

L'Italia dell'alta crescita: quella delle spese obbligate

di Gino Pagliuca

La presentazione del primo bilancio di sostenibilità delle aziende aderenti a Federdistribuzione effettuata a Roma solo è stato un evento di richiamo mediatico e per la sede prescelta, il palazzo del Senato e alla presenza della seconda carica dello Stato **Renato Schifani**, ma anche perché ha consentito di fare il punto sull'evoluzione dei consumi.

Evoluzione della spesa

Il tema era infatti al centro della relazione tenuta dal presidente di Federdistribuzione **Giovanni Cobolli Gigli** (nella foto), che

Il presidente di Federdistribuzione Giovanni Cobolli Gigli fa il punto su come le famiglie hanno dovuto modificare la ripartizione dei loro budget

ha sottolineato come le famiglie italiane stiano cambiando il loro modello di consumo, in parte per scelta ma in parte anche per necessità.

Guardando a come si sia cambiata nel tempo la spesa complessiva delle famiglie consumatrici si nota che la parte destinata ai consumi dei prodotti normalmente

acquistabili nei negozi si è ridotta quasi della metà, passando dal 38,9% del 1991 al 22,8% del 2011. "Questo è potuto accadere - sottolinea Cobolli Gigli - sia per una crescita dei consumi più voluttuari, del tutto logica in un'economia progredita come la nostra ma che si è arrestato nell'ultimo decennio, ma soprattutto



per l'esplosione dei consumi obbligati, come bollette, carburanti, affitti, che sono cresciuti enormemente, e che hanno portato a ridurre la quota di spesa dei beni più tradizionali, sia alimentari che non alimentari".

Calo delle vendite

Una dinamica che ha avuto un riflesso sulle vendite al dettaglio; i dati Istat infatti misurano un calo sistematico dal 2008, con l'unica eccezione del 2010.

"In questo contesto - ha concluso Cobolli Gigli - le imprese della distribuzione moderna hanno continuato a tutelare il potere d'acquisto delle famiglie, offrendo convenienza ai consumatori, sia nel settore alimentare che in quello non alimentare".

Un'affermazione che il presidente di Federdistribuzione ha supportato confrontando l'evoluzione dal 2004 al 2011 dei prezzi di tariffe e servizi complessivamente cresciuti nel periodo del 38,1%, con l'inflazione generale, misurata dall'Istat nel 17,6% e con l'andamento dei prezzi dei prodotti confezionati venduti nella grande Distribuzione alimentare, che nel periodo considerato hanno registrato un aumento limitato al +7,6%.

L'evoluzione dei consumi e la spesa delle famiglie italiane

valori espressi in miliardi di euro corrente e in quota percentuale

	1991		2002		2011	
	Valore assoluto (mld €)	Quota (%)	Valore assoluto (mld €)	Quota (%)	Valore assoluto (mld €)	Quota (%)
CONSUMI						
Vendite al dettaglio	167	38,9	198	26,2	223	22,8
Consumi obbligati	144	33,5	300	39,7	421	43,1
Consumi voluttuari	118	27,6	257	34,1	333	34,1
TOTALE	429		755		977	
SPESA						
Non alimentare	85	19,70	97	12,80	106	10,8
Alimentare	82	19,20	101	13,40	117	12,1
Spese per la casa	81	18,90	143	18,90	220	22,6
Trasporti	41	9,50	94	12,40	124	12,7
Salute	14	3,30	30	4,00	38	3,9
Servizi finanziari	8	1,80	33	4,40	39	4,0
Turismo	47	11,00	92	12,20	130	13,3
Svago	71	16,60	165	21,90	203	20,8
TOTALE	429		755		977	

Fonte: elaborazione Federdistribuzione su dati Istat



SCENARIO GENERALE