

TUTTI ALLE BANCARELLE?

3° Rapporto ICU su prezzi,
spesa e redditi
delle famiglie italiane

Indice

Presentazione	<i>Michele Boato</i>	7
Premessa	Perché questa ricerca	9
	Misurare i consumi effettivi	9
Capitolo 1	La dinamica dei consumi ovvero chi consuma cosa	11
Capitolo 2	Come si stanno modificando le abitudini di acquisto ovvero dove comprare per risparmiare.....	17
	2.1 Chi compra dove	17
	2.2 Dal negozio al supermercato	19
	2.3 Dal supermercato all'ipermercato ed ai grandi magazzini	21
	2.4 Tutti alle bancarelle?	21
Capitolo 3	La distribuzione del reddito.....	25
	3.1 Gli effetti redistribuivi dell'inflazione	25
	3.2 La redistribuzione del reddito	26
Appendice	Rassegna stampa.....	29

PRESENTAZIONE

Questo Quaderno ICU pubblica il **terzo rapporto** che la Fondazione ha presentato, nell'aprile del 2005, sui problemi economici delle famiglie italiane.

Come le due precedenti, la ricerca è stata curata da Aldo Eduardo Carra, ed è stata presentata dalla Fondazione ICU presso la Sala stampa della Camera dei Deputati, per dare la giusta rilevanza ai dati raccolti e per suscitare una interlocuzione non solo negli organi di stampa, ma anche all'interno delle istituzioni.

Il primo rapporto, intitolato “**Inflazione, come cambia per le famiglie povere e ricche. Proposte per calcolarla meglio**”, presentato nel gennaio del 2003 e pubblicato nel Quaderno ICU n.8, è stato illustrato con una pagina di La Repubblica intitolata “**Inflazione doppia per i poveri. Sui redditi più bassi prezzi in salita del 5%**”. La ricerca infatti dimostra come il “paniere” unico utilizzato dall'Istat nasconde una realtà molto diversa per i vari tipi di famiglie: l'inflazione reale per le famiglie con un reddito superiore a 30.000 euro è del 2,2%; ma se si passa a famiglie con reddito compreso tra 10 e 30.000 euro, il tipo di consumi comporta una inflazione reale del 4,2%. Infine se si calcola l'inflazione sui consumi tipici delle famiglie con reddito inferiore a 10.000 euro l'anno, essa sale al 4,9%.

Da qui le “**8 proposte per misurare meglio l'inflazione**” lanciate dalla Fondazione e subito discusse in varie sedi, prima di tutte l'Istat stessa: alcune riguardano le modalità di raccolta dei dati nei vari Comuni (che ora portano a sotto-stimare l'inflazione reale), altre, le più innovative, indicano la via della costruzione di **panieri differenziati, incrociando tipologie di famiglie e fasce di reddito**

Il secondo rapporto si intitola “**Modelli di consumo e impatto dell'inflazione sui redditi**”, è stato presentato in febbraio del 2004 e pubblicato nel Quaderno ICU n.9. Il coordinatore della ricerca, Aldo Carra ha proposto alla Fondazione di rivolgere l'attenzione in particolare sui modelli di consumo che caratterizzano i **diversi tipi di famiglie, con diversi redditi, numero di componenti e contesti socio-culturali**.

Uno degli scopi è stato quello di **valutare come l'inflazione influisce sui redditi e sui modelli di consumo** dei vari tipi di famiglie.

L'eco sulla stampa è stato notevole. **Il Sole 24 ore**, per esempio, ha dedicato un ampio servizio, aperto da questo titolo:” **Prezzi, impatto differenziato. Uno studio dell'ICU ha misurato la perdita di potere d'acquisto delle famiglie per classe di reddito. Le categorie più deboli hanno visto scendere la capacità di spesa del 14% negli ultimi tre anni**”. Coincidenza volle che il rapporto fosse presentato alla stampa nello **stesso giorno in cui il Presidente del Consiglio Berlusconi dichiarava con grande enfasi “Ci siamo arricchiti**”, per cui tutta la stampa di sinistra ha contrapposto le due letture della realtà sociale. **Il Manifesto** intitolava “**Ecco l'Italia ‘sempre più ricca’. In tre anni i redditi fino a 10.000 euro hanno perso il 14% di potere d'acquisto. Una rilettura dei dati Istat sull'inflazione rileva l'impovertimento dei ceti medio-bassi**” Simili commenti su La Repubblica, L'Unità, Liberazione, ma anche Il Messaggero e Corriere della Sera. Ha colpito il dato di **due milioni di famiglie (ma il numero è in crescita) con un reddito mensile sotto i 500 euro**. Aumentano i nuovi poveri e, nelle fasce più basse, si ‘brucia’ fino al 20% del reddito per la sola bolletta della luce. Infine il settimanale dei consumatori, Il Salvagente, contrappone la perdita del 14,1% di potere d'acquisto delle famiglie più povere a quella del 6,2% per i ceti medi e alla perdita zero per i benestanti.

Quest'anno, il **rapporto ICU 2005** affronta in particolare le modalità di **cambiamento dei consumi delle famiglie italiane negli ultimi tre anni tra il 2000 e il 2003**, denunciando, in particolare, la **riduzione netta di consumi reali**, cioè quantità di merce, depurata dall'elemento inflazione dei prezzi: si tratta del **4,5% di consumi reali in meno** in tre anni . Inoltre la ricerca qui pubblicata esamina anche la modifica di tipologia di beni acquistati, secondo i diversi livelli di spesa delle famiglie, e indaga anche sulle modifiche delle abitudini d'acquisto, verso ipermercati. Discount e bancherelle. Di qui il titolo del Quaderno

Buona lettura.

Michele Boato
Presidente Fondazione ICU

PREMESSA

Perché questa ricerca

La ricerca sui consumi, che l'ICU svolge periodicamente, quest'anno si concentra non solo sulla evoluzione della spesa delle famiglie, aggiornata con gli ultimi dati ISTAT al 2003, ma anche sulle abitudini di acquisto degli italiani.

Infatti, i cambiamenti che intervengono nelle strutture di vendita e le esigenze di modificare i comportamenti di spesa per fronteggiare la diminuzione del potere d'acquisto, stanno modificando sensibilmente il "cosa" ed il "dove" le famiglie acquistano.

E' questo un fenomeno sul quale la nostra Fondazione non può che indagare, col rigore che le è consueto, in primo luogo per assolvere ai suoi compiti istituzionali.

Ma anche, così come è stato fatto negli anni scorsi, per fornire un contributo di conoscenza all'opinione pubblica, alle forze politiche, ai ricercatori, agli opinionisti, agli studiosi di economia e sociologia.

**Dall'evoluzione
della spesa
all'evoluzione
delle abitudini
di acquisto**

Misurare i "consumi effettivi"

Cominciamo, intanto con una "operazione verità" sui dati che circolano in materia.

Non perché i dati forniti siano falsi, ma perché, questi dati, come tutti gli altri, hanno bisogno di essere "letti correttamente" per poter soddisfare le esigenze degli utilizzatori.

Noi siamo tra gli utilizzatori che indagano su quanto le famiglie spendono realmente, su quanto "consumano in termini reali", cioè a prescindere dall'aumento dei prezzi.

**Operazione
verità sui dati
sui consumi**

Così come abbiamo già fatto lo scorso anno, e siamo tra i pochi che continuano a farlo, nel nostro lavoro di analisi, per calcolare correttamente quanto le famiglie spendono noi sottraiamo i "fitti figurativi imputati" che corrispondono ad una stima del "valore virtuale" dell'affitto per le famiglie che hanno la casa di proprietà.

Come abbiamo già detto, se possiamo capire perché l'ISTAT¹ e la Banca d'Italia inseriscono nel reddito e nei consumi questa voce (esigenze di comparabilità tra famiglie a prescindere dal possesso o meno della casa), ai nostri fini, calcolare la spesa effettiva sostenuta senza depurarla, sarebbe un errore e fornirebbe al lettore non solo un livello di spesa ben più alto di quello effettivo, ma anche una dinamica della spesa lontana dalla realtà che le famiglie vivono.

¹ Ci sembra doveroso riconoscere all'ISTAT il merito, nell'ultimo anno, di aver fornito, anche se solo nella lettura generale dei dati, sia la variazione al lordo che quella al netto dei fitti figurativi.

Come si vede nella tavola che segue, infatti, la spesa netta effettiva è, nel 2003, di quasi 500 euro al mese più bassa di quella comprensiva dei fitti figurativi (pari a 1.895 euro invece di 2.313); negli ultimi sei anni la variazione è stata pari al +14,2% se si comprendono i fitti figurativi ed al +9,8% se si escludono.

Non solo, ma, per proseguire la nostra “operazione verità”, se si vogliono conoscere i consumi “reali” cioè a prescindere anche dall’aumento dei prezzi, la spesa reale per famiglia risulta, nel corso di questi ultimi sei anni addirittura diminuita (del -1,1% comprendendo i fitti figurativi e del -4,3% escludendoli).

**La spesa mensile
“reale” per famiglia,
dal 2000 al 2003 è
diminuita del -4,5%**

Tav.1.1 - Spesa mensile per famiglia in euro						
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97
valori correnti						
con fitti fig	2.025	2.177	2.313	+6,2	+7,5	+14,2
senza fitti fig	1.725	1.837	1.895	+3,2	+6,5	+9,8
valori a prezzi 2003						
con fitti fig	2.338	2.351	2.313	-1,6	+0,5	-1,1
senza fitti fig	1.979	1.984	1.895	-4,5	+0,3	-4,3

Fonte:elab.su dati ISTAT

Questa riduzione della spesa effettiva per consumi si è verificata solo nell’ultimo triennio, mentre in quello precedente la spesa era rimasta sostanzialmente costante.

CAP. 1 LA DINAMICA DEI CONSUMI OVVERO CHI CONSUMA COSA

Per quanto detto, da questo momento in poi, sarà analizzata la dinamica della spesa soltanto a prezzi costanti 2003².

Scopo di questa ricerca, infatti, è quello di capire quale è stata la dinamica dei consumi effettivi, cioè, prescindendo sia dall'evoluzione dei fitti figurativi, sia dall'inflazione.

Si ricorda, prima di inoltrarci in questa analisi, che si sta parlando dell'evoluzione della spesa per consumi e non dei redditi.

Ciò è importante nella analisi delle diverse categorie sociali.

Infatti, nelle categorie a reddito elevato, una riduzione dei consumi può significare minori spese per beni superflui o il rinvio di spese per beni durevoli.

Nelle categorie a reddito medio e basso, invece, dove i consumi si avvicinano alla sussistenza, la riduzione di consumi può aver significato, per quelle famiglie, un effettivo peggioramento delle condizioni di vita.

Quanto detto è visibile nella tavola che segue, dalla quale risulta che la spesa media mensile per le famiglie di pensionati, disoccupati e casalinghe si colloca mediamente intorno a 1500 euro al mese, mentre quella delle famiglie di imprenditori si colloca sui 3000 euro.

E' chiaro allora che la diminuzione della spesa media per le famiglie, ad esempio, di operai (-5,7%) e pensionati (-3,2%) è stata, negli ultimi tre anni, evidentemente determinata da una minore capacità di acquisto.

Le famiglie di pensionati, disoccupati e casalinghe spendono meno di 1500 euro al mese

Tav.1.2 - Spesa mensile per profess.capof. (pr. base 2003 escl fitti fig.)						
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97
1 imprend.e lib. profess.	3089	3306	2897	-12,4	+7,0	-6,2
2 lavor.in proprio	2311	2372	2223	-6,3	+2,6	-3,8
3 dirig. e imp.	2565	2530	2462	-2,7	-1,4	-4,0
4 operai	2079	2091	1972	-5,7	+0,6	-5,1
5 ritirati dal lavoro	1576	1564	1515	-3,2	-0,7	-3,9
6 in cond. non profess.	1422	1377	1324	-3,8	-3,2	-6,9
Tutti	1979	1984	1895	-4,5	+0,3	-4,3

Fonte:elab.su dati ISTAT

² La scelta di calcolare i prezzi costanti con base 2003 è stata fatta per rendere i dati più vicini ai valori percepiti dalle famiglie.

Emblematica, a questo riguardo, la tavola 1.3 che segue.

Diminuite le spese per tempo libero, istruzione e cultura, trasporti

Essa mostra chiaramente come le difficoltà economiche di cui si è parlato prima abbiano inciso, nel triennio 2000-2003, soprattutto sulle spese relative a tempo libero, istruzione e cultura, e trasporti, cioè, nelle spese più comprimibili.

Non a caso il peso degli alimentari sul totale della spesa è aumentato dal 23,9% del 2000 al 24,8% del 2003.

Totale famiglie	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	487	473	471	-0,6	-2,9	-3,5	24,6	23,9	24,8
2 persona	159	158	155	-1,5	-0,6	-2,0	8,0	7,9	8,2
3 casa	440	432	410	-5,0	-1,9	-6,8	22,2	21,8	21,6
4 salute	99	90	87	-2,7	-9,5	-11,9	5,0	4,5	4,6
5 istruz.e cultura	36	31	28	-10,0	-13,1	-21,8	1,8	1,6	1,5
6 tempo lib.	118	125	111	-11,0	+6,2	-5,5	6,0	6,3	5,9
7 trasporti	346	354	324	-8,6	+2,3	-6,5	17,5	17,8	17,1
8 comunicazioni	37	47	49	+3,6	+28,2	+32,9	1,9	2,4	2,6
9 altri beni	257	274	259	-5,3	+6,5	+0,9	13,0	13,8	13,7
Tutti i prodotti	1979	1984	1895	-4,5	+0,3	-4,3	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Ma che cosa è successo nelle diverse categorie di famiglie? Le tavole che seguono analizzano, per le singole categorie professionali, la distribuzione delle spese per prodotti e la loro dinamica nel tempo.

Imprenditori e liberi professionisti: meno per trasporti e tempo libero

Nei nuclei, in cui il capofamiglia è imprenditore o libero professionista, nei quali c'era stata nel triennio 1997-2000 una forte espansione della spesa (+7,0%), nel periodo 2000-2003 si è registrata una forte flessione delle spese per tempo libero, trasporti e comunicazioni ed altri beni.

