

Segnali di ripresa anche per i consumi

Emanuele Scarci

■ Piccoli segnali di ripresa dei consumi anche se rimangono ancora fragili. Secondo Istat ad aprile migliorano le vendite al dettaglio con una crescita dello 0,7% rispetto al mese precedente mentre segnano un risultato stabile rispetto ad aprile 2014.

In febbraio e marzo c'erano però stati due dati negativi. In generale, il trend rimane altalenante: negli ultimi sette mesi, su base congiunturale, sono stati registrati 4 dati positivi e 3 negativi. Su base tendenziale, 5 negativi e 2 positivi. Insomma le condizioni delle famiglie non sono cambiate in modo tanto significativo da determinare una netta ripresa dei consumi.

Secondo Confcommercio,

«migliora la domanda per consumi delle famiglie. Tuttavia l'enfasi sull'uscita dalla fase recessiva non deve fare dimenticare che in molti settori di spesa la contrazione della domanda rimane elevata e supera il 20% in volume».

Dal fronte della distribuzione moderna, Danilo Preto, direttore marketing della catena Sisa osserva che «si notano alcuni cenni di ripresa, certo più deboli al Sud, ma

+1,3%

Si risollewa il non food

Nei primi 4 mesi dell'anno, il non food invia segnali di ripresa

che rimangono insufficienti per poter pensare a un recupero veloce delle vendite perse negli anni precedenti. Oggi le vendite al dettaglio sono di almeno il 5% inferiori al 2010. È importante che le famiglie ritornino ad avere fiducia nel Paese e nel futuro, perchè senza non aprono il portafogli».

Tornando ai dati Istat, rispetto a marzo 2015, c'è un aumento, a valore, dell'1% per i prodotti alimentari e dello 0,5% per quelli non alimentari. Poi Istat sottolinea che, considerando i volumi venduti, si rileva una crescita congiunturale delle vendite al dettaglio dello 0,7% e un calo tendenziale dello 0,5%.

Circa i canali commerciali, continua la crisi del piccolo commercio: nei primi 4 mesi ha perso lo

0,6% delle vendite mentre la grande distribuzione ha guadagnato l'1,3%. Iri invece segnala che a maggio 2015 il progressivo segna per la grande distribuzione un +2,2% a valore e un +2,1% a volume, nonostante una contrazione della pressione promozionale di un punto in un anno. Inoltre il comparto presenta prezzi in crescita dopo quasi un anno di deflazione e si registra anche una ripresa della qualità media del carrello, oggi più ricco rispetto ad un anno fa. All'interno della distribuzione moderna Istat segnala che continua l'emorragia degli ipermercati (-0,6% nei primi 4 mesi), tengono i super (+0,6%) ma volano i discount (+3,3%) e i negozi specializzati (+3,3%).