

Crisi. Unimpresa, nel 2014 5 famiglie su 7 al discount per risparmiare



Studio dell'associazione: raddoppiata la spesa low cost, tutti alla ricerca di sconti e promozioni. Italiani leggono solo volantini alla caccia del prezzo più basso. Il presidente Longobardi: "Il Paese sta morendo, serve una cura da cavallo: serve un taglio tasse strutturale, il bonus da 80 euro una tantum non ha aiutato la ripresa. Con la legge di stabilità il governo deve dare una scossa all'Italia"

□□Gli□ italiani inseguono sempre di più risparmi e promozioni, □la crisi spinge anche nel 2014 la spesa low cost;

□5 □famiglie su 7 hanno provato almeno una volta i discount ne□i primi otto mesi di quest'anno confermando una tendenza cresciuta con la recessione e consolidatasi nel 2012-□ 2013. La recessione ha ormai radicalmente alterato le abitudini al supermercato: il 71,8% degli italiani fa economia e così rispetto al primo trimestre dello scorso anno sono più che raddoppiati, tra gennaio e □agosto, gli acquisti di offerte speciali. Aumentano le persone che fanno shopping "per mangiare" nei negozi "a basso costo". Dagli alimenti alle bevande, ma anche prodotti per la casa e abbigliamento, gli sconti fanno gola a tutti e sono la risposta fai-da-te delle persone alla crisi. Questo il risultato di un rapporto del Centro studi di Unimpresa, che ha condotto un'analisi a campione tra i 18mila esercizi commerciali associati.

L'analisi conferma i risultati delle precedenti rilevazioni che avevano fatto emergere una crescente tendenza delle famiglie a risparmiare con gli acquisti.

Nel carrello della spesa degli italiani, secondo quanto emerge dalla ricerca di Unimpresa, finiscono con sempre maggiore frequenza rispetto al passato prodotti offerti sugli scaffali con sconti, specie quelli con ribassi dei prezzi superiori anche oltre il 30% rispetto al listino ufficiale. Gli acquisti low cost nei primi prim*o*i otto mesi del 2014 sono cresciuti del 6,3%. Lo studio conferma e mette in luce, dunque, una tendenza in atto da tempo, peraltro già rilevata negli ultimi tre anni dall'associazione. Confermato il dato più rilevante, secondo cui l'attenzione alle offerte speciali porta i consumatori a fare una vera e propria "incetta" di beni a basso costo: i cittadini sono diventati super esperti dei volantini, puntano le promozioni e nelle buste della spesa finisce solo quanto è proposto in offerta, mentre restano sugli scaffali dei supermercati e dei piccoli negozi su strada tutti gli altri prodotti. Obiettivo che si raggiunge soprattutto con la lettura ormai quotidiana di volantini: gli italiani li leggono sempre di più alla ricerca di sconti e prezzi bassi.

Tutto ciò, però, ha inevitabili conseguenze negative sui ricavi degli esercenti: secondo prime stime l'impatto sui conti potrebbe arrivare ad avere un'incidenza negativa del 65-70%. Elemento che aggraverebbe un quadro già profondamente depresso: del resto, nel 2013 i consumi sono scesi del 2,6%. Nel 2014 non si dovrebbe registrare la ripresa economica e anche le vendite al dettaglio risentiranno, complessivamente, del quadro congiunturale negativo.

I dati del sondaggio Unimpresa indicano che i piccoli negozi sono sempre meno frequentati (-6,5%) e il trend è negativo anche per i supermercati (-2,1%); solo i discount segnano una tendenza positiva (+4,8%).

"Il bonus da 80 euro in versione una tantum non ha funzionato. Ora probabilmente sarà confermato per il 2015, ma si tratta di una scelta non condivisibile: avremmo preferito un intervento sull'Ipref strutturale perché altrimenti non è sicuro che ci

siano benefici per la ripresa” dice il presidente di Unimpresa, Paolo Longobardi. “Al governo di Matteo Renzi abbiamo riconosciuto, nei mesi iniziali, un approccio diverso rispetto al passato. Il consenso attorno a questo esecutivo è sembrato importante e forse ora sta per essere sprecato. Serve una cura da cavallo – aggiunge Longobardi – per far ripartire l’economia. Giù le tasse, subito. Senza indugi o tentennamenti di sorta; la legge di stabilità deve rappresentare una scossa per il Paese”. □