1 imprend.e lib. profess.	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	568	535	538	+0,6	-5,8	-5,3	18,4	16,2	18,6
2 persona	298	310	311	+0,4	+4,0	+4,4	9,6	9,4	10,7
3 casa	651	700	608	-13,1	+7,6	-6,6	21,1	21,2	21,0
4 salute	105	103	108	+4,2	-2,0	+2,1	3,4	3,1	3,7
5 istruz.e cultura	83	63	53	-15,9	-23,3	-35,5	2,7	1,9	1,8
6 tempo lib.	188	217	189	-12,9	+15,1	+0,2	6,1	6,5	6,5
7 trasporti	614	757	508	-32,9	+23,2	-17,3	19,9	22,9	17,5
8 comunicazioni	61	75	69	-8,4	+24,2	+13,8	2,0	2,3	2,4
9 altri beni	522	545	514	-5,7	+4,6	-1,4	16,9	16,5	17,7
Tutti i prodotti	3090	3306	2898	-12,3	+7,0	-6,2	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Significativa sia la flessione delle spese per trasporti (che comprendono anche l'acquisto di autovetture), sia quella per tempo libero ed altri beni che nel triennio precedente erano aumentate.

Nelle famiglie di lavoratori in proprio, i fenomeni che si registrano sono abbastanza simili: diminuiscono, infatti, le spese per istruzione, tempo libero e trasporti, ma, continuano ad aumentare le spese per le comunicazioni (telefoni cellulari...).

Lavoratori in proprio: meno per istruzione trasporti e tempo libero

2 lavor.in proprio	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	557	558	525	-5,9	+0,2	-5,7	24,1	23,5	23,6
2 persona	204	191	206	+7,9	-6,4	+1,0	8,8	8,0	9,3
3 casa	452	454	434	-4,4	+0,6	-3,8	19,5	19,2	19,5
4 salute	92	90	87	-3,2	-2,6	-5,7	4,0	3,8	3,9
5 istruz.e cultura	52	37	34	-8,1	-28,7	-34,5	2,3	1,6	1,5
6 tempo lib.	136	142	129	-9,1	+4,1	-5,4	5,9	6,0	5,8
7 trasporti	417	496	395	-20,2	+18,8	-5,2	18,0	20,9	17,8
8 comunicazioni	45	56	59	+5,5	+24,2	+31,0	1,9	2,3	2,6
9 altri beni	356	348	353	+1,4	-2,2	-0,8	15,4	14,7	15,9
Tutti i prodotti	2311	2372	2223	-6,3	+2,6	-3,8	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Nelle famiglie di dirigenti ed impiegati, la spesa media mensile relativa all'ultimo triennio è diminuita del -2,7%.

In particolare, la flessione ha riguardato le spese per il tempo libero e per altri beni.

Dirigenti ed impiegati: meno per tempo libero ed altri beni

3 dirig e imp.	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	535	515	506	-1,7	-3,7	-5,4	20,8	20,4	20,6
2 persona	232	233	234	+0,4	+0,4	+0,9	9,0	9,2	9,5
3 casa	576	526	508	-3,4	-8,7	-11,8	22,4	20,8	20,6
4 salute	101	88	94	+6,8	-12,9	-6,9	3,9	3,5	3,8
5 istruz.e cultura	70	59	58	-1,7	-15,7	-17,1	2,7	2,3	2,4
6 tempo lib.	170	185	163	-11,9	+8,8	-4,1	6,6	7,3	6,6
7 trasporti	470	456	464	+1,8	-3,0	-1,3	18,3	18,0	18,8
8 comunicazioni	47	61	60	-1,6	+29,8	+27,7	1,8	2,4	2,4
9 altri beni	365	407	375	-7,9	+11,5	+2,7	14,2	16,1	15,2
Tutti i prodotti	2566	2530	2462	-2,7	-1,4	-4,1	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Abbiamo parlato finora di famiglie che hanno una spesa media mensile da 2.500 euro in su ed un numero di componenti più basso della media.

In queste famiglie si è visto come si siano contratte le spese per istruzione, tempo libero, trasporti ed altri beni, ma in tutti i casi le spese per la persona (abbigliamento e calzature) sono, di poco o di molto, aumentate.

**Operai e pensionati:
meno anche per
salute e**

Passando ai nuclei con capofamiglia operaio, sempre nell'ultimo triennio, si nota come la spesa media scende sui 2.000 euro e come la flessione dell'ultimo triennio (-5,7%), che è consistente se si considera il basso livello di spesa, si distribuisca diversamente.

In queste famiglie non solo c'è, come in quelle già viste, una flessione delle spese per istruzione, tempo libero, trasporti ed altri beni, ma anche di quelle per la salute e per la persona.

Il peso degli alimentari nel bilancio di queste famiglie che già si attestava al 24,8%, si alza ulteriormente fino al 26,1%.

In totale, in queste famiglie, le sole spese per alimentari, casa e trasporti assorbono il 67% della spesa complessiva.

4 operai	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	1998	1999
1 alimentari	531	519	515	-0,6	-2,4	-3,0	25,6	24,8	26,1
2 persona	169	168	161	-4,1	-0,5	-4,6	8,1	8,0	8,2
3 casa	430	447	401	-10,3	+3,9	-6,8	20,7	21,4	20,3
4 salute	97	80	71	-11,2	-18,2	-27,4	4,7	3,8	3,6
5 istruz.e cultura	32	33	28	-13,7	+2,8	-11,3	1,5	1,6	1,4
6 tempo lib.	125	129	114	-11,7	+3,2	-8,9	6,0	6,2	5,8
7 trasporti	411	404	379	-6,2	-1,8	-7,9	19,8	19,3	19,2
8 comunicazioni	35	50	50	-0,3	+43,9	+43,3	1,7	2,4	2,5
9 altri beni	249	263	254	-3,7	+5,7	+1,8	12,0	12,6	12,9
Tutti i prodotti	2079	2091	1972	-5,7	+0,6	-5,1	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Nei nuclei con capofamiglia ritirato dal lavoro³, il cui livello di spesa è di 1.500 euro, la contrazione dei consumi è stata, dal 2000 al 2003, del -3,2%.

5 ritirati dal lavoro	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	439	424	430	+1,4	-3,3	-2,0	27,9	27,1	28,4
2 persona	104	103	97	-5,9	-0,8	-6,6	6,6	6,6	6,4
3 casa	379	369	362	-2,1	-2,6	-4,6	24,1	23,6	23,9
4 salute	106	100	95	-5,0	-5,6	-10,4	6,7	6,4	6,2
5 istruz.e cultura	14	13	10	-18,2	-5,5	-22,7	0,9	0,8	0,7
6 tempo lib.	86	90	80	-10,9	+4,9	-6,5	5,4	5,8	5,3
7 trasporti	238	236	221	-6,1	-1,2	-7,2	15,1	15,1	14,6
8 comunicazioni	30	37	41	+11,4	+21,7	+35,6	1,9	2,4	2,7
9 altri beni	180	192	178	-7,4	+7,0	-0,9	11,4	12,3	11,8
Tutti i prodotti	1576	1564	1515	-3,2	-0,7	-3,9	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

³ Per l'ISTAT vengono considerati soltanto i titolari di pensione da attività lavorative.

Si sono ridotte le spese per istruzione, tempo libero e trasporti, ma anche quelle per la persona, per la salute e per i trasporti.

Anche in questo caso una parte sempre più consistente della disponibilità di spesa è stata assorbita dai consumi alimentari e da quelli per la casa.

Gli stessi fenomeni si sono manifestati nei nuclei con capofamiglia in altra condizione professionale (disoccupati, casalinghe...) a dimostrazione del fatto che nelle famiglie con scarse disponibilità finanziarie sono stati colpiti anche consumi essenziali.

nelle fasce di consumo più elevate si sono contratti i consumi più "comprimibili" mentre nelle fasce di consumo basse si sono contratti i consumi di beni di prima necessità

6 altra cond.prof.	valori in euro mens.			Var. %			Comp. %		
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	2000	2003
1 alimentari	397	395	392	-0,8	-0,4	-1,2	27,9	28,7	29,6
2 persona	103	98	94	-4,6	-4,6	-9,0	7,3	7,2	7,1
3 casa	341	317	307	-3,2	-7,0	-10,0	24,0	23,0	23,2
4 salute	81	69	69	-0,5	-15,3	-15,7	5,7	5,0	5,2
5 istruz.e cultura	25	21	18	-17,6	-13,7	-28,9	1,7	1,5	1,3
6 tempo lib.	78	77	71	-7,6	-1,3	-8,8	5,5	5,6	5,4
7 trasporti	213	209	187	-10,4	-2,1	-12,3	15,0	15,2	14,1
8 comunicazioni	30	36	39	+8,1	+18,3	+27,8	2,1	2,6	2,9
9 altri beni	154	154	148	-3,8	+0,4	-3,4	10,8	11,2	11,2
Tutti i prodotti	1422	1377	1324	-3,8	-3,2	-6,9	100	100	100

Fonte:elab.su dati ISTAT

Nell'insieme nelle famiglie con una spesa media inferiore, si registra sia una flessione delle spese per istruzione e cultura, tempo libero, trasporti ed altri beni, sia di quelle per la salute e per la persona ed in misura ridotta anche degli alimentari.

A dimostrazione di quanto prima si diceva, quindi, nelle fasce di consumo più elevate si sono contratti i consumi più "comprimibili", mentre nelle fasce di consumo basse si sono contratti anche i consumi di beni di prima necessità.

CAP. 2 COME SI STANNO MODIFICANDO LE ABITUDINI DI ACQUISTO OVVERO DOVE COMPRARE PER RISPARMIARE

2.1 Chi compra dove

Nel capitolo precedente si è analizzata la dinamica dei consumi per tipologie di famiglie e si sono individuati i cambiamenti nei modelli di consumo delle famiglie.

Altri cambiamenti importanti stanno avvenendo, però, anche nelle “abitudini di acquisto”, nel “come” si compra (cash, carte di credito, bancomat, contanti o a rate), ma anche nel “dove “ si compra (negozi, supermercati, hard discount..).

Difficile calcolare in quale misura i problemi prima segnalati – aumenti dei prezzi, scarsa crescita dei redditi – abbiano inciso nel modificare il modo ed i luoghi in cui si fanno gli acquisti.

Difficile perché, accanto a cambiamenti soggettivi nei comportamenti dei consumatori, ci sono cambiamenti oggettivi, strutturali della distribuzione.

Questo per tre motivi:

1. perché l’offerta tende ad andare incontro alla domanda;
2. per effetto dei processi di diffusione di strutture commerciali di grande dimensione;
3. per i forti processi di internazionalizzazione negli assetti proprietari con la conseguente diffusione delle grandi catene straniere.

L’Italia, caratterizzata da una disseminazione eccessiva di negozi di piccola dimensione a carattere familiare è, per questi capitali, un terreno di conquista facile.

E’ certo, comunque, che l’insieme di questi processi, sta producendo modifiche non indifferenti sui “canali commerciali”.

Sul settore commerciale, i dati che si conoscono e che permettono di cogliere i processi in tempo reale, sono i dati mensili dell’ISTAT sul commercio fisso al dettaglio.

Si tratta di Numeri Indici con base 2000=100 che misurano l’evoluzione delle vendite nei negozi di alimentari ed in quelli di non alimentari con un dettaglio tra grande distribuzione e piccole superfici ed anche con uno spaccato territoriale.

Dove si compra?

Ma, vediamo che cosa emerge cercando di seguire due criteri di lettura omogenei per le diverse tavole che seguono.

Il primo criterio sarà quello di analizzare in primo luogo l'evoluzione dal 2000 al 2003 e poi quella dal 2003 al 2004, anno, quest'ultimo, i cui dati sono usciti da pochi giorni.

Il perché di questa scelta è il seguente: il primo periodo è caratterizzato da una crescita delle vendite che riguarda un po' tutte le tipologie, quindi da un fenomeno di fondo e strutturale; il secondo, invece, è importante perché per la prima volta si registra una moderata crescita per alcune tipologie ed una flessione netta per altre.

Il che significa una ristrutturazione interna al settore che sarà importante analizzare e capire.

Il secondo criterio di lettura riguarda i prezzi.

I dati ISTAT sono forniti a prezzi correnti. Essi, quindi, riflettono sia le variazioni delle quantità vendute che quelle dei prezzi praticati.

Ma, per analizzare correttamente come cambiano le abitudini di acquisto e le quantità acquistate, è necessario ragionare depurando i dati dall'effetto prezzi.

Questa operazione non viene fatta dall'ISTAT, che, però, sta studiando una metodologia per deflazionare i dati, né da altri ricercatori e studiosi.

Poiché l'operazione, però, è indispensabile si è operata, in questa ricerca, una deflazione utilizzando gli indici di prezzo ISTAT per categorie di prodotti e ponderandoli con i pesi che essi hanno nei consumi nazionali.

I dati analizzati, quindi, saranno quelli a prezzi correnti prodotti dall'ISTAT e quelli a prezzi costanti elaborati da noi.

La Tav. 2.1 mostra, intanto, il quadro generale dei fenomeni cui abbiamo accennato.

Le vendite totali a prezzi correnti sono aumentate dal 2000 al 2003 del 7,3%.

Già ad una prima analisi di dettaglio emerge che quelle di alimentari sono aumentate del +13,1% e quelle di non alimentari del +3,6%.

Se questi dati si trasformano a prezzi costanti⁴, le rispettive variazioni diventano +2,5% per gli alimentari e - 2,4% per i non alimentari.

Tav.2.1- N.I.Vendite commercio fisso al dettaglio base 2000=100						
	2000	2001	2002	2003	2004	Var.% 04/03
valori a prezzi correnti						
Alimentari	100	103,9	108,1	113,1	113,1	+0,0
Non alimentari	100	101,9	103,4	103,6	102,9	-0,7
Totale	100	102,7	105,2	107,3	106,9	-0,4
valori a prezzi costanti						
Alimentari	100	100,0	100,7	102,5	100,4	-2,1
Non alimentari	100	99,9	99,3	97,6	95,4	-2,3

Fonte:elab.su dati ISTAT

⁴ La deflazione è stata effettuata, così come quella della tav.2.5 al livello più analitico e successivamente i dati sono stati disaggregati utilizzando i pesi forniti dall'ISTAT.

Nell'ultimo anno, il 2004, rispetto al 2003, però, si è verificato un fatto nuovo: il totale delle vendite a prezzi correnti è rimasto sostanzialmente stazionario (-0,4%), ma, depurato dall'effetto prezzi, le quantità vendute sono sensibilmente diminuite (-2,1% quelle di alimentari e -2,3% quelle di non alimentari).

Nei negozi fissi si spende di più per gli alimentari

Quindi, siamo in presenza di una diminuzione delle quantità vendute nelle strutture del commercio fisso.

