

Consumi. A maggio l'indice Istat registra +0,3% a valore e un calo tendenziale dell'1,3% - Penalizzato l'alimentare con -1,8%

Frenata delle vendite al dettaglio

Emanuele Scarci

MILANO

■ Si allontana la prospettiva di una ripresa dei consumi. I dati sulle vendite al dettaglio registrate a maggio da Istat confermano un andamento altalenante con la prospettiva della crescita zero.

L'istituto di statistica indica, a maggio, uno sfasamento tra dato congiunturale e tendenziale non facile da decifrare ma che conferma come quest'anno non ci sarà il filotto di 5 dati positivi inanellati nell'estate 2015 (con cui confrontare i prossimi dati tendenziali). Insomma ciò conferma che la ripresa dei consumi non è all'ordine del giorno.

Per lo scorso maggio l'Istituto di statistica indica una crescita del commercio al dettaglio, mese su mese, dello 0,3% a valore e dello 0,2% a volume. In terreno positivo sia i prodotti alimentari che non ali-

mentari: entrambi +0,3% a valore.

Opposto il trend su base annuale: le vendite diminuiscono complessivamente sia a valore (-1,3%) che a volume (-1,8%). Il calo più sostenuto spetta agli alimentari: -1,8% in valore e -2% in volume. Per il non food l'arretramento è contenuto nel -1% a valore e -1,6% a volume. La contrazione è comunque diffusa eccetto che per i prodotti farmaceutici (+2%) e gioiellerie e orologerie (+0,2%).

Quanto ai canali commerciali, tutti presentano segni negativi su

ALPALO

Turrini (Coop): la domanda non riparte. Ogni evento mina la fiducia dei consumatori
Cobolli Gigli: l'anno si chiuderà con crescita zero

base annuale: ipermercati -2,5%, supermercati -1,4% e discount -0,2%, ma anche il piccolo commercio arretra dell'1%.

«La frenata è reale - osserva Adriano Turrini, presidente di Coop Alleanza 3.0 - Speravamo che il 2015 potesse costituire una base di lancio ma non è così: i consumi non ripartono. Per gli italiani ogni evento, da Brexit al referendum, è un motivo che agisce sulla fiducia nel futuro».

Turrini poi sottolinea che il Governo ha fornito alcuni stimoli alle famiglie, ma sono andati perduti. «La stagnazione della domanda - aggiunge - non risparmia nemmeno il Nord; persino le località turistiche denunciano cali di attività. Il Sud, dove abbiamo superfici importanti, dà qualche segnale di lieve ripresa, ma la domanda era scesa talmente in bas-

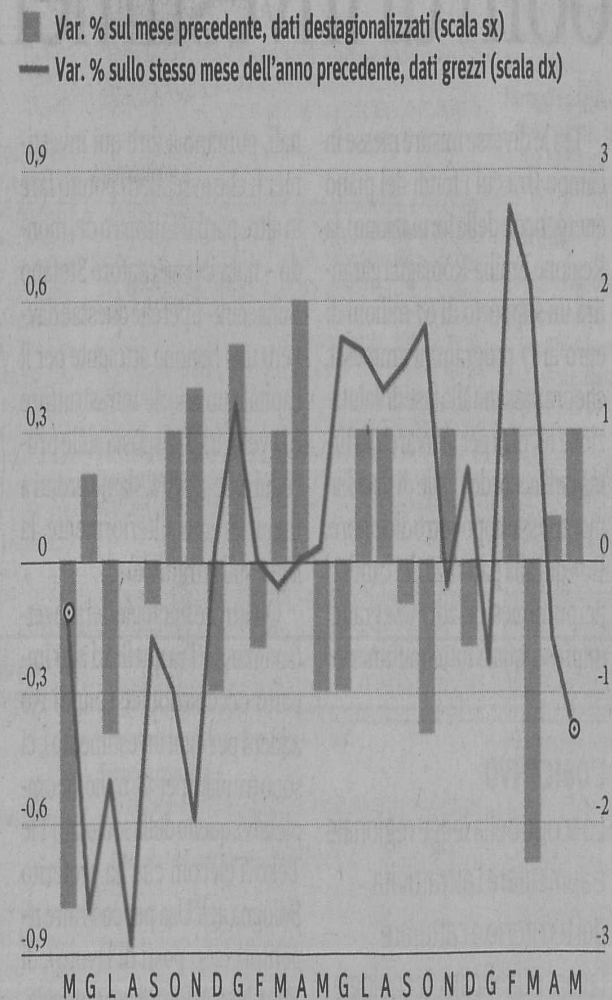
so da risultare insostenibile».

Per Confcommercio il dato congiunturale è positivo: segnala, per il secondo mese consecutivo, un modesto miglioramento congiunturale della domanda di beni da parte delle famiglie sia a valore che a volume. Poi aggiunge: «Considerando che nella prima parte del 2016 la spesa delle famiglie si è indirizzata prevalentemente sull'acquisto di mezzi di trasporto e su alcuni settori dei servizi, voci non ricomprese nell'indice delle vendite al dettaglio, il bimestre aprile-maggio fornisce segnali complessivamente positivi ancorché molto deboli». Resta tuttavia ancora aperta «la questione di una ripresa diffusa e robusta, aggravata da elementi internazionali che aggiungono incertezza e comprimono i piani di spesa delle famiglie».

Più dubbiosa Federdistribuzione, l'associazione delle catene commerciali. «Vengono confermate le nostre preoccupazioni - commenta il presidente Giovanni Cobolli Gigli - Siamolontani da segnalare stabilimenti di ripresa dei consumi, con dati altalenanti nei mesi e che complessivamente indicano una dinamica molto debole. Il quadro non è destinato a migliorare nei prossimi mesi estivi, sia per un'endemica debolezza della domanda interna che per il fatto che i consumi dovranno confrontarsi con un 2015 particolarmente dinamico, soprattutto nei prodotti alimentari, per fattori climatici e per il contributo di Expo 2015». Secondo Federdistribuzione una previsione realistica delle vendite al dettaglio per il 2016 potrebbe dunque essere vicino a una crescita zero.

Trend divergenti

Periodo: maggio 2014 - maggio 2016. Dati in valore



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fonte: Istat