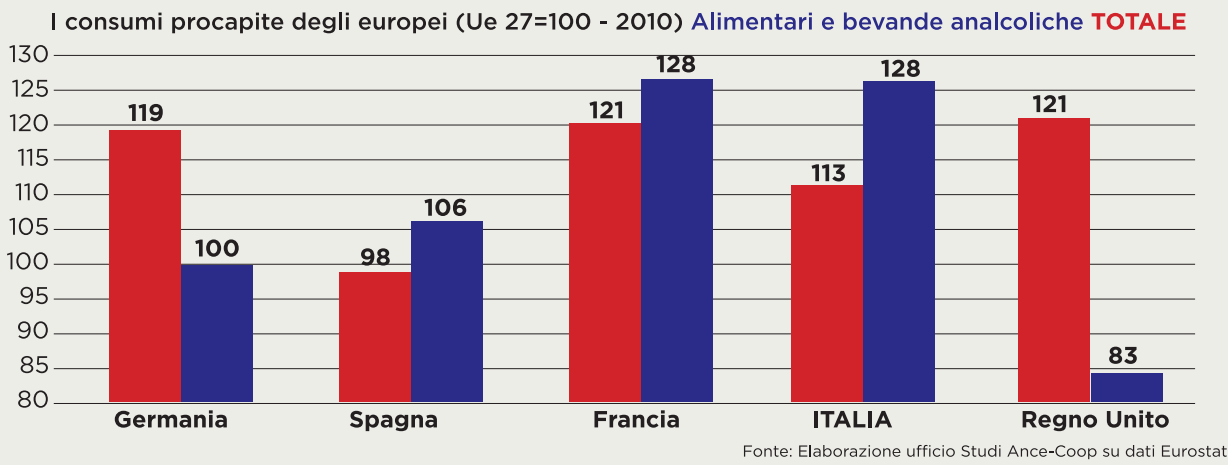


**IN ITALIA I CONSUMI ALIMENTARI PIÙ ALTI D'EUROPA**



**LA SPESA MEDIA FAMILIARE CRESCE LA METÀ DELL'INFLAZIONE**

	2010 euro/mese	2011 euro/mese	2011/2010 Var.%
Alimentari e bevande	467	477	2,1%
Non alimentari: di cui	1.987	2.011	1,2%
Tabacchi	21	21	-1,4%
Abbigliamento e calzature	142	132	-7,0%
abitazione	696	709	1,9%
combustibili e energia	131	127	-2,9%
Mobili, elettrodomestici	132	126	-4,4%
Sanità	91	91	-0,3%
Trasporti	339	349	3,0%
Comunicazioni	48	46	-3,5%
Istruzione	27	28	2,2%
Tempo libero e cultura	107	104	-3,2%
Altri beni e servizi	253	250	-1,0%
Spesa media mensile	2.453	2.488	1,4%

Fonte: elaborazioni Ref ricerche su dati Istat (I consumi delle famiglie nell'anno 2011)

tolinea come almeno venti milioni di famiglie a reddito medio basso non riescano più a sopportare il rincaro dei prezzi dovuto all'inflazione. Cala il reddito procapite (nel 2007 era il 91 per cento di quello dei tedeschi, nel 2011 è all'84 per cento) e una famiglia su quattro è costretta a indebitarsi per andare avanti. Ad aggravare la situazione le manovre del governo, che alla fine di quest'anno («il peggiore dal dopoguerra») incideranno su ogni nucleo per 4mila euro. Soldi che non peseranno per quel decimo di italiani che da solo detiene il 46 per cento della ricchezza del Paese, contro un trenta per cento di concittadini più poveri che si divide l'uno per cento della ricchezza.

