



## I poli opposti non si attraggono

### MERCATO INTERNO

di Luigi Pelliccia

Diversamente da quanto afferma il luogo comune, in Italia le scelte nei consumi alimentari delle famiglie divergono sempre più ▶ Da una parte c'è attenzione agli acquisti e si fatica ad arrivare a fine mese, dall'altra il potere di spesa aumenta

Le vendite alimentari 2016 sono scese del -0,5% sull'anno precedente. È un tasso analogo a quello registrato dai consumi complessivi del Paese. Questo affiancamento può essere interpretato come un primo segnale (faticosamente) positivo, dopo che, per anni, le dinamiche delle vendite alimentari si sono comportate peggio di quelle totali. Il fenomeno potrebbe costituire quindi la premessa di un assestamento del trend declinante, in vista di un simbolico recupero nel 2017. Altro sintomo, in questo senso, è il forte restringimento della forbice tra andamento delle vendite nella Gdo e nei piccoli esercizi, quando, negli anni passati, il gap fra i due trend oscillava fra i 3 e i 4 punti.

Il leitmotiv continua a essere, comunque, sobrietà negli acquisti, attenzione al risparmio e scelte guidate spesso da aspetti salutistici. La stagnazione dei prezzi al consumo 2016 (pari al -0,1%, ai limiti della deflazione) è indicativa, del resto, del forte appannamento di fondo del mercato. Nello specifico, le tendenze in valore risultano negative, su base annua, per i prodotti proteici (carni, salumi, uova e lattiero-caseari), e pressoché stabili per le bevande. All'interno del comparto, compaiono andamenti piuttosto differenziati: tengono i vini, crescono le birre, mentre le bevande analcoliche accusano una flessione di tre punti.

### Aumentano le vendite di vino Dop

In un contesto difficile, caratterizzato da prevalenti erosioni, va sottolineato comunque un fenomeno positivo, che riguarda proprio i vini. Lo fa emergere il Rapporto Qualivita 2016, presentato da Ismea nel febbraio scorso. Risulta in sostanza che, a dispetto del contesto, la qualità del vino consumato sul mercato interno "tiene bene". I dati si riferiscono per la verità al 2015, ma sono ugualmente significativi, perché il mercato alimentare del 2015 è stato forse ancora più difficile di quello del 2016.



IN APERTURA una tavola di Ugo Marantoni per *Civiltà del bere*  
 IN QUESTA PAGINA la tabella analizza l'incidenza dei prodotti agroalimentari sulla spesa degli italiani. L'investimento maggiore è nei derivati dei cereali e del latte; il vino ha un peso pari al 3,3%, un valore significativo sull'11,3% complessivo delle bevande  
 NELLA PAGINA SUCCESSIVA si confronta la spesa alimentare dal 2000 a oggi. L'incremento totale è del 25,1% (e del 33,4% se si prende in considerazione anche la ristorazione); ma dal 2007 si è registrata una brusca frenata con un aumento, negli anni della crisi, pari solo a 3,4% (7,5% ristorazione inclusa)

### COSA COMPRIAMO?

	Var. % 2015/14 in valore	Var. % 2016/15 in valore	% su totale agro- alimentare	
			2015	2016
<b>TOTALE AGROALIMENTARE</b>	<b>+0,3</b>	<b>-0,5</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
GENERI ALIMENTARI	=	-0,5	88,7	88,7
BEVANDE ANALCOLICHE E ALCOLICHE	+3,2	+0,1	11,3	11,3
<b>Generi alimentari</b>	<b>=</b>	<b>-0,5</b>	<b>88,7</b>	<b>88,7</b>
Derivati dei cereali	-0,5	+0,6	14,4	14,5
Carni	-5,8	-4,4	10,5	10,1
Salumi	-1	-3,6	6,4	6,2
Latte e derivati	-3,4	-3,3	14,7	14,3
Ittici	+4,3	+2,5	7,2	7,5
Uova fresche	-3,4	-0,6	1	1
Ortaggi	+2,1	-0,1	10,3	10,3
Frutta	+3,8	+2,2	8,9	9,1
Oli e grassi vegetali	+10,7	-3,9	2,1	2,1
Altri prodotti alimentari	+2	+2,5	13,1	13,5
Miele	+7,1	+4,7	0,17	0,18
<b>Bevande analcoliche e alcoliche</b>	<b>+3,2</b>	<b>+0,1</b>	<b>11,3</b>	<b>11,3</b>
Acqua	+8,8	+1,4	2,3	2,4
Bevande analcoliche	+4,7	-3,3	2,5	2,5
Bevande alcoliche	+0,6	+3	1,3	1,3
Vini e spumanti	-0,3	+0,1	3,2	3,3
Birra	+6,1	+1	1,8	1,9

