

Consumi, ripresa con giudizio

DA MILANO

I consumi delle famiglie reggono, ma manca la spinta necessaria per uscire definitivamente dal tunnel della crisi. Il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, parla di «segnali incoraggianti, ma ancora molto fragili e discontinui». Le imprese, intanto, si devono confrontare con una domanda più esigente, cala la preoccupazione ma chi compra è sempre più attento e incline a una «spesa intelligente». A registrare un aumento dello 0,2% della spesa delle famiglie nel mese di settembre rispetto allo stesso periodo del 2008 è l'indicatore dei consumi di Confcommercio, che così rileva il quarto incremento consecutivo da giugno. Ma se si guarda più da vicino la curva della domanda, l'indice evidenzia sempre a settembre un calo dello 0,2% a confronto con agosto. La flessione mese su mese, fa notare l'organizzazione, «attenua in parte la moderata tendenza al recupero dei volumi acquistati dalle famiglie in atto da aprile». Inoltre, se tiene la richiesta di servizi non è così per i beni. Sempre a settembre i settori dell'abbigliamento, delle calzature fanno registrare il ribasso maggiore (-2,8), male vanno anche gli acquisti di prodotti alimentari, bevande e tabacchi (-2,1%) e



A settembre le famiglie hanno aumentato la spesa dello 0,2%. Ma l'80% degli italiani è molto più attento e risparmia

continua la discesa nel settore alberghiero e della ristorazione (-0,9%). A far rialzare l'indice dei consumi è la forte crescita della domanda per beni e servizi di mobilità (+8,8%). Bene, ma meno di quanto ci si aspettasse, anche la spesa per l'Ict domestico (+1,8%) e per beni e servizi ricreativi (+0,1%). Alle rilevazioni della Confcommercio si aggiungono i risultati dell'indagine annuale del Consumers' Forum, l'associazione che riunisce

consumatori e imprese, che rileva come oggi l'80% degli italiani «spende meno e meglio». Le famiglie riacquistano un pò di fiducia: la percentuale di chi si sente in pericolo è scesa di 14 punti percentuali, dal 67% del 2008 al 53% di quest'anno. Ma si fa sempre più attenzione al portafoglio: il 47% della popolazione si dichiara molto sensibile al prezzo. E aumenta lo scetticismo per offerte speciali e altri tipi di sconti, basti pensare che la percentuale di chi compra abiti a saldo è calata di otto punti percentuali in 12 mesi (dal 46% al 38%). Insomma secondo lo studio curato da Ipsos e dal sociologo Gianpaolo Fabris si è passati dalla formula «più compri, più sei felice» si è passati all'equazione «meno acquisti, meglio vivi». Ecco perché Sangalli mette in guardia da facile ottimismo e invita a «sostenere una ripresa ancora molto lenta ed evitare che la coda della crisi possa rivelarsi più insidiosa del previsto». La ricetta indicata è la riduzione della pressione fiscale sui redditi da lavoro, come la detassazione anche parziale delle tredicesime. I dati sulla domanda allarmano anche le associazioni dei consumatori che con Federconsumatori e Adusbef chiedono, oltre all'abbassamento delle tasse, un taglio dei prezzi pari al 15-20%.

