

LA CRISI ITALIANA

Fine dell'edonismo Consumi cambiati già prima della crisi

L'ANALISI

RONNY MAZZOCCHI

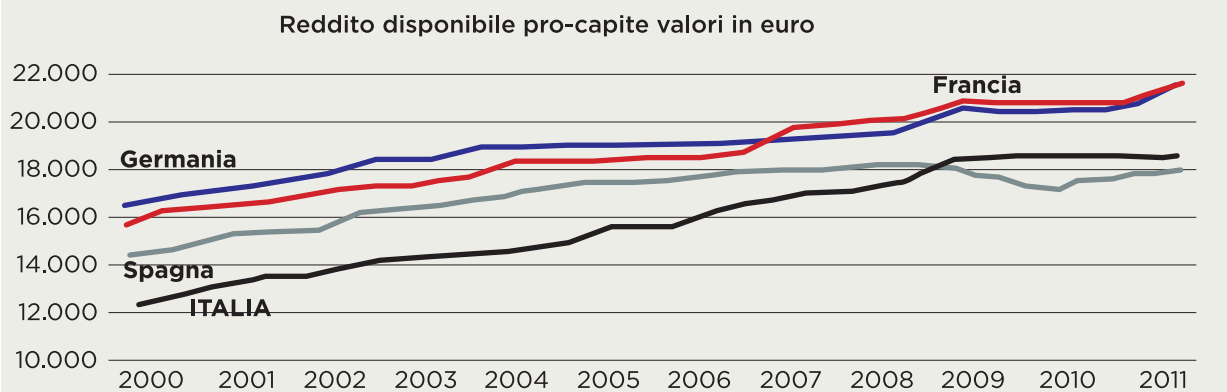
SEGUE DALLA PRIMA

È questo quello che sembra uscire dalla lettura del Rapporto Coop 2012 su consumi e distribuzione presentato ieri a Milano. Un quadro assai poco lusinghiero per l'Italia, piegata da una violenta recessione e gravata da politiche fiscali fortemente restrittive che, lungi dall'aver gettato le premesse per un rilancio economico, hanno finito per aggravare la già drammatica situazione del nostro indebitamento pubblico. L'impoverimento avvertito dalla popolazione italiana non è psicologico e probabilmente nemmeno temporaneo. A dirlo ci sono innanzitutto i dati, che certificano un brusco calo del reddito disponibile in termini assoluti sia se paragonato con quello dei nostri principali partner commerciali. Basti pensare che il nostro Paese, che nel 2007 presentava un reddito disponibile per abitante pari al 91% di quello tedesco, oggi è sceso all'84%. Ma a confermarlo ci sono anche le famiglie italiane, le cui opinioni sembrano purtroppo fotografare con invidiabile chiarezza il crescente distacco fra la politica e la massa. L'invasiva retorica sul «togliere ai padri per dare ai figli», che è stata troppo spesso la foglia di fico dietro cui le classi dirigenti degli ultimi tre lustri hanno nascosto i tagli alla spesa sociale e l'indebolimento dei diritti e delle tutele dei lavoratori, sembra non godere più di molto credito.

Al contrario, una larga maggioranza di italiani, pensano che alle sofferenze del presente seguirà un futuro ben peggiore per i propri figli. Già ora i giovani non sembrano passarsela particolarmente bene. Il tasso di disoccupazione giovanile ha ormai raggiunto il 35% e le riforme che - al prezzo di una maggiore precarizzazione dei rapporti di lavoro - avrebbero dovuto favorire l'impiego delle nuove generazioni, non paiono aver dato i risultati sperati: il tasso di occupazione per ragazze e ragazzi, che nel 1993 era del 40%, ora è crollato al 27%, con un brusco incremento del numero di giovani che non lavorano e non studiano.

