26 settembre 2001 0:00

FRENO

DELLE VENDITE AL DETTAGLIO A LUGLIO
E A SETTEMBRE, COSA SUCCEDERA'? SI PUO' EVITARE IL COLLASSO? FORSE SI'!

Firenze, 26 Settembre 2001. Le vendite al dettaglio di luglio hanno registrato un aumento dell'1,4% complessivamente, con un dato di aumento degli ipermercati (+8,6%) che deve far riflettere su quali possono essere i provvedimenti perche' non si arrivi al tonfo.
Cosi' interviene il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito.
Infatti il positivo 1,4% -come rileva il centro Studi della Confcommercio- va depurato della componente di prezzo, e fa registrare una diminuzione in termini reali superiore all'1%. E siamo nel mese di luglio, quando il fervore dell'attivita' vacanziera e' foriero di acquisti e spese. Per i dati di settembre dovremo attendere altri due mesi, ma visto quello che e' successo e sta succedendo nel mondo dopo le stragi Usa, e visti i dati di settembre della confidenza dei consumatori Usa (l'indice ha segnato 97,6, il piu' basso livello da gennaio del 1996, rispetto a 114 di agosto), non ci sara' da aspettarsi grandi performance. Del resto, sono dati di questi giorni che le spese dei consumatori nel settore trasporti e viaggi sono cosi' calate che stanno mettendo in ginocchio gli operatori del settore, e non c'e' Governo al mondo che non stia prendendo provvedimenti per impedire un bagno di disoccupazione e fallimenti.
Una situazione in cui, prima di gridare aiuto quando ormai sara' troppo tardi, occorre porvi rimedio subito, con l'unico provvedimento possibile: il recupero della fiducia dei consumatori in un mercato che sia in grado di rispondere offrendo cio' che e' maggiormente richiesto. Quel +8,6% delle vendite di luglio nei supermercati e', a nostro avviso, l'indicatore principale, perche' e' in questi esercizi che il consumatore trova le offerte migliori dal punto di vista economico e le premia, grazie anche a standard di qualita' che lasciano pochi margini di confronto con pari prodotti distribuiti in esercizi diversi (e' ovvio che non va considerata la nicchia dei prodotti di alta qualita' e lusso, anche se pure questi prodotti hanno una buona presenza e nicchia anche negli ipermercati).
Se la risposta deve essere quella dell'apertura dei mercati dove il consumatore preferisce spendere perche' spende meno, e' opportuno stimolare l'acquisto quantitativo a costi contenuti.
Ma su questa necessita' sta per abbattersi una tegola grande quanto una montagna: l'entrata in vigore, il prossimo 25 ottobre, della nuova legge sulle vendite sottocosto. Pur essendoci gia' leggi contro l'attivita' predatoria che impedirebbero qualunque concentrazione di mercato (come sottolineato dall'Antitrust in una sua nota dove esprimeva contrarieta' a questa legge), si e' voluto far rientrare dalla finestra cio' che la legge Bersani sul commercio aveva fatto uscire dalla porta, reintroducendo una ferrea regolamentazione delle vendite a saldo, che sono quelle che il consumatore preferisce.
Se si crede che le scelte dello Stato (perche' di questo si tratta con questa nuova legge) in sostituzione di quelle dei singoli consumatori, possano dare certezza al mercato, visti i dati di luglio delle vendite al dettaglio, nonche' cio' che ci aspetta nei prossimi mesi (tra cui anche l'avvio dell'Euro a tutti gli effetti, con ripercussioni non secondarie sulla semplicita' e sulla lievitazione dei prezzi), si e' completamente fuori strada. E si sta imboccando la strada verso il baratro. Quindi sospendiamo l'introduzione di questa legge, almeno fino ad aprile, auspicando che il Parlamento ci rimetta mano.