Fonte: Ismea-Nielsen

Ebbene, il rapporto evidenzia che le vendite di **vini a denominazione** certificata hanno raggiunto nel 2015 la quota di **357,7 milioni di ettolitri**, con un incremento marginale (+0,1%) sull'anno precedente. Ne esce un'incidenza stabile, pari al 56,2% su un mercato interno 2016 che ha raggiunto la quota di 636,3 milioni di ettolitri.

Le cose si sono mosse meglio in termini valutari. In questa chiave, risulta che le vendite di vini certificati hanno raggiunto nel 2015 la bella quota di **1.295 milioni di euro**, con un incremento del +1,5% sull'anno precedente e una quota del 74,7% sul valore complessivo delle vendite totali, pari a 1.734 milioni. L'anno precedente l'incidenza in valore del segmento era stata pari al 73,6%: ne esce quindi un guadagno di oltre un punto che, con i tempi che corrono, non è poco.

#### Cresce il divario sociale

Dietro questi trend, rimane sottostante, tuttavia, un fenomeno grave, che spiega e spinge il lungo malessere del mercato. Ci riferiamo alla crescente **polarizzazione della società** in due aree distinte, quella del disagio e quella della tenuta del benessere. Un settore di largo consumo come il *food and beverage* è un barometro sociale di prim'ordine, che indica bene i sacrifici di spesa (*food social gap*) di una larga platea

di consumatori, a fronte della migliore tenuta dei consumi delle fasce più abbienti, che hanno risparmiato di meno sugli acquisti e, per converso, hanno leggermente incrementato le spese in ristorazione. Perché il paradosso è questo, che mentre la coperta si accorciava, l'incidenza del fuori casa e della ristorazione è aumentata negli ultimi anni, fino a raggiungere il 7,6% dei consumi totali.

Recenti statistiche indicano che quasi la metà delle famiglie non riesce a far quadrare i conti e arrivare a fine mese. L'impasse emerge dall'ultimo Rapporto Italia pubblicato da Eurispes. Secondo l'istituto, l'anno scorso il **48,3% delle famiglie italiane non è riuscito ad arrivare a fine mese**, mentre, per arrivarvi, il 44,9% è stato costretto ad attingere ai risparmi.

Un segnale positivo è costituito dal fatto che il 51,5% delle persone sostiene di non aver perso il proprio potere d'acquisto (un dato in crescita rispetto al 46,8% del 2015).

Ma intanto, per l'acquisto degli alimentari, è salita dell'1,7% la percentuale di consumatori che cambia marca di un prodotto, se più conveniente. Mentre è salita del 3,9% la fascia di che è stato costretto a tagliare anche le spese mediche.

Certo, il contesto in cui ciò avviene è quello di un livello di vita più alto e di un costo della vita complessivamente più