Certo non va benissimo nel resto d'Europa, ma almeno negli altri Paesi si continua a sorridere. Da noi invece Peter Pan vola sul divano, si crede giovane ma è infelice. Così come molta parte della manifattura italiana, con alcuni picchi negativi (come i livelli produttivi di auto a meno 34 per cento sul periodo precisi, quelli dell'arredamento a meno 27 per cento e dell'abbigliamento a meno 23). Regge la filiera alimentare e in questo contesto i dodici milioni di consumatori abituali della Coop fanno segnare al colosso della grande distribuzione un incremento delle vendite dell'1,1 nei primi mesi otto mesi del 2012, per un volume di complessivo di vendite (entro l'anno) pari a 13,2 miliardi di euro.

# «Crescita subito o scoppia la tempesta perfetta»

GIUSEPPE VESPO  
MILANO

**L'INTERVISTA**

**Vincenzo Tassinari**

**Il presidente di Coop Italia: un patto con l'industria per tamponare l'effetto costi delle materie prime. Detassare pensioni e tredicesime**



**Vincenzo Tassinari, presidente del Consiglio di gestione di Coop Italia. Tra crisi e inflazione, per il 2013 vi aspettate «la tempesta perfetta». Cosa bisogna fare per rilanciare i consumi?**

«Credo che sia fondamentale dare più reddito ai cittadini e rimettere un po' di soldi nelle tasche dei consumatori, anche detassando le tredicesime o le pensioni. Ma queste sono proposte che fanno i sindacati. Non tocca a noi dare ricette, diciamo solo che far ripartire i consumi è fondamentale per la ripresa economica del Paese e per evitare che l'inflazione devasti ulteriormente le finanze degli italiani. Noi proponiamo un patto all'industria e a questo proposito chiediamo un tavolo al governo per tamponare la deriva dei costi delle materie prime e dei beni primari».

**Però allo stesso tempo criticate aspramente l'industria alimentare, perché?**

«Negli ultimi anni mentre la grande distribuzione ha tentato di fare la propria parte, la Coop per esempio ha cercato di calmierare i prezzi, l'industria

ha mantenuto e aumentato la propria redditività».

**In che modo?**

«Questi sono i nostri dati: fissando a cento il livello dei prezzi del Duemila, a luglio di quest'anno per l'Istat sono cresciuti fino a 132, mentre i prezzi alla Coop sono fermi a 118. La differenza, che noi abbiamo messo in tasca ai consumatori, rappresenta una perdita in termini di redditività per le nostre imprese. E d'altra parte non è più sufficiente a venire incontro alle necessità delle famiglie. Il sistema delle imprese

non può solo rivendicare politiche di sostegno dal governo, deve anche fare la sua parte. Noi prediligiamo il dialogo e per questo chiediamo un confronto. Ma se dovessimo riscontrare atteggiamenti che non tengono conto delle necessità del settore è chiaro che contrasteremo in modo duro il mondo dell'industria».

**Questo potrebbe riflettersi sui prezzi dei beni?**

«Non credo, non necessariamente. Semplicemente Coop distinguerebbe tra le industrie che collaborano e quel-

le che non lo fanno».

**Lei è stato critico anche nei confronti di alcuni passaggi (art 62, ndr) della legge sulle liberalizzazioni. Perché?**

«Perché è una legge corretta là dove dà un contributo all'agricoltura e alle piccole e medie imprese, è corretta quando individua i criteri di semplificazione, trasparenza e di reciprocità nelle relazioni industriali, non è più corretta quando significa drenaggio di liquidità e di risorse dalla distribuzione all'industria. La critica è incentrata sul fatto che rischiano di beneficiarne i soggetti più forti, le multinazionali che non hanno bisogno di aiuti».

**Torniamo ai consumatori. Se prima facevate riferimento alla "spesa intelligente" adesso parlate di "rinunce". A cosa si rinuncia?**

«Per esempio alle marche: in questo momento il marchio Coop cresce a differenza delle marche industriali. Ma si risparmia anche sulla quantità dei prodotti. Si cerca sempre di più il miglior mix tra convenienza e qualità. Crescono anche i prodotti che più rispettano l'ambiente, il benessere della persona: si punta al risparmio ma anche alla difesa dei valori in cui si crede».



