

# Allarme Coop, l'Italia non consuma più

Quattro punti sotto i livelli pre-crisi. Boom solo per i giochi: +20% a 73 miliardi

LUIGI GRASSIA

## Carrelli vuoti

La discesa contemporanea dei redditi disponibili (misurati con il potere d'acquisto effettivo), della propensione al risparmio e dei consumi dice che l'Italia sta diventando sempre più povera



Se c'è qualcuno che ha il polso della situazione dei consumi in Italia è la Coop, e purtroppo questo polso risulta molto debole, con tutte le conseguenze negative che ne derivano per la sperata ripresa economica. Il rapporto Coop 2011 su «Consumi e Distribuzione» pubblicato ieri dice che il Paese è sfiduciato e non ha la forza di rilanciare consumi e produzione perché spaventato da disoccupazione e precarietà del lavoro,

**Un decennio buttato: siamo tornati al 2001**  
**Giù abiti e scarpe (-8%) e multimedia (-15%)**

i redditi ristagnano eppure i prezzi accelerano dando la mazzata definitiva.

Un po' di numeri per capire a che punto siamo. Negli ultimi tre anni il potere d'acquisto delle famiglie è calato del 6%. Fatto 100 il livello del 1999, si è raggiunto un massimo a quota 107 nel 2008 ma poi siamo arretrati a 101 nel 2011, che è lo stesso livello del 2001; in pratica, dieci anni buttati. Crolla la propensione al risparmio: nel 2005 le famiglie riuscivano a mettere da parte in media il 16% del reddito, adesso solo l'11%.

E questo si riflette sui consumi: fatto 100 il valore del 2000, siamo saliti (lentamente) a 101 nel 2007, poi precipitati al 96 nel 2009, e da allora il recupero è stato minimo a quota 97, e secondo Coop è pure difficile che riusciamo a rimanere lì.

La discesa contemporanea dei redditi disponibili (misurati con il potere d'acquisto effettivo), della propensione al risparmio e dei consumi dice che l'Italia sta diventando sempre più povera. Circa l'80% delle famiglie ha la percezione di un livello di vita al di sotto del minimo accettabile o al li-

mite, e per arrivare a fine mese gli italiani attingono sempre più ai risparmi per finanziare il consumo corrente.

Già a giugno si registrava un picco (22%) di famiglie italiane che dichiaravano di non riuscire a risparmiare niente a fine mese. Il rapporto della Coop sintetizza la situazione così: gli italiani meno formiche sui risparmi e meno cicale sui consumi. Forse la peggior combinazione possibile, quando deriva non da un'improbabile virtù ma da pressioni economiche intollerabili.

Eppure la Coop avverte

che le cose possono andare ancora peggio: la manovra economica del governo, per quanto necessaria ai saldi della finanza pubblica, minaccia di avere effetti recessivi, soprattutto per l'aumento della terza aliquota dell'Iva: ogni punto d'imposta in più secondo la Coop costringe a minori consumi annui per 7 miliardi di euro. L'aumento al 21% è destinato a penalizzare settori già tartassati come l'abbigliamento (che nel primo semestre registra spese -8%) e il multimedia (-15%).

A dir la verità un settore in pieno boom c'è, ma forse non

**22%**  
**non riesce a risparmiare**

Per più di un italiano su cinque è impossibile mettere da parte qualcosa, tutto viene speso per sopravvivere

**42%**  
**vede nero per il lavoro**

Drastico peggioramento: un anno fa la quota era del 23%  
 L'evoluzione è incompatibile con uno scenario di ripresa economica

**80%**  
**è insoddisfatto del livello di vita**

È questa la quota delle famiglie italiane che sentono di vivere al di sotto degli standard minimi accettabili di benessere

dovremmo rallegrarcene, perché il suo successo potrebbe segnalare una strisciante disperazione degli italiani: il Belpaese si butta sulle scommesse, tanto che alla fine del 2011 (secondo le valutazioni di Coop) saranno più di 73 i miliardi spesi in giochi a premi, lotterie e slot-machine. L'aumento è addirittura del 20% rispetto al 2010. La spesa per questa voce è superiore a quella per vestiti e le scarpe e pari a circa il 60% dei consumi alimentari.

Per far quadrare i bilanci le famiglie italiane sacrificano i

**Redditi calati del 6%**

**Per arrivare a fine mese in molti si mangiano il conto in banca**

consumi no-food (cioè auto, arredo casa, multimedia, elettrodomestici e abbigliamento) ma tagliano anche gli alimentari e modificano il carrello della spesa dove tornano a crescere i prodotti di base (olio d'oliva, latte, tonno in scatola). Gli italiani che fanno la spesa sono diventati anche più nomadi (il 35% vaga da un punto vendita all'altro alla ricerca di prezzi più bassi). E si sentono più pessimisti: il 42% dichiara peggiorate le proprie prospettive di lavoro, mentre un anno fa a dare questa valutazione era il 23%. È notte fonda.