

Il potere d'acquisto precipita del 3,7% Si taglia sulla spesa

Istat. La corsa dell'inflazione non è controbilanciata dall'aumento minimo del reddito disponibile (+0,8%)
Calano così i consumi alimentari ma volano i discount

Confcommercio guarda però con un pizzico di ottimismo al futuro

Il Codacons parla di «illusione ottica» sul caro vita dovuta alle tariffe energetiche

Si è verificato un più pesante ricorso al risparmio. La propensione è salita al 5%

ROMA

MARIA GABRIELLA GIANNICE

Il 2022 si chiude con una brutta notizia per le famiglie italiane, anzi per le «famiglie consumatrici» come vengono definite dall'Istat. A causa dell'inflazione e al non allineamento degli stipendi (reddito disponibile +0,8%), nel quarto trimestre il potere d'acquisto ha avuto un tonfo del 3,7% rispetto allo stesso periodo del 2022, segnando un sostanziale stazionarietà (+0,3%) sul trimestre precedente). La brutta notizia può trasferirsi dalle «famiglie consumatrici» alle imprese che - certifica sempre Istat - per il momento sono ancora riuscite a chiude-

re il quarto trimestre 2022 con un aumento dei profitti di quasi il 2% sul trimestre precedente, ma il futuro potrebbe diventare più incerto almeno sul mercato interno dove i risparmi delle famiglie non riescono più a sostenere i consumi.

L'impovertimento

Fino a tutto il 2022, l'effetto del calo del potere d'acquisto non si era ancora trasferito sulle vendite al dettaglio, e quindi sui fatturati delle imprese, c'erano i risparmi a fare da cuscinetto. Trimestre, dopo trimestre - come certificano i dati Istat - le famiglie «consumatrici» hanno continuato a resistere, mantenendo i loro tenori di vita, prendendo denaro dai propri risparmi. Nel terzo trimestre i consumi erano ancora positivi +4,1% (in valore) e la propensione al risparmio è al 7,1%. Ma nel quarto trimestre nemmeno un ulteriore e più pesante ricorso ai risparmi (propensione al risparmio passata al 5%) ha potuto evitare il rallentamento dei consumi scesi al 3% nonostante il picco inflattivo toccato a novembre. In attesa delle prossime rilevazioni, i dati di febbraio sul commercio e sulle vendite diffusi dall'Istat lasciano poche speranze e rischiano di essere l'antifona alla recessione. Nonostante la forte inflazione di febbraio (+9,1%) le vendite al dettaglio risultano in calo persino in valore (-0,1%) su gennaio e naturalmente lo sono in volume (-0,9% su gennaio e ben 3,5% su anno). In altre parole se fino ad ora i consumatori pagavano di più per comprare di meno, soste-

nendo così i ricavi delle imprese, ora il calo dei consumi comincia a tradursi in meno incassi. Il settore più colpito è quello degli alimentari dove i consumi diminuiscono più pesantemente sia in valore (-0,3%) sia in volume (-1,8%). E questo nonostante la fuga delle famiglie impoverite verso i discount (il 72%) e le offerte (83% secondo un'analisi Coldiretti/Censis) mentre sempre a febbraio si registra un balzo di quasi il 10% (9,9%) delle vendite su anno nei discount alimentari. **Confcommercio** guarda comunque con un pizzico di ottimismo al futuro e considera il calo dei consumi di febbraio come «atteso». Le famiglie hanno saputo reagire «selezionando acquisti e forme distributive» rivolgendosi ai discount che appunto «brillano». La grande organizzazione dei commercianti conferma le sue previsioni «favorevoli» per i prossimi mesi prevedendo un «superamento dell'attuale moderata recessione, grazie alle esportazioni e al traino del comparto turistico». Per il Codacons, i dati sulle vendite di febbraio dimostrano che «il calo dell'inflazione registrato nell'ultimo periodo è solo una illusione ottica dovuta alla riduzione delle tariffe energetiche».