	2000	2001	2002	2003	2004	Var.% 04/03
NORD-OVEST	100	103,7	107,8	113,3	113,2	-0,0
NORD-EST	100	103,5	107,3	112,7	111,8	-0,8
CENTRO	100	104,9	110,2	115,2	116,5	+1,1
SUD ISOLE	100	103,7	107,7	111,8	111,8	+0,0

Fonte:elab.su dati ISTAT

Una ulteriore analisi riguarda le macro aree territoriali. Come si vede nelle tav. 2.2 e 2.3 che seguono - i dati sono a prezzi correnti – negli alimentari la maggiore crescita si registra al Centro, nei non alimentari al Nord.

	2000	2001	2002	2003	2004	Var.% 04/03
NORD-OVEST	100	101,9	103,4	104,0	104,8	+0,8
NORD-EST	100	102,1	103,6	103,8	103,1	-0,7
CENTROSUD	100	102,1	103,6	103,3	102,3	-1,0
E ISOLE	100	101,8	103,0	103,0	101,1	-1,8

Fonte:elab.su dati ISTAT

2.2 Dal negozio al supermercato

Ma, nell'ultimo anno, a prezzi correnti, c'è stata una divaricazione tra grande e piccola distribuzione.

Vediamo di analizzare più in dettaglio in che misura i fenomeni accennati hanno riguardato la grande e la piccola distribuzione.

Nella tav.2.4, che presenta i dati a prezzi correnti, appare evidente come, nel periodo 2000-2003, negli alimentari c'è stata una crescita delle vendite, sia nella grande che nella piccola distribuzione, ma nella grande la crescita è stata di ben tre volte superiore (+15,4% contro + 5,4%).

Un fenomeno analogo si è registrato nei non alimentari (grande distribuzione +10,6%, piccola +2,5%).

	2000	2001	2002	2003	2004	Var.% 04/03
Alimentari	100	103,9	108,1	113,1	113,1	+0,0
Grande distr.	100	104,6	109,6	115,4	116	+0,5
Picc.superf.	100	101,2	103	105,4	103,4	-1,9
Non alimentari	100	101,9	103,4	103,6	102,9	-0,7
Grande distr.	100	104,6	107,9	110,6	113,4	+2,5
Picc.superf.	100	101,6	102,7	102,5	101,3	-1,2
Totale	100	102,7	105,2	107,3	106,9	-0,4
Grande distr.	100	104,6	109,3	114,4	115,4	+0,9
Picc.superf.	100	101,5	102,8	102,9	101,6	-1,3

Fonte:elab.su dati ISTAT

Nel 2004 i consumatori si sono spostati dai piccoli ai grandi negozi

Nel 2004 rispetto al 2003, la grande distribuzione ha tenuto (+0,5% alimentari, +2,5% non alimentari), la piccola ha registrato flessioni (-1,9% alimentari, -1,2% non alimentari).

In complesso, nel 2004, le vendite si sono fermate al livello del 2003, ma la grande distribuzione le ha viste aumentare, la piccola diminuire.

Ma, che cosa succede se si elimina l'effetto prezzi?

Una risposta rigorosamente precisa non è possibile darla perchè richiederebbe la conoscenza della dinamica dei prezzi di alimentari e non alimentari per i diversi tipi di punti di vendita.

Si può, però, ipotizzare che sia nei piccoli che nei grandi la dinamica sia stata sostanzialmente simile.

Nella tav. 2.5 - nella quale la deflazione è stata fatta come illustrato per la tav.2.1 - emerge che, nell'ultimo anno, *la flessione ha riguardato sia gli alimentari che i non alimentari, ma soprattutto, le piccole superfici all'interno delle quelle si vendono prodotti alimentari.*

C'è stato, quindi, uno spostamento dai piccoli negozi ai grandi.

	2000	2001	2002	2003	2004	Var.% 04/03
Alimentari	100	100,0	100,7	102,6	100,5	-2,0
Grande distr.	100	100,7	102,1	104,6	103,0	-1,5
Picc. superf.	100	97,4	95,9	95,5	91,8	-3,9
Non alimentari	100	100,0	99,3	97,5	95,4	-2,2
Grande distr.	100	102,5	103,6	104,2	105,1	+0,9
Picc. superf.	100	99,6	98,6	96,6	93,9	-2,8
Totale	100	100,0	99,8	99,5	97,4	-2,1
Grande distr.	100	101,1	102,4	104,6	103,5	-1,1
Picc. superf.	100	99,3	98,2	96,4	93,6	-2,9

Fonte:elab.su dati ISTAT

2.3 Dal supermercato all'ipermercato ed ai grandi magazzini.

Ma, che cosa è successo dentro il mondo della grande distribuzione?

La tav 2.6 analizza le vendite della grande distribuzione distintamente per i diversi tipi di punti di vendita.

Come si vede, c'è stata fino al 2003, una tendenza di fondo, di lungo periodo, che ha visto crescere sensibilmente le vendite in tutte le tipologie tranne che nei grandi magazzini (vendite cresciute solo del +1,8% in valore).

Nel 2004 i consumatori si sono spostati dai piccoli ai grandi negozi

	2000	2001	2002	2003	2004	Va r% 04/03
Totale	100	104, 6	109 ,3	114, 4	115,4	+0,9
Ipermercati	100	104, 5	108 ,9	113, 1	116,5	+3,0
Supermercati	100	104, 9	109 ,9	115, 7	115,6	-0,1
Hard discount	100	103, 9	108 ,9	114, 7	118,0	+2,9
Grandi magazzini	100	100, 3	101 ,7	101, 8	104,2	+2,4
Altri specializzati	100	104, 9	107 ,3	109, 7	109,9	+0,2

Fonte:elab.su dati ISTAT

Nel 2004, invece, si registra un aumento delle vendite anche in questo tipo di punto di vendita(+2,4%) e soprattutto aumentano le vendite negli ipermercati(+3,0%) e negli Hard discount(+2,9%).

Appare evidente da questi dati anche una tendenza interna alla grande distribuzione verso discount e grandi magazzini. Essa si può spiegare solo con le difficoltà economiche dei consumatori.

Aumentano le vendite negli ipermercati e negli Hard Discount

2.4 Tutti alle bancarelle?

Come si è visto nella tavola 2.5, le vendite di beni a prezzi costanti effettuate nei punti di vendita fissi sono diminuite, nel 2004, del 2,1%. E' stata, questa, la flessione più forte degli ultimi anni, ma anche nel 2003, c'era stata una flessione leggerissima.

Abbiamo voluto, perciò, vedere come sono andati i consumi nel loro complesso. Ebbene, utilizzando i dati analitici dei Conti Economici Nazionali prodotti dall'ISTAT, e selezionando solo le voci di spesa relative a beni in modo da avere dati confrontabili con quelli dei punti vendita è emerso che, sempre a prezzi costanti, i consumi sono aumentati dello 0,9% nel 2003 e dell'1,1% nel 2004.

I consumi complessivi di beni sono aumentati nel 2004 del +1,1%

Come spiegare questo fenomeno di aumento dei consumi mentre le vendite diminuiscono? Dove avranno comprato, gli italiani, i beni consumati?

Uno squarcio di verità su questo ultimo, ma importante, cambiamento intervenuto nelle abitudini di acquisto degli italiani, è fornito dai dati sul commercio ambulante.

Il boom del commercio ambulante

Come si vede nella tav. 2.7 tra 2002 e 2003, ma la tendenza riscontrata è in atto da qualche anno ed in particolare ⁵ da quando è entrata in vigore la “riforma Bersani”⁶, c’è stata una sensibile crescita delle attività di vendita ambulante.

Essa ha riguardato soprattutto il commercio a posteggio mobile cioè le bancarelle che operano nei mercatini e nelle fiere settimanali oppure giornalmente in forma itinerante.⁷

Analizzando questo ultimo segmento di commercio ambulante per regione (tav.2.8), emerge la forte crescita in valore assoluto in Piemonte, Lombardia Veneto, Emilia, Toscana per il Centro Nord e, per il Sud, in Campania, Calabria, Puglia.

Tav. 2.7 Consistenza del commercio ambulante		
	2002	2003
a posteggio fisso	90.839	91.387
a posteggio mobile	36.163	39.338
totale	127.002	130.725

Fonte:elab.su dati Ministero Attività Produttive

Il fenomeno di crescita del commercio ambulante si è ulteriormente accentuato nel 2004.

⁵ Vedi Li Rosi Nota su Effetti della riforma e dinamiche strutturali

⁶ Conferenza Nazionale del Commercio Ambulante

⁷ I dati sono a prezzi correnti

Tav.2.8 Commercio mobile per regione

	2002	2003	var.ass.	var %
PIEMONTE	1833	2059	226	12,3
VALLE D'AOSTA	39	42	3	7,7
LOMBARDIA	3861	4309	448	11,6
TRENTINO-ALTO ADIGE	314	354	40	12,7
VENETO	2081	2292	211	10,1
FRIULI-VENEZIA GIULIA	384	410	26	6,8
LIGURIA	1083	1204	121	11,2
EMILIA-ROMAGNA	2297	2523	226	9,8
TOSCANA	3788	4008	220	5,8
UMBRIA	542	547	5	0,9
MARCHE	1117	1224	107	9,6
LAZIO	2151	2347	196	9,1
ABRUZZI	986	1071	85	8,6
MOLISE	215	236	21	9,8
CAMPANIA	4371	4683	312	7,1
PUGLIA	2796	3069	273	9,8
BASILICATA	459	493	34	7,4
CALABRIA	2529	2830	301	11,9
SICILIA	2792	2896	104	3,7
SARDEGNA	2525	2741	216	8,6
TOTALE	36163	39338	3175	8,8

Fonte:elab.su dati Ministero Attività Produttive

I dati del Ministero delle Attività Produttive, disponibili solo per il primo semestre e che registrano le nuove aperture e le cessazioni di attività ambulante, segnalano un forte incremento della consistenza di attività di ambulato, soprattutto nelle attività a posteggio mobile.

Tav.2.9 Flussi 1° semestre 2004

	aperture	cessazioni	diff.
a posteggio fisso	3912	3277	+635
a posteggio mobile	3178	1108	+2070
totale	7090	4385	+2705

Fonte:elab.su dati Ministero Attività Produttive

Insomma, non c'è dubbio che questo segmento di mercato sta vivendo una forte fase di sviluppo proprio mentre le vendite nei negozi fissi sono in affanno.

Ed allora una domanda si pone: **quanto dei fenomeni registrati è da attribuire ai processi di redistribuzione del reddito di cui si parla e soprattutto all'indebolimento del potere d'acquisto delle fasce più deboli della popolazione?**

CAP. 3 LA REDISTRIBUZIONE DEL REDDITO

3.1 Gli effetti redistributivi dell'inflazione

Questo paragrafo ripete, ma aggiornandolo al 2004, il calcolo fatto lo scorso anno utilizzando i dati dell'indagine della Banca d'Italia del 2002 come struttura del reddito e dei consumi per tipo di famiglia secondo alcune fasce di reddito.

Poiché il rapporto tra reddito e consumi – la cosiddetta propensione al consumo – non cambia in maniera significativa nel breve periodo, quel rapporto può essere utilizzato per simulazioni sugli anni successivi.

Dal 2002 al 2004 l'inflazione media è aumentata del 5%. Con questa inflazione è stato calcolato quanto serve alle diverse famiglie, nel 2004, per effettuare gli stessi consumi del 2002.

Mediamente invece di 14.835 euro ne servono 15.577; per le famiglie della classe di reddito più bassa ne servono 8.133 invece dei 7.745 del 2002.

L'effetto sul **paniere di spesa** naturalmente è per tutti del 5% (abbiamo assunto che sia uguale perché nelle simulazioni effettuate per diverse classi di reddito le differenze non risultano significative).

Ma, quello che spesso viene trascurato, quando si parla di effetti dell'inflazione, è che gli effetti sono diversi secondo i redditi.

Infatti, il minore reddito disponibile che l'aumento dei prezzi genera, incide diversamente sulle diverse fasce di reddito.

Come si vede dalla tavola che segue le fasce più basse spendono addirittura più di quanto guadagnano. Esse, infatti, per sostenere il livello dei consumi, ricorrono o ad indebitamento oppure a smobilizzo di risparmi.

IMPATTO DELL'INFLAZIONE SUI REDDITI					
	fino a 10.000 euro	da 10.000 a 20.000 euro	da 20.000 a 40.000 euro	oltre 40.000 euro	Totale
Reddito per famiglia 2002	6.610	14.556	27.941	58.595	22.853
Consumi per famiglia 2002	7.745	12.150	18.194	26.861	14.835
Inflazione 2002-2004	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Spesa per gli stessi consumi al 2004	8.133	12.757	19.104	28.204	15.577

Per questa particolare struttura dei redditi e dei consumi queste famiglie hanno un effetto dell'inflazione sul reddito (5,9%), superiore all'inflazione media (5,0%). Ma, il fenomeno più rilevante è un altro: man mano che si sale come fascia di reddito l'effetto dell'inflazione sul reddito si attenua, passando dal 5,9% al 3,2%.

Se, poi, si considera che le famiglie con redditi oltre 10.000 euro anno, realizzano risparmi e si ipotizza che, anche se negli ultimi anni i rendimenti si sono ridotti, essi producano rendimenti perlomeno pari al tasso di inflazione, l'effetto dell'inflazione sui redditi più elevati, quindi, si annulla ed addirittura si traduce in un guadagno del +0,4%.

Per le famiglie con redditi molto bassi, invece, poiché si è fatto ricorso o a prestiti o a smobilizzo di risparmi, si determina un ulteriore aggravio che fa aumentare l'effetto dell'inflazione al 6,7%.

Quindi, un livello di inflazione che si riverbera sulla spesa per consumi per il 5%, quando lo si rapporti al reddito, produce effetti fortemente differenziati e, sostanzialmente una redistribuzione del reddito.

Naturalmente dalle statistiche ufficiali non risultano processi di redistribuzione di queste dimensioni.

Questo perché, noi abbiamo ragionato su redditi fermi, ma nei due anni considerati i redditi sono aumentati.

3.2 La redistribuzione del reddito

Ed è proprio qui il problema che determina malessere e che spiega in buona parte anche le modificazioni di cui abbiamo parlato nel cosa si compra e dove lo si compra.

Perché è chiaro che se i redditi bassi crescono poco e quelli alti hanno incrementi elevati, nel primo caso l'impatto di cui abbiamo parlato si attenua, nel secondo, invece, scompare e si finisce per registrare un miglioramento reale delle condizioni reddituali.

