

Al via in tutta Italia la stagione delle offerte. A Natale hanno tenuto solo le vendite di tecnologie e del settore alimentare

La Befana dei saldi per salvare i consumi

I commercianti lamentano «una stagione deludente». Venturi: troppe difficoltà per le famiglie

Luigina Venturelli

MILANO Buoni propositi per l'anno nuovo: spendere poco ed acquistare lo stretto necessario. Dopo aver fatto miracoli per sopravvivere alle festività natalizie senza mandare in cortocircuito i bilanci familiari, difficilmente i consumatori italiani si lasceranno tentare da spese pazze per i saldi invernali. La contrazione dei consumi, il calo delle vendite al dettaglio sono segnali evidenti del malessere che colpisce le famiglie italiane.

E quanto dimostrano i bilanci in negativo degli acquisti di fine dicembre e le partenze sottotono dei ribassi nelle prime città italiane: i settori dell'abbigliamento e delle calzature hanno chiuso l'anno in calo del 15%, i negozi di Napoli e Venezia (i primi ad aver esposto etichette scontate) non hanno visto code formarsi davanti alle vetrine. I commercianti sono alle prese con una stagione fallimentare, ormai avvezzi a controllare prematuri entusiasmi sulla possibilità di rifarsi degli scarsi guadagni: «Sarà un avvio meno caotico del solito - è la stima prudente di Confesercenti - ci sono oggettive difficoltà economiche che stanno alla base della crisi dei consumi in atto». La corsa al buon affare, dunque, sarà una lenta passeggiata, fatta di scelte oculate per chi compra e di basse pretese per chi vende.

Una replica, insomma, di quanto già visto per lo shopping da regali sotto l'albero. Maglioni, cappotti e vestiti sono rimasti in gran parte piegati sulle mensole dei negozi, facendo subire al comparto dell'abbigliamento un calo di vendite del 10-15%. Ancora peggio è andata alla pelletteria, per la quale un crollo del 15% rappresenta la stima più ottimistica in circolazione: scarpe e stivali sono tornati oggetti necessari da indossare ai piedi, non più accessori alla moda da abbinare. «Si tratta di un bilancio molto negativo - commenta il presidente di Confesercenti, Marco Venturi - che desta tanta più preoccupazione in quanto coinvolge settori fondamentali per il commercio. Per fortuna gli alimentari ed i tecnologici hanno tenuto, ma non c'è comunque motivo di gioire». Per gli italiani è difficile rinunciare alla buona tavola, supermercati e gastronomie hanno mantenuto stabili le vendi-

IL CALENDARIO DEI SALDI

Regione	Inizio	Fine	Capoluoghi	Date
Abruzzo	10 gennaio	23 febbraio	L'Aquila	10/1-23/2
Basilicata	7 gennaio	7 marzo	Polenza	7/1-7/3
Calabria	15 gennaio	28 febbraio	Catanzaro	15/1-28/2
Campania	2 gennaio	20 marzo	Napoli	2/1-20/3
Emilia R.	7 gennaio	7 marzo	Bologna	7/1-7/3
Friuli V.G.	7 gennaio	31 marzo	Trieste	7/1-31/3
Lazio	8 gennaio	18 febbraio	Roma	8/1-18/2
Liguria	7 gennaio	20 febbraio	Genova	7/1-20/2
Lombardia	7 gennaio	7 marzo	Milano	7/1-7/3
Marche	8 gennaio	1° marzo	Ancona	8/1-1/3
Molise	15 gennaio	28 febbraio	Campobasso	15/1-28/2
Piemonte	1 gennaio	31 marzo	Torino	3/1-27/2
Puglia	7 gennaio	28 febbraio	Bari	7/1-28/2
Sardegna	8 gennaio	8 marzo	Cagliari	8/1-8/3
Sicilia	8 gennaio	28 febbraio	Palermo	8/1-28/2
Toscana	7 gennaio	7 marzo	Firenze	7/1-7/3
Umbria	7 gennaio	7 marzo	Perugia	7/1-7/3
V. d'Aosta	10 febbraio	31 marzo	Aosta	10/2-31/3
Veneto	3 gennaio	28 febbraio	Venezia	3/1-28/2
Bolzano	15 gennaio	12 febbraio	Bolzano	15/1-12/2
Trento	7 gennaio	28 febbraio	Trento	7/1-28/2

