

Focus Italia. La fiducia in febbraio sale ai massimi dal 2002

I consumatori intravedono la luce in fondo al tunnel

Francesco Antonioli

ROMA

Qualcosa si muove. Almeno questa è l'impressione di fronte ai dati che l'Istat ha fornito ieri. Nello scorso dicembre l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio (valore corrente, specifica l'Istituto di statistica, che incorpora la dinamica sia delle quantità sia dei prezzi) è diminuito dell'0,2% rispetto al mese precedente. Sull'intero 2014 la flessione negativa tendenziale è dell'1,2% (per i prodotti alimentari è dell'1,1% e per i non alimentari dell'1,2%). Su dicembre 2013 l'indice grezzo del valore del totale delle vendite è salito dello 0,1% (+0,8% gli alimentari) con una crescita della Gdo (+0,6%) a scapito delle piccole superfici (-0,4%).

Si ferma l'emorragia? È una luce in fondo al tunnel? A febbraio, non a caso, è balzata in avanti la fiducia sia dei consumatori - al top da giugno 2002 - sia delle imprese, ora ai massimi dal 2011. Lo scenario collima con il sentiment rappresentato mercoledì dalla "congiuntura flash" del Centro studi di Confindustria: i dati dell'ultimo mese «convalidano le attese di un aumento del Pil nel 2015 superiore alle previsioni di dicembre». Il quadro coincide anche con le rilevazioni Iri - sempre diffuse mercoledì - relative alle vendite del grocery (cioè l'insieme dei prodotti del largo consumo confezionato): a gennaio le vendite nella Gdo crescono del 2% in valore e dell'1,9% in quantità nonostante il ridimensionamento delle promozioni. Non solo. In gennaio i prodotti delle Grandi

Marche hanno registrato una crescita delle vendite al dettaglio del +1,2% a valore e del +1,3% a volume, in linea con il comparto *grocery*. Lo evidenziano le elaborazioni su dati Nielsen diffuse ieri da Centromarca. «Segnali positivi, frutto dello straordinario impegno delle imprese a sostegno della domanda», commenta Luigi Bordoni, presidente di Centromarca: «Nei prossimi mesi verifi-

+2%

Le vendite della Gdo in gennaio
Bisognerà attendere i prossimi mesi perché si consolidi la tendenza

cheremo se la domanda manifesta effettivamente una inversione di tendenza».

Le "letture" sono ispirate alla cautela, ma è evidente il desiderio di allontanarsi dalla lunga crisi. Il capo economista di Nomisma Sergio De Nardis osserva: «Migliora il clima di opinione delle imprese (+7 punti tra dicembre e gennaio), ma i segnali più deboli vengono dalla manifattura (+1,4 punti in due mesi), il settore che determina il ciclo economico». Questi rialzi - incalza De Nardis - «non si possono automaticamente traslare in punti di Pil. Abbiamo percezioni favorevoli tra consumatori e imprese con indicazioni di lentezza del recupero industriale e prudenti valutazioni sul miglioramento personale delle famiglie. È territorio positivo, ma il

ritmo di crescita è tutto da verificare». Più ottimista Confcommercio: sono «deboli ma preziosi segnali di abbandono della fase recessiva», rileva in una nota, «corroborati da una nuova crescita di fiducia; confermiamo che ai favorevoli impulsi provenienti dallo scenario internazionale corrisponde, sul piano interno, la formazione di aspettative ben orientate per il futuro, tutti pre-requisiti per una sempre più probabile ripresa nell'anno in corso». Più allarmati i presidenti di Federconsumatori (Rosario Trefiletti) e Abusdef (Elio Lannutti): «Le famiglie si trovano in condizioni insostenibili; il Governo deve intervenire immediatamente con misure realmente pensate per sostenere la domanda interna, che dal 2008 ha subito una contrazione del 13,4%».

«Dal 2007 - interviene Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione - le vendite al dettaglio hanno visto una perdita cumulata del 7,4% a valore. Cominciano tuttavia a comparire timidi segnali incoraggianti. Va fatto tutto il possibile affinché non vi siano interventi che possano compromettere questo quadro. Bisogna evitare, per esempio, l'applicazione della clausola di salvaguardia inserita nella legge di stabilità che prevede l'innalzamento delle aliquote Iva a partire dal 2016. Ciò avrebbe un forte impatto sui prezzi e di conseguenza sui consumi, frenando significativamente la domanda interna e la ripresa economica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