Ed è questo che è accaduto in questi anni: nelle famiglie con redditi bassi gli aumenti sono stati inferiori o al massimo uguali all'inflazione ed in molti casi non ci sono stati per niente. Basti pensare alle tantissime situazioni di lavoro precario dove certo non si applicano rinnovi contrattuali.

Nelle famiglie, invece, con redditi medio alti, soprattutto dove c'è libertà di prezzo delle prestazioni vendute (pensiamo al vasto mondo del commercio, dell'artigianato e, soprattutto, delle libere professioni) i redditi sono aumentati più dell'inflazione.

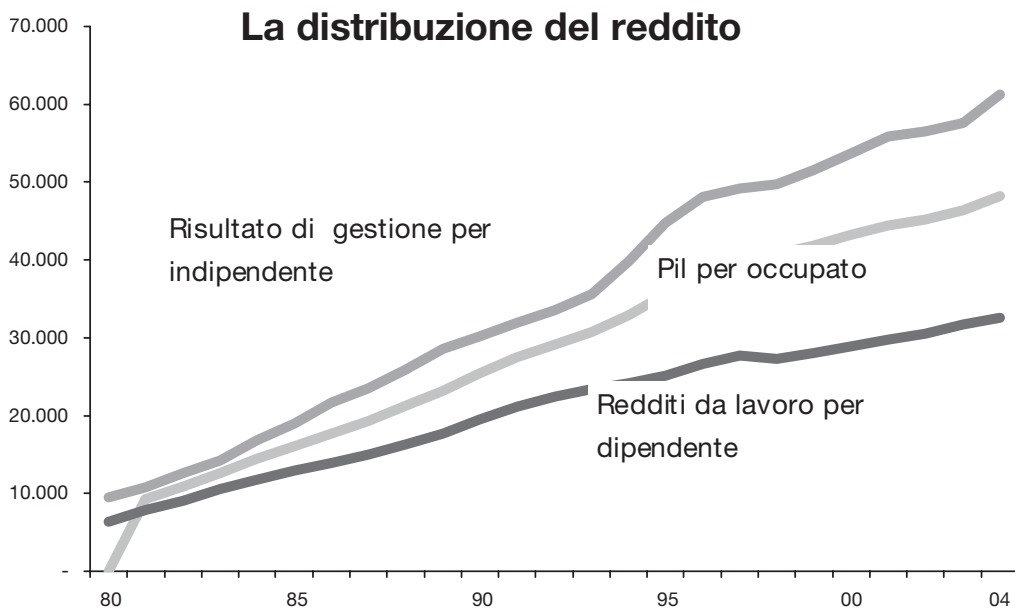
Già l'indagine della Banca d'Italia lo aveva rilevato nel 2002.

Nelle nostre elaborazioni effettuate lo scorso anno depurando i dati dai fitti figurativi e ragionando in termini reali, era emerso che dal 2000 al 2002

nelle famiglie di operai i redditi reali erano diminuiti del -2,6%, mentre nelle famiglie di imprenditori ed autonomi erano aumentati del +4,5%.

Questo processo di redistribuzione del reddito è in atto da molti anni.

Il grafico che segue mostra come il reddito da lavoro per dipendente sia cresciuto nel lungo periodo di pochissimo e, negli ultimi anni, si sia addirittura fermato, mentre il risultato di gestione, cioè gli altri redditi, per occupato indipendente, sono fortemente aumentati⁸.



Una evidente redistribuzione del reddito a svantaggio del lavoro dipendente che certamente influenza le scelte di consumo e quello di acquisto.

⁸ i dati sono a prezzi correnti

il salvagente

L'ITALIANO CAMBIA ABITUDINI E LUOGHI DI SPESA

Ecco s'avvanza la bancarella

• ANGELO ANGELI

Come sono cambiati i consumi delle famiglie italiane negli ultimi anni? Come si sono modificate le modalità di acquisto e quanto ha influito su questi cambiamenti la distribuzione del reddito? L'Icu (Istituto consumatori utenti) ha affidato al professor **Eduardo Carra** la ricerca che, ormai da alcuni anni, ha avviato sui modelli di consumo degli italiani e sugli effetti combinati di inflazione e recessione. Ma quest'anno l'indagine si è concentrata, in particolare, sulle **abitudini di acquisto** per-

ché, secondo l'Icu, si sta modificando sensibilmente non solo il "cosa" le famiglie comprano, ma anche il **dove** decidono di spendere i loro euro. Da notare che l'indagine si ferma - per ragioni scientifiche - al **2003**, quando alcune delle tendenze oggi in atto erano, cioè, ancora allo stato embrionale. Ma l'esperienza ci dice che sono state largamente confermate dagli eventi successivi.

CHI CONSUMA COSA.

La ricerca del professor Carra misura i consumi "reali", quindi al netto dei **fitti figurativi**, che Istat e Banca d'Italia invece di soli-

to inseriscono nei loro calcoli, e al netto dell'inflazione. Così calcolata, la **spesa reale** per famiglia risulta, nel 2003, pari a circa **1.900 euro** e risulta **diminuita** del 4,5 per cento rispetto al 2000.

Nel triennio precedente, invece, era rimasta stazionaria. Secondo il **rapporto Icu**, "le difficoltà economiche di cui hanno risentito le famiglie hanno inciso, nel periodo 2000-2003, soprattutto sulle spese relative a **tempo libero, istruzione e cultura, trasporti**, cioè sulle spese più **comprimibili**. Non a caso il peso degli **alimentari** sul totale è aumentato dal **23,9** per cento del 2000 al **24,8** per cento del 2003".

PIÙ COLPITI GLI OPERAI.

Ma che cosa è successo nelle diverse tipologie di famiglie? Nei nuclei, in cui il capofamiglia è **imprenditore o libero professionista** si è registrata una forte flessione delle uscite per tempo libero, trasporti e comunicazioni. Anche nelle famiglie di **lavoratori in proprio** i fenomeni che si registrano sono quasi gli stessi: diminuiscono, infatti, le spese per **istruzione, tempo libero e trasporti**, ma - e questo è un dato significativo - continuano ad aumentare le spese per le comunicazioni (infatti il mercato dei telefonini è uno dei pochi a tirare...). Scarse le differenze con le famiglie di **dirigenti e impiegati**: la spesa media mensile relativa all'ultimo triennio è diminuita del 2,7 per cento: la flessione ha riguardato le spese per il tempo libero e per altri beni. Nei nuclei che hanno una spesa media mensile **superiore a 2.500 euro**, si sono contratte le stesse spese precedenti, ma non quelle per la persona (**abbigliamento e calzature**) che sono, di poco o di molto, aumentate.

Nei nuclei con capofamiglia **operaio** la spesa media scende sui **2mila euro** e nel triennio si registra una flessione consistente, non solo perché calano le uscite per istruzione, tempo libero e trasporti ed altri beni, ma anche quelle (certo non comprimibili facilmente) per la **salute** e per la **persona**. Non a caso il peso degli alimentari sulla "borsa" familiare, che già si attestava al 24,8 per cento, supera il **26 per cento** (e saremmo curiosi di sapere se, ad aprile 2005, ha raggiunto, o superato, addirittura il 30). Ancora più difficile la situazione con un capofamiglia **in pensione**. In questo caso il livello di spesa è di **1.500 euro** e la contrazione dei consumi è stata del 3,2 per cento. Ancora peggio è andata nei nuclei con redditi più bassi, colpiti anche nei **consumi essenziali**.

Nel **2004** si è verificato un fatto nuovo anche rispetto al già non esaltante 2003: il **totale delle vendite** a prezzi correnti è rimasto stazionario (meno 0,4 per cento), ma, depurato dall'effetto prezzi, le **quantità** vendute sono sensibilmente diminuite.

Acquisti

Calano anche gli alimentari

I consumatori in difficoltà puniscono i negozi sotto casa. Questo è un altro dato che emerge con chiarezza dal rapporto presentato dall'Icu, a Roma, la settimana scorsa. E i dati sono molto aggiornati, visto che si riferiscono al 2004, un anno in cui - spiega la ricerca del professor Eduardo Carra - "a prezzi correnti, c'è stata una **divaricazione** tra **grande e piccola** distribuzione: in complesso le **vendite** si sono **fermate** al livello del **2003**, ma la grande distribuzione le ha viste **aumentare**, la piccola **diminuire**". "La flessione - sottolinea l'Icu - ha riguardato **sia gli alimentari** che i **non alimentari**, ma soprattutto, le piccole superfici all'interno delle quali si vendono prodotti alimentari. C'è stato, quindi, uno spostamento dai **piccoli negozi** ai grandi". Ma anche nel mondo della grande distribuzione è successo qualcosa di significativo. Fino al 2003 c'era stata una tendenza alla **crescita** in tutte le tipologie, tranne che nei grandi magazzini. Nel 2004 si registra un aumento delle vendite anche in questo tipo di punto di vendita (+2,4 per cento) e, soprattutto, aumentano gli acquisti negli **ipermercati** (+3 per cento) e negli **hard discount** (quasi allo stesso livello: +2,9 per cento).

VENDITE IN CALO, CONSUMI SU

Spunta anche, con molta più forza che in passato, il fenomeno **bancarelle**. Infatti se le vendite di beni a prezzi costanti effettuate nei punti di vendita fissi sono **diminuite**, nel 2004, del 2,1 per cento (è stata, questa, la flessione più forte degli ultimi anni), i consumi - nel loro complesso - sono aumentati dello **0,9** per cento nel 2003 e dell'**1,1** l'anno scorso. Questo fenomeno si può spiegare solo ipotizzando una sensibile cre-

scita delle attività di **vendita ambulante**, che - secondo l'indagine Icu - ha riguardato soprattutto "il commercio a posteggio mobile cioè le bancarelle che operano nei **mercatini** e nelle fiere **settimanali** oppure giornalmente in forma itinerante". E il fenomeno si è ulteriormente accentuato nel 2004. Sembra evidente che questa è una delle conseguenze "dell'**indebolimento** del potere d'acquisto delle **fasce più deboli** della popolazione". E le cifre, del resto, parlano chiaro: dal 2002 al 2004 l'**inflazione media** è cresciuta del 5 per cento. Questo calcolo si basa su un termometro speciale: cioè su quanto è servito alle famiglie, nel **2004**, per effettuare gli **stessi consumi del 2002**.

"L'effetto sul paniere di spesa - osserva l'Icu - naturalmente è per tutti del 5 per cento, ma, se si considerano i redditi, gli **effetti** sono **diversi**, perché il minore reddito disponibile che l'aumento dei prezzi genera, **incide diversamente** sulle diverse fasce di reddito. Le famiglie più povere hanno un effetto dell'**inflazione** sul reddito del **6,7** per cento, mentre, man mano che si sale come fascia di reddito, l'effetto si attenua fino ad annullarsi. Quindi, un livello di inflazione che si riverbera sulla spesa per consumi per il 5 per cento, quando lo si rapporta al reddito, produce effetti fortemente differenziati e, sostanzialmente, una **redistribuzione del reddito**". Per questa strada si impoveriscono anche quelle famiglie di **ceto medio urbano** che, fino a pochi anni fa, vivevano in modo dignitoso e si sono ritrovate a fare i conti con una durezza inedita della vita quotidiana.

Questa - conclude l'Icu - "è una delle ragioni che determina **malessere**, tanto più che, in questi anni, le famiglie con redditi bassi hanno avuto **aumenti** inferiori o al massimo uguali all'inflazione, mentre le famiglie con redditi medio alti, soprattutto quelle appartenenti ai settori dove c'è libertà di prezzo delle prestazioni (pensiamo al vasto mondo delle **libere professioni**) hanno visto i loro redditi aumentare più dell'inflazione".

del rapporto, il direttore per la ricerca del Fmi, Raghuram Rajan, ha sottolineato come la politica economica finora attuata dal governo italiano non vada nella direzione giurata: «L'Italia ha bisogno di un consolidamento fiscale - ha detto - che non sia basato su misure una tantum come è spesso successo fino ad ora, l'obiettivo di ridurre il deficit deve essere conseguito in modo sostanziale».

Nel giudizio preoccupato dei tecnici di Washington la situazione italiana non è la sola. Germania e Francia affiancano il nostro paese all'infianco di Eurolandia come potenziali elementi di crisi. Per la Germania, prima economia della zona euro, il Fmi ha tagliato la stima di crescita del 2005 di un punto percentuale portandola ad un misero 0,8 per cento, destinato a salire all'1,9 nel 2006. Il deficit tedesco continuerà a tenersi ben al di sopra del tre per cento - 3,5 per cento - nel 2005 per scendere marginalmente al 3,4 l'anno successivo. Più rassicuran-

TRA IL 2000 E IL 2003

Ei consumi delle famiglie calano del 4,5%

Ricerca dell'Icu: tagliate soprattutto le spese per il tempo libero e la cultura

ROMA - In tre anni, dal 2000 al 2003, le spese mensili degli italiani si sono ridotte del 4,5%. Cioè le famiglie italiane hanno speso di meno: perché è cambiato il ventaglio dei consumi, più probabilmente, perché i redditi sono calati. A quantificare la cifra è stato l'Icu (Istituto consumatori e utenti) che ha incrociato i dati Istat con quelli della Banca d'Italia. I risultati della ricerca sono stati presentati ieri a Montecitorio.

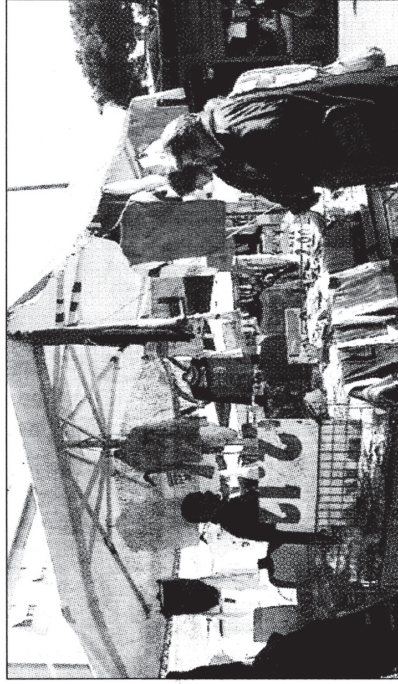
Il taglio dei consumi, in generale, è andato ad incidere soprattutto sul tempo libero, l'istruzione e la cultura, ma nella famiglia a più basso reddito si sono ridotte anche le spese per la salute e per la persona, mentre è aumentato il peso degli alimentari, passato dal 23,9% del 2000 al 24,8% del 2003. «Un dato poco confortante», ha affermato il presidente dell'Icu, Michele Boato - che indica un grave impoverimento della famiglia, costrette a spendere una quota sempre maggiore del proprio reddito solo per mangiare».

