull'introduzione di incentivi alle imprese per la stabilizzazione dei lavoratori e il 32% sul contrasto al lavoro nero. Tutte risposte in linea con le prevalenti richieste delle forze sociali.

La survey si è focalizzata poi sul comparto Food & Beverage. Le risposte prevedono per il 78% la concentrazione della spesa su prodotti scontati o in promozione, per il 55% un aumento degli acquisti di prodotti a marca del distributore (MDD), per il 53% l'aumento degli acquisti nei discount, per il 41% la riduzione degli sprechi alimentari. A parte l'ultima risposta che testimonia l'aumento della sensibilità dei consumatori ai temi della sostenibilità, le altre riflettono la discrasia che si venuta a creare tra prezzi alla produzione e prezzi al consumo, perché si cerca di reagire all'aumento dei prezzi alla produzione mantenendo la competitività dei prezzi al punto vendita, creando pressioni sui prezzi al fornitore. Infine, la survey ha chiesto se le strategie adottate per reagire all'inflazione sono destinate a cambiare le abitudini di acquisto degli italiani.

Le risposte per il 41% ritengono che ciò avverrà solo temporaneamente e per il 55% che tali abitudini diverranno strutturali. Il 65% delle risposte stima anche, rispetto al 2021, una riduzione in volume dei consumi alimentari e il 49% in valore, perché gli italiani cercheranno, comunque, di mangiare bene.