

→ **I dati Istat** del mese di febbraio evidenziano un preoccupante stallo nel raffronto con il 2010

→ **Flessione** negli ipermercati. I consumatori: stangata pasquale a causa del caro carburanti

Crisi, i consumi non ripartono Vendono di più solo i discount

Nel mese di febbraio nessun segnale di sostanziale ripresa delle vendite nel nostro Paese. Lo segnalano gli ultimi dati dell'Istat che evidenziano uno stallo generalizzato eccezion fatta per i discount.

MARCO VENTIMIGLIA

MILANO
mventimiglia@unita.it

Le vendite, e quindi i consumi, non ripartono, il che, sfogliando qualsiasi manuale di economia, indica una cosa molto chiara: nel nostro Paese la crisi è ancora in pieno svolgimento. A testimoniarlo per l'ennesima volta sono i numeri sfornati ieri dall'Istat, poco confortanti in assoluto, ed ancor più negativi se preceduti da una semplice considerazione: la situazione di stallo emerge nonostante un paragone statistico, quello con l'anno scorso dove tanti indicatori erano precipitati al minimo, che dovrebbe facilitare un "rimbalzo" positivo delle rilevazioni.

Dunque, l'Istituto nazionale di statistica ha diffuso i dati delle vendite al dettaglio relative al mese di febbraio che risultano, appunto, invariate rispetto a un anno prima, e non consola più di tanto il timido segnale che arriva dal confronto mensile, con un +0,1% rispetto a gennaio. Indicazioni preziose, poi, arrivano dall'analisi per settore. I prodotti non alimentari arrancano mentre gli alimentari danno maggiori segnali di tenuta. A livello di punti vendita a fare bene sono soltanto i discount, gli unici che segnano vendite in rialzo (+1,5% annuo). Male gli ipermercati che, tra gli esercizi, contano il calo più marcato (-2,2% annuo).

Ed ancora, ad indicare una persistente situazione di crisi c'è la tipologia dei prodotti più penalizzati. Infatti, sono soprattutto quelli non essenziali a risentire della maggior flessione commerciale. E così la contrazione più ampia si evidenzia per le vendite dei supporti ottici - dai cd

ai dvd - e degli strumenti musicali, con un -7% rispetto a un anno prima. A seguirli gli elettrodomestici, radio, tv e registratori (-1,9%), e i giochi insieme alle attrezzature per sport e campeggio (-1,5%).

Al contrario, sono aumentati gli acquisti dei prodotti farmaceutici, che segnano l'aumento annuo più sostenuto (+1,4%). Tra le performance positive, anche le vendite di utensileria per la casa (+0,7%) e le calzature (+0,6%). Tornando a valutare le di-

USA, ACQUISTI MENO ECOLOGICI

Negli Stati Uniti meno acquisti "verdi" a causa della crisi. Il maggior costo di vari prodotti ecologici, come cibo organico e auto ibride, ha determinato un calo delle vendite.

verse tipologie di esercizi, le vendite nella grande distribuzione registrano una diminuzione dello 0,3% annuo, mentre aumentano dello 0,1% annuo nei piccoli negozi.

MIGLIO CHI VENDE ALL'ESTERO

Per la Cia l'andamento positivo dei soli discount sottolinea come «le famiglie continuano a tirare la cinghia e cercano le promozioni e i prezzi più bassi». Confcommercio parla di «quadro generale che continua ad essere caratterizzato da una accentuata debolezza dei consumi; un dato che si riflette sull'intero sistema economico determinando tassi di sviluppo contenuti, e conferma il permanere di un andamento a due velocità: le imprese che operano sul mercato estero sono in ripresa, mentre quelle che vivono prevalentemente di domanda interna restano in sofferenza». I segnali di «ristagno sono ancora estremamente preoccupanti per l'economia del Paese», commentano invece Adu-sbef e Federconsumatori, che ribadiscono la necessità di «rilanciare la domanda per una vera ripresa».

