

Famiglie nei discount per la spesa collettiva

MILANO

La borsa della spesa delle famiglie si è alleggerita. I consumatori vanno sempre più a caccia di hard discount e di prodotti a basso prezzo nei supermercati. Nei primi sei mesi di quest'anno i supermercati e i supermercati hanno accusato una flessione dello 0,6% dei volumi di vendita di prodotti alimentari. Gli aumenti di prezzo hanno sostenuto un po' il fatturato ma la quantità di prodotti usciti dalle casse è calata in generale dello 0,6% comprendendo tutto l'universo grocery (stime Iri-Infoscan). «Lo scontrino medio - dice Giorgio Santambrogio, top manager Interdis - è calato del 10% almeno. Si cercano i prodotti in forte promozione e si taglia sul resto».

I discount restano in espansione. Secondo una indagine dell'Università Bocconi (centro studi Cermes) i frequentatori dei negozi con prodotti

non di marca e a prezzi bassi sono ormai il 56% degli italiani. Iri-Infoscan rileva che i negozi discount risultavano a quota 3.235 a fine 2006. AcNielsen, nella rilevazione di settembre 2007, ne ha registrati complessivamente 3.524. Ne risulterebbe un aumento non distante dal 10% nell'arco di pochi mesi.

E dalle associazioni di consumatori si riferisce poi del fatto che gruppi di famiglie, ad esempio, si organizzano sempre più in forma collettiva (gruppi di acquisto solidali) per fare la spesa al discount. Il fatturato dei negozi con prodotti superscontati dovrebbe attestarsi quest'anno intorno ai 3,5 miliardi di euro nell'alimentare. Il giro d'affari totale dei discount (stime AcNielsen) si dovrebbe attestare su quota 5,5 miliardi (compresi tutti i prodotti non alimentari) quest'anno ed entro il 2009 la previsione è che si arrivi a sfiorare i 6,3 miliardi di euro.

La mappa del commercio

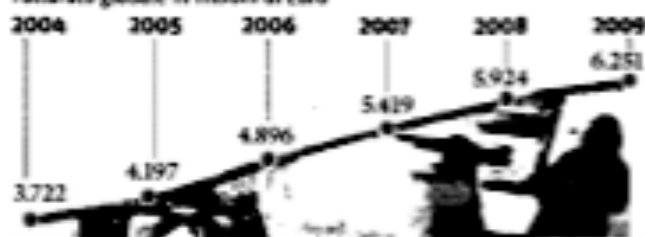
IL COMMERCIO PER REGIONE

Numero di esercizi in attività - Dati primo semestre 2007



LA VOLATA DEGLI HARD DISCOUNT

Fatturato globale in milioni di Euro



Fonte: AcNielsen