

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
6	Giornale di Sicilia - Ed. Provincia di Palermo	04/08/2013	<i>CONFINDUSTRIA : LE FAMIGLIE TIRANO LA CINGHIA PURE SUL PANE</i>	2

SPENDING REVIEW A CASA. In cinque anni la spesa media annua è scesa a 26.100 euro, 3.660 euro in meno rispetto al 2007

Confindustria: le famiglie tirano la cinghia pure sul pane

ROMA

●●● Non più tagli solo agli sprechi ed al superfluo, con l'ultima onda di recessione gli italiani riducono anche l'acquisto di pane e le visite mediche. In cinque anni, dal 2007 al 2012, la spesa media annua delle famiglie è scesa a 26.100 euro, 3.660 euro in meno rispetto al 2007. Equivale ad un mese e mezzo di consumi svaniti. Confindustria, in un approfondimento del centro studi, analizza così la «spending review delle famiglie italiane»: cinghia sempre più stretta su quantità e qualità, ma ora vengono sacrificate anche

le spese primarie che erano state meno toccate nella prima parte della crisi. «Il perdurare della crisi economica e la seconda recessione che ha colpito l'Italia dal secondo semestre 2011 - indicano gli economisti del centro studi di via dell'Astronomia - hanno generato effetti gravi e profondi sulle possibilità di spesa delle famiglie». Che sono così costrette a stringere i denti da cause «oggettive», a partire dai posti di lavoro persi (690mila occupati in meno tra 2007 e 2012) e dall'aumento di tasse dirette e indirette, che hanno «peggiorato i bilanci familiari e ridotto il reddito dispo-

nibile reale dell'11% tra 2007 e 2012». Pesa poi il calo della fiducia dei consumatori «ai minimi storici». Così nel complesso la spesa per consumi finali è arretrata del 6,6% in termini reali.

A dover stringere più la cinghia, secondo il rapporto di Confindustria, sono le coppie senza figli con un capofamiglia tra i 35 ed i 64 anni. E in generale soffrono di più le famiglie del Meridione. Come cambiano le abitudini di spesa degli italiani? Cresce la riduzione dei consumi superflui, ed è corsa ai discount a discapito di supermercati e negozi tradizionali; c'è

più attenzione a sconti e promozioni, ed uno «scivolamento progressivo lungo la scala di prezzo dai prodotti di marca, a quelli commerciali, a quelli unbranded». Si compra meno in quantità, ma si rinuncia anche alla qualità.

Intanto Confindustria Assoconsult - a cui aderiscono oltre 400 imprese di consulenza - lancia un appello: l'Italia deve prepararsi meglio rispetto a quanto fatto finora in materia di fondi Ue, soprattutto in vista della programmazione 2014-2020, che precede fondi per circa 60 miliardi di euro, «che possono essere un volano per l'economia e per le riforme».