Non molto meglio se la passano gli adulti, che vedono l'eventuale perdita del posto di lavoro come una autentica condanna: solo il 24% - contro il 57% della Germania - pensa di poter trovare un altro lavoro nel giro di sei mesi dal momento in cui è rimasto disoccupato. I dati del rapporto Coop permettono poi di mettere in discussione un altro totem degli ultimi anni, ovvero che la riduzione dei prezzi dei beni di consumo determinata da un massiccio processo di liberalizzazione sia in grado di compensare o addirittura ribaltare il declino dei salari reali. Chiunque abbia un po' di dimestichezza con la quadratura di un bilancio familiare sa che un risparmio di pochi euro per l'acquisto di un determinato prodotto è poca roba rispetto a quanto reddito viene assorbito dal pagamento di mutui o affitti. Non è un caso che gli italiani, per far fronte alle accresciute spese per la casa, siano arrivati a ridurre sensibilmente il consumo di beni durevoli come ad esempio l'automobile (un milione di veicoli in meno venduti negli ultimi 5 anni). La questione abitativa e quella salariale sono quindi indissolubilmente legate. Se buona parte del reddito generato dal lavoro, invece di finire nel consumo di beni industriali - che generano a loro volta occupazione e reddito - finisce ad alimentare soltanto rendite finanziarie improduttive come la casa, diventa davvero difficile immaginare un futuro migliore del presente per il nostro Paese. In attesa di un governo e di una maggioranza capaci di far fronte ai due problemi centrali per le scelte delle famiglie - lavoro e casa - non rimane che consolarsi con un dato che forse potrà interessare soprattutto i sociologi. Complice la crisi, sembra vi sia stata da parte degli italiani una revisione del concetto di consumo, non più inteso come elemento identitario e di rappresentazione di sé, ma come strumento di soddisfazione di bisogni e mezzo per vivere in modo più confortevole. Trent'anni di edonismo sembrano chiudersi con un clamoroso riflusso: si rinuncia al superfluo e si abbracciano stili di vita maggiormente sostenibili. La società dei consumi degli anni Ottanta e Novanta sembra essere davvero sempre più un ricordo.

IN ITALIA I REDDITI PIÙ BASSI D'EUROPA



Fonte: Elaborazione REF ricerche su dati Eurostat

Le famiglie fanno debiti per arrivare a fine mese

- **Rapporto Coop 2012**
Una fotografia del Paese piegato dalla crisi
- **Redditi in calo, meno auto e più tv in casa**

G.VES.
iusve@twitter.com

Sdraiato sul divano di casa a guardare la tv, che non è più neanche tanto nuova visto che nell'ultimo anno sono calate pure le vendite degli schermi piatti. Ecco l'italiano che risparmia (e arranca), che va ancora meno al cinema (meno 16 per cento nei primi sei mesi dell'anno) e meno che mai entra a teatro, perché tanto c'è la *pay per view* (la tv a pagamento) o meglio ancora l'ampia offerta del digitale terrestre gratuito.

PETER PAN SUL SOFÀ

E quando la tele è spenta è acceso il telefonino intelligente o il tablet che ci lascia tranquilli sul sofà. «In questa specie di autarchia domestica - dice il rapporto Coop 2012 sui consumi - gli italiani vivono una eterna giovinezza e pensano di non invecchiare mai». All'elisis televisivo si aggiungono dunque cellulari e computer a tavoletta, che tra l'altro ci permettono di fare acquisti rimanendo sempre sul solito divano («a crescere è solo commercio online, d'altra parte il 52 per cento della spesa si concentra sui servizi e non sui beni fisici»). Ma tutto questo ha un prezzo: «Gli italiani non riescono a fare figli, rimangono spesso soli o confinati in famiglie sempre più piccole», mentre la «sindrome di Peter Pan» sull'isola dei sofà (ci consideriamo adulti non prima dei 47 anni contro la media Ue di 42, dice Coop) «ruba spazio a chi è veramente giovane, che rimane bambino e non riesce ad avere cittadinanza nel Paese». Quando esce di casa per il vecchio Peter torna a volare. Al supermercato poi fa le acrobazie: «Si

risparmia su tutto, anche sulla triade che un tempo caratterizzava la fisionomia dell'italiano medio: auto, abbigliamento e cibo». Nel 2012, secondo le stime di Coop saranno 1,4 milioni le auto nuove immatricolate, un milione in meno di quelle del 2007 pre-crisi. «Viene meno anche l'immagine dell'italiano ben vestito e ben calzato», settori in perenne calo negli ultimi dieci anni, e anche l'italico «gourmet che ama mangiare fuori comincia a traballare: nella ristorazione cresce solo il take away», il prendi-e-porti-via. In compenso, siamo perennemente a dieta («il 57 per cento è in sovrappeso, il 46 sta cercando di perderlo»).

