

## I CONSUMI RESTANO AL PALO

# Confcommercio e artigiani Ridurre la pressione fiscale

Senza impulso alla domanda interna il sistema Paese non può rimettersi in moto e uscire dalla crisi economica. Da solo l'export non è in grado di salvarci da una lunga stagnazione, evidenziata proprio dal fatto che i consumi restano al palo. Ma per consumare, le famiglie hanno bisogno di soldi. E questo chiama in causa il potere d'acquisto di salari e pensioni, ridotto al lumicino da una forte pressione fiscale.

I consumi presentano qualche «modesto segnale di recupero che non è sufficiente, però, a segnare un'inversione di tendenza per una domanda che rimane ancora lontana dai livelli pre-crisi» e che da sei mesi mostra un andamento a «corrente alternata». È quanto emerge dall'Indicatore dei consumi Confcommercio (Icc) che segnala, a settembre, una diminuzione dell'1,6 per cento in termini tendenziali e una crescita quasi impercettibile, dopo la flessione di agosto, dello 0,4 per cento in termini congiunturali. Le difficoltà della domanda delle famiglie emergono anche dal clima di fiducia rilevato dall'Isae che mostra, ad ottobre, un calo. Nella media dei primi dieci mesi dell'anno questo indicatore, rileva ancora Confcommercio, registra una fase di stallo rispetto all'analogo periodo del 2009. Va sottolineato però che, nonostante il permanere di una situazione di debolezza della domanda delle famiglie, il sentiment delle imprese dei diversi settori, industria, commercio e servizi, ha registrato, nel mese di ottobre, un miglioramento.

La riforma fiscale è la strada da seguire per la ripresa. Ne è convinto il presidente di Confcommercio Carlo Sangalli il quale rileva, a margine dell'Assemblea di Cna, che «per quanto riguarda la produzione, il clima di fiducia delle famiglie e i consumi, c'è un andamento costantemente altalenante. Per imboccare, allora, la strada di una ripresa stabile e forte, bisogna proseguire sul cammino delle ri-

forme. Tra queste - sottolinea - la più importante è la riforma fiscale che, semplificando e abbassando la pressione fiscale, consente a famiglie e imprese di avere più ossigeno per consumi ed investimenti».

Dello stesso avviso il presidente della Cna, Ivana Malavasi: «Il paese merita un programma di sviluppo serio, che stabilisca in modo trasparente alcune priorità e le persegua sino in fondo, senza compromissioni, estenuanti negoziazioni, senza il gioco al massacro degli interessi contrapposti». Il numero uno dell'associazione artigiana avverte: «Siamo a un punto di svolta importante che

nasconde molte insidie e richiede all'Italia l'energia, il dinamismo, la voglia e l'ambizione del cambiamento proprio in tempi difficili». Il nostro Paese ha «grandi potenzialità» che, secondo Malavasi, possono divenire realtà «solo se agiamo con coraggio, allarghiamo l'orizzonte delle nostre possibilità, senza paura di cambiare». Poi l'appello alla politica: è necessario «alzare il livello, ritrovare il senso della responsabilità e avere comportamenti adeguati al difficile momento di passaggio del nostro Paese».

L'Italia merita «esempi positivi e valori forti, modelli alti a cui ispirarsi, con cui identificarsi. Modelli da seguire e fornirli è compito principale della classe dirigente nella sua interezza». In tal senso - critica il presidente Cna - «guardiamo con perplessità e disagio all'azione di governo», preoccupano «processi che temiamo possano indebolire le istituzioni, la loro credibilità». L'azione dell'esecutivo «oggi è rallentata, quando non avvistata attorno a questioni che appaiono sempre più lontane dalle sfide drammatiche che ha di fronte il Paese». L'Italia «non può sopportare a lungo una distanza così grande tra la società civile e chi a governa e la rappresenta a livello politico». Il paese, sottolinea Malavasi, ha invece bisogno di «stabilità, di concentrazione dei protagonisti della politica sui

problemi reali, di senso dello Stato come premessa di ogni sforzo comune e necessario sacrificio, di capacità di dialogo, perché ciascuna parte politica, nella distinzione dei ruoli che gli elettori hanno assegnato, possa collaborare al bene comune».

Anche la fotografia scattata dal-

l'Istat mostra uno stallo preoccupante per i consumi. Nel terzo trimestre 2010 quelli alimentari domestici non mostrano segnali di ripresa. Complessivamente - precisa una nota - nei primi nove mesi del 2010 si stimano consumi domestici alimentari pressoché stabili, con un -0,2 per cento sullo stesso periodo del 2009, mentre la spesa continua a diminuire per effetto anche della riduzione dell'1,3 per cento dei prezzi medi al consumo. Sul fronte dei canali di vendita, per i primi nove mesi del 2010 la di-

namica tendenziale dell'indice degli acquisti appare positiva per la grande distribuzione alimentare nel complesso. I supermercati e ipermercati segnano un +0,5 per cento ma vedono la loro quota di mercato ferma al 70 per cento ormai dal 2007. Complice la crisi, particolarmente premiati risultano invece i discount che hanno raggiunto una quota pari al 6,5 per cento sul totale degli acquisti, grazie alla competizione giocata sul prezzo. Non si arresta, invece la crisi del dettaglio tradizionale, il cosiddetto negozio sotto casa. È dalle esportazioni che arrivano le uniche notizie buone per l'agroalimentare italiano, che mette a segno un +9,3 per cento nei primi sei mesi del 2010. Per i prodotti più rappresentativi del made in Italy, i primi sei mesi dell'anno hanno segnato una crescita dei flussi in valore del 7,5 per cento. La situazione - numeri alla mano - è grave: gli italiani risparmiano anche a tavola, il made in Italy alimentare di qualità vende soltanto all'estero. La produzione è quindi a rischio, così come l'intero sistema Paese.

ad. sp.

## I DATI SUI CONSUMI



Secondo l'Indicatore dei Consumi Confcommercio (ICC) a settembre si è verificata una discesa dell'1,6%

CONFCOMMERCIO	Giugno 2010	Luglio 2010	Agosto 2010	Settembre 2010
<b>SERVIZI</b>	<b>+0,8</b>	<b>-0,5</b>	<b>+0,5</b>	<b>+1,4</b>
<b>BENI</b>	<b>-1,9</b>	<b>-1,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>-2,8</b>
<b>TOTALE</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,8</b>	<b>-1,6</b>
Beni e servizi ricreativi	-1,0	-2,9	-2,7	-0,9
Alberghi e pasti fuori casa	-0,1	-1,3	+0,4	+0,2
Beni e servizi				
- per la mobilità	-16,3	-16,9	-8,5	-16,3
- per le comunicazioni	+4,0	+2,6	+0,5	+2,1
- per la cura della persona	+2,3	+2,1	+2,2	+1,3
Abbigliamento e calzature	+0,9	+0,9	-0,3	+0,3
Beni e servizi per la casa	+1,2	+2,1	-0,4	0,0
Alimentari, bevande e tabacchi	-0,1	+1,3	-0,2	-0,4

