12 ottobre 2013 12:10

ITALIA: Con crisi si torna a mangiare a casa. Confcommercio

L'inasprimento della crisi tra il 2011 e 2012 costringe le famiglie italiane a tagliare sempre di più i consumi e se si torna a mangiare in casa, l'impatto più drastico del calo delle quote di spesa si registra soprattutto su automobili, abbigliamento e calzature con una riduzione di mezzo punto percentuale. E' quanto emerge dall'indagine di Confcommercio sulle abitudini di spesa degli italiani. "L'alimentazione in casa cresce nel 2012 a causa dell'eccezionale crollo di redditi e consumi totali: al contrario di quanto accade nei periodi di crescita, nei periodi fortemente recessivi la quota dei beni basici sul budget complessivo sale". Per Confcommercio "è l'ennesima testimonianza della gravità della crisi. In particolare nell'ultimo anno in cui il calo dei consumi ha assunto dimensioni significative, le famiglie, strette dalla necessità di sostenere spese come quelle per la casa difficilmente comprimibili e nel tentativo di mantenere gli acquisti di alcuni beni e servizi ritenuti sempre più importanti nella definizione del benessere individuale, hanno operato un forte ridimensionamento nell'acquisto di beni quali i mezzi di trasporto e l'abbigliamento e le calzature". In un solo anno "l'incidenza sulla spesa per questi beni si è ridotta di mezzo punto percentuale. I prodotti di questi settori hanno tra l'altro una forte rilevanza all'interno della filiera del made in Italy con gli inevitabili riflessi negativi in termini di produzione e occupazione".