# Italiani poco felici, ma lo shopping non c'entra

**IL COMMENTO**

ORESTE PIVETTA

SEGUE DALLA PRIMA

E a convincermi così che non era il caso di piangere sulle magliette che mi costringeva a indossare, quelle smesse dall'amico benestante e quindi cresciuto più in fretta, e persino a indurmi a commiserare i compagni di scuola in partenza per le vacanze a Davos o a Santa Margherita. Il vecchio proverbio era il cavallo di battaglia del parroco, che, poveraccio, in soldi non era davvero messo bene e che, per propria consolazione, qualcosa doveva aver letto a proposito di San Francesco, il santo che aveva mostrato la via della povertà, capitato davvero male in questo paese che si onora d'averlo scelto come patrono, marciando però nel senso opposto della strada, perché l'italiano medio è sempre stato convinto che i soldi fanno la felicità e se c'è qualche virtuoso che pratica in modo diverso è davvero "l'eccezione che conferma la regola" (altro proverbio...). A conforto di questa opinione ci sta la storia ed ora ci sta pure l'inchiesta Coop che conferma: italiani tristi, italiani che si sono dimenticati la gaiezza spendacciona degli anni ottanta, quando comandava Craxi in barba al deficit che spiccava il volo, italiani più inclini a piangere su se stessi che a rimboccarsi le maniche e inventarsi lotte, come poteva capitare nei duri anni della ricostruzione, quando la vita era pesante, ma intanto si cresceva accanto ad altri, c'erano i "compagni", con i quali rivendicare

salari, diritti, persino cultura (compare nell'inchiesta un numero di straordinario interesse: gli italiani siedono davanti alla televisione più di un tempo, non escono, non s'incontrano a cena, frequentano meno cinema e teatri, si danno invece alla tv tra le mura domestiche, consegnano la loro tristezza rassegnata a Piero Angela e a Maria De Filippi). L'infelicità degli italiani nasce da quello stato cui ci hanno condotto la crisi, la globalizzazione, la finanza padrona del mondo, lo spread, Berlusconi, il professor Monti, Fornero, la rinuncia a una politica di investimenti, l'economia in nero, la mafia, la camorra, l'evasione, la siccità, le alluvioni, i salari fermi, le pensioni immobili, la disoccupazione, la politica... e quel fantasma che s'è aggirato per decenni e che s'è infine

materializzato, prima da noi che in Cina, prima in America che in Africa, che non è il comunismo, che è invece il consumismo, incontrastato trionfatore su ogni conflitto. La felicità, nella maniera più evoluta fare shopping, è partecipare alla festa del consumo. I tuoi hobby? chiedono in tv alla ragazzina campionessa di nuoto: ascoltare musica e fare shopping. La mutazione in senso ludico di una attività una volta solo funzionale... una volta, quando si comperava, chi poteva, un paio di scarpe solo perché si avvicinava l'inverno e ce n'era bisogno per non gelarsi i piedi... La crisi, nelle sue varie espressioni, ci costringe ad una revisione: non girano soldi, si torna all'indispensabile (vedi il precipizio delle vendite di detersivi e di auto: non tutti sono come il padre nel film

veneziano di Cipri). Sarebbe il momento di inventarsi un nuovo modello d'esistenza che tenga conto del valore del limite, per noi, per l'ambiente. La felicità è un traguardo universale, da quando la prima scimmia o il primo uomo sono comparsi sulla terra. Poi ciascuno l'ha inseguita come meglio preferiva. Per San Francesco felicità era dare ai poveri, contemplare il creato. Martini parlava di contemplazione come capacità di osservare la realtà e operare per migliorarla, per accendere una piccola fiamma di speranza. Non teneva in gran conto lo shopping. Così non sente l'italiano "in chiaro" che sta nel rapporto. Anche qui c'è del "sommerso": gli evasori fiscali non sono mai sotto inchiesta (e di sicuro potrebbero vantare i "loro" motivi per sentirsi felici).

**SOTTO LA MEDIA OCSE LA FELICITÀ DEGLI ITALIANI**

