

CONSUMI**Hi-tech e «bianchi»,
attese di ripresa**

■ Vendite al dettaglio e consumi fuori casa, auto, hi-tech e grandi elettrodomestici. Sono questi i prodotti che nel prossimo quadrimestre risponderanno meglio al

tam tam del ritorno dei consumi delle famiglie. Restano invece in stand-by gli acquisti di generi alimentari, l'abbigliamento, le calzature e il legno-arredo, anche se ci si attende un rallentamento della caduta degli ultimi anni.

► pagina 13

Congiuntura/1. Settore per settore un'indagine sulla propensione alla spesa da parte delle famiglie nei prossimi mesi

Consumi, un risveglio a singhiozzo

Premiati beni durevoli e hi-tech - Ancora prospettive negative per mobili e abbigliamento

Enrico Netti

■ Vendite al dettaglio, consumi fuori casa, auto, hi-tech e grandi elettrodomestici. Sono i comparti che da qui a fine anno risponderanno meglio al ritorno dei consumi da parte delle famiglie. Restano invece in stand-by gli acquisti di generi alimentari, l'abbigliamento, le calzature e il legno-arredo che riusciranno solo a rallentare un po' la caduta vista negli ultimi anni.

È quanto emerge da un'indagine svolta dal Sole 24 Ore presso le principali associazioni che vendono beni di consumo. Il sentimento è intonato a un cauto ottimismo, anche perché la flebile ripresa della spesa degli italiani resta legata a doppio filo alla congiuntura internazionale e alle variabili della pressione fiscale. Il clima che si respira è quello di una ripresa, come ha confermato l'ultimo indicatore di Confcommercio (si veda Il Sole 24 Ore del 10 settembre), che ha fatto segnare la migliore variazione tendenziale negli ultimi cinque anni. La voglia di spendere, a detta delle associazioni interpellate, c'è e continuerà anche nei prossimi mesi, quelli *clou* per lo shopping natalizio.

Una ripresa lenta

Le famiglie privilegeranno soprattutto auto, elettronica di consumo ed elettrodomestici. «È una ripresa *slow*, che parte dai beni durevoli e con un gap territoriale: il Nord l'ha già agganciata, mentre il Sud arranca - sottolinea Fulvio Bersanetti, economista di RefRicerche-. Nel 2016 le cose potrebbero migliorare, ma incombono le clausole di salvaguardia che potrebbero stroncare ogni chance di ripresa».

Quello per il bianco e l'elettronica è uno shopping ragionato, che sembra destinato a continuare. «Se il potere d'acquisto non subirà scossoni, anche l'ultima parte dell'anno dovrebbe mantenere un'intonazione positiva - osserva Davide Rossi, direttore generale di Aires, l'associazione che rappresenta le maggiori insegne specializzate -. Mala situazione è difficile da sostenere a causa dell'alta pressione promozionale che taglia i margini». Una spinta positiva è arrivata in estate dal caldo torrido, che ha svuotato i magazzini dei condizionatori, con un effetto extra che si vedrà nei consuntivi.

L'estate e il turismo hanno giovato anche ai consumi fuori casa. «C'è un po' più di ottimismo rispetto al passato e l'Expo si sta rivelando un successo - afferma Lino Stoppani, presidente Fipe (pubblici esercizi) -, ma negli ultimi anni i fatturati sono stati falciati dalla crisi». Per fine anno il sentimento del settore è moderatamente positivo (+1%) con una ripresa dell'occupazione intorno all'1,1 per cento.

Un altro indicatore chiave è la conferma della ripresa dell'auto. In base alle previsioni di Promotor, a fine anno le immatricolazioni potrebbero tornare sopra la soglia di 1,5 milioni di vetture, circa il 15% in più rispetto al 2014.

C'è poi il mondo del digitale che attira la spesa delle famiglie. Per la connettività al web, secondo i dati del Politecnico di Milano, la spesa 2014 ha superato i 3,1 miliardi, mentre per le pay tv si resta sui 3 miliardi. Quest'anno si attende una lieve ripresa (tra il +1 e il +2% secondo *As-sinform*/NetConsulting cube) della spesa consumer in tecnologie digitali dopo anni di calo e a Natale le vendite di smartphone, dopo

le novità di Samsung e Apple, dovrebbero crescere del 10 per cento.

Domanda in stallo

Non mancano però i settori che faticano a uscire dalla crisi come l'alimentare. «Nel primo semestre il calo in volume delle vendite è stato vicino all'1% - sottolinea Luigi Scordamaglia, alla guida di Federalimentare -. Ma se si confermeranno i segnali di tenuta visti da luglio il bilancio di fine anno potrebbe chiudersi con un +0,1 o un +0,2%, un dato deludente».

Difficile immaginare una tenuta del comparto dell'arredo senza il bonus mobili. Grazie a questa misura la perdita del 2014 (-4,2%) sarebbe stata ben più drammatica, ma quest'anno la domanda interna dovrebbe segnare, secondo Federlegno, un altro -0,9 per cento. Nei prossimi mesi le cose potrebbero migliorare: a dirlo sono le previsioni di FIndomestic, da cui emerge un certo interesse nel rinnovare i mobili di casa.

Infine, nessuna svolta positiva in vista per abbigliamento e calzature, anche se ci sono segnali di recupero - spiegano da Sistema Moda Italia e da Assocalzature - grazie a un leggero ritorno agli acquisti. Insomma, rallenta la caduta, ma i consumi rimarranno in territorio negativo.











enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le attese

SETTORI

	Vendite 2014 in miliardi	Previsioni di vendita nell'ultimo trimestre 2015 variazioni % sullo stesso periodo dell'anno precedente
 Auto	-	+14,0/+15,0
 Grandi e piccoli elettrodomestici	2,0*	+4,0/+5,0
 High tech	6,3*	+2,0/+3,0
 Tlc e contenuti digitali	23,2	+1,0/+2,0
 Vendite al dettaglio	-	+1,2
 Consumi fuori casa	67,8	+1,0/+1,2
 Alimentare	220**	+0,1/+0,2
 Calzature	3,7	-
 Arredamento	18,4	-0,9
 Abbigliamento	30,0	-1,0

(*) Primo semestre 2015 - (**) Stime - Fonte: Elaborazione IlSole24Ore su dati Assinform/NetConsulting Cube, Assocalzaturifici, Centro Studi Promotor, Confindustria, Federlegno, Fipe, GfK, Sistema moda Italia