

I dati Istat segnalano una discesa dei consumi a livello 2005. Marcegaglia: preoccupante

Commercio, gli affari vanno a picco

Male la moda. Confcommercio: la stagionalità non c'entra

DI LEONARDO ROSSI

Consumi sempre ridotti e affari del commercio a picco, le vendite scendono infatti per la seconda volta consecutiva segnando peraltro il peggior risultato degli ultimi tre anni. Secondo l'Istat infatti, ad aprile l'indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio ha fatto registrare una flessione del 2,3% sullo stesso mese del 2007. Rispetto al mese precedente, invece, è stata rilevata una variazione nulla, mentre nei primi quattro mesi dell'anno è emerso uno magro +0,1%.

Insomma, ancora un risultato deludente per le imprese del commercio, soprattutto quelle che trattano la moda, dalle scarpe alle borse, dai pantaloni alle camicie. La performance di aprile, visto che l'indice delle vendite incorpora sia la dinamica dei prezzi sia quella delle quantità, con l'inflazione al 3,3% si traduce una caduta di oltre il 5%. Si conferma dunque che per la nostra economia il problema è la crisi dei consumi interni, infatti l'industria seppure non a pieni giri produce ancora. Ma come hanno evidenziato sia il fatturato che le esportazioni, è il mercato internazionale che tiene in piedi la domanda, soprattutto quella proveniente dalla Germania e dalla Francia

già fuori dalla crisi economica. I dati, tornando all'Istat, indicano che a fronte di un -2,3% complessivo, i prodotti alimentari sono diminuiti dello 0,8% (hanno contribuito di certo agnello e colomba che non abbiamo comprato quest'anno) e quelli non alimentari sono scesi del 3,4%, ma un maggiore dettaglio rivela che la grande distribuzione ha messo a segno un incremento dello 0,3% (+0,3 food e +0,1 non food), mentre le imprese operanti su piccole superfici affondano con un -4,1% (-5% alimentari e -4% non alimentari). All'interno della gdo, soltanto i negozi specializzati di grande superficie hanno fatto rilevare un aumento degno di nota, anche se appena dell'1%. Quanto agli altri settori gli hard discount sono rimasti fermi a zero, mentre i grandi magazzini hanno segnato un +0,2% e i supermercati un +0,3%.

Dall'analisi dei settori merceologici, di cui l'Istat diffonde un esauriente spaccato, a livello tendenziale emergono tutte diminuzioni con le più elevate che arrivano dalle calzature e articoli in cuoio (-6,4%) e dall'abbigliamento e pellic-

ceria (-5%), giocattoli, sport e campeggio (-4,9%) e generi casalinghi (-4,2%).

Quanto all'andamento del-

le vendite a livello territoriale, sempre nel mese di aprile, l'Istat fa sapere che il valore del totale delle vendite al dettaglio ha segnato variazioni tendenziali negative in tutte le ripartizioni, con le diminuzioni più marcate che si sono verificate nell'area centromeridionale: il Centro marca un -3,4% e il Mezzogiorno un -4%, in sofferenza sia le vendite di prodotti alimentari sia di quelli non alimentari. Invece nel Nordest e nel Nordovest (rispettivamente -1,3% e -0,9%) le diminuzioni sono meno pesanti e inoltre almeno i prodotti alimentari registrano segni positivi. I giorni di apertura, infine, sono stati 25,1 con un aumento di 1,4 giorni, dovuto anche in questo caso alle festività pasquali, ma la piccola distribuzione si è fermata a 24,7 e la gdo è arrivata a 25,8.

Le reazioni. Il calo delle vendite al dettaglio rilevato dall'Istat «è sicuramente un segnale

preoccupante», che mostra forti problemi sul lato della domanda interna: lo ha detto Emma Marcegaglia, presidente di Confindustria, parlando a margine dell'assemblea annuale di Confindustria Firenze. «Da una parte vediamo dati abbastanza positivi sulle esportazioni e sul fatturato industriale - ha spiegato - che mostrano una capacità di tenuta delle imprese, ma dall'altra parte c'è un problema di domanda interna molto forte, e questo fa sì che l'Italia cresca poco».

Secondo l'Ufficio studi della Confcommercio siamo di fronte a «un ulteriore segnale negativo sulla congiuntura dei consumi in Italia. Il dato sulle vendite al dettaglio di aprile non può, peraltro, essere attribuito alla diversa tempistica in cui quest'anno è caduto il periodo pasquale, in quanto la diminuzione delle vendite in valore, la seconda consecutiva che ha portato nella media del quadrimestre a una stasi dei fatturati, coinvolge ormai in misura molto rilevante diverse merceologie che non risentono verosimilmente di fattori stagionali». «I dati diffusi oggi dall'Istat - conclude la Confcommercio - confermano, pertanto, le analisi dell'Indicatore dei Consumi Confcommercio, che già segnalava un'evoluzione particolarmente negativa della domanda delle famiglie nei mesi più recenti».



Emma Marcegaglia