Stando alla ricerca dell'Icu le vendite nei cosiddetti "punti fissi", cioè essenzialmente nei negozi, le vendite sono scese del 2,1% («La flessione più forte degli ultimi anni»), mentre sono cresciuti dell'1,1% i consumi. Sul calo del 2,1% sembra, fra l'altro, aver influito soprattutto la crisi dei piccoli negozi di quartiere. Gli italiani si sono rivolti sempre più spesso anche ai grandi magazzini, dove le vendite sono cresciute nel 2004 del 2,4% e soprattutto ipermercati (+3%) e hard discount (+2,9%).

Oltre al «dove» si compra, a mutare profondamente negli ultimi anni è stato anche il «cosa» si compra. Tra il 2000 e il 2003, precisa l'Icu «le difficoltà economiche di cui hanno risentito le famiglie hanno inciso sulla dinamica della spesa». Calcolata come «retale», cioè al netto dei fitti figurativi che Istat e Bankitalia inseriscono nelle loro rilevazioni e al netto dell'inflazione, la spesa per famiglia è risultata in calo nel triennio del 4,5%. Nei tre anni precedenti era invece rimasta stazionaria.

Gli italiani lasciano i negozi e preferiscono comperare nei grandi magazzini e nelle bancarelle

La minore disponibilità economica ha provocato anche il cambiamento delle abitudini degli italiani e soprattutto il loro modo di spendere. A risentire di più di questo mutamento sono stati, per esempio, i negozi e le boutiques che hanno perso quota nei confronti dei mercatini e delle bancarelle. Insomma, le famiglie hanno abbandonato negli ultimi anni i negozi e i mercatini, in cerca di massimo risparmio possibile, hanno scelto sempre più spesso i venditori ambulanti.



Calano le vendite nei negozi e crescono quelle nelle bancarelle

consumo più basse, cioè nelle famiglie di pensionati o operai, la contrazione è stata ben più generalizzata. Mentre infatti per i redditi più elevati le spese per la persona, essenzialmente per abbigliamento e calzature, non hanno risentito di particolari cambiamenti di abitudine, nella famiglia con salari più modesti sono stati colpiti anche i consumi essenziali, dalle spese per la personale a quelle per la salute.

R.e.f.

l'Unità

giovedì 14/4/2005

Il calo del potere d'acquisto penalizza soprattutto i negozi. Ma cambiano anche i consumi

La spesa corre sulla bancarella

ROMA Cambiano le abitudini di acquisto e accanto al «quanto», decurtato specie nelle famiglie con redditi più bassi, comincia a mutare il «dove». Abbandonati i piccoli negozi, le famiglie ripongono nei mercati e nelle bancarelle gran parte delle aspettative di far bastare lo stipendio fino alla fine del mese. La dinamica è messa in evidenza da un'indagine curata da Eduardo Carra per la Fondazione Icu (istituto dei consumatori e degli utenti). Andare per fiere e mercati alla ricerca dei prezzi più bassi è una tendenza che si va imponendo a scapito delle compere nei negozi fissi che nel 2004 hanno visto diminuire le vendite del 2,1%, il calo più significativo degli ultimi anni. I consumi complessivi (tutti i beni e tutti i servizi) sempre nel 2004 sono invece cresciuti dell'1,1%: la forbice tra il primo dato e il secondo si spiega, secondo l'Icu, proprio con gli acquisti presso le bancarelle. A quanto ammontino le vendite del commercio ambulante non è dato sapere visto che non esistono rilevazioni in proposito: il numero delle licenze è però aumentato dell'8,8% nel 2003 rispetto al 2002, toccando quo-

ta 39.338, mentre nel primo semestre 2004 (ultimo dato disponibile) il saldo tra le nuove aperture di punti vendita ambulanti (7.090) e le cessazioni (4.385) è positivo a conferma dell'espansione che sta vivendo questo settore. «Gli acquisti sulle bancarelle sono tipici di un Paese depresso e producono riflessi negativi su tutta l'economia - ha commentato la segretaria confederale della Cgil Marigia Maulucci -. Ci sono meno risorse e cresce la sfiducia tra i consumatori quale frutto di una politica economica che ha ampliato le disuguaglianze».

Anche analizzando la dinamica interna alla grande distribuzione si trova una conferma della modifica delle abitudini di acquisto sempre più dettate dalla ricerca del risparmio: se fino al 2003 le vendite sono cresciute in tutte le tipologie della grande distribuzione (grandi magazzini esclusi), nel 2004 sono aumentate anche qui (+2,4%) e soprattutto sono cresciute quelle degli ipermercati (+3%) e degli hard discount (+2,9). Insomma, lo shopping si fa dove vengono promessi i prezzi più bassi e si può contare su qualche sconto o promozione e questo -

come nota Carra - si spiega solo con le difficoltà economiche dei consumatori.

Difficoltà che, ovviamente, non sono uguali per tutti. Nel triennio 2000-2003 i consumi reali per famiglia (calcolati a prezzi costanti, quindi prescindendo dall'inflazione, e depurati dai «fitti figurativi» ovvero del valore virtuale dell'affitto per chi ha la casa di proprietà) sono calati del 4,5%, mentre nel triennio precedente, 1997-2000 si erano mantenuti sostanzialmente stabili. Ad essere sacrificati sono stati soprattutto il tempo libero, l'istruzione e la cultura e i trasporti, «cioè le spese più comprimibili». La spesa per la cultura in particolare, già minima nei bilanci delle famiglie, è scesa tra il 2000 e il 2003 da 31 a 28 euro al mese, con un calo cioè di circa il 10% in tre anni (sempre a prezzi costanti). Ma nelle fasce di consumo più basse, cioè nei nuclei con capofamiglia operaio o pensionato o disoccupato la contrazione dei consumi ha interessato anche beni primari, essenziali come le spese per la salute e la persona e, in misura ridotta anche degli alimentari.

fe.m.

IL GAZZETTINO ECONOMIA

giovedì 14/4/2005

CONSUMI IN CALO

Si torna a fare la spesa al mercato

Niente negozi e boutique, molto meglio mercatini, fiere e bancarelle. In tempi di magra, strette tra caro-prezzi e redditi quasi immutati, le famiglie italiane, in cerca del massimo risparmio, hanno scelto sempre più spesso i venditori ambulanti. Secondo l'ultima indagine dell'Icu, l'istituto dei consumatori e utenti, lo scorso anno le vendite nei punti vendita «fis-

si», cioè essenzialmente nei negozi, sono diminuite del 2,1%. La flessione «più forte degli ultimi anni». I consumi sono però nel contempo cresciuti dell'1,1%.

La forbice tra i due dati è, secondo l'istituto, il segno di un cambiamento delle abitudini delle famiglie, trasferitesi dagli interni di botteghe e negozi agli esterni di mercati e fiere.

Sul calo del 2,1% sembra tra l'altro aver influito soprattutto la crisi dei piccoli negozi di quartiere. Gli italiani, sottolinea l'Icu, si sono infatti rivolti sempre più spesso anche a grandi magazzini, dove le vendite sono aumentate nel 2004 del 2,4%, e soprattutto a ipermercati (+3%) e hard discount (+2,9%).

Oltre al «dove» si compra, a

mutare profondamente negli ultimi anni è stato anche il «cosa» si compra. Nei tre anni tra il 2000 e il 2003, spiega ancora l'Icu, «le difficoltà economiche di cui hanno risentito delle famiglie, hanno inciso sulla dinamica della spesa». Calcolata come «reale», cioè al netto dei fitti la spesa per famiglia è risultata in calo nel triennio del 4,5%.



Vittorio Mincato

CARO PREZZI

In 3 anni ridotte le spese mensili del 4,5%

Le famiglie tagliano tempo libero e cultura

Dal 2000 al 2003 le spese mensili delle famiglie italiane si sono ridotte del 4,5%. A quantificare con precisione il movimento dei consumi verso il basso è una ricerca dell'Icu, Istituto consumatori e utenti, presentata ieri a Montecitorio, che partendo dai dati dell'Istat e della Banca d'Italia ha cercato di calcolare la spesa reale. Il taglio ai consumi ha inciso soprattutto su tempo libero, istruzione e cultura, ma nelle famiglie a reddito più basso, che spendono tra i 1500 e i 2000 euro al mese, si sono ridotte anche le spese per la salute e per la persona ed è aumentato il peso degli alimentari passato dal 23,9% del 2000 al 24,8% nel 2003. «Un dato poco confortante - ha detto il presidente dell'Icu, Michele Boato - che indica un grave impoverimento delle famiglie, costrette a spendere una quota sempre maggiore del proprio reddito solo per mangiare».

E in tempi di strette tra caro-prezzi e redditi quasi immutati, le famiglie hanno anche abbandonato i negozianti di fiducia e, in cerca del massimo risparmio possibile, hanno scelto sempre più spesso i venditori ambulanti, frequentando i mercati dove prima si

spulciava più che altro per curiosità. Lo scorso anno le vendite nei punti vendita «fissi», cioè essenzialmente nei negozi, sono diminuite del 2,1%. La flessione «più forte degli ultimi anni». I consumi sono però nel contempo cresciuti dell'1,1%.

La forbice tra i due dati è, secondo l'istituto, il segno di un cambiamento delle abitudini delle famiglie, trasferitesi dagli interni di botteghe e negozi agli esterni di mercati e fiere.

Sul calo del 2,1% sembra tra l'altro aver influito soprattutto la crisi dei piccoli negozi di quartiere. Gli italiani, sottolinea l'Icu, si sono infatti rivolti sempre più spesso anche a grandi magazzini, dove le vendite sono aumentate nel 2004 del 2,4%, e soprattutto a ipermercati (+3%) e hard discount (+2,9%).

Tornando alle singole voci di spesa tagliate, quella per la cultura già minima nei bilanci delle famiglie, è scesa tra il 2000 e il 2003 da 31 a 28 euro al mese, con un calo cioè di circa il 10% in tre anni (sempre a prezzi costanti). Ma nelle fasce di consumo più basse, cioè nelle famiglie di pensionati o operai, la contrazione è stata ben più generalizzata.

L'allarme in un dossier dei consumatori: per i nuclei con capofamiglia operaio l'inflazione incide sul reddito per il 6,7%

«Le famiglie più povere sono ormai sulla soglia della sussistenza»

di **Castalda Musacchio**

Un sistema paralizzato. Un paese che non cresce, con un welfare a pezzi. Ora sotto osservazione della lente europea. Il deficit cresce, l'inflazione non frena la sua corsa verso l'alto. Il tutto si traduce in un impoverimento reale e a farne le spese sono le famiglie più povere. I dati e le cifre le tendenze i trend non fanno che confermare lo stallo in cui versa l'economia.

L'ultimo rapporto dell'Istituto consumatori utenti sulle abitudini di spesa - presentato ieri a Montecitorio - descrive ancor meglio la situazione di crisi in cui sembrano essere precipitate le famiglie italiane. Solo negli ultimi tre anni la spesa reale - calcolata non solo al netto dell'inflazione reale ma anche dei "fitti figurativi" che Istat e Banca d'Italia inseriscono nelle loro analisi - è diminuita del 4,5% rispetto al 2000. E ad essersi ridotte, soprattutto per le famiglie che versano in condizioni di disagio come operai, disoccupati, di chi vive in una condizione di precarietà, non sono solo le spese "superflue" bensì gli acquisti di beni di prima necessità. In sostanza non si spende più non solo per tempo libero, istruzione, trasporti, cultura - già minima nei bilanci è scesa da 31 a 28 euro al mese subendo un calo del 10% - ma anche per la salute, la persona e, se pure in misura ridotta, per gli alimentari.

Un malessere ancora più evidente laddove si consideri il dato inflattivo. Nota Eduardo Carra, il curatore della ricerca, «dal 2002 al 2004 l'inflazione media è aumentata del 5%. L'effetto sul paniere di spesa naturalmente è per tutti del 5%; ma, se si considerano i redditi, gli effetti non possono che essere diversi perché il minore reddito disponibile che l'aumento dei prezzi gene-

I consumi per una famiglia operaia

Spesa mensile per famiglia a prezzi costanti 2003

operaivalori in euro mens. Var. %Comp. %									
	1997	2000	2003	03/00	00/97	03/97	1997	1998	1999
1 alimentari	531	519	515	-0,6	-2,4	-3,0	25,6	24,8	26,1
2 persona	169	168	161	-4,1	-0,5	-4,6	-8,1	-8,0	-8,2
3 casa	430	447	401	-10,3	+3,9	-6,8	20,7	21,4	20,3
4 salute	97	80	71	-11,2	-18,2	-27,4	4,7	3,8	3,6
5 istruz. e cultura	32	33	28	-13,7	+2,8	-11,3	1,5	1,6	1,4
6 tempo libero	125	129	114	-11,7	+3,2	-8,9	6,0	6,2	5,8
7 trasporti	411	404	379	-6,2	-1,8	-7,9	19,8	19,3	19,2
8 comunicazioni	35	50	50	-0,3	+43,9	+43,3	1,7	2,4	2,5
9 altri beni	249	263	254	-3,7	+5,7	+1,8	12,0	12,6	12,9
Tutti i prodotti	2079	2091	1972	-5,7	+0,6	-5,1	100	100	100

Fonte: elab. su dati Istat

ra, incide diversamente sulle diverse fasce. Le famiglie più povere hanno un effetto inflattivo sul reddito del 6,7% e, man mano che si sale come fascia, lo stesso si attenua fino ad annullarsi». Proprio per i nuclei con capofamiglia operaio (vedi tabella

Negli ultimi tre anni la spesa reale è diminuita del 4,5%. Il taglio ai consumi ha inciso su tempo libero, istruzione, cultura e per i nuclei a reddito più basso sulle spese per la salute e la persona. Mentre aumenta il peso degli alimentari

su riportata, ndr) è evidente come la spesa media scende sui 2mila euro e come la flessione dell'ultimo triennio (-5,7%) sia consistente se si considera il basso livello di spesa. Il peso degli alimentari in questo bilancio che già si attestava al 24,8% si alza ulteriormente fino al 26,1%. Nel totale le sole spese per alimentari casa e trasporti assorbono il 67% della spesa complessiva. Nei nuclei con capofamiglia ritirato dal lavoro, il cui livello di spesa è di 1.500 euro la contrazione dei consumi è stata del 3,2%.