Fuente: CONFCOMMERCIO P&G Infograph



te rispetto all'anno scorso. Anche l'high-tech ha potuto chiudere il 2004 in pareggio, grazie ai videofonini di nuova generazione che hanno visto un incremento del 5-10% (tengono anche i televisori al plasma, spesso acquistati a rate, ed i lettori di dvd, benché vicini alla saturazione del mercato).

Poteva andare peggio, ma è una consapevolezza che consola ben poco i commercianti, tutti a dita incrociate per l'avvio dei ribassi. «L'aspettativa sui saldi dovrebbe essere buona - continua Venturi - ma il condizionale è d'obbligo, il comportamento dei consumatori si caratterizza ormai per la sua imprevedibilità». Il rischio che i clienti si dimostrino propensi al risparmio è concreto: «Potrebbe accadere come l'anno scorso, quando ad una buona partenza dei primissimi giorni seguì un brusco rallentamento che durò per tutto il periodo degli sconti, con un pessimo risultato finale». Le aspettative, dunque, sono caute: «Questa volta speriamo in una reazione tardiva ma continua».

Il scetticismo è ancora maggiore sul fronte dei consumatori: «La sensazione è che nemmeno i saldi smuoveranno lo stallo degli acquisti - afferma Rosario Trefiletti, presidente di Federconsumatori - poiché mancano stimoli alla spesa e, come i primi ribassi di Napoli e Venezia stanno dimostrando, languono i consumatori disposti a spendere».

Per un quadro più preciso sarà necessario attendere il fine settimana, quando i saldi partiranno anche nei grandi capoluoghi come Milano e Roma, dove le file di clienti in attesa nelle zone esclusive dello shopping, da via Montenapoleone a via Condotti, sono considerate una caratteristica cittadina. Ma il rischio è che si ripeta il canovaccio degli scorsi saldi estivi: boutique semivuote e grandi magazzini a basso costo semipieni.

Sul bilancio dello shopping prenatalizio, del resto, i consumatori la vedono più nera degli esercenti: «Anche se alimentari e tecnologici hanno tenuto, per l'abbigliamento il calo è stato del 20%, per la pelletteria quasi del 25%. Ad aver ottenuto largo successo è stato solo il presente, vale a dire il regalo a basso costo. Per questo, tra i pochi prodotti che nello scorso mese hanno venduto molto bene, ci sono soprattutto libri e compact disc».

Istruzioni per l'uso

Dieci regole da osservare per evitare trucchi, inganni e delusioni

MILANO Evitare fregature e riconoscere i buoni affari. Per affrontare i saldi, l'Intesa dei consumatori suggerisce un decalogo di regole d'oro da seguire.

- 1 - Conservare sempre lo scontrino e rammentare che il negoziante è obbligato a sostituire l'articolo difettoso, purché entro otto giorni dall'acquisto, anche se dichiara che i capi in saldo non si possono cambiare.
- 2 - La merce in saldo deve essere l'inventario della stagione in corso. Per evitare fondi di magazzino, diffidare di sconti superiori al 50%.
- 3 - Servirsi preferibilmente nei negozi di fiducia o acquistare merce della quale si conosce già il prezzo o la qualità, in modo da poter valutare liberamente e autonomamente la convenienza dell'acquisto.
- 4 - Diffidare delle vetrine coperte da manifesti che non consentono di vedere la merce e dei marchi molto simili a quelli noti. Verificare anche che il prodotto offerto in vetrina sia lo stesso che verrà presentato in negozio.
- 5 - Ricordare che sulla merce è obbligatorio il cartellino che indica il vecchio prezzo, quello nuovo ed il valore

percentuale dello sconto applicato. Il prezzo deve essere inoltre esposto in modo chiaro e ben leggibile.

