

Alimentari, elettrodomestici e auto la spinta alla ripresa dei consumi

Crescono grande distribuzione e informatica, riparte anche il Sud



Prodotti farmaceutici

-0,3%

La ripresa del commercio

Le vendite a gennaio 2015

(variazione percentuale
su gennaio 2014)



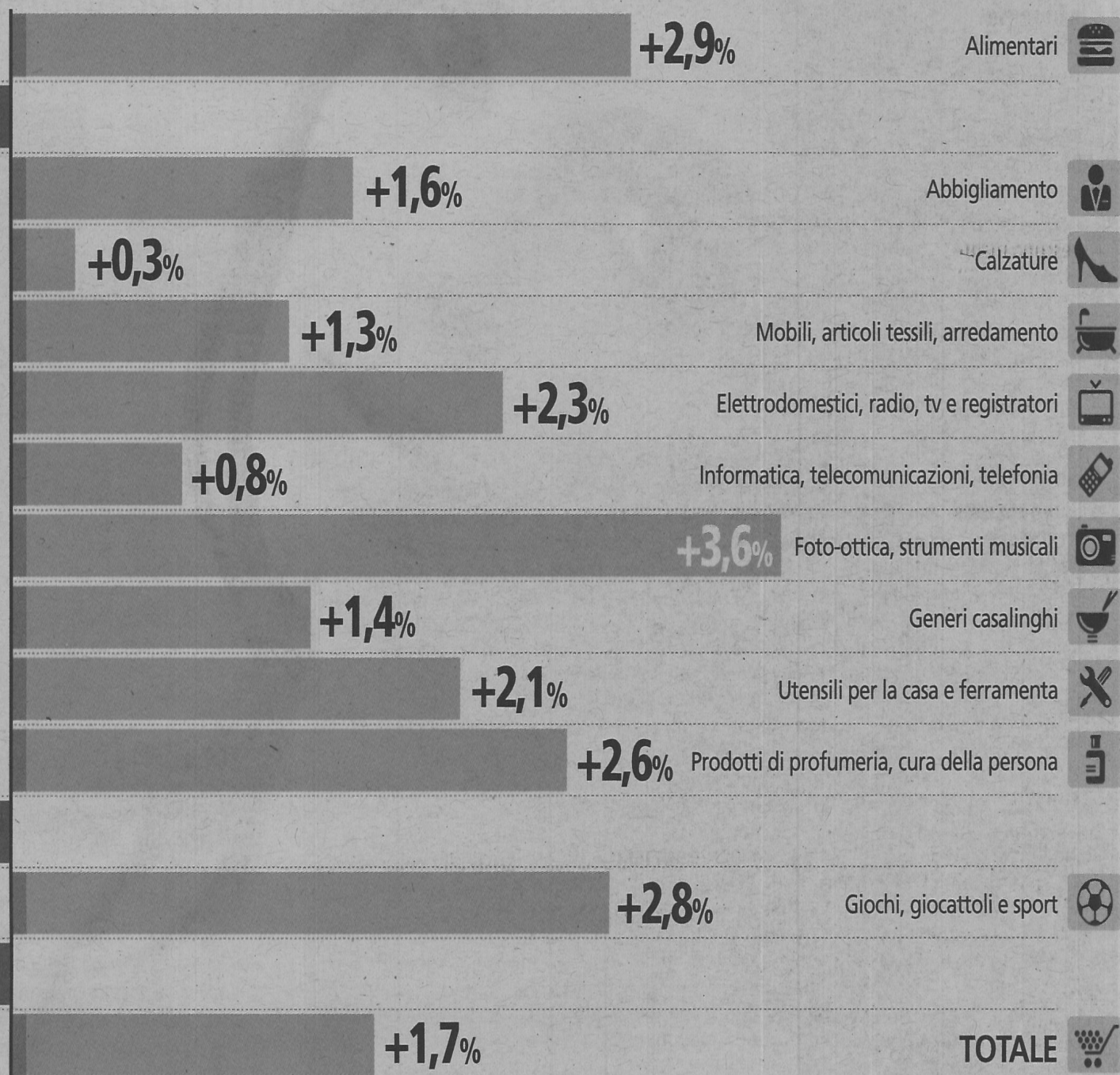
Cartoleria, libri, giornali e riviste

-0,5%



Gioiellerie e orologerie

-1,5%



centimetri - LA STAMPA

+1

per cento
La crescita
in Italia
della merce
venduta
nella grande
distribuzione
nei primi due
mesi
dell'anno

+1,9

per cento
E l'aumento
delle vendite
al dettaglio
del vino
dopo anni
di calo

Il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, dice che a questo punto «i presupposti ci sono tutti». L'anno in corso può essere quello «della ripartenza anche della domanda interna che, per consumi e investimenti, rappresenta l'80% del Pil». Gli ultimi dati di mercato sembrano dargli ragione. L'osservatorio di Nielsen, per esempio, nei primi due mesi del 2015 ha registrato un aumento dei consumi nella distribuzione organizzata dell'1%. «Una tendenza che - spiega Romolo De Camillis, direttore dell'area retail di Nielsen - si sta confermando anche per l'intero trimestre». E ben sperare fanno anche i primi e parziali dati di elettrodomestici e automobili.

