

# Ripresa rinviata per i consumi

Tlc, hi-tech e salute le voci più reattive nei prossimi anni - Giù l'alimentare

**Marika Gervasio**  
MILANO

I consumi delle famiglie italiane sono tornati indietro di dieci anni, ma si profila un recupero. Secondo il «Rapporto Consumi 2010» realizzato dall'ufficio studi di Confcommercio, infatti, nel biennio di piena crisi economica, tra il 2008 e il 2009, la spesa ha registrato una contrazione media annua del 2,1% ai livelli precedenti il 1999. E, dopo il modesto +0,4% che chiude il 2010, il 2011 sarà l'anno della «guarigione», si legge nel rapporto, con un +0,9%, mentre la vera ripresa dei consumi arriverà solo nel 2012, con un rimbalzo dell'1,6%.

Tra le voci di consumo, nel 2008-2009, è risultata in calo la spesa per vacanze (-3,2%), pasti in casa e fuori casa (-3,2%), mobi-

## LE VALUTAZIONI

Sangalli: «In difficoltà, oltre alle famiglie, anche le imprese; nel 2010 chiusi 25mila esercizi al dettaglio»

lità e comunicazioni (-3,1%), abbigliamento (-3,1%). Al contrario hanno tenuto le spese per salute (+2,5%), elettrodomestici e information technology domestica (+2,4%), beni e servizi per la telefonia (+0,4%). E, nell'analisi di lungo periodo (dal 1992 alle previsioni per il 2012), aumenta di cinque volte la spesa per beni e servizi di tlc (cellulari, abbonamenti telefonici e internet) rispetto a quella per la mobilità (acquisto di auto e spese di esercizio, carburanti).

La crisi dei consumi si è fatta sentire anche a tavola: secondo la Cia-Confederazione italiana agricoltori nel 2009 una famiglia su tre è stata costretta a tagliare gli acquisti alimentari, mentre tre su cinque hanno dovuto modificare il menu quotidiano e oltre il 30% è obbligato a comprare prodotti di qualità inferiore. Sempre un 30% di consumatori, poi, si rivolge ormai esclusivamente alle promozioni. Una tendenza che, secondo le prime stime, sembra consolidarsi anche nel 2010, anno in cui i consumi alimentari sono rimasti praticamente al palo. In particolare, dai primi dati a disposizione si registrano, sotto il profilo della quantità, flessioni del 2,3% per la carne bovina, dell'1% per i prodotti ittici, dello 0,4% per gli ortaggi, dello 0,5% per i vini e gli spumanti, dell'1,8% per il pane e del 2,1% per la pasta. Dovrebbero, invece, risultare in crescita le carni

suine e i salumi (+0,7%), le carni avicole (+0,5%), la frutta (+0,8%), l'olio d'oliva (+1,8%) il latte e i suoi derivati (+0,8%).

Confcommercio, sottolinea comunque, che, a dispetto della riduzione del reddito disponibile, le famiglie hanno però saputo reagire, muovendosi nella giusta direzione: hanno ridotto gli sprechi, hanno posto più attenzione al rapporto qualità-prezzo e ricorso anche ai risparmi, adottando comportamenti di spesa adatti a contenere al massimo la perdita di benessere patita negli anni più difficili.

Secondo il Codacons, i dati della Confcommercio «sono eccessivamente ottimistici e speranzosi, oltre che superati». Occorreranno, infatti, «minimo cinque anni prima di poter recuperare il gap». La Coldiretti segnala però il boom della vendita diretta: «in controtendenza rispetto all'andamento generale aumenta del 41% nel 2010 la spesa nei mercati degli agricoltori che insieme alle vendite dirette aziendali» con un fatturato che ha abbondantemente superato i 3 miliardi di euro. Prevediamo ottime prospettive di crescita anche nel 2011».

Nemmeno Federconsumatori e Adusbef condividono «il cauto ottimismo di Confcommercio: «in assenza di interventi mirati la situazione non potrà che aggravarsi. Per questo è ora di intervenire per invertire tale tendenza - sostengono - attraverso una detassazione per le famiglie e avviando un serio piano di investimenti per lo sviluppo e la ricerca».