6 - La possibilità di provare i capi è rimessa alla discrezionalità del negoziante. Meglio comunque diffidare dei capi di abbigliamento che possono essere solo guardati e non provati.

7 - Non fermarsi mai al primo negozio che propone sconti, ma confrontare i prezzi con quelli esposti in altri esercizi.

8 - Controllare che fra la merce in saldo non ce ne sia di nuova a prezzo pieno, che deve essere tenuta separata.

9 - Nei negozi che espongono in vetrina l'adesivo della carta di credito o del bancomat, il commerciante è obbligato ad accettare queste forme di pagamento anche per i saldi.

10 - In caso di fregatura, rivolgersi ad una delle associazioni dell'Intesa, all'Ufficio Comunale per il commercio o ai Vigili Urbani.

La favola dell'inflazione sotto controllo

Benzina e gasolio, conti correnti, bollette telefoniche, assicurazioni in aumento. Calmi, invece, gli alimentari

MILANO Nonostante le ottimistiche valutazioni dell'Istat, il 2004 è stato un anno difficile sul fronte dei prezzi. Lo dimostra l'analisi effettuata da Altroconsumo, associazione indipendente di consumatori: «Il potere d'acquisto degli italiani continua ad essere eroso - spiega il presidente Paolo Martinello - è necessario un forte intervento per aumentare trasparenza e concorrenza dei mercati». Settore per settore, ecco l'incidenza sui bilanci familiari.

Carburanti Il prezzo dei carburanti per auto continua a presentare la sua salata bolletta agli automobilisti. Se la benzina ha toccato il suo massimo in ottobre con un prezzo medio a quota 1,172 euro al litro, ora è il turno del diesel, che prima di Natale ha raggiunto quota 1,020 euro. Nell'ultimo quadrimestre dell'anno ogni automobilista, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, ha pagato oltre 25 euro in più, con incrementi del 15% per il diesel e del 10% per la benzina.

Cellulari-foto-video I prezzi dei cellulari e dei prodotti foto-video sono in sensibile diminuzione, a parità di tipologia di prodotto. Per esempio, le fotocamere digitali da 3 megapixel sono diminuite del 33% in un anno. Se però si confronta il modello innovativo di quest'anno con quello innovativo degli anni scorsi, la situazione cambia: il prezzo di una fotocamera digitale da 5 megapixel di oggi è solo di poco inferiore a quello di una 4 megapixel dell'anno scorso e a quello di una 3 megapixel di due anni fa. Ancora: un cellulare con fotocamera di oggi (opzione molto reclamizzata e di moda) costa mediamente 295 euro, un cellulare con schermo a colori costava più o meno la stessa cifra nel 2002, quando rappresentava il prodotto di punta.

Compact disc Dal 2002 a oggi, in un mercato che sconta un generale ca-

Le tariffe Telecom sono più alte del 6% di quelle applicate dagli ex monopolisti di Francia, Germania e Regno Unito

In discesa il prezzo dei compact disc conseguenza del calo delle vendite causato dai costi troppo elevati

lo delle vendite, il prezzo dei cd appena usciti è diminuito del 4%, ancora di più (mediamente del 13%) quello dei titoli cosiddetti «evergreen».

Tariffe telefoniche La Telecom ha chiesto all'Autorità per le comunicazioni di poter di rivedere le proprie tariffe. Con l'aumento dello scatto alla risposta delle chiamate locali (+ 27,2 %) scomparirebbero gli effetti della riduzione delle tariffe al minuto, soprattutto sulle telefonate di breve durata: nelle ore di punta le telefonate sotto i quattro minuti costerebbero di più, fuori dalle ore di punta, costerebbero invece di più le telefonate fino a 6 minuti. Le telefonate verso i cellulari vedrebbero



Dopo il boom della benzina, che ha raggiunto quota 1,172 al litro, ora tocca al gasolio, aumentato del 15%

