

Congiuntura. Segnale negativo dalle vendite al dettaglio che ad agosto cedono il 2,9% rispetto allo stesso periodo del 2008

Si svuota il carrello della spesa

In frenata piccole e grandi superfici - Categorie in allerta sulle prospettive 2009

Cristina Casadei
MILANO

Le famiglie italiane acquistano sempre di meno. Lo rivelano i dati Istat sui consumi diffusi ieri: il totale delle vendite al dettaglio, nel mese di agosto, ha registrato un calo dello 0,1% rispetto al mese precedente e del 2,9% rispetto ad agosto 2008. L'Italia è alla terza variazione congiunturale negativa e alla settima tendenziale. «Si conferma la fragilità dei segnali di miglioramento presenti all'interno del sistema economico e la sofferenza, già in corso da tempo, di comparti quali l'alimentare, l'abbigliamento, le calzature e i mobili», dicono dall'Ufficio studi di Confcommercio. La spesa delle famiglie, infatti, «si sta concentrando su acquisti di altri beni e servizi non oggetto della rilevazione dell'Istat, come ad esempio il rinnovo del parco auto grazie agli incentivi», dice Confcommercio. E il suo presidente, Carlo Sangalli, aggiunge: «Se è vero che il peggio è passato, è altrettanto vero che morde ancora l'onda lunga della crisi».

Gli italiani comprano meno e ciò che più preoccupa le associazioni dei consumatori è che non sono stati risparmiati i prodotti alimentari, per i quali si è registrato un calo congiunturale dello 0,1%. «Questo comparto per definizione dovrebbe essere

anelastico - dicono dall'Osservatorio nazionale di Federconsumatori - ma la tendenza manifestata dalle famiglie, invece, fa emergere non solo un calo della quantità di prodotti alimentari acquistati, ma anche una preoccupante riduzione della qualità». Per Adoc questo è il segno che «si è raggiunto il limite di sopportabilità della crisi da parte delle famiglie - dice il presidente Carlo Pileri -. Per molte la quarta settimana ormai sta diventando un miraggio».

I prodotti non alimentari hanno invece segnato una variazione nulla, mentre su base tendenziale la flessione è stata del 2,8%. Il calo complessivo deriva dalla flessione del 3,3% delle imprese operanti su piccole superfici e da quello del 2,4% per la grande distribuzione. La novità per il Codacons «è che soffre anche la grande distribuzione e per la prima volta si assottiglia la forbice con i negozi di piccole dimensioni». Il dato, però, secondo il Codacons sarebbe in controtendenza e legato alle vacanze estive: «In agosto le famiglie vanno in vacanza e si recano meno al supermercato, mentre gli anziani rimasti in città continuano a rivolgersi ai tradizionali negozi di vicinato. Ecco perché i commercianti, se non vogliono continuare a perdere clienti a favore della grande distribuzione non devono farsi abbagliare da questi dati. Devono cercare di ridurre il gap rispetto ai prezzi praticati nei supermercati».

Il presidente della Confesercenti, Marco Venturi, sostiene che «la crisi dell'economia e il calo della domanda di beni e servizi determinano questa volta una rincorsa a ritroso delle imprese operanti su piccole superfici e della grande distribuzione in una sorta di gara a chi farà peggio». A dimostrarlo secondo Venturi sarebbero

anche «i dati sull'occupazione nel settore che nei primi sei mesi di quest'anno mostrano un calo del 3,5% nel secondo trimestre a fronte di un calo ancor più pesante del 4,2% nel primo trimestre».

Questo quadro per Fabio Pammolli, direttore del Cerm, dimostra che «la crisi per le famiglie non è passata anche a causa dei prezzi al consumo che hanno continuato a crescere nonostante la recessione: non hanno mai fatto registrare significative correzioni al ribasso e, anzi, nella rilevazione dell'Ipca di settembre sono cresciuti dello 0,7% rispetto ad agosto».



La gelata di agosto sui consumi

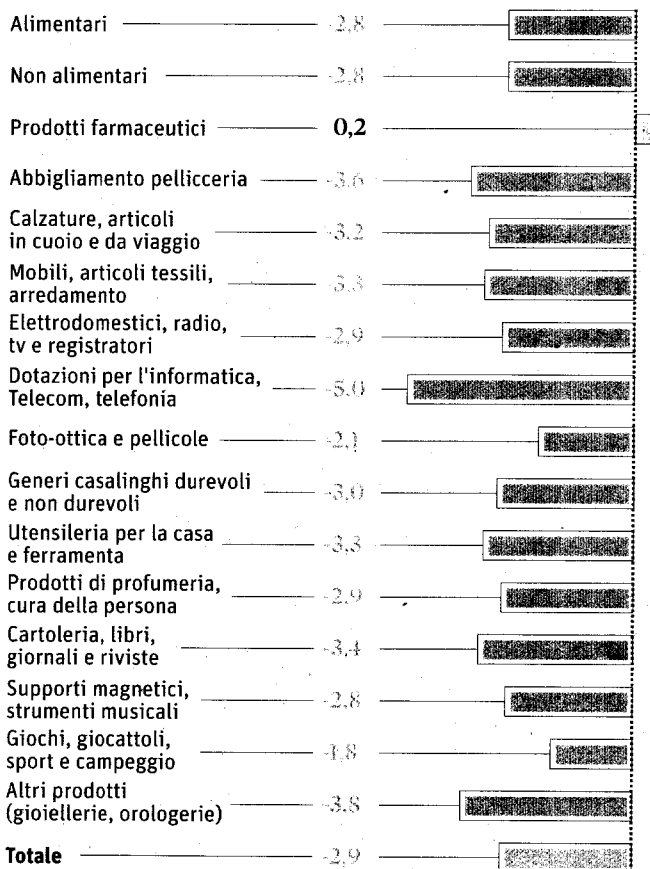
LE VENDITE NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE

Agosto 2009 su agosto 2008 - **Variazioni tendenziali**



I SETTORI

Agosto 2009 su agosto 2008. **Variazioni tendenziali**



Fonte: Istat