Oltre che per le famiglie, la situazione resta peraltro critica anche per le imprese, specialmente per quelle al dettaglio. «Dopo un 2010 difficile per l'economia e le imprese con circa 25mila esercizi al dettaglio in meno - afferma il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli -, si rischia che il 2011 sia ancora un anno di convalescenza. È infatti, per il 2012 che le nostre previsioni segnalano elementi di più robusta ripresa. Per questo, occorre accelerare e intensificare tutte le azioni, le politiche, le riforme utili al rafforzamento della crescita, della produttività, della competitività e al riassorbimento della disoccupazione. In questo contesto, resta aperta la questione di una progressiva e compatibile riduzione della pressione fiscale complessiva. È questa, insomma, la via maestra per ridare fiato ai consumi delle famiglie ed agli investimenti delle imprese».

## Le prospettive per comparto

### La spesa pro capite

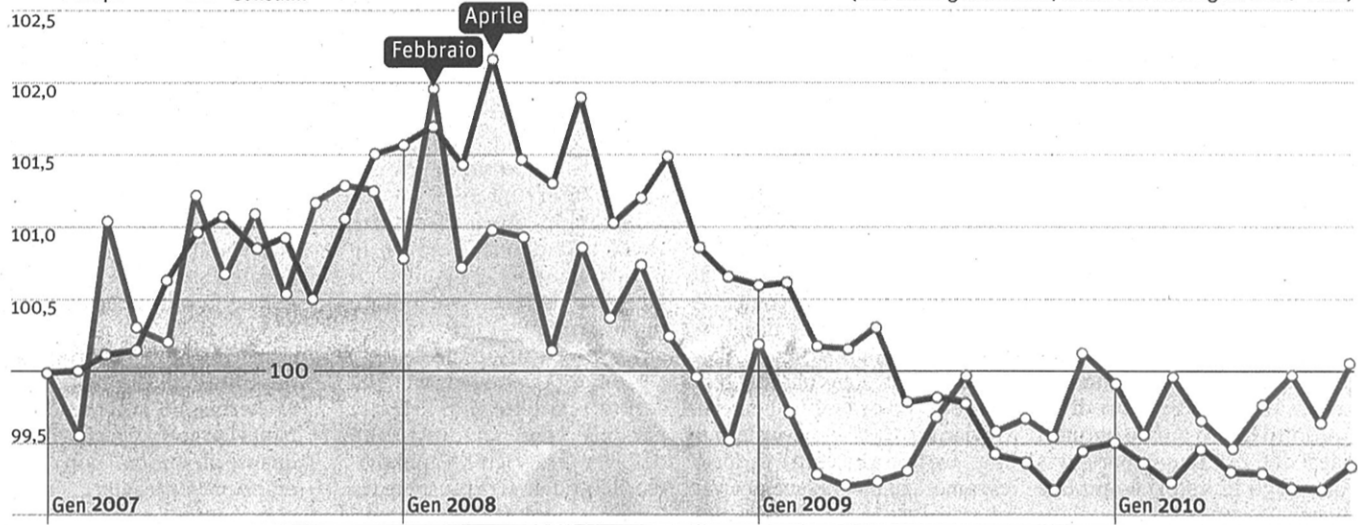
	Tempo libero	1,1	●○○○
	Elettrodomestici bruni e IT	1,7	●●○○
	Servizi ricreativi e culturali	0,9	●○○○
	Mobilità e comunicazioni	2,0	●●○○
	Beni e servizi per le TLC	5,3	●●●●
	Abitazione al netto dei fitti imputati	-0,4	○○○●
	Serv. domest. e per l'igiene della casa	-0,2	○○○●

(Var. % media annuale, prezzi costanti, periodo 2010-2012)

	Pasti in casa e fuori casa	-0,1	○○○○
	Pubblici esercizi	0,5	●○○○
	Alimentazione domestica	-0,3	○○○●
	Vacanze	0,4	●○○○
	Cura del sé	0,5	●○○○
	Abbigliamento e calzature	0,5	●○○○
	Spese per la salute	2,2	●●○○
	<b>TOTALE CONSUMI</b>	<b>0,6</b>	●○○○

## Consumi e occupazione

— Occupazione — Consumi



(Dati destagionalizzati, indici dei livelli gen. 2007=100)

Fonte: Ufficio studi Confcommercio