I prodotti elettronici che due anni fa erano «di punta», pur superati, hanno mantenuto gli stessi listini

E sulle piste di sci si abbatte una valanga di rincari

MILANO Un week end in montagna, da trascorrere tra sci e passeggiate sulla neve, può essere molto costoso per chi per la prima volta deve comprare l'attrezzatura adatta. I prezzi di scarponi, sci, felpe e tute sono infatti lievitati in questi ultimi anni in media di oltre il 40% con punte del 130%. Con il risultato che acquistare tutto il necessario per sciare, senza eccellere in tecnologia, pesa sulle tasche degli italiani oltre 1.000 euro. A fare i conti è l'Adoc, una delle quattro associazioni dell'Intesaconsumatori, che ha messo a confronto i prezzi in lire dell'inverno 2001 con quelli attuali della stagione 2004-2005.

«La spesa più sostanziosa - spiega il presidente dell'associazione, Carlo Pileri - dovrà essere affrontata

da chi acquista per la prima volta il necessario per sciare: senza eccellere in materiali, tecnologia, design ed eleganza, un consumatore medio spenderà circa 1.069 euro, una cifra spropositata se consideriamo che la stragrande maggioranza di chi si reca in montagna, non lo fa per più di una settimana l'anno». Secondo l'Adoc le voci che più delle altre influiscono sul totale di spesa, sono quelle riferite all'abbigliamento. «Gli sci, gli scarponi e gli attacchi - sottolinea l'associazione dei consumatori - come anche lo snowboard e il materiale connesso, hanno subito aumenti contenuti, nell'ordine del 15-20%. Al contrario tutto quanto riguarda l'abbigliamento, supera il 100% di rincaro».

una riduzione dello scatto e del costo al minuto fuori dalle ore di punta, ma un forte aumento nelle ore di punta.

Tariffe Adsl Alla fine del 2004 le tariffe Adsl hanno cominciato a scendere: grazie alle offerte di alcuni operatori alternativi a Telecom. Il costo per un contratto flat è sceso finalmente sotto i 30 euro mese, per alcuni utenti anche a fronte di un miglioramento della velocità della connessione. La diminuzione rispetto al 2003 è stata quindi del 15%-20%.

Tariffe cellulari Si assiste continuamente al lancio di nuovi piani tariffari. I contratti ora attivabili sono più cari

del 7-8% per i profili di consumo medio-bassi. Migliore, invece, la situazione per i grandi consumatori di cellulare, che evidentemente fanno gola alle compagnie.

Alimentari Altroconsumo ha confrontato i prezzi di 15 prodotti alimentari rilevati a dicembre 2004 con quelli rilevati a novembre del 2003, quindi circa un anno prima. Molti prodotti sono diminuiti, con punte del -8% per gli spaghetti Barilla, non mancano però prodotti in aumento, come la passata di pomodoro più cara del 4%. La fine del periodo di prezzi bloccati (il 31 dicembre scorso) potrebbe però generare improvvisi aumenti.

Rc auto e moto I premi Rc auto sono diminuiti nel corso dell'anno, ma aumentati rispetto a gennaio 2003. Per i ciclisti i premi sono stati aumentati superiori all'inflazione a Milano e Roma (+ 6,39%), mentre per Napoli si è verificata una diminuzione (-1,99%). I motocicli, invece, hanno visto solo riduzioni.

Conti correnti I costi sono considerevolmente aumentati, penalizzando le famiglie, mentre per i single il risultato è positivo. Ad esempio, per un correntista di 45 anni, sposato con due figli, moglie impiegata, casa di proprietà, mutuo ancora aperto, circa 25 mila euro di liquidità investita in strumenti di lungo periodo, due carte di credito, il costo medio di un conto corrente nel 2004 è aumentato del 36% rispetto all'anno precedente. Per un trentenne single, invece, con circa 50 mila euro di liquidità, investiti sia in azioni italiane sia estere e possessore di una carta di credito, il costo annuo si è ridotto dell'11,8%.

Prestiti personali e mutui I tassi di interesse sono in calo.