

ISTAT: SETTEMBRE NERO

Vendite: più valore
ma consumi in calo

MARIA GABRIELLA GIANNICE

●ROMA. L'inflazione è una fata Morgana, capace di aumentare le vendite e nello stesso tempo ridurre i pacchi della spesa. Un'effetto ottico che dura da mesi, ma che non affascina le famiglie italiane e nemmeno le imprese e le organizzazioni dei consumatori che guardano con preoccupazione a ciò che accadrà sotto Natale.

Se anche per il mese di settembre l'Istat ha stimato un aumento delle vendite in valore (+4,1% a settembre in lieve calo rispetto ad agosto +4,3%), a guardare le quantità, cioè i volumi, i consumi sono diminuiti del 2,7% rispetto a un anno fa. La «magia» si trasforma poi in «malvagio sortilegio» se si guarda al settore alimentare: qui i consumi sembrano schizzare di +6,8%, se se ne misura il valore, ma nei fatti crollano del 4,5% se si considerano le quantità. Una dieta forzata che peggiora se si confrontano i dati di settembre con i dati di agosto (-2,1% vendite in generale, -3,5% vendite alimentari) e di luglio (-0,9% vendite in generale, -3,6% alimentari).

Tuttavia nemmeno l'inflazione, che a settembre sfiorava il 9%, riesce a far magie in alcuni settori, come quello degli Elettrodomestici, radio, tv e registratori, che a settembre sprofondano del 7,2%, il settore Foto-ottica e pelli-

cole, supporti magnetici, strumenti musicali (-1,5%) e Cartoleria, libri, giornali e riviste (-0,2%). E non riesce neppure a riequilibrare le differenze commerciali. Infatti la grande distribuzione segna una crescita di vendite del 7,1% mentre per le imprese operanti su piccole superfici l'aumento è solo dell'1,4%, le vendite al di fuori dei negozi aumentano dello 0,8%, bene il commercio elettronico con un +3,8%.

Con questi dati, la preoccupazione è tutta rivolta verso il Natale. «Le prossime settimane, le ultime dell'anno, fondamentali per i bilanci delle imprese della Distribuzione Moderna» dicono da Federdistribuzione citando un'analisi Ipsos secondo la quale il 60% dei consumatori prevede un Natale sottotono, con tagli drastici persino sui regali ai bambini. Tutti chiedono al Governo misure per aumentare la capacità di spesa degli Italiani. [Confcommercio](#), citando la recente NadeF, ricorda che è sul mercato interno, cioè su i consumi delle famiglie, che si «gioca la crescita per l'anno prossimo. Molti obiettivi di finanza pubblica non saranno raggiunti senza il contributo della domanda interna» argomenta il loro Ufficio Studi. Confesercenti chiede la detassazione delle tredicesime, come anche Unione dei Consumatori, e misure per ridurre l'impatto del caro-bollette. Il Codacons chiede il taglio dell'Iva sui beni necessari.

[Ansa]