La ripresa anche al Sud

Quelle viste nei primi mesi nella distribuzione organizzata «sono cifre che non si vedevano da due anni, e costituiscono certamente un segnale che qualcosa è cambiato - dice Francesco Pugliese, amministratore delegato di Conad. Co-

me «è un segnale il fatto che mentre negli ultimi due anni solo 2-3 insegne su 18 della grande distribuzione erano in positivo, nei primi due mesi dell'anno sono salite a 8». Al Nord si ricomincia a spendere un po' di più (nei primi due mesi i consumi a valore fanno +1,7%), segno che, spiega De Camillis, «la rinuncia era dettata non solo da reali difficoltà ma anche da aspettative negative sul futuro». Al Sud cresce il volume della merce venduta (+0,4%) con dinamiche inattese. «La Basilicata è la ragione con il dato più alto in Italia, +7% - segnala Pugliese -. C'entrano i 2 mila nuovi posti di lavoro creati dalla Fca a Melfi? Non saprei trovare altre spiegazioni: i consumi tornano solo quando c'è la tranquillità e la speranza che solo il lavoro può dare». Sbagliato, invece, interpretare il +20% dell'e-commerce come un segnale di ripresa: «E' più che altro effetto di un cambio di abitudini, in un Paese rimasto indietro negli acquisti online», dice Martin Angioni, a capo di Amazon Italia.

+12

per cento
Il rialzo delle
immatricola-
zioni delle
automobili
nei primi
due mesi
del 2015

Barometro positivo

Più cauto di altri suoi colleghi, invece, si mostra Marco Pedroni. Il presidente di Coop Italia preferisce parlare di un «rallentamento del trend pesantemente negativo degli ultimi anni». Detto questo «anche noi vediamo segnali forti sul clima di fiducia che per la prima volta coinvolgono anche le fasce più deboli». Nel «Barometro Coop» di marzo si legge infatti che negli ultimi tre mesi la percentuale di chi prevede di avere difficoltà a far quadrare i conti della famiglia è scesa dal 43 al 36: il livello più basso da inizio crisi. Pedroni attende però le evidenze: «A rete omogenea, vediamo un anno con il segno più - spiega -, sebbene con uno zeri virgola, lontani dal recuperare quel -13% accumulato negli ultimi 5-6 anni». Eppure qualcosa si muove: «Va bene il comparto legato al benessere, salgono il biologico, gli alimenti salutistici che crescono anche a doppia cifra. Si ritorna a comprare il pesce, nonostante il prezzo». Nel frattempo si assiste al ritorno dei prodotti pron-

ti. Al contrario - segnala Pugliese - calano i prodotti per la prima colazione, «perché evidentemente la gente si riaffaccia al bar». Pedroni però avverte: «Attenzione a non spegnere i primi segnali con azioni rischiose come sarebbe un aumento dell'Iva». Sangalli, di Confcommercio, aggiunge: condizione per la ripresa è «un percorso certo, progressivo e sostenibile di riduzione della pressione fiscale».

Il ritorno del vino

Intanto anche il vino sembra riconquistare la strada della tavola. A segnalarlo è Roberto Moncalvo, presidente di Coldiretti: «Dopo anni di calo, nei primi due mesi le vendite di vino nella grande distribuzione sono salite dell'1,9%, come è emerso al Vinitaly», in un contesto che, segnala Nielsen, vede gli alimentari crescere del 2-2,5%. E se tornano i consumi interni, dice Moncalvo, «possono prendere maggiore slancio anche prodotti agricoli oggi non valorizzati correttamente, come ad esempio il latte».

Auto e elettrodomestici

Dalla tavola alla strada. Mentre dalla Sias (8 autostrade, tra cui la Torino-Milano) segnalano che dopo il +0,88% di traffico del 2014 anche i primi mesi confermano - seppure con discontinuità - una tendenza positiva, ripartono anche le immatricolazioni di nuove automobili. «I primi due mesi sono abbastanza positivi - dice Gianmarco Giorda, direttore di Anfia - +12% rispetto a un anno fa. Buona parte sono merito del noleggio e aziende». Ma anche dai privati arriva il segno più, «tra il 3 e il 4%». La fiducia fa vendere anche più elettrodomestici? «Le risponderò con un timido sì», afferma Giancarlo Nicosanti Monterastelli, ad di Sgm Distribuzione (Unieuro). «Nei primi tre mesi vediamo un segno più tra l'1 e il 2%». A trainare sono «gli smartphone», che rubano la scena a tablet «che hanno fermato la loro crescita» e informatica. Si ridesta il settore del «bianco», con frigoriferi e lavatrici: per loro, segnala Nicosanti, una «leggera ripresa», anche qui tra il 2 e il 3%.