IL TEMPO DELLE RINUNCE

La vera palestra però la si fa al supermercato, dice Coop, «dove gli italiani hanno imparato a comprare al meglio difendendo qualità e valori». Tra le strategie di risparmio, il fare la spesa più

frequentemente per non creare troppe riserve, il ricorso ai prodotti senza marchio e la ricerca di promozioni. Tutte cose che «non bastano più», perché si è raschiato il barile ed è arrivato il tempo delle rinunce vere, tanto che per la prima volta si assiste a una contrazione reale degli acquisti (-1,4 per cento nella gdo nei primi sei mesi del 2012). Calano gli acquisti di pane, snack e prodotti per la casa, «segmenti dove un consumo più attento permette di limitare gli sprechi». Al top restano invece gli alimentari freschi come carni e salumi e formaggi. Debaque del vino e delle merendine, mentre crescono prodotti per la salute (più tre per cento nell'ultimo anno), il bio (più dieci per cento nei primi sei mesi dell'anno) e il pronto (più due per cento in un anno). Fa meglio della media il «carrello basic», ovvero gli ingredienti di base per la cucina, «a riprova del fatto che si alle preparazioni domestiche». In generale, Coop sot-



Per le famiglie italiane colpite dalla crisi e dall'inflazione è sempre più difficile fare la spesa FOTO ANSA

Termina l'estate più nera del turismo italiano

Luglio e agosto col segno meno per il turismo in Italia, nell'estate più difficile da molti anni. «Luglio - sottolinea il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca - ha mostrato una flessione complessiva delle presenze alberghiere pari al 5%, caratterizzata da un -8,9% di italiani ed un +0,2% di stranieri. Agosto, per la prima volta nella storia del turismo italiano ha registrato un calo dell'1,1% di presenze complessive, composte da un -3% di italiani ed un +2,1% di stranieri». «Alla luce di questi dati - aggiunge Bocca - i primi otto mesi 2012 (rispetto allo stesso periodo del 2011) portano a segnare una perdita del 2,6% di presenze, con gli italiani ad un -5,6% e gli stranieri ad un +1,2% ed un calo di fatturato stimabile attorno al 10% a

causa dei prezzi fermi ormai da 3 anni e di accorte politiche tariffarie difficili da sostenere a lungo. Quanto ai dati sui lavoratori da gennaio ad agosto abbiamo perso il 2,6% di occupati, con un dettaglio del -2,8% a tempo indeterminato e del -2,5% a tempo determinato». «Questi risultati - evidenzia Bocca - mostrano un ridimensionamento parziale delle perdite previste grazie agli incrementi, anche significativi in alcune aree del Paese, della clientela straniera dalla quale partire per rimettere in moto uno dei pochi settori economici in grado di garantire occupazione, che non delocalizza e porta sempre valore aggiunto all'intera filiera economica dei territori». «Sollecitiamo dunque Governo e Parlamento - aggiunge - af-

finché mettano subito mano ad un progetto di riorganizzazione politica, legislativa e finanziaria del settore per consentire alle migliaia di imprese che quotidianamente lavorano nel turismo e per il turismo di rialzare la testa e ridare forza e vitalità al Pil per il quale contribuono per quasi il 10%».

«Sono dati preoccupanti quelli diramati da Federalberghi che evidenziano come la crisi morda nel nostro paese» commenta la Filcams Cgil. È fondamentale «dare fiato alle imprese, promuovere la destagionalizzazione, tutelare l'occupazione, rilanciare il Brand Italia puntando su innovazione e rapporto qualità/prezzo. Il Governo deve scommettere sul settore per rilanciare l'economia di tutto il paese».