

Consumi stagnanti, il mercato si aggrappa a single e immigrati

Ferma la spesa delle famiglie, i mercati si “aggrappano” a nuovi target, come single e immigrati. E' la situazione fotografata dagli ultimi dati di settore, secondo i quali nel primo trimestre del 2008 si è verificata una riduzione dei consumi dello 0,7%, contro un aumento dello 0,3% nell'analogo periodo del 2007. Il calo registrato a marzo è accentuato soprattutto per i beni (-3,4% in quantità rispetto all'analogo mese del 2007), mentre nei servizi si è avuta una crescita del +2,3%.

Nonostante la concomitanza con il periodo pasquale, la domanda delle famiglie per i prodotti alimentari ha mostrato un'evoluzione negativa, con una riduzione nel primo trimestre delle quantità acquistate dell'1,7%. Una situazione che vede ormai da mesi il settore interessato da una profonda stagnazione.

Un quadro al quale non sono estranee le distorsioni di una filiera alimentare dove i prezzi dei prodotti alimentari aumentino in media di cinque volte nel percorso dal campo alla tavola con differenze che vanno da tre volte per frutta e verdura a quattro per il latte fino a dieci per il pane. La Coldiretti fa notare non a caso come tutto ciò dimostra che nella forbice dei prezzi alla produzione e quelli al consumo c'è abbastanza spazio per recuperare diseconomie e garantire una adeguata remunerazione agli agricoltori senza aggravare i bilanci delle famiglie con conseguenze negative per i consumi.

In attesa dell'auspicata e necessaria ricomposizione delle filiere agroalimentari, il mercato dei consumi si aggrappa a categorie “nuove” come i single e gli immigrati, secondo il confronto tra 2006 e 2007.

Chi vive da solo rappresenta oggi il 12,4% della popolazione adulta italiana. Erano due milioni negli anni Settanta, 4 milioni negli anni Novanta e 6 milioni nel 2007. Per cibo e bevande i single spendono circa 3.600 euro l'anno: pari a 300 euro al mese, contro i 225 euro di chi vive in coppia e i 150-170 euro di chi vive in famiglie di 4 o 3 persone. Tra i prodotti più gettonati (il più delle volte in confezione monodose) ci sono gli ortaggi surgelati, con un +1,7%; i sostituti del pane, col +3,5%; yogurt e dessert, col +3,8%, ortaggi di IV e V gamma (+2,2%). Questi ultimi, secondo stime Coldiretti, oramai coprono il 7,9% dei consumi totali di ortaggi freschi e non a caso sono state inserite nel paniere Istat. Nel 2007 questi prodotti hanno raggiunto a livello nazionale i 40 milioni di chilogrammi l'anno, per un fatturato di 350 milioni di euro.

L'altra area in forte crescita è quella dei consumi degli immigrati. Gli stranieri regolarizzati residenti in Italia, secondo gli ultimi dati dell'Istat riferiti al 1 gennaio 2007, sono circa 3 milioni, con una crescita annua di circa 300-400mila unità.

Numeri confermati anche da un altro dato, il boom delle macellerie “rituali”, nelle quali gli animali vengono lavorati secondo determinate regole dettate dagli usi religiosi. Attualmente in Italia ce ne sono 146, di cui i due terzi concentrati al Nord.