

Una frenata più brusca di quanto atteso, da cui non si salva nemmeno l'online, e che per i piccoli negozi è la peggiore degli ultimi 5 anni. Uno stop che purtroppo conferma il nostro allarme sui consumi: secondo le nostre stime, nel 2018 difficilmente cresceranno più dell'1%, il risultato più basso dal 2014. Così Confesercenti sui dati Istat relativi alle vendite del commercio al dettaglio a settembre. A soffrire di più sono le vendite di beni alimentari, con una riduzione rispetto a settembre 2017 di 1,6% in valore e 3,1% in volume, mentre i non alimentari fanno registrare rispetto rispettivamente -3,1% in valore e -2,6% in volume. Considerando i 9 mesi già trascorsi, la variazione media si attesta a -0,7% in volume. La frenata di settembre coinvolge tutte le forme distributive: la grande distribuzione (-1,2%) e persino il commercio online, con le vendite dell'eCommerce che vedono passare il progresso sull'anno dal +8,6% di agosto al ben più modesto +2,7% di settembre, quasi un terzo. Non c'è dubbio, però, che il crollo peggiore sia stato registrato dai negozi, che a settembre segnano una diminuzione sull'anno del -4,3%, ottavo risultato negativo su nove mesi del 2018 ed il peggiore dal 2013. A pesare sui consumi è un clima di crescente incertezza, dovuto anche alle indeterminatezze che ancora circondano la manovra di bilancio, tuttora al centro di un confronto-scontro con le autorità europee. Una situazione che non preoccupa solo i mercati, ma anche gli operatori economici e le famiglie. Anche il miglioramento del clima di fiducia di queste ultime, infatti, è ascrivibile soprattutto alle valutazioni sulle prospettive future: i giudizi sul clima economico, personale e corrente invece peggiorano. Le nostre imprese, inoltre, ci segnalano il perdurare del rallentamento delle vendite, e anche il dinamismo del turismo pare essersi appannato. "Il governo - dichiara Patrizia De Luise, Presidente Confesercenti - deve ristabilire la fiducia, e risolvere la "questione manovra" è il primo passo necessario. Occorre riprendere un dialogo costruttivo con l'Europa per poter dare, nel più breve tempo possibile, sicurezze alle imprese ed ai consumatori sui provvedimenti in arrivo. Tra sette giorni dobbiamo dare una risposta chiara e autorevole alla Commissione europea. Un appuntamento a cui bisogna arrivare sapendo che non possiamo più permetterci questo clima di incertezza, che rischia di diventare un macigno sui consumi interni e pregiudicare ancor più la crescita".