

## LA SPESA DELLE FESTE: VINCE IL CESTO DI PRODOTTI TESTA A TESTA TRA SUPERMERCATI E DISCOUNT

25 Dicembre 2012



L'AQUILA – Il cesto pieno di prodotti tipici di gastronomia si conferma il dominatore delle strenne natalizie, battendo la seppure accoppiata panettone-spumante.

È l'unico dato certo che emerge da un'indagine di *AbruzzoWeb* su come si sta muovendo il mercato degli alimenti sotto il periodo di Natale e Capodanno.

Se in alcuni supermercati sono andati e vanno tuttora a ruba panettoni e pandori, torroni e spumanti, altri vedono una brusca flessione rispetto all'anno scorso, con vendite ridotte anche del 2 per cento.

Mossa innovativa e astuta è quella delle aziende leader del mercato dei dolci, che hanno pensato bene di ridurre il peso dei prodotti, dal classico chilo a 750 grammi o addirittura mezzo chilo, mantenendo comunque il prezzo dell'anno scorso.

E se in alcune province abruzzesi i discount la stanno facendo da padroni, in altre province no, come a Chieti.

### CHIETI

“Noi ci riusciamo a difendere bene – afferma Luca Di Gregorio, direttore del punto vendita Carrefour di Chieti e alfiere della grande distribuzione – vendiamo bene sia con le marche leader del settore, sia con i primi prezzi (marche più economiche, ndr). Il nostro cavallo di battaglia quest'anno sono i cesti, abbiamo addetti che confezionano pacchi regalo con prodotti gastronomici nostri, i clienti li acquistano e noi li componiamo”.

“La crisi? Quest'anno non la stiamo sentendo”, conclude speranzoso Di Gregorio.

“Stiamo lavorando molto con i pacchi di prodotti gastronomici, ma anche con i panettoni, torroni e pandori – spiega dalla parte dei discount il responsabile delle vendite di Md della provincia teatina di Ortona (Chieti) – Ce n'è continua richiesta, quindi quando li finiamo ce li riportano subito, ma siamo abbastanza forniti e stiamo vendendo molto”.

### L'AQUILA

Anche il capoluogo di regione rimane stazionario delle vendite: non c'è particolare differenza rispetto all'anno scorso. Quello che cambia, però, è la necessità di risparmiare. I clienti del 2012 preferiscono acquistare marche meno note a costi inferiori.

“I nostri clienti hanno acquistato le settimane prima di Natale soprattutto cesti, li realizziamo sul momento a seconda delle richieste – spiega Sandro Scipioni, del punto vendita a basso prezzo Lidl dell'Aquila – I clienti scelgono i prodotti e noi li componiamo a loro piacimento. Comunque questo è un anno all'insegna del risparmio, ma non vediamo una grande differenza dall'anno scorso”.

“Stiamo riscontrando un andamento delle vendite simile a quello dell'anno scorso – spiega invece il direttore del punto vendita di LeClerc dell'Aquila, Roberto Guida – Se dovessi fare un quadro generale posso affermare che siamo in leggero

miglioramento, stiamo vendendo molti cesti e la classica 'strenna', quindi il panettone con la bottiglia".

"Il mercato che va meno è quello dell'autoconsumo: le famiglie preferiscono spendere di più per i regali e meno per loro stesse, comprando prodotti sgrammati - rivela l'esercente - Una scelta delle industrie, infatti, è stata quella di abbassare il peso di panettoni, torroni e pandori mantenendo, però, lo stesso prezzo".

"Le prenotazioni del pesce, invece, sono in crescita", conclude.

#### PESCARA

La città adriatica di Pescara, invece, è in controtendenza, con un'evidente riduzione dei consumi e delle spese.

"In questo periodo la crisi si sta sentendo molto - spiega un socio della Conad di Pescara - C'è stato un netto calo delle vendite rispetto all'anno scorso, ma non c'è molta differenza dei prodotti venduti, escono sia le marche note che quelle meno. Non c'è grande richiesta di prodotti costosi come tartufi o caviale, scelgono piuttosto i vini".

"Stiamo vivendo in questo periodo una lieve flessione delle vendite - spiega Massimo Ferrante, capo area Abruzzo del discount Simply Italia - Il volume dei pezzi venduti è lo stesso, ma quest'anno gli utenti stanno cercando di risparmiare, scegliendo i primi prezzi. Per assurdo le persone continuano a scegliere il salmone e il caviale ma cercano di fare economia preferendo l'acquisto di prodotti a basso costo".

"Il volume d'affari è sceso del 2 per cento", conclude Ferrante.

#### TERAMO

Come Pescara, anche Teramo non naviga in acque tranquille, costretta a stringere la cinghia rispetto a un 2011 sicuramente più florido. La parola d'ordine di quest'anno è: promozione!

"Rispetto all'anno scorso c'è stato un brusco calo delle vendite di prodotti natalizi - si lamenta Carmine Di Felice, responsabile della Coal di Teramo - La gente acquista quasi esclusivamente prodotti in promozione o i cesti. Ma bada sempre alla spesa, piuttosto che comprare quelli molto costosi preferisce pagarli 9,90 euro o 14,90, che sono sì di marca ma hanno un peso inferiore".

"Stiamo vendendo quasi a sottocosto, speriamo che almeno negli ultimi giorni vada meglio!", conclude sconsolato.