Un "impoverimento" del tutto generalizzato. Gli italiani sono costretti a tirare la cinghia e a passare dalle "boutique" alle "bancarelle". Nella ricerca non si analizza solo "cosa" si compra ma anche "dove" si compra. E la flessione più forte registrata negli ultimi tre anni è proprio data dall'aumento del ricorso alle "bancarelle" contro il calo del 2,1% nelle vendite effettuate negli esercizi commerciali fissi. Una divaricazione netta anche per la tendenza all'aumento delle vendite nella grande distribuzione a danno della piccola. «Fino al 2003 - nota ancora Michele Boato, presidente Icu - c'era stata una tendenza alla crescita in tutte le tipologie, tranne che nei grandi magazzini. Nel 2004 si registra un aumento delle vendite anche in questo tipo di punto di vendita (+2,4%) e, soprattutto, aumentano le vendite negli ipermercati (+3,0%) e negli Hard discount (+2,9%)».

«A crescere è la sfiducia. Ci sono meno soldi. E questo - conclude Marigia Maulucci, segretario confederale Cgil - non è che il frutto di una politica economica che non ha fatto altro che ampliare le disuguaglianze». L'auspicio è che si inverta presto la tendenza.

Liberazione

giovedì 14/4/2005

L'Intesaconsumatori ha calcolato quanto costeranno alle famiglie i rincari del 2005 «Ici, auto, bollette: aumenti per 272 euro all'anno»

ROMA — Con gli aumenti di tariffe e imposte varie (comprese quelli ancora da definire) che dovrebbero scattare a partire dal primo gennaio prossimo le famiglie italiane dovranno sopportare maggiori costi per 272 euro l'anno. E' il calcolo che ha fatto l'Intesaconsumatori, organizzazione che riunisce le quattro associazioni Adoc, Adusbef, Codacons e Federconsumatori.

zioni dei consumatori hanno calcolato che questa si potrebbe tradurre in un incremento di 37 euro a famiglia.

STANGATA PER L'AUTO — Sulla to carburanti, sarà il caro-gasolio a pesare di più sulle tasche degli automobilisti: per il diesel è infatti stimato un aumento di un euro a pieno legato ai nuovi obblighi europei che dal primo gennaio

impongono la commercializzazione solo del carburante a basso tenore di zolfo. I consumatori valutano quindi mediamente 28 euro in più in un anno l'impatto per le famiglie con auto diesel. Quindi il già previsto rincaro del 2,5% dei pedaggi autostradali annunciato la scorsa settimana porterà ad un aggravio annuo di 11 euro.

L'AUMENTO DELLE BOLLETTE —

A queste voci ci sono poi da aggiungere, secondo l'Intesaconsumatori, 15 euro l'anno in più sulle bollette della luce, 20 euro per il rincaro del gas e 12 euro, in media per ogni famiglia italiana, di tassa sui rifiuti solidi urbani. «Così — affermano Adoc, Adusbef, Codacons e Federconsumatori — la convergenza degli aumenti di gasolio ed autostrade provocherà una ricaduta nella deter-

minazione dei prezzi dei beni di largo consumo e, quindi, sul tasso di inflazione dello 0,1%, pari ad un ulteriore esborso di 27 euro l'anno». Conclude l'Intesaconsumatori: «Da tutto ciò si evince come questo governo, perseguendo una politica economica sbagliata e varando una legge Finanziaria iniqua, non faccia altro che danneggiare le famiglie italiane già impoverite da tre anni di incredibili aumenti di prezzi e tariffe».

IL RINCARO DELL'ICI — L'aumento più rilevante è quello della Imposta comunale sugli immobili. Per effetto della possibilità concessa ai municipi di rivedere il classamento catastale degli edifici, l'Ici potrebbe rincarare mediamente fra 50 e 58 euro a famiglia. C'è poi l'aumento dei bolli, deciso dal governo come misura per contribuire alla copertura del taglio delle imposte e delle varie spese previste dalla Finanziaria, che comporterebbe un aggravio medio di 32 euro. Mentre il rincaro delle spese bancarie si dovrebbe aggirare, sempre a parere dell'Intesaconsumatori, intorno ai 25 euro.

C'è poi il possibile aumento delle tariffe telefoniche. Se dovesse passare la richiesta di incremento avanzata da Telecom Italia, le associa-

METEO



NEVE A NATALE

Freddo, vento e neve colpiranno ancora l'Italia almeno fino alla vigilia di Natale. Il 25 dicembre ci sarà un miglioramento, ma si tratterà, a quanto pare, soltanto di una breve tregua, perché per Santo Stefano arriveranno nuove perturbazioni. Ieri il maltempo ha interessato tutta la Penisola: la colonnina di mercurio è scesa sotto lo zero in molte città, e la presenza di forti raffiche di vento ha reso difficili i collegamenti navali con le isole. La neve ha già fatto la sua comparsa sui rilievi dell'Appennino (a sinistra, una passante infreddolita in Toscana, foto Silvi) e in Piemonte.

INFLAZIONE STABILE A DICEMBRE

— Nel mese di dicembre, tuttavia, l'inflazione dovrebbe confermare l'1,9% fatto segnare a novembre. E' quanto prevedono gli analisti interpellati dalla Reuters, secondo i quali il costo della vita dovrebbe segnare, nell'ultimo mese dell'anno, un aumento congiunturale dello 0,1%, per effetto soprattutto dell'aumento dei tabacchi, che sarebbe però compensato dal raffreddamento dei prezzi dei carburanti. Gli esperti consultati dall'agenzia confermano però le preoccupazioni per la possibilità di una ripresa dell'inflazione a partire dall'inizio del prossimo anno, a causa proprio dei rincari delle tariffe dei servizi.

R. R.

LA SOGLIA DI POVERTÀ FAMILIARE: 869,5 EURO

La soglia di povertà ufficiale che l'Istat prende in considerazione è la spesa media procapite, che si ottiene dividendo la spesa totale per consumi delle famiglie per il numero totale dei componenti. In Italia tale soglia è di 869,5 euro. In altri termini, tale cifra indica quanto spende in media un italiano al mese; quindi qualora una famiglia di due persone spenda meno di tale cifra, si considera povera. Tale soglia tuttavia non è unica ma varia al variare del numero di persone che compone un nucleo familiare. Ad esempio, i calcoli Istat prevedono che una famiglia composta da sei persone si possa ritenere povera qualora spenda per consumi meno di 1.878,12 euro al mese. Interessante poi anche sapere cosa intenda l'Istat per spesa per consumi. Tale cifra è calcolata sulla base dei consumi totali, al netto delle spese per manutenzione straordinaria delle abitazioni, dei premi pagati per assicurazioni vita e rendite vitalizie, rate di mutui e restituzione di prestiti.

soglia di povertà	FAMIGLIE NON POVERE	81.5
	QUASI POVERE	7.9
	APPENA POVERE	5.7
	SICURAMENTE POVERE	4.9

Fonte ISTAT

Più di dieci milioni con l'acqua alla gola

GIANNI DEL VECCHIO

La povertà in Italia rispecchia pedissequamente lo stato dell'economia: stagnante. Per le classi più basse, nessun miglioramento di rilievo si è registrato negli ultimi dodici mesi. A dirlo è l'Istat, che ieri ha reso noti i risultati dell'indagine, su di un campione di 28 mila famiglie, sulla povertà relativa nel nostro paese per il 2003. Secondo l'istituto nazionale di statistica infatti, la percentuale di famiglie che vive al di sotto della soglia della povertà è rimasta sostanzialmente stabile passando dall'11 per cento del 2002 al 10,6 di quest'anno. Un lieve miglioramento che però, come hanno spiegato i tecnici di via Balbo, non è statisticamente significativo, visto che viene eroso dall'errore campionario (l'errore che si commette quando si osserva solo una parte della popolazione).

La stabilità della situazione tuttavia non diminuisce ma anzi amplifica la drammaticità della "questione povertà" nel nostro paese. Se si dà un'occhiata ai valori assoluti, l'attenzione si ferma su di un dato significativo: le famiglie povere sono 2 milioni e 360 mila, pari al 10,6 per cento delle famiglie residenti; il che vuol dire che in Italia vivono in condizioni di indigenza 6 milioni e 786 mila persone, l'11,8 per cento dell'intera popolazione. Un dato che tuttavia è destinato ulteriormente a lievitare se si metto-

no nel calderone anche quei nuclei familiari che l'Istat definisce "quasi poveri", quantificabili nel 7,9 per cento delle famiglie italiane. Considerando anche questa percentuale infatti, la quota delle famiglie italiane che sopravvivono a stento e in grandi ambascie arriva al 18,5 per cento del totale ovvero più di 10 milioni di persone.

C'è da precisare a questo punto però cosa intende l'Istat per povertà relativa. L'istituto di statistica infatti ha

Secondo l'Istat le famiglie italiane, povere o quasi povere, sono il 18,5% del totale. Al Sud la percentuale peggiore: una su quattro

tracciato una linea di povertà sulla base dei consumi annuali delle famiglie. In altri termini, ha creato una griglia con diverse somme-limite mensili, a seconda della numerosità del nucleo familiare, che vengono destinate alla spesa per consumi. Al di sotto di tali soglie una famiglia può considerarsi povera. Ad esempio, la soglia minima per consumi per un nucleo di quattro persone è di 1417,29 euro al mese; quindi se una famiglia è costretta a spendere meno, la si considera in povertà. Un metodo, questo, che quindi si sgancia da ogni riferimento al reddito o al risparmio disponibile degli italiani, focalizzan-

dosi invece sulla sola capacità di spesa.

Il rapporto dell'Istat è poi interessante soprattutto per i raffronti, sia territoriali che di struttura sociale, che si possono ottenere. Resta infatti inalterato il profilo della povertà: a vivere sul filo del rasoio sono infatti soprattutto gli abitanti del Mezzogiorno, le famiglie numerose e gli anziani. Particolarmente preoccupante la situazione delle regioni meridionali: posto pari a 100 il totale delle famiglie povere, ben il 65,6 per cento risiede nel Sud. Nella triste classifica delle regioni più povere, spiccano Sicilia e Basilicata, entrambe oltre il 25 per cento di incidenza di povertà relativa. In altri termini, una famiglia su quattro deve fare i conti con l'indigenza. Stesse ambascie per le famiglie numerose, quelle con cinque o più componenti: ovunque presentano livelli di povertà elevata (circa una famiglia su cinque). Soggetti deboli per definizione, gli anziani scontano una situazione particolarmente critica: sia da soli che all'interno di un nucleo familiare, risultano in media più poveri rispetto agli altri italiani.

L'ultima sottolineatura va poi fatta per le variazioni tendenziali, ovvero cosa è cambiato rispetto all'anno scorso. Balza agli occhi soprattutto la stabilità dei vari indicatori, sia a livello nazionale che regionale. Un'ulteriore prova di come l'Italia sia un pae-

se attualmente fermo dal punto di vista economico e sociale. Degne di nota solo tre variazioni significative: una in positivo e due in negativo. Conforta, ad esempio, il miglioramento delle coppie con tre o più figli (l'incidenza della povertà passa dal 24,4 per cento al 20,9) mentre a peggiorare è la situazione dei single (dal 3,1 al 3,9 per cento) e quella degli anziani, soprattutto al Nord (più 2 per cento).

Illustrazione di Norman Rockwell

Guerre dei prezzi, agricoltori in ginocchio

La protesta: «Prodotti ortofrutticoli pagati una miseria, tanto vale regalarli»

di Davide Massaro

«La redditività di alcuni prodotti agricoli è talmente bassa che conviene regalarli». E' quanto afferma la Cia (Confederazione Italiana Agricoltori) che ieri, nella sede di Marghera, ha consegnato derrate ortofrutticole ad organismi impegnati nel campo della solidarietà. La Cia, nell'ambito della mobilitazione nazionale «Cosi non va», che ha visto manifestazioni di piazza in oltre cento città italiane, ha denunciato il grave stato di crisi che sta attraversando l'agricoltura italiana.

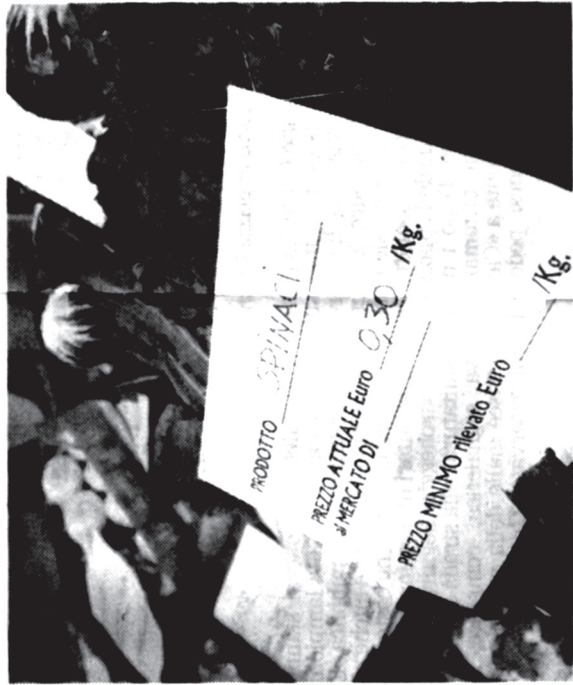
Giovedì scorso, all'apertura dell'annata agraria, il presidente provinciale della Cia, Mario Quaresimin, si è incontrato con il prefetto Giuseppe Leuzzi. Un'occasione per illustrare i problemi del settore e per consegnare un documento che verrà recapitato al presidente del Consiglio.

Ieri a Marghera la Cia di Venezia visto lo stato di povertà e di grande malessere che vive la campagna, ha voluto dare un aiuto concreto e nello stesso tempo simbolico ad alcuni organismi solidali distribuendo 10 quintali di radicchio e 7 di carote all'Auser di Mestre e di Chirignago-Gazera, che offre assistenza a circa cinquanta famiglie bisognose, alla mensa dei frati Cappuccini di Mestre, che si occupa di circa 250 persone, e alla Bottega Solidale di Carpene-

MAURIZIO FRANCESCHI SOLECCITA MAGGIORI CONTROLLI

«Il governo sorvegli la filiera»

«Magari le cose fossero così semplici. I prezzi di qualsiasi bene, a cominciare dai prodotti alimentari, è determinato da un complesso di fattori e soggetti che fanno inevitabilmente lievitare i costi di vendita rispetto a quelli di produzione». Il segretario di Confesercenti Maurizio Franceschi non risparmia sottili critiche agli agricoltori che «continuano a fare le vittime di un sistema complesso come quello del commercio. E' chiaro che se un prodotto costa molto di più alla vendita che alla produzione dei motivi ci sono — spiega Franceschi —. Non c'è solo il produttore che deve guadagnare, ma anche l'autotrasportatore, il grossista, il commerciante che li vende al dettaglio, e tutti hanno dei costi d'esercizio da recuperare». Con questo non si vuole dire che qualsiasi prezzo di vendita sia legittimo — precisa il segretario di Confesercenti — perché è chiaro che tutti gli operatori, dalla produzione al trasporto fino alla vendita al consumatore, non debbono far pesare più del dovuto il loro passaggio sul costo finale del prodotto. Per evitare ciò, naturalmente, ci vorrebbe una sorveglianza attenta, scrupolosa e continua del governo».



