



Istat: una famiglia su tre mangia di meno

Taglio delle spese superflue. Non andava così male dal 2009. Piccoli negozi in affanno, ma è in crisi anche la grande distribuzione. Resistono solo i discount.

Era il 2 dicembre 1973: l'Italia in recessione vedeva materializzarsi sotto i propri occhi la prima domenica di austerità: tutti a piedi o in bicicletta. In quegli anni il varietà televisivo della Rai proponeva lo show «Bambole, non c'è una lira». Poi l'Italia si risollevò, riproponendo una sorta di boom economico, e le famiglie tornarono a spendere. Ma della Milano da bere degli Anni 80 ormai non c'è rimasto nemmeno un goccio. Siamo tornati a fare i conti a metà mese per cercare di stiracchiare gli stipendi il più possibile. Siamo piccoli contabili: attenzione alle offerte, alle promozioni, ai discount. E comunque niente spese superflue, con un occhio vigile anche su quelle necessarie. La storia è così: corsi e ricorsi. E l'ultima fotografia dell'Istat è impietosa: le vendite al dettaglio a dicembre, su base annua, segnano un deciso calo sia nei piccoli negozi, come i punti vendita di quartiere e le botteghe (-3,5%), sia, e stavolta soprattutto, nella grande distribuzione (-3,9%), dove si salvano solo i discount di alimentari, con un rialzo (+1,0%). «La riduzione, particolarmente significativa, dei valori e dei volumi acquistati - commenta Confcommercio - segnala con tutta evidenza non solo lo stato di estrema difficoltà in cui versano i consumi delle famiglie, ma anche come questo ridimensionamento della domanda abbia coinvolto in modo abbastanza diffuso le diverse tipologie distributive ed i singoli segmenti di consumo, con una riduzione del fatturato, nel complesso del 2011, sia per le piccole che per le grandi superfici».

Federalimentare spiega che il dato «incorpora infatti quantità e prezzi: in presenza di un'inflazione stimata per i prodotti alimentari del 2,4%, «ciò si traduce in un calo in quantità di oltre 2 punti percentuali. Si tratta di una preoccupante conferma del trend declinante dei consumi alimentari innestatosi nel 2008 che sottolinea la diminuita capacità di acquisto degli italiani. Particolarmente negativo, inoltre, - continua - il dato di dicembre: il calo dei consumi del -1,0% rispetto a novembre e del -1,7% rispetto al dicembre 2010 consegna al 2012 una velocità di uscita che lascia presagire un anno altrettanto negativo». Insomma, tinte fosche. «Gli italiani sono allo stremo - afferma la Confederazione italiana agricoltori - e rispondono alla crisi riducendo i consumi. Quasi il 40% si rivolge ormai solo a discount e promozioni commerciali. Anche il 2012 si è aperto con prospettive "nere", tra i danni del maltempo e gli effetti della manovra. Le famiglie, prosegue la Cia, «sono sfinite» e costrette a tagliare anche sui beni di prima necessità come gli alimentari. Solo a dicembre, ricorda la Cia, gli acquisti di cibo e bevande sono diminuiti dell'1,7% su base annua e dell'1% rispetto al mese precedente. Una famiglia su tre ha dovuto modificare il proprio menù quotidiano. Come invertire questa tendenza? Per la Confesercenti occorre «un intervento incisivo per alleggerire la pressione fiscale su imprese e famiglie e far ripartire i consumi», che definisce in un calo «drammatico», specie per i piccoli negozi che hanno subito un vero e proprio «tracollo».

La confederazione del commercio e delle Pmi ha ribadito l'esigenza di scelte coraggiose per tagliare la spesa pubblica e per evitare un aumento del costo del lavoro sulle Pmi, «se non si vuole raggiungere il risultato di altre chiusure e di nuova contrazione dell'occupazione».