

La crisi e il cambio di abitudini

Le famiglie hanno speso poco e solo per beni che durano nel tempo

Risparmiano sulla spesa alimentare al supermercato, rinunciano al capo di abbigliamento alla moda, spendono meno anche per i detersivi, i giocattoli, e finanche per i prodotti farmaceutici. Le famiglie italiane nell'ultimo anno, dal terzo trimestre 2010 al terzo trimestre 2011, hanno tirato la cinghia e risparmiato su tutti quei beni che tecnicamente vengono chiamati «non durevoli». È l'Istat, nel diffondere i dati sul Prodotto interno lordo del periodo luglio-settembre 2011, a parlare di «forte calo» per i consumi meno duraturi delle famiglie. Se si guarda invece al complesso della spesa, sempre nell'arco dell'ultimo anno, risulta leggermente aumentata, +0,3%, ma a

tenere sono soprattutto i servizi per i quali gli italiani hanno speso l'1,6% in più. Segno positivo, ma per appena uno 0,4%, per i beni durevoli. Insomma, se si deve spendere si punta a ciò che proprio serve. E soprattutto può durare nel tempo, come il frigorifero, il mobile, la bicicletta, il televisore, per citare alcuni dei prodotti classificati dall'Istat nel paniere dei cosiddetti beni «durevoli». Analizzando invece i dati su base congiunturale, si torna a quei tre mesi difficili per l'Italia, luglio, agosto e settembre di quest'anno. Le famiglie hanno risposto diminuendo i consumi rispetto al trimestre precedente. Di poco, un -0,2%, che però segnala un disagio di fondo. L'allarme è con-

fermato da **CONFIMPRESSE**: «Nelle prime due settimane di dicembre i nostri associati in particolare le catene in franchising del non food, hanno registrato un calo delle vendite che in alcuni comparti è arrivato al 10%», avverte il presidente **MARIO RESCA**. «Nell'attesa di valutare l'impatto della manovra - dice - le famiglie hanno rinviato gli acquisti o addirittura rinunciato. Non sappiamo se in settimana ci sarà un recupero, il settore è di calo per tutto il periodo natalizio». Anche il Natale, dunque, si annuncia «low cost», con una spesa per la cena della vigilia e per il pranzo di Natale che sarà di 2,3 miliardi di euro, il 19% in meno rispetto allo scorso anno.

