

→ **Consumi:** otto italiani su dieci rinunciano a qualcosa, le prime vittime scarpe e abiti

→ **Altro che ottimismo:** la maggior parte prevede un futuro nero e una ripresa lontana

Famiglie sull'orlo della crisi: ormai si va in «rosso» alla metà del mese

Otto italiani su dieci rinunciano a qualcosa, il 60% prevede tempi cupi. La crisi fa paura, la politica non soddisfa, i soldi non bastano mai. Ma i prezzi non scenderanno. Perché anche i negozi soffrono.

LAURA MATTEUCCI

MILANO
lmatteucci@unita.it

Silvio Berlusconi può contare su una pattuglia di incrollabili ottimisti: il 14% degli italiani pensa che nei prossimi mesi la situazione migliorerà. Dopodiché, il diluvio. Per il 60% la crisi sarà lunga e cattiva, oltre 6 milioni arrivano a fatica alla terza settimana del mese, più di 2 milioni hanno difficoltà già alla seconda. Per il 35% delle famiglie i conti non tornano più, e l'82% riduce le spese e rinuncia a qualcosa. Rispetto all'anno scorso, è raddoppiata (dal 16 al 32%) la percentuale di chi guarda con preoccupazione alla propria situazione.

E la politica non soddisfa nessuno: inadeguati gli interventi del governo per il 74%, inadeguato l'atteggiamento dell'opposizione per il 76%. Il sondaggio Confesercenti-Swg sugli italiani e la crisi certo non è di quelli che può far piacere al presidente del Consiglio, è un'istantanea che rimanda l'immagine di un'Italia «molto pessimista e sfiduciata rispetto alla politica e alle istituzioni», come spiega il presidente di Confesercenti Marco Venturi. E che consuma sempre meno. Otto italiani su dieci rinunciano: innanzitutto ad abbigliamento e calzature, con un taglio rispetto al 2007 di quattro punti in più (dal 48% al 52%). Costanti i risparmi per casa ed alimentari. Si cerca invece di conservare l'opportunità di una vacanza, magari più breve ed economica: i rinunciatari

che nel 2007 erano il 32%, scendono nel 2008 al 25%.

Rimedi? Ridare fiato al potere d'acquisto, innanzitutto detassando le tredicesime, dice Venturi. Ma il governo finora ha risposto *niet*. «Se non approfittiamo del Natale per una ripresa dei consumi, passate le feste possiamo pure scordarcela. La cosa principale è la fiducia, se il clima non cambia la situazione non migliorerà», insiste Venturi. Altri rimedi? Raddoppio del *forfait* fiscale, interventi sull'Iva, visto che altri paesi europei hanno aliquote più basse di quelle italiane e per questo riescono

Negozi Secondo Confesercenti una campagna di saldi sarebbe dannosa

ad essere più competitivi, aiuti alle pmi.

Che, pure loro, soffrono la crisi. Nell'ultimo anno, all'anagrafe dei negozi e delle piccole imprese di turismo, tra nati e morti, il saldo è negativo per 52mila unità. «Così pesante è la prima volta. Sono nuovi disoccupati, esercizi che non ce la fanno più, e chiudono», dice Venturi.

Visto che anche i negozi piangono, nessuno spera nell'abbattimento dei prezzi. I saldi generalizzati, secondo Confesercenti, danneggerebbero gli esercizi piccoli, periferici, quelli che non possono farsi pubblicità, a vantaggio solo delle grandi catene commerciali. E i prezzi per Venturi «non sono gonfiati, sono stabiliti con dei criteri: è nella filiera troppo lunga che vanno ricercati gli aumenti ingiustificati, nell'abusivismo che dilaga, soprattutto al sud, e di fronte al quale nessuno muove un dito». La spirale si chiude qui. E stritola tutti. ♦

Foto di Frank Rumpenhorst/Agf

Le famiglie e la crisi economica

I risultati di un sondaggio Confesercenti-Swg

Quanto durerà la fase recessiva

Da un minimo di 1 anno a un massimo di 2 anni	34%
Potrebbe superare i 2 anni	26%
6-12 mesi	12%
6 mesi	9%

■ 58% degli intervistati teme che la situazione economica peggiori nei prossimi 12 mesi

■ 32% coloro che guardano con maggiore preoccupazione alla situazione della propria famiglia

La fatica di arrivare a fine mese

Con il proprio reddito...

Arriva a fine mese	62%
Arriva alla terza settimana	26%
6,3 milioni di famiglie	
Arriva a metà mese	9%

I tagli di spesa

■ 82% degli intervistati afferma di aver ridotto le spese

■ 52% hanno tagliato abbigliamento e calzature

■ Costanti risparmi per i beni domestici e gli alimentari

La pressione fiscale continua a crescere

■ La pressione fiscale in Italia è cresciuta tra il 2005 e il 2007 del 2,8%, mentre quest'anno dovrebbe registrare un leggero calo per poi risalire nel 2009 sopra il 43%. Lo sostiene l'Ufficio studi dell'associazione artigiani Cgia di Mestre.

Se la pressione fiscale nel 2005 toccava la soglia del 40,5%, l'anno successivo si è attestata al 42,1%, nel 2007 ha raggiunto il picco massimo del 43,3% e per quest'anno, secondo le previsioni del Dpef, calerà leggermente e si posizionerà al

P&G FONTE: CGIA DI MESTRE

Il boom della pressione fiscale

2005	40,5%
2006	42,1%
2007	43,3%
2008	42,8%
2009	43,0%

42,8% per ritornare al 43% nel 2009.

«Gli aumenti delle imposte e dei contributi previdenziali hanno sicuramente aggravato la crisi economica in atto ormai da inizio anno» - rileva Giuseppe Bortolussi, segretario della Cgia secondo cui bisogna intervenire con maggior decisione per alleggerire le tasse. ♦