

ALLARME ULTERIORE CRESCITA DEL DISAGIO SOCIALE A CAUSA DALLA COMPONENTE INFLAZIONISTICA

# L'analisi di Confcommercio Preoccupano le vendite

**C**onfcommercio manifesta preoccupazione per l'andamento delle vendite e il rallentamento dell'economia che comporteranno l'aumento del disagio sociale.

Tortorelli

segue a pagina 9

CONFCOMMERCIO PREOCCUPAZIONE PER ANDAMENTO DELLE VENDITE

## «Ulteriore crescita del disagio sociale» Causata dalla componente inflazionistica

GUIDO TORTORELLI

**C**onfcommercio Basilicata ha espresso grande preoccupazione per l'andamento delle vendite e, di conseguenza, per il rallentamento dell'economia che comporteranno un'ulteriore crescita del disagio sociale. «L'ampliamento dell'area del disagio sociale - dichiarano in una nota -, ancor più accentuato al Sud e in Basilicata, continua ad essere determinato esclusivamente dalla componente inflazionistica. Il calo registrato, in termini congiunturali, dalle vendite nel mese di marzo scorso, dunque, non è una sorpresa ed è in linea con il rallentamento dell'economia e la persistente crescita dell'inflazione».

Chiaramente le famiglie lucane hanno già assunto atteggiamenti decisamente più prudenti sui consumi «in particolare per quei segmenti ritenuti meno necessari. Situazione che si legge anche nel rallentamento registrato nei periodi più recenti dal commercio elettronico».

Anche a marzo i prezzi dei beni e dei servizi ad alta frequenza d'acquisto hanno mostrato un'accelerazione, con una crescita al 6,5% su base annua. «Il permanere di una dinamica espansiva

dei prezzi soprattutto per quei beni e servizi che le famiglie acquistano con maggior frequenza e ai quali è difficile rinunciare - aggiunge Confcommercio - sono inevitabilmente destinate a modificare in negativo i comportamenti d'acquisto delle famiglie».

Secondo i dati preliminari diffusi dall'Istat c'è stato infatti un calo dello 0,5% in valore e dello 0,6% in volume rispetto al mese precedente, con le vendite di beni non alimentari giù dello 0,8% in valore e dello 0,7% in volume e quelle degli alimentari stazionarie in valore e in calo in volume (-0,6%). In confronto allo stesso mese del 2021 risulta un aumento del 5,6% in valore e del 2,5% in volume, mentre su base trimestrale emerge una crescita in valore (+0,2%) e una diminuzione in volume (-0,8%). Dal confronto con lo stesso mese dell'anno precedente emerge un aumento per i beni non alimentari (+11,6% in valore e +10,4% in volume) mentre i beni alimentari registrano una diminuzione in valore (-0,5%) e, in modo più netto, in volume (-6%). Tra i beni non alimentari, in crescita tendenziale tutti i gruppi di prodotti a eccezione di Dotazioni per l'informatica, telecomunicazioni e telefonia (-0,5%). Gli aumenti maggiori

riguardano Calzature, articoli in cuoio e da viaggio (+24,6%), Mobili, articoli tessili, arredamento (+20,9%) e Abbigliamento e pellicceria (+20,5%). Sempre rispetto a marzo 2021, il valore delle vendite cresce per la grande distribuzione (+4,6%), le imprese operanti su piccole superfici (+7,7%) e le vendite al di fuori dei negozi (+7%), mentre è in calo il commercio elettronico (-3,9%).

Per Confcommercio dunque «comincia a riemergere la difficoltà di sviluppo del fatturato da parte delle aziende fino a 5 addetti che da noi nel commercio sono la grande maggioranza delle imprese: nei primi tre mesi del 2021 la variazione tendenziale delle vendite a valore è quasi metà rispetto a quella delle imprese più strutturate e, al netto dell'inflazione al consumo, si avvicina pericolosamente a una condizione di riduzione dei volumi».