Il cartellino indica il prezzo degli spinaci al produttore

mi mesi, nell'ambito della mobilitazione nazionale, ha iniziato una raccolta di firme per chiedere che siano esposti i doppi prezzi sui prodotti agricoli messi in vendita: il prezzo all'origine e quello al dettaglio. «Attraverso questa corretta informazione - continua Quaresimin - si garantisce sia il consumatore che il

produttore, evitando rincari ingiustificati e manovre speculative. Così il consumatore potrà conoscere con esattezza il prezzo di origine e quello di fine. In questo modo si potrà evitare lievitazioni abnormi nei vari passaggi dell'intermediazione».

Quaresimin ha infine sottolineato la necessità «d'inter-

zienda speciale della Camera di Commercio, ha realizzato una guida alle aziende agricole della provincia che vendono direttamente i propri prodotti. Nella guida si trovano, suddivise per sezioni, le aziende produttrici di vino, ortofrutta, florovivaiste e quelle che offrono ospitalità e ristorazione.

Indagine in sei capitali europee. Cartellini allineati a Francia e Germania. Record per Nutella, cinema e latte, resistono pasta e caffè

Europrezzi: Roma cara come Parigi. E il mattone in Italia è sempre più costoso

MILANO — Se continua così, finirà presto la «pacchia» per i turisti francesi e tedeschi che vengono a fare shopping in Italia. Secondo un'indagine dell'«Ansa» in sei capitali europee, i prezzi medi a Roma tallonano ormai quelli parigini e in molti casi hanno superato i cartellini di Berlino e Bruxelles. Mentre restano stabili e soprattutto bassi i prezzi di Atene. A resistere ai rialzi, a Roma, sono solo i classici: pasta, pane e caffè.

Per tutti gli altri prodotti i risultati delle rilevazioni sono altalenanti. Per esempio, dove si può trovare un barattolo di Nutella a buon mercato? Non a Roma, dove costa in media 2,18 euro, ma nella capitale greca con 1,50 euro. Il prezzo si aggira sui 2 euro e 10 centesimi nella *ville lumière*.

Anche per i pomodori ma è più caro da noi (7,5 euro) che in Francia dove la vediamo ormai con Parigi (2 euro), Berlino e Bruxelles (1,99 euro). A Roma il dato rilevato è 1 euro in meno. Anche se a Berlino costerebbe 50 e 80 centesimi. Ma c'è di peggio. Andare al cinema è più caro da noi (7,5 euro) che in Francia dove la vediamo ormai con Parigi (2 euro), Berlino e Bruxelles (1,99 euro). A Roma il dato rilevato è 1 euro in meno. Anche se a Berlino costerebbe 50 e 80 centesimi in più. Resta

per molti versi a buon mercato Madrid (cinema a 4,40 euro, benzina a 0,84 al litro, manzo a 7,5 euro al chilogrammo contro i 16 di Roma e i 20 di Parigi). Record an-

che per l'acquisto di un cd musicale che nei negozi della nostra capitale ha raggiunto i 24 euro. I dati non hanno mancato di scatenare le polemiche dei consumatori.

Per Elio Lannutti, presidente dell'Intesa, il fenomeno dei prezzi è ormai «un'emergenza nazionale» che dovrebbe far reagire il governo.

Di tutt'altro tono la

lettura di Sergio Billé, presidente della Confindustria, secondo il quale l'indagine dimostra solo che siamo in linea con gli altri maggiori Paesi europei. E, anzi, sarebbe la prova che il passaggio mille lire-un euro è una «leggenda metropolitana».

Tutti d'accordo invece sulla continua corsa del prezzo delle case in Italia. Nell'ultimo trimestre, secondo il rapporto dell'Isae, il mattone è cresciuto dell'11%, più del doppio rispetto alla crescita dei prezzi fatti registrare dagli Stati Uniti. Solo nel 2003, l'accelerazione sarebbe stata del 6%. Inoltre, per l'Isae, la tendenza non è destinata a consumarsi almeno nel prossimo periodo, come in molti avevano predetto solo pochi mesi fa.

Massimo Sideri

CAPITALI A CONFRONTO

(confronto tra i prezzi medi in euro di alcuni prodotti rilevati nelle principali capitali europee)

PRODOTTI	CAPITALI A CONFRONTO					
	Roma	Parigi	Madrid	Bruxelles	Atene	Berlino
-1 kg. pane	1,80	3,60	3,20	2,55	1,20	2,00
-1 kg. pomodori	1,80	2,00	1,30	1,99	1,99	1,99
-1 kg. pasta	1,20	1,90	1,80	3,50	2,00	2,00
-1 litro latte	1,30	1,10	0,71	1,00	1,14	0,80
-1 espresso	0,65	1,10	0,71	1,00	1,14	0,80
-1 lattina Coca Cola	1,40	0,44	1,60	0,50	0,43	1,19
-1 barattolo Nutella (400 gr)	2,18	2,10	-	1,86	1,50	1,49
-1 hamburger McDonald	0,99	0,75	1,00	1,20	1,00	2,00
PRODOTTI	Roma	Parigi	Madrid	Bruxelles	Atene	Berlino
-1 gelato (tipo Cometto)	1,60	1,70	-	1,00	0,70	2,00
-1 biglietto cinema	7,50	6,50	4,40	6,60	7,50	8,00
-1 biglietto autobus	1,00	1,30	1,15	1,80	0,45	2,20
-1 litro benzina	1,06	1,08	0,84	1,05	0,78	1,08
-1 pacchetto Marlboro	3,30	5,00	2,50	3,85	2,70	3,20
-1 CD	24,00	18,00	24,00	21,60	18,00	20,00
-1 penna Bic	0,50	0,40	0,70	0,75	0,30	0,35
-1 biglietto calcio (curva)	16,00	12,00	25,00	11,00	7,00	11,00

12

E la spesa senza grandi m

ROMA — Sabato pomeriggio, speso con la famiglia al supermercato. Prendiamo il carrello. Anzi due carrelli in cui mettiamo gli stessi 40 prodotti: pasta, detersivo, prosciutto, zucchine, latte e tutto quello che ci serve per tirare avanti qualche giorno. Nel primo mettiamo gli articoli della linea «primo prezzo», quelli che vengono meno per intendersi. Nell'altro gli stessi articoli ma senza farci tanti problemi di soldi. Anzi, scegliendo proprio quelli più cari, perché a cena abbiamo amici e vogliamo fare la nostra figura. Quando arriviamo alla cassa la differenza si sente: per il primo carrello spendiamo 92 euro e 78 centesimi, per il secondo 162 euro e 59 centesimi. Quasi il doppio.

Per ogni prodotto, il supermercato Gs di via XXI Aprile, in una zona semicentrale di Roma, indica con un cartellino quello che costa meno. Quasi sempre sono al piano più basso dello scaffale, praticamente invisibili se c'è gente e si gira con il carrello. Nascondi, si direbbe. Perfettamente ad altezza occhi e perfettamente a portata di mano, invece, ci sono i prodotti di marca. La birra Heineken da 1,39 euro a lattina non la Factor, che viene 29 centesimi e per scovarla bisogna mettersi in ginocchio. Sono i piccoli segreti del mestiere che un direttore di supermercato non vi confesserà nemmeno sotto tortura. Come il trucco del sale o dello zucchero che quando li cerchi non li trovi mai. Non è un caso. Li mettiamo scientificamente in zone poco visibili, così a furia di cercarli e di girare tra gli scaffali qualcosa'altro nel carrello ci finisce. Nel Gs di via XXI Aprile il sale è in un angolo nascosto, lo zuc-

chero dietro una colonna in mezzo ai surgelati. Anche il reparto delle offerte, quello con gli articoli più diversi allineati sullo stesso scaffale, non è proprio visibile. Bisogna passarci apposta.

Cominciamo la spesa e partiamo dai pomodori pelati. Quelli Gs vengono 29 centesimi al barattolo, i Cirio 72. Più

del doppio. Passiamo alla pasta: gli spaghetti Pallante sono in confezione da un chilo a 49 centesimi. La stessa quantità di De Cecco (due pacchi) viene un euro e 74. Più del triplo. In tempo di guerra dei prezzi il modo per difendersi c'è. Basta perdere (perdere?) un po' di tempo, guardare con attenzione le etichette,

Un sabato pomeriggio con le stesse scelte, ma nel primo carrello nel secondo gli articoli m

non buttare nel carrello la prima busta che capita a tiro. E chiedere al palato qualche rinuncia.

Anche perché ci sono rinunce che non sem-

brano così difficili. Le normali cipolle nella retina vengono 69 centesimi al chilo, quelle biologiche dorate 2 euro. Pardon, 1 e 99. Oppure i limoni: quelli argentini

LA SPESA MENO CARA		
Totale spesa euro		92,78
Ecco 25 prodotti dei 40 acquistati		
		Euro
	Pane rosetta (al kg)	1,95
	Pelati Gs	0,29
	Spaghetti Gs (al kg)	0,49
	Tonno Gs (250 grammi)	1,75
	Olio Gs	2,97
	Latte lun. cons. Gs	0,45
	Petto di pollo Gs (al kg)	6,99
	Fettine bovino adulto	8,59
	Merendine Gs da 18	1,39
	Zucchine normali	1,19
	Mele Royal gala	1,09
	Insalata lattuga trocadero	0,89
	Prosciutto di montagna (l'etto)	1,34
	Detersivo lavat. Gs (3 litri)	2,89
	Detersivo piatti Gs	0,75
	Shampoo neutro Gs	1,44
	Birra lattina Factor	0,29
	Acqua 6 Guzza (da 2 litri)	1,08
	Caffè Gs	0,75
	Zucchero Gs	0,93
	Carta igienica Gs 12 rotoli	2,55
	Formaggio Fontal (al kg)	5,90
	Sale Gs	0,11
	Riso Gs (al kg)	1,09
	Biscotti frollini Gs	1,39



LA SCELTA E' IN BASSO I prodotti meno cari sono sempre negli scaffali

Marchi costa la metà

due carrelli:
prodotti «firmati»,
meno cari

vengono 99 centesimi al chilo, quelli italiani 1,39 e già questo non è così facile da capire. Ma se proprio vogliamo esagerare ci sono i limoni sudanese da 2 euro e 49

centesimi. Buccia chiara e granulosa. Belli non c'è dubbio, ma la differenza si sentirà davvero?

Per l'insalata è una questione di pigrizia. La lattuga trocadero viene 89 centesimi al chilo ma va lavata e tagliata. Se vi sembra uno sforzo esagerato potete prendere una busta di songino già pulito: un

euro e 79 centesimi. Già che siamo al banco verdure prendiamo la frutta. Le mele fuji, quella con la retina intorno che vanno tanto di moda, sono a 2 euro e 9 centesimi il chilo. Le Royal gala vengono esattamente un euro di meno. Per il sale siamo preparati e chiediamo lumi al banco del pane. Quello fino normale costa 11

centesimi; quello iodato, consigliato ufficialmente dal ministero della Salute perché la nostra dieta è povera di iodio, 89 centesimi. Somma ragionevole per carità, ma possibile che ci sia una differenza di otto volte?

Passiamo allo zucchero: Gs in busta di carta (89 centesimi) o Eridania in cartone (un euro e 35)? Qui non è solo una questione di prezzo: buona parte delle buste di carta perde e i granellini sono sparsi dappertutto. Prendiamo l'Eridania allora, tanto chi se ne accorge che viene quasi 900 lire in più. La differenza si vede tutta, invece, quando arriviamo allo scaffale dell'olio. Possiamo scegliere tra il bottiglione Gs da 2 euro e 97 e il Terre d'Italia da 8 e 49, bottiglia scura e slanciata dal «sapore asciutto e il profumo appena fruttato».

Serve qualcosa da cucinare in fretta, quando si torna a casa tardi. Bisogna scegliere tra due scuole di pensiero anche se a decidere in realtà è il portafoglio: surgelato o liofilizzato? Minestrone Findus dal banco frigo (2 euro e 76) o il Knorr in busta da uno e 31?

Il carrello è quasi pieno, ci avviciniamo alla cassa. Ecco i prodotti per la casa. Il detersivo per lavatrice della Gs è a 2 euro e 89 centesimi, il Dash viene 7 e 19. Sarà perché è al profumo di marsiglia. A fianco c'è il detersivo per i piatti. Il Gs è a 75 centesimi, lo Svelto a un euro e 89. Anche questo è al profumo di marsiglia. Marsiglia, e pensare che il sapone che usavano le nostre nonne è praticamente introvabile nei supermercati. Anzi, eccolo qui. Due pezzi un euro e 49. Quasi, quasi.