**IERI E OGGI. CONSUMI A CONFRONTO in milioni di euro**

PRODOTTI	2000	2007	2014	2015	Var. % 2015/14	Var. % 2015/00	Var. % 2015/07
Pane e cereali	18.424	23.178	24.444	24.610	+0,7	+33,6	+6,2
Carne	26.453	32.870	33.558	33.738	+0,5	+27,5	+2,6
Pesce e frutti di mare	8.687	10.512	10.055	10.329	+2,7	+18,9	+1,7
Latte formaggi e uova	15.726	18.076	19.188	19.418	+1,2	+23,5	+7,4
Oli e grassi	4.731	5.322	4.501	4.627	+2,8	+2,2	-13,1
Frutta	10.290	12.344	12.181	12.513	+2,7	+21,6	+1,4
Vegetali	14.466	18.137	18.664	18.943	+1,5	+30,9	+4,4
Zucchero, marmellata, miele, cioccolata e pasticceria	5.042	5.944	6.158	6.307	+2,4	+25,1	+6,1
Generi alimentari non classificati altrove	1.980	2.479	2.700	2.755	+2	+39,1	+11,1
Bevande non alcoliche	9.696	11.007	10.765	11.069	+2,8	+14,2	+0,6
Caffè, tè e cacao	3.366	3.651	3.973	4.076	+2,6	+21,1	+2,6
Acque minerali, bevande gassate e succhi	6.332	7.356	6.792	6.992	+2,9	+10,4	-4,9
Bevande alcoliche	7.137	8.482	9.061	9.138	+0,8	+28	+7,7
<b>TOTALE ALIMENTARI</b>	<b>122.632</b>	<b>148.353</b>	<b>151.276</b>	<b>153.447</b>	<b>+1,4</b>	<b>+25,1</b>	<b>+3,4</b>
<b>SERVIZI DI RISTORAZIONE</b>	<b>49.629</b>	<b>65.548</b>	<b>74.933</b>	<b>76.401</b>	<b>+2</b>	<b>+53,9</b>	<b>+16,6</b>
<b>TOTALE SERVIZI</b>	<b>340.557</b>	<b>468.019</b>	<b>524.016</b>	<b>533.266</b>	<b>+1,8</b>	<b>+56,6</b>	<b>+13,9</b>
<b>TOTALE ALIMENTARI + RISTORAZIONE</b>	<b>172.261</b>	<b>213.901</b>	<b>226.209</b>	<b>229.848</b>	<b>+1,6</b>	<b>+33,4</b>	<b>+7,5</b>
<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>761.962</b>	<b>960.750</b>	<b>995.024</b>	<b>1.010.505</b>	<b>+1,6</b>	<b>+32,6</b>	<b>+5,2</b>

Fonte: elaborazione Federalimentare su dati Istat

basso rispetto ad alcuni decenni fa.

Un esempio: un televisore 21 pollici, a fine anni Cinquanta, costava circa 5.000 euro, quasi quattro stipendi medi dell'epoca. Ma tornare indietro, come sta succedendo adesso, è comunque amaro.

Si aggiunge che **solo il 25% circa di famiglie continua a risparmiare**. Ma la sfiducia fa sì che esse lascino in gran parte il denaro a tasso zero al "calduccio" del conto corrente bancario, senza investire in prodotti finanziari, tenendosi ancora lontane dal ritorno al mattone.

**Un decennio di crisi e oltre**

La crisi compirà ufficialmente dieci anni nel settembre 2018. Ed è evidente a tutti ormai che non si tratta di "crisi" nel senso stretto del termine (che ha magari effetti traumatici più forti, ma anche capacità di rimbalzo e recupero assai più rapide), ma di un fenomeno estremamente complesso, di impatto lungo, che rischia di investire l'arco di una intera generazione.

Il prolungarsi della situazione di disagio alimenta una consapevolezza sempre più diffusa che i rimbalzi "veri" della ricchezza prodotta, al di là di pediatrie "zero virgola" (rigorosamente inferiori alla media comunitaria), sono fuori portata. D'altra parte, il sistema produttivo italiano, con l'enologico fra i più rappresentativi, è un "di cui" prevalentemente efficiente e sufficientemente competitivo, all'interno di un sistema corroso da gap annosi e micidiali. Una **disoccupazione giovanile al 40%**, un **debito pubblico** fra i primissimi

mi al mondo, che ci obbliga a sborsare **70 miliardi l'anno di interessi**, esponendoci (diversamente da quello giapponese, tutto in mano ai risparmiatori locali) al rischio spread, la **sfiducia** nell'efficienza della burocrazia (definita da un famoso sociologo "spirito coagulato") e nella probità delle istituzioni, in balia di troppo frequenti fenomeni corruttivi, stanno innestando fenomeni di grande imprevedibilità sociale. L'apparire di un movimento politico che oggi rivaleggia testa a testa col primo e che, ancora pochi anni fa, era nel grembo di Giove, ne è la prova palmare.

È noto che gli "ismi" di adesso si chiamano **populismi**. In Europa hanno già colpito molto pesantemente con la Brexit, e rischiano di creare un effetto domino.

Lo stesso risultato del referendum del dicembre scorso, rivelatosi un voto sociale e non costituzionale, come era nelle intenzioni, dimostra che i cittadini votano in gran parte con risentimento e con malessere, invece che con approcci razionali. Andando più lontano, viene il ricordo di "ismi" assai più pericolosi, nati invariabilmente in contesti di malessere socio-economico, come quelli che si innestarono in Europa nel 1917, nel 1922 e nel 1933. Gli ultimi due col consenso parlamentare. La storia deve insegnare qualcosa.