

# Consumi al palo e fiducia ai minimi

Emanuele Scarsi  
MILANO

Tregua d'agosto per le vendite al dettaglio: nel mese delle vacanze per eccellenza, secondo i dati Istat, hanno interrotto il calo rimanendo sui livelli del mese precedente. Disaggregando i dati, mentre l'alimentare tira il non food va in picchiata e a fronte del colpo di acceleratore di discount e supermarket continua la cura dimagrante di piccoli negozi e ipermercati. Tirando le somme, nei primi otto mesi dell'anno le vendite segnano un arretramento dello 0,7% rispetto a un 2010 già debole. Un campanello di allarme che trova conferma nell'indice di fiducia dei consumatori di ottobre, mai così depresso da luglio 2008.

L'ufficio studi di Confcommercio rileva la debolezza della domanda e osserva che sulla fiducia dei consumatori pesa il timore di nuovi incrementi della pressione fiscale. Federdistribuzione chiede misure strutturali per tornare a crescere. Confimprese punta dritto sulla liberalizzazione degli orari nel commercio e la sburocrazia delle aperture.

In dettaglio, nel confronto con luglio 2011, le vendite di prodotti alimentari in agosto sono aumentate dello 0,3% e quelle di

prodotti non alimentari sono arretrate dello 0,1%. Rispetto ad agosto 2010, le vendite dei prodotti alimentari aumentano dell'1,6% mentre quelle dei non alimentari scendono dell'1,2%. Sempre su base tendenziale, nel commercio al dettaglio continua il pressing della grande distribuzione sui piccoli negozi: le vendite della Gdo crescono dello 0,5% mentre quelle delle piccole superfici sono calate del-

## I COMMENTI

Resca: «Con il dl Sviluppo liberalizziamo gli orari e le aperture» - Cobolli Gigli: «Misure strutturali per uscire dal tunnel»

lo 0,9%. I discount alimentari balzano del +3,5% e gli ipermercati, il grande malato, scivolano di quasi un punto percentuale.

«I consumatori - osserva Mario Resca, presidente di Confimprese, l'associazione del commercio moderno e del franchising - si aiutano anche liberalizzando gli orari e le aperture, rendendo più flessibile la manodopera e facendo quindi in modo che prevalgano i player migliori. Spero che il decreto sviluppo

adotti provvedimenti di apertura del mercato».

Per Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione, «preoccupa il calo di tutti i settori non alimentari: vengono rimandati gli acquisti non indispensabili e si concentrano le risorse sui prodotti indispensabili. Anche considerando gli impatti che la recente manovra avrà sui redditi delle famiglie, dobbiamo assolutamente evitare che il calo dei consumi diventi un problema consolidato per il Paese, condannandoci a una nuova fase di recessione».

Resca conclude che «è necessario dare più potere d'acquisto alle famiglie ma anche attrarre di più gli investitori esteri: Burger King per aprire un negozio all'estero impiega sei mesi, in Italia due anni. Un'anomalia insostenibile».

Infine, ieri Legambiente e Mdc hanno presentato il rapporto "Italia a tavola" sulla sicurezza alimentare dal quale emerge che nel 2010, in seguito a 430 mila controlli antifrode delle forze dell'ordine, sono state sequestrate merci per 11 milioni di chilogrammi e 13 milioni di litri; sono state chiuse circa 1.300 strutture con 47 arresti e comminate sanzioni per 21 milioni.

## Le vendite ad agosto

### I PRODOTTI

(Agosto 2011, var. % tendenziali, base 2005=100)

		0
● Alimentari		+1,6
● Prodotti farmaceutici	-0.3	
● Abbigliamento	-1.9	
● Calzature	-4.8	
● Mobili	-2.0	
● Elettrodomestici	-2.9	
● Telecomunicazioni, Telefonia	-2.5	
● Foto-ottica, pellicole	-1.8	
● Casalinghi	-1.1	
● Ferramenta		+0.2
● Prodotti di profumeria		+0.2
● Cartoleria, libri, giornali	-0.8	
● Supporti magnetici, strumenti musicali	-7.3	
● Giocattoli		+0.4
● Altri prodotti (gioielleria, orologeria)		+0.3
● TOTALE	-0.3	

Fonte: Istat