Lorenzo Salvia



il più bassi del supermercato

LA SPESA PIU' CARA		
Totale spesa euro		162,59
Ecco 25 prodotti dei 40 acquistati		
Prodotto		Euro
Pane	francese (al kg)	3,00
Pelati	Cirio	0,72
Spaghetti	De Cecco	1,74
Tonno	Adoccar	6,29
Olio	Terre d'Italia	8,49
Latte lun. cons.	Omega tre	1,54
Petto di pollo	bio	10,29
Fettine	vitallo sceltissimo	16,5
Merendine	Buondi' da B	2,19
Zucchine	con fiore	1,89
Mele	Fuji	2,09
Insalata	songino	1,79
Prosciutto	San Daniele (l'etto)	2,29
Detersivo lavat.	Dash Marsiglia	7,19
Detersivo piatti	Svelto Marsiglia	1,89
Shampoo neutro	L'Oréal	3,39
Birra lattina	Heineken	1,39
Acqua	Levissima	4,14
Caffè	Santos	2,79
Zucchero	Eridania	1,35
Carta igienica	Scottonelle	4,90
Formaggio	Fontina Aosta	12,99
Sale	Genese marino iodato	0,89
Riso	Scotti arborio	3,38
Biscotti frollini	Solcchi di sole	2,49

(Le differenze di concezione del paniere Istat e di quello Eurispes)

LE DUE BORSE DELLA SPESA

Paniere Istat

Alimentari	16,29 %
Bevande alcoliche e tabacchi	2,63 %
Abbigliamento	9,97 %
Abitazione (acqua, elettricità, combust.)	9,32 %
Mobili, articoli e servizi casa	10,60 %
Servizi sanitari e spese salute	7,10 %
Trasporti	13,42 %
Comunicazioni	3,27 %
Ricreazione, spettacoli, cultura	8,70 %
Istruzione	1,05 %
Ristorante	10,38 %
Altri beni e servizi	7,27 %

Paniere Eurispes

Alimentari	27,14 %
Abbigliamento	10,56 %
Guardaroba	0,41 %
Casa: affitto e spese correnti	27,17 %
Beni durevoli e semidurevoli casa	3,91 %
Igiene personale e pulizia per la casa	3,22 %
Spese per la salute e sanitari	3,94 %
Trasporti	8,70 %
Scuola	0,86 %
Attività bambini e giocattoli	4,29 %
Vacanze	3,31 %
Svaghi e dipporto	6,49 %

Fonte: Eurispes

COSTO DELLA VITA & DINTORNI

Gli Italiani fanno sempre più fatica ad arrivare alla fine del mese, ma tra Istat ed Eurispes i conti non tornano

Per arrivare alla fine del mese la famiglia media italiana (di giovane età) deve «tirare la cinghia». Il suo reddito, infatti, risulta quasi sempre inferiore alle spese indispensabili per mantenersi dignitosamente. Chi ha solo entrate da lavoro e deve pagare l'affitto (o il mutuo) rischia così di scivolare verso la schiera dei nuovi poveri.

Almeno, tutto ciò è quanto succede in Italia secondo l'Eurispes.

tere vhs, lo stereo, il computer, la lavatrice, l'aspirapolvere, il phon e la lavastoviglie. Vive in 85 metri quadri in un quartiere semiperiferico di una grande città o in 120 metri quadri in un piccolo centro dove gli affitti sono più bassi. «Per questo nel nostro paniere - continua Fara - non compaiono voci di semilussuosi presenti in Istat, tipo sigarette estere, servizi domestici, gas.

di ENZO RIBONI

Infine ha collocato questi nuclei familiari in 10 città diverse, dalla più piccola, Capodimonte con 1.700 abitanti, alla più grande, Roma, ed è andata nelle stesse località a rilevare i prezzi dei beni del paniere. Ed è proprio qui la debolezza dei suoi risultati rispetto a quelli Istat, la quale contrappone l'argomento che le sue rilevazioni sono fatte a tappeto e capillarmente in tutte le

con queste premesse Eurispes ha costruito quattro famiglie tipo e ha rilevato i redditi

città, a quella di provincia, alla cittadina e al paese, dal Nord al Centro, al Sud. «Inoltre - attacca maliziosamente Fara - l'Istat le rilevazione le fa fare agli impiegati comunali, noi ai nostri specialisti di statistica».

Alla fine di tutto, ecco allora alcuni dei verdetti Eurispes sull'impossibilità degli italiani di sostenere il carovita. La coppia mutatore-cassiera, a Capodimonte, che è la meno cara, ogni mese ha

La «guerra del paniere»

spes, l'istituto privato di «studi politici economici e sociali» che attacca frontalmente l'Istat, contrapponendo il proprio «paniere» a quello dell'Istituto nazionale di statistica e arrivando a concludere che il costo della vita è ben più alto di quello ufficiale.

«Le voci del paniere Istat - sostiene il presidente Eurispes, Gian Maria Fara - non riflettono gli stili di vita delle famiglie italiane e, soprattutto, le singole voci hanno un peso poco realistico». Un esempio? Prima di tutto le spese per l'abitazione.

Secondo l'Istat queste ammontano al 9,32% di tutte le uscite famigliari, mentre l'Eurispes è convinta che pesino tre volte di più, per il 27,17%. L'enorme differenza di valutazione scaturisce da una semplice ma determinante questione: l'istituto privato di statistica tiene conto in modo importante delle spese per l'affitto.

«E' vero, come sostiene l'Istat - spiega Fara - che la maggior parte degli italiani possiede la casa in cui vive, ma è altrettanto vero che alla minoranza che paga l'affitto, si aggiunge una grande quota di giovani famiglie che hanno acquistato la casa e stanno pagando un mutuo paragonabile o addirittura superiore a un affitto».

Ecco allora l'identikit della famiglia tipo, quella su cui Eurispes costruisce il suo paniere. E' composta da quattro persone, un padre di 38 anni e una madre di 30 che lavorano a tempo pieno, un figlio maschio di 8 anni e una femmina di 6. Fa economia su tutte le voci del bilancio, in particolare su svaghi e divertimenti, e fa la spesa solo agli ipermercati. Possiede una Fiat Punto di 3 anni, un televisore, il let-

rage, noleggio di automobili, taxi, trasporti aerei, imbarcazioni, luna park, stabilimenti balneari (la famiglia fa 15 giorni di vacanza in montagna), discoteche, lot-

tole diverse coppie di genitori di riferimento: muratore-cassiere, professore-maestra, dirigente-borsista universitaria, bancario-commerciale.

di a 2.888 euro, a fronte di un reddito netto mensile di 2.482 euro: è sotto cioè di 406 euro. Molto meno di quanto rosso avrebbe se abitasse nella carissima Bologna: -1.145 euro al mese. Altrettanto problematica è la vita per le altre coppie. Professore-maestra: -343 euro a Capodimonte e -1.082 a Bologna.

Dirigente-borsista: -278 euro e -1.017. Bancario-commerciale: -123 e -862. Tutti in rosso, dunque, e quindi tutti impossibilitati a sopravvivere? Secondo Eurispes sicuramente sì, se le giovani coppie hanno solo redditi da (primo) lavoro. Fortunatamente, però, c'è la rete familiare di sostegno (regali di genitori e nonni) e, soprattutto, l'indispensabile entrata extra di un secondo lavoro, spesso in nero.



DA VITERBO A BOLOGNA

(Confronto su base annua fra la spesa della famiglia tipo con i redditi da lavoro ipotizzati nelle dieci località monitorate)

Città	Spesa minima necessaria	Muratore e cassiera	Professore e maestra	Dirigente e universit.	Bancario e commerc.
Capodimonte (VT)	34.565	-2.398	-1.705	-1.697	21
Noci (BA)	35.069	-2.802	-2.109	-2.101	-383
Torino	35.233	-2.966	-2.273	-2.265	-547
Caserta	36.565	-4.298	-3.605	-3.597	-1.879
Genova	36.796	-4.529	-3.836	-3.828	-2.110
S. Benedetto (AP)	37.578	-5.311	-4.618	-4.610	-2.892
Cosenza	37.966	-5.699	-5.006	-4.998	-3.280
Roma	39.728	-7.461	-6.768	-6.760	-5.042
Treviso	40.588	-8.321	-7.628	-7.620	-5.902
Bologna	43.538	-11.271	-10.578	-10.570	-8.852

Fonte: Eurispes

LA POLEMICA • Accuse, polemiche e nuovi esperimenti: il duello in corso tra gli istituti di ricerca

«Ve lo dico io come spende la famiglia»

Se l'Eurispes si concentra su quattro famiglie tipo, l'Istat vuol monitorare la «grande famiglia italiana di 57 milioni di persone». In realtà, l'Istat produce tre diversi indici dei prezzi al consumo: per l'intera collettività (Nic), per le famiglie di operai e impiegati (Foi) e l'indice armonizzato europeo. Il Nic considera l'Italia come fosse un'unica grande famiglia di consumatori, ovviamente con all'interno abitudini di spesa molto differenziate. Nic e Foi si basano sullo stesso paniere, ma il peso dei beni è diverso.

Intanto, proprio nei giorni in cui l'Eurispes lancia le sue bordate contro il paniere Istat, a Roma l'Istituto pubblico di statistica non stava a subire. Dalla tribuna della «Settima conferenza nazionale di statistica», infatti, il presidente dell'Istat, Luigi Biggeri, pur non entrando in polemica diretta con il con-

tro-paniere Eurispes, ha affrontato la questione «costo della vita» aprendo spiragli alle eventuali e possibili integrazioni del paniere oggi in vigore.

Biggeri, che è anche presidente del «Comitato nazionale di valutazione del sistema universitario» (Cnvsu) nonché professore ordinario di Statistica economica all'università di Firenze, ha spiegato che l'Istat «sta facendo rilevazioni ed esperimenti per vedere se è possibile costruire indici appositi per pensionati e famiglie a basso reddito». Un obiettivo che viene ritenuto «molto difficile, perché bisognerebbe conoscere esattamente i comportamenti di consumo e i canali distributivi utilizzati» da quei soggetti.

Proprio quei comportamenti che, invece, l'Eurispes ritiene di aver esattamente individuato relativamente alla giovane famiglia ti-

po italiana, ma che l'Istat considera poco sostenuti da criteri scientifici.

L'accusa di scarsa scientificità, del resto, rimpalla da un istituto all'altro. Biggeri, per esempio, sempre in occasione della conferenza di Roma, aveva aperto ulteriormente alla modifica degli indici Istat sostenendo che: «Se le parti sociali e il governo fanno un tavolo e decidono come stabilire la struttura del paniere, noi avremo tutti gli strumenti per costruire nuovi indici del costo della vita». Un'affermazione che ha reso ancora più aggressivo l'attacco di Eurispes. «Non è possibile - ha commentato infatti il presidente Gian Maria Fara - che un istituto che dovrebbe basare la sua autorevolezza solo su criteri di scientificità vada a chiedere agli altri come preferiscano venga fatto il paniere. Ci vuole una vera indipendenza dai governi».

2° Premio tesi di laurea

sul

CONSUMO SOSTENIBILE



RELATIVE AI FILONI DI RICERCA

- * Economia solidale
- * Legislazione e giurisprudenza a favore dei consumatori
- * Informazione e "trasparenza" nel mercato
- * Diritti dei consumatori e degli utenti Movimenti consumeristi
- * Strumenti economici per un consumo più sostenibile
- * Pregi e difetti della concorrenza nei mercati interni ed internazionali
- * Qualità e costi dei consumi alimentari
- * Sicurezza degli utenti e dei consumatori
- * Unione Europea e politiche per i consumatori
- * Commercio equo e solidale
- * Risparmio e lotta agli sprechi
- * Vantaggi delle energie rinnovabili

La Fondazione ICU ha come fine statutario la ricerca e la divulgazione delle tematiche consumeriste, la creazione di corsi di aggiornamento e il sostegno alle associazioni dei consumatori, in particolare Federconsumatori, che l'ha promossa una decina di anni fa.

A questo scopo, tra l'altro, pubblica i "Quaderni ICU", che si possono richiedere gratuitamente alla sede della Fondazione (tel. e fax 041.935.666).

Dal 2004 indice il premio per tesi di laurea sul "Consumo sostenibile", con l'intento di allargare il patrimonio di ricerche da divulgare con i "Quaderni".

1° premio € 750,00
e pubblicazione sui
"Quaderni ICU"
eventualmente per estratto

2° premio € 250,00
e pubblicazione sui
"Quaderni ICU"
eventualmente per estratto

3° premio
segnalazione
sui "Quaderni ICU"

Sono ammesse al concorso le tesi discusse in una Università italiana negli anni accademici dal 2000-2001 in poi, **INVIATE ENTRO IL 30 SETTEMBRE 2005** a: Fondazione ICU - Viale Venezia, 7 - 30171 Venezia Mestre.

La copia (da inviare sia in versione cartacea che su CD-Rom f.to Word) non verrà restituita e il lavoro potrà essere pubblicato, a firma dell'autore, nei quaderni ICU e sulla rivista Gaia. **È necessario inoltre compilare la scheda di partecipazione, che può essere richiesta alla Fondazione ICU o scaricata dal sito web www.ecoistituto-italia.org**

La giuria, composta dal CdA della Fondazione ICU: Michele Boato, Tito Cortese, Anna Ciaperoni, Ugo Ruffolo, Graziano Cioni, si riserva di non attribuire il 2° e 3° premio.

QUADERNI ICU - ISTITUTO CONSUMATORI UTENTI

Collana curata da Michele Boato e da Paolo Stevanato

Sono già stati pubblicati i seguenti Quaderni:

- 1 - **BIOTECNOLOGIE E STRUMENTI DI TUTELA DEL CONSUMATORE**
a cura di Ugo Ruffolo, 1998
- 2 - **GESTIONE DELLE RISORSE IDRICHE E INTERESSI DEI CONSUMATORI**
a cura di Antonio Casella e Rodolfo Tosetti, 1999
- 3 - **POLIZZA R.C. AUTO E LE CLAUSOLE ABUSIVE**
a cura di Pietro Maria Putti, 1999
- 4 - **LA PUBBLICITÀ INGANNEVOLE - COME DIFENDERSI**
a cura di Rosaria Garozzo e Ugo Ruffolo, 2000
- 5 - **PUBBLICITÀ INGANNEVOLE, parte seconda. L'ATTIVITÀ E LE SENTENZE DEL GARANTE DELLA CONCORRENZA**, a cura di Paolo Stevanato, 2001
- 6 - **GUIDA AL CONSUMO CONSAPEVOLE**
di Anna Ciaperoni, 2002
- 7 - **ACQUE MINERALI ED ACQUE POTABILI, TRA QUALITÀ E BUSINESS**,
di Giovanna Falco, 2003
- 8 - **INFLAZIONE. COME CAMBIA PER FAMIGLIE POVERE E RICCHE. PROPOSTE PER MISURARLA MEGLIO** di Aldo Carra, 2003
- 9 - **MODELLI DI CONSUMO E IMPATTO DELL'INFLAZIONE SUI REDDITI**
di Aldo Carra, 2004
- 10 - **TUTTI ALLE BANCARELLE? - 3° Rapporto ICU su prezzi, spesa e redditi delle famiglie italiane**
di Aldo Carra, 2005

I Quaderni ICU vengono inviati gratuitamente a chi ne fa richiesta alla segreteria della Fondazione ICU, viale Venezia 7, 30171 Mestre (Ve), tel. e fax 041/935666, e-mail fondazioneicu@virgilio.it

I Quaderni arretrati si possono richiedere inviando un contributo di almeno 5 euro per ogni copia su ccp 53308821 intestato a: Fondazione ICU, viale Venezia, 7 - 30171 Venezia Mestre (Ve).