

Più leggero il carrello della spesa

Pubblicato: Martedì 14 Aprile 2009

Il carrello della spesa delle famiglie si fa un po' più leggero nei primi due mesi del 2009. Secondo Vendite Flash, il bollettino del Centro studi di **Unioncamere**, relativo al primo trimestre di quest'anno, **l'aumento del fatturato della Grande Distribuzione Organizzata (+3,3% su base annua) è riconducibile unicamente alla dinamica dei prezzi (+3,5%), mentre i volumi di vendita appaiono in lieve flessione (-0,2%)**. Questo andamento interessa in particolare gli esercizi di più vecchio insediamento, la cui perdita di volumi, pari al -2,6% tendenziale, è bilanciata dalla variazione positiva registrata nelle nuove aperture, che aumentano del 2,4%.

Il costo della spesa per reparto

Prosegue nel I bimestre 2009 la fase di graduale rientro delle dinamiche del costo della spesa per i prodotti del Largo Consumo Confezionato, che comprende i reparti drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, cura degli animali, cura della casa e cura della persona. Questi prodotti aumentano infatti del 3,5% a fronte del 3,6% del periodo precedente. Va sottolineato che nelle statistiche ufficiali sui prezzi questo insieme di prodotti nel I bimestre 2009 veniva dato in aumento del 4%, considerando tutte le tipologie di esercizi commerciali. Quindi le azioni promozionali dei supermercati e le scelte d'acquisto delle famiglie, improntate al risparmio, determinano una apprezzabile diminuzione (circa mezzo punto percentuale) del costo della spesa rispetto agli andamenti rilevati dalle statistiche ufficiali.

Rallentano la dinamica di crescita i prezzi nei comparti alimentari (drogheria, alimentare e fresco). In aumento, invece, il costo di bevande, prodotti surgelati e prodotti per la cura degli animali. Scendendo nel dettaglio merceologico, tra i prodotti più venduti **gli incrementi maggiori si rilevano per la pasta di semola (+14,8%), l'olio di semi (+13,5%), il vino comune italiano (+8,5%), le tavolette barrette di cioccolato (+7,0%)**.

Viceversa **le diminuzioni di prezzo più importanti riguardano l'olio extravergine di oliva (-3,8%), lo yogurt (-3,0%), il latte fresco (-2,4%), gli altri piatti pronti (-0,9%)**.

In moderata crescita anche i prezzi dei reparti non alimentari. La cura della casa infatti mostra una variazione tendenziale del +3.7% nel primo bimestre dell'anno, 2,2 punti al di sopra del dato di chiusura del 2008. **Rincarano, fra gli altri, gli ammorbidenti (+8.9%), gli asciugamani e i rotoli di carta (+6.6%) e i detersivi per il bucato in lavatrice (+4.8%)**. Anche la cura della persona nel I bimestre vede aumentare il costo della spesa del 2.6%, superando di circa un punto percentuale l'andamento dello scorso anno. A contribuire a questi lievi incrementi sono prodotti come le lame e i rasoi da uomo (+7.8%), la carta igienica (+4.8%) e lo shampoo (+4.1%).

Andamento del fatturato per regione

I fatturati della Grande distribuzione crescono soprattutto in Trentino Alto Adige (+5.2% rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente). Al secondo posto della classifica regionale si trova l'Umbria (+5%). Agli ultimi posti di questa classifica si collocano Basilicata e Calabria, unico caso in cui il fatturato presenta un risultato negativo (-1,9%), e la Sardegna (+0,6%). **In Lombardia le vendite complessivamente crescono poco più di un punto percentuale**. Migliore l'andamento del fatturato per Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria (compresi tra il +2,9% e il +3,2%). Vivaci risultano infine gli esiti commerciali in diverse regioni del Centro, come Lazio (+4,7%) e Marche (+4,6%).

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it