Di certo a mettere di buon umore

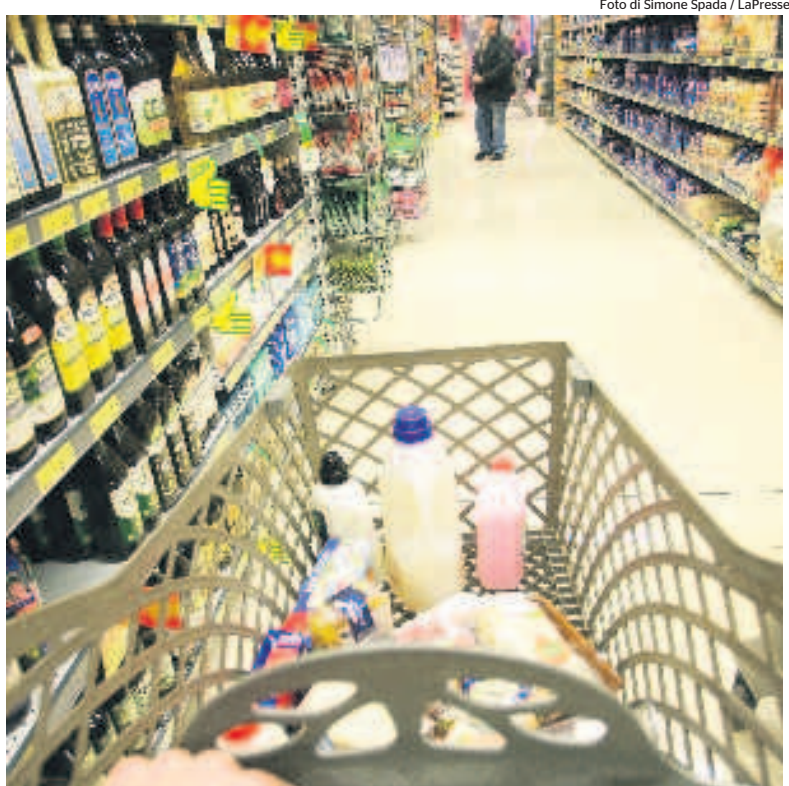


Foto di Simone Spada / LaPresse

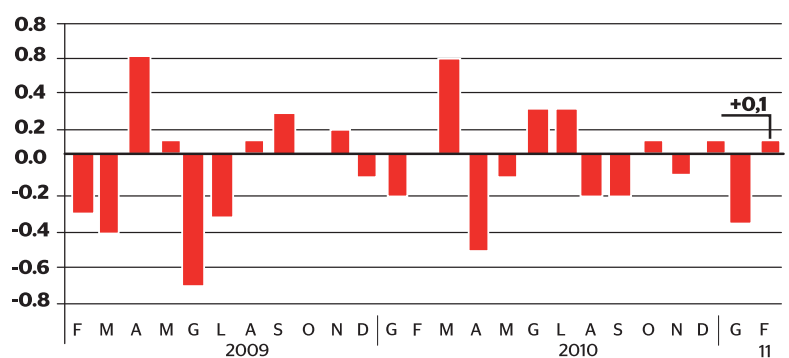
I dati sulle vendite segnalano una contrazione negli ipermercati, bene invece i discount

L'andamento delle vendite

Commercio al dettaglio

febbraio 2009 - febbraio 2011

Variazioni percentuali rispetto al mese precedente



Fonte Istat

gli italiani non ci sono gli attuali spostamenti in occasione delle festività pasquali. Il Codacons ha calcolato, infatti, che gli automobilisti dovranno mettere in conto una stangata complessiva da 35 milioni di euro a causa del rincaro dei carburanti. Una cifra

che scaturisce dal confronto fra i listini attuali con quelli della Pasqua 2010, nel quale spiccano aumenti a due cifre sia per il diesel che per la benzina. Un litro di verde segna un rincaro del 12,7%, mentre per il gasolio si spende il 21% in più. ♦