

La spesa delle famiglie. Secondo l'Istat a maggio le vendite al dettaglio si sono contratte dell'1,1%, nei primi 5 mesi di circa il 3%

Consumi in calo da undici mesi

Consumi ancora in picchiata. Soffre in particolare il non food. A maggio le vendite al dettaglio calano dell'1,1% rispetto allo stesso mese dell'anno prima; nei primi cinque mesi però il calo raggiunge quasi il 3%. Secondo l'Istat si tratta dell'undicesima flessione consecutiva mensile.

L'arretramento è pressoché generalizzato: segno meno per abbigliamento, calzature, elettrodomestici, cartoleria, giornali, giocattoli, farmaci. Ferma la profumeria, uno striminzito +0,1% per gli alimentari e un più robusto +1,8% per smartphone e tablet, gli unici gadget che fanno dimenticare la crisi e l'erosione dei redditi delle famiglie.

Il solo elemento positivo, di tipo congiunturale, è il lievissimo incremento, lo 0,1%, di maggio rispetto ad aprile. Tuttavia «non deve indurre a eccessivo ottimismo - sottolinea l'ufficio studi di Confindustria - in quanto, tenendo conto della variazione dei prezzi, anche nel mese di maggio i consumi in termini rea-

li calano di un decimo di punto». In particolare, questa riflessione si applica «alla dinamica della spesa alimentare, che cresce in valore ma solo per l'incremento dei prezzi».

Per Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione, «la contrazione dei consumi

LA TAGLIOLA

Confesercenti: l'ingorgo fiscale del prossimo autunno, dall'Iva alla Tares, rischia di spazzare via ogni speranza di ripresa

hanno raggiunto livelli davvero allarmanti. Il calo di maggio è sintomo di una situazione persistente e che non mostra alcun segnale di miglioramento. Dall'inizio dell'anno stiamo una diminuzione delle quantità acquistate dai consumatori pari al -4,4% per i prodotti alimentari e al -4% per quelli non alimentari. A que-

sto punto è indispensabile dare una scossa all'intero sistema economico, per ridare potere d'acquisto e fiducia alle famiglie e invertire questo drammatico trend della domanda interna che ci allontana sempre più dalla ripresa».

La crisi continua a colpire di più il commercio tradizionale, come succede da molti anni: le vendite nelle imprese operanti su piccole superfici calano del 2,3% mentre la grande distribuzione recupera lo 0,3%. Dopo le flessioni di aprile, vedono il segno più ipermercati (+0,3%) e supermercati (+0,1%).

L'aumento più marcato è però per i discount alimentari (+1,4%). Inoltre le vendite aumentano solo per le imprese con almeno 50 addetti (+0,5%) mentre diminuiscono per le realtà fino a 5 addetti (-3,2%) e tra 6 e 49 addetti (-1,8%).

E per la ripresa d'autunno? Il quadro non mostra segni di reazione. Anzi il pericolo è che le prossime scadenze fiscali in au-

I prodotti

Variazioni %

Gruppi di prodotti	Mag. '13/ Mag. '12
Informatica e tlc	+1,8
Alimentari	+0,1
Cura della persona	0,0
Utensileria	-0,6
Abbigliamento	-1,2
Calzature	-1,5
Farmaceutica	-1,6
Svago	-1,9
Casalinghi	-2,3
Arredamento	-2,7
Libri e giornali	-3,4
Foto-ottica	-3,7
Elettrodomestici	-4,7

Fonte: Istat

tunno possano indurre le famiglie a un altro giro di vite sulla spesa. Secondo Confesercenti «di fronte a questo quadro c'è il rischio che il temuto ingorgo fiscale dell'autunno, nel quale si scaricano gli acconti fiscali, le addizionali, il destino di Iva, Imu e Tares, possa spazzare via ogni speranza di rianimare i consumi. È decisivo evitare questa prospettiva come è determinante rimettere al centro dell'azione politica e dei centri istituzionali la questione di un coraggioso taglio della spesa».

Cobolli ne approfitta per rilanciare l'appello contro le restrizioni alla libertà d'impresa: «La distribuzione moderna - conclude - resta uno dei pochi settori che genera sviluppo con i suoi investimenti, tutelando il potere d'acquisto dei consumatori. Pertanto non sono comprensibili gli impedimenti varati da istituzioni locali, come la restrizione delle attività promozionali per i prodotti non alimentari, o in discussione a livello centrale, come la eventuale limitazione della liberalizzazione degli orari di apertura dei negozi».

E. Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA