

11. I consumi in provincia di Treviso

di Vittorio Filippi

1. Il contesto odierno e lo scenario dei consumi

Incertezza, pessimismo e paura per il futuro sono i sentimenti prevalenti tra le famiglie italiane nei primi mesi del 2013. I consumi pro capite, ritornati ai livelli di metà anni novanta ed in rapida flessione da quattro anni, sono solo l'aspetto esteriore più evidente della crisi che attanaglia il paese. Il forte deterioramento del mercato del lavoro diviene la prima chiave di lettura di questa fase del ciclo economico.

Questi, in sintesi, sono i principali risultati dell'Outlook di Censis-Confercommercio realizzato ad aprile del 2013, che dice anche che le spese per i consumi non crescono più perché in un breve arco temporale:

- si è manifestata con tutta evidenza una marcata riduzione del reddito disponibile delle famiglie, non solo in relazione al lavoro dipendente
- il mercato del lavoro si è fortemente deteriorato, come mostra la rapida crescita del ricorso agli ammortizzatori sociali, i casi ormai diffusi di perdita di lavoro, la marcata presenza di forme di lavoro irregolare, la difficoltà per le giovani generazioni di trovare una prima occupazione
- si è erosa la capacità di risparmio di un consistente numero di famiglie rendendo più incerto il futuro.

Molte famiglie sono oramai a corto di risorse da destinare ai consumi ed a questo si aggiunge una paura diffusa legata alla forte instabilità del mercato del lavoro, divenuto per molti a rischio o inaccessibile.

In Italia più di un milione di famiglie uno dei componenti lavora in questo momento senza contratto e per 675.000 famiglie uno dei componenti lavora con contratto irregolare. Quasi il 30% dei lavoratori dipendenti dichiara di avere registrato negli ultimi sei mesi una riduzione nel proprio reddito da lavoro, mentre solo per il 4% il reddito è cresciuto. Inoltre le situazioni di lavoratori in cassa integrazione guadagni o licenziati risultano piuttosto diffuse.

Oltre 11 milioni di famiglie temono di non riuscire a mantenere l'attuale tenore di vita e per 14 milioni e mezzo di famiglie risparmiare è divenuto molto più difficile tanto da mettere in dubbio la possibilità di migliorare o di mantenere l'attuale tenore di vita. Più di 13 milioni di famiglie avrebbero qualche difficoltà economica ad affrontare in questo momento spese improvvise piuttosto consistenti (come spese mediche, riparazioni di autovettura), così come circa il 28% dei nuclei

familiari mostra difficoltà sia a rispettare scadenze di pagamento, inclusi tasse e tributi.

Il mercato del lavoro, sostanzialmente fermo, genera paure diffuse, tanto che tra gli occupati:

- il 25% teme di poter perdere nei prossimi sei/sette mesi il proprio lavoro
- per il 27% vi potrebbe essere una riduzione dello stipendio per il prolungarsi della recessione.

Il triste “modello delle tre r” ovvero rinuncia-rinvia-risparmia, per gran parte degli italiani prosegue nel 2013, dopo essere divenuto evidente con l’inasprirsi della crisi nel 2012. In particolare per i primi sei mesi dell’anno le famiglie che prevedono di effettuare una spesa consistente per voci come la ristrutturazione della casa, o l’acquisto di un elettrodomestico, o di mobili o di un mezzo di locomozione risultano ai minimi rispetto a quanto rilevato nei quattro anni precedenti nell’ambito dell’Outlook di Confcommercio-Censis. Cresce, viceversa la percentuale di famiglie che per il momento rinvia questo tipo di spese.

Rispetto ad un anno fa (marzo 2012) aumenta inoltre la percentuale di famiglie che dichiara di non essere riuscita a coprire totalmente con le proprie entrate mensili le spese correnti; si passa dall’11% al 17% del campione, che ricorre, così, sempre più frequentemente ad utilizzare i risparmi in banca, a piccoli prestiti e, non ultimo, a rinviare i pagamenti procrastinabili.

In questo contesto il clima di fiducia risulta deteriorarsi ulteriormente rispetto alle rilevazioni precedenti. Nei primi mesi del 2013 la quota di pessimisti risulta quindi maggiore degli ottimisti, rispettivamente il 37,5% del campione ed il 31,7%, ma soprattutto riguadagna terreno il senso di incertezza passato dal 16% rilevato a settembre 2012 all’attuale 30,8%.

Con le premesse e lo scenario sudescritte da Censis e Confcommercio che delineano la parte iniziale dell’anno non meravigliano di certo le tendenze sotto riportate. Per cominciare, l’ultima indagine sulla fiducia dei consumatori prodotta dall’Istat suona molto male. Male perché anche a marzo l’indice del clima di fiducia dei consumatori diminuisce a 85,2 da 86,0 del mese precedente.

Diminuisce sia la componente riferita al quadro economico (il relativo indicatore scende da 72,7 a 68,8) sia, in misura più lieve, quella relativa al clima personale (l’indicatore passa da 91,7 a 91,4).

In aumento risulta l’indicatore del clima futuro (da 79,9 a 80,2), mentre diminuisce quello riferito alla situazione corrente (da 91,1 a 89,2).

I giudizi e le attese sulla situazione economica del paese peggiorano (da -142 a -148 e da -59 a -62 i rispettivi saldi). Ed aumentano le attese sulla disoccupazione (da 99 a 104 il saldo).

Le valutazioni sulla situazione economica della famiglia peggiorano (il saldo passa da -74 a -76 per i giudizi e da -26 a -30 per le attese). Aumenta il saldo dei giudizi sul bilancio familiare (da -28 a -23). Anche le valutazioni sulle opportunità attuali di risparmio sono in peggioramento (da 139 a 132 il saldo), mentre le attese

sulle possibilità future sono in miglioramento (da -91 a -81 il saldo). Le opinioni sull'opportunità all'acquisto di beni durevoli invece peggiorano (da -111 a -114 il saldo).

I giudizi sull'evoluzione recente dei prezzi al consumo diminuiscono. Le valutazioni sull'evoluzione dei prezzi nei prossimi dodici mesi indicano una stazionarietà della dinamica inflazionistica, che fa pensare ad una possibile virata deflazionistica dovuta evidentemente alla debolezza della domanda di beni e servizi.

A livello territoriale, il clima di fiducia aumenta lievemente al centro, mentre diminuisce nel resto del paese.

È una situazione di impoverimento: in Veneto infatti i consuntivi per il 2012 indicano una nuova contrazione del Pil di quasi due punti (-1,9%); Per cui rispetto al livello pre-crisi (2007) la contrazione cumulata risulta pari a circa sette punti e le previsioni disponibili per il 2013 scontano un'ulteriore modesta contrazione (-0,4%). Rispetto al 2007 i consumi delle famiglie sono calati del 5% e gli investimenti del 20%; solo le esportazioni hanno assicurato una qualche dinamicità alla domanda ma anch'esse negli ultimi trimestri hanno evidenziato un forte rallentamento.

In termini di Pil pro capite al netto dell'inflazione si può calcolare che il livello attuale (circa 26.400 euro nel 2012 a prezzi 2005) corrisponde a quello del 1995-1996: in pratica sono quasi vent'anni che non vi è stata crescita.

Secondo l'Osservatorio annuale di Findomestic Banca, dopo la recessione del 2008-2009 il biennio 2010-2011 ha visto una maggiore reattività dell'economia veneta che è cresciuta più della media nazionale. Anche nel 2012, nonostante la riduzione generalizzata del Pil, l'andamento della regione è stato migliore di quello dell'Italia e anche di quello del nord-est. Nel 2012, inoltre, poco più modesta della media nazionale è stata la flessione del reddito disponibile procapite (-2,0% rispetto al -2,1% dell'Italia); l'indicatore nella regione si è attestato 19.603 euro pro capite, valore più elevato della media nazionale per 1.909 euro per abitante, ma più basso di 853 euro per abitante rispetto a quella del nord-est. Ad eccezione di Venezia, Padova (-1,7% entrambe), Vicenza (-1,8%) e Treviso (-2%) sono le province venete nel 2012 hanno evidenziato un calo del reddito disponibile procapite superiore al 2% e particolarmente intenso a Belluno (-2,8%). Sempre nel 2012 l'indicatore ha mostrato il livello più elevato a Padova e Venezia (20.485 e 19.879 euro per abitante, rispettivamente), seguite da Verona (19.614 euro per abitante), Vicenza (19.526 euro per abitante) e Treviso (19.392 euro per abitante); i valori più modesti si sono registrati, invece, a Rovigo (16.952) dove il reddito disponibile è più basso di oltre 740 euro per abitante rispetto alla media nazionale.

In Veneto la stretta sul reddito disponibile sperimentata nel 2012 si è riflessa in maniera consistente sulla spesa familiare destinata ai durevoli: l'indicatore si è attestato sui 2.297 euro, evidenziando un calo del 15,2% (-14,6% in Italia e nel nord-est). In comparti che esercitano un peso consistente sulla spesa complessiva, i mobili e le auto usate, si sono registrate flessioni più ampie della media nazionale: -11,7% rispetto al -10,7% nel primo caso, -12,9% rispetto al -11,7% nel secondo. Una performance peggiore della media nazionale ha riguardato anche gli acquisti di

elettrodomestici e quelli relativi all'elettronica di consumo, comparti che in regione sono diminuiti, rispettivamente, del 9,4% e del 21,7%. Al contrario, rispetto alla media nazionale, motoveicoli e auto nuove

hanno mostrato una contrazione lievemente più modesta e pari a -19,9% nel primo caso e al -21,8% nel secondo, mentre nell'*information technology* si è registrata in regione una flessione inferiore a quella italiana (-1,5% rispetto al -2,4%). A livello provinciale, nel 2012 hanno visto una riduzione della spesa per durevoli più contenuta della media regionale solo Rovigo (-12,7%), Venezia (-14,1%) e Verona (-14,8%), mentre le flessioni più ampie riguardano Belluno (-16,6%) e Vicenza (-16,2%).

2. Le dinamiche dei consumi a Treviso

Prima di entrare nel commento dei dati empirici prodotti dalla presente rilevazione trimestrale, vanno ripetute tre precisazioni metodologiche. La prima è che – nell'intento di affinare in modo esaustivo la ricerca – si è utilizzato un campione ampio di operatori commerciali comprendendo differenti segmenti merceologici: sono l'alimentare, la moda, i carburanti per i veicoli, i prodotti per la casa, la ristorazione, il turismo ed i pubblici esercizi, la grande distribuzione, l'auto, a cui si aggiungono i grossisti. Si sa che questi ultimi non interfacciano direttamente i consumatori, ma è anche vero che, per la loro particolare collocazione nella filiera distributiva, sono una realtà anticipatrice delle tendenze dell'offerta. Per questo si è deciso di estrapolarne i risultati leggendoli a parte. In tutto si ha un campione di circa 140 imprenditori.

Inoltre, per tentare di leggere i consumi anche dall'altro punto di vista, quello dei consumatori o della domanda, è stata effettuata una rilevazione campionaria in più città della Marca attraverso la somministrazione in alcuni negozi di un breve modulo riservato alla compilazione da parte dei clienti.

Infine, considerata la particolarità del momento, si sono introdotte nuovamente delle domande *ad hoc* sia sull'*idem sentire* del delicato momento sia sull'evoluzione possibile della congiuntura nel 2013 appena avviato.

Per quanto riguarda Treviso la consueta rilevazione trimestrale dell'Osservatorio provinciale di Confcommercio, che fotografa a fine dicembre 2012 le tendenze dei consumi, così quantifica e focalizza la situazione in generale:

- continua il "deconsumo", anche se con ritmi certamente più contenuti: per il 52% degli operatori le vendite (in quantità) sono calate su base tendenziale annua, mentre è il 18% del campione a parlare di crescita (che per la grande distribuzione diviene un ragguardevole 45%)
- circa la liquidità aziendale, preoccupa – ma non sorprende, vista la situazione – dover rilevare che il 48% del campione (uno su due!) indichi una situazione insoddisfacente, di cui pessima per il 13%

- pure il fatturato, coerentemente con le vendite, ha registrato grosso modo la stessa tendenza, con il 52% del campione che ne rileva il calo annuo accompagnato però da un incoraggiante 15% che parla invece di crescita
- ma sul fatturato, indicatore economico principe, occorre aggiungere che il calo è denunciato molto rilevante dal 13% del campione, un valore che è la metà di quello del trimestre precedente
- circa il turismo, il quarto trimestre si presenta all'insegna della sostanziale tenuta, anche se il 2012 denuncia però una erosione costante dell'occupabilità delle stanze, erosione che comporta (e comporterà...) sia una riduzione della manodopera che addirittura la chiusura stessa di strutture alberghiere anche in centri storici (v. Treviso e Conegliano)
- è molto significativo anche il crollo delle vendite di automobili nuove che nel 2012 ha tagliato via un quinto del mercato trascinando giù, in parallelo, i consumi di carburante, le manutenzioni e lo stesso volume di traffico, autostradale e non
- l'occupazione appare ancor più sotto tensione, così secondo il 37% degli operatori che parla di calo annuo (anche se lieve), mentre è irrisoria la percentuale di chi vede crescere l'occupazione. A livello previsivo un 19% del campione pensa ad una diminuzione della manodopera ed un pari 15% punta al ricorso agli ammortizzatori sociali
- comunque il 62% del campione crede al mantenimento degli attuali livelli occupazionali: di certo non male, dato che – in Veneto – i dipendenti nei servizi sono calati del 4,4% negli ultimi quattro anni, nel turismo dell'11,5 e nel dettaglio dello 0,4%
- è sempre interessante il gioco dei prezzi. Quelli di acquisto (dai fornitori) hanno dinamiche inflazionistiche, dato che sono rilevati in crescita dai due terzi del campione. Invece quelli di vendita assumono tendenze quasi deflazionistiche, dato che sono in (lieve) aumento per il 27% ma in calo da un quarto del campione. Dietro, evidentemente, c'è la continua erosione dei margini di profitto degli operatori, compresi tra fornitori e consumatori
- a questo proposito è interessante rilevare che – a proposito di margini di guadagno – solo al 10% degli operatori non capita mai di doverli ridurre. Invece per il 42% capita di doverlo fare spesso e per il 48 “qualche volta”. È il prezzo da pagare per poter resistere sul mercato in tempi recessivi
- le vendite di Natale sono state fredde, non solo climaticamente: per il 59% sono state infatti inferiori a quelle dell'anno prima e solo per il 10% sono state maggiori
- il 2012 si è chiuso, e sappiamo ormai come. E l'ormai avviato 2013 come sarà? Solo per il 13% vi potranno essere dei miglioramenti della congiuntura, mentre il 49% (uno su due) lo esclude. È anche vero che per il 38% le previsioni sono impossibili, considerata la complessità e la volatilità delle variabili macroeconomiche

- infine, per quanto riguarda i consumatori, le “strategie adattive” di cui parla il Censis sono confermate anche dalla presente rilevazione. Per cui: gli acquisti impegnativi di beni durevoli vengono posticipati dal 59% del campione, il 48% fa fatica a risparmiare ed il 20% intacca addirittura i risparmi accumulati, per il 64% le spese natalizie sono state più parsimoniose rispetto all’anno prima. Circa la vision del 2013, i giudizi dei consumatori sono solo un po’ più ottimistici di quelli degli operatori: per il 23% è possibile che il prossimo anno porti concreti miglioramenti dell’economia, per il 47% ciò è invece da escludere mentre il 30% si astiene dal giudizio dicendo che non si possono fare ragionevoli previsioni.

Ricapitolando il tutto, per quanto riguarda Treviso si può riflettere sul fatto che:

- considerando due variabili chiave del questionario – vendite e fatturato – i confronti tra il trimestre ultimo con quello precedente e con l’analogo dello scorso anno segnano, in modo omogeneo e coerente, un modesto ma innegabile miglioramento del tono congiunturale
- peggiora invece l’equilibrio finanziario, dato che sulla liquidità le risposte critiche superano quelle espressive di normalità (48% contro 47)
- l’occupazione invece sembra resistere, anche se, comunque, la situazione del lavoro appare sempre faticosa, dato che un 34% degli operatori denuncia una sofferenza occupazionale innegabile
- circa l’andamento turistico, il problema di fondo sta nel fatto che il prezzo medio di vendita per rimanere sul mercato è oggi troppo basso per coprire i costi di gestione e di investimento e l’occupazione media delle camere è troppo bassa, per cui ci sono rischi per i posti di lavoro e di chiusure
- continua ad essere paradigmatico l’andamento di quel bene durevole per eccellenza che è l’auto, che sembra addirittura conoscere un fenomeno radicalmente nuovo e significativo come quello della demotorizzazione, cioè della contrazione netta del parco auto circolanti
- rimaniamo in un clima assolutamente avaro di prospettive, dato che si fatica a credere ad una inversione di rotta prossima. Tuttavia anche in termini previsivi i giudizi sul 2013 appaiono più possibilisti ed aperti
- lo stesso *refrain* lo ripetono in sostanza i consumatori, alle prese con quel processo “adattivo” (come lo chiama il Censis) che non è altro che un mirato e progressivo contenimento dei consumi e del benessere pre-crisi. Però anche per i consumatori le prospettive si fanno meno pesanti che in passato
- come era da prevedersi, il Natale è stato decisamente sottotono: lo affermano i negozianti come anche i consumatori
- infine fa riflettere il discorso sui margini, che quasi tutti gli operatori (nove su dieci) – chi spesso e chi occasionalmente – riducono o comprimono pur di vendere e di rimanere operativi sul mercato.

In sintesi i risultati della rilevazione trevigiana, coerentemente con le altre analisi da più parti effettuate, non possono stupire vista la più generale situazione economica e sociale di cui i consumi, evidentemente, rappresentano un sensore efficace di rappresentazione. Questa crisi, finora, ha impoverito mediamente per circa 2 mila euro a testa, mentre quella del 1993 aveva inciso per appena 452 euro.

Tuttavia questa volta ci sono stati alcuni segnali (deboli?) di un alleggerimento della recessione, sia da parte degli imprenditori che da parte dei consumatori. È un semplice assuefarsi alle difficoltà, un aver toccato il fondo o il possibile, lento recupero del ciclo congiunturale? Le prossime rilevazioni lo diranno. Per ora si può solo dire che le simulazioni econometriche indicano, pur in presenza di una prossima (?) ripresa, che ben difficilmente torneremo come prima, per cui è ipotizzabile che un certo ridimensionamento risulti irreversibile, cioè strutturale. E ciò varrà anche per i consumi, con tutte le conseguenze del caso.

3. I consumi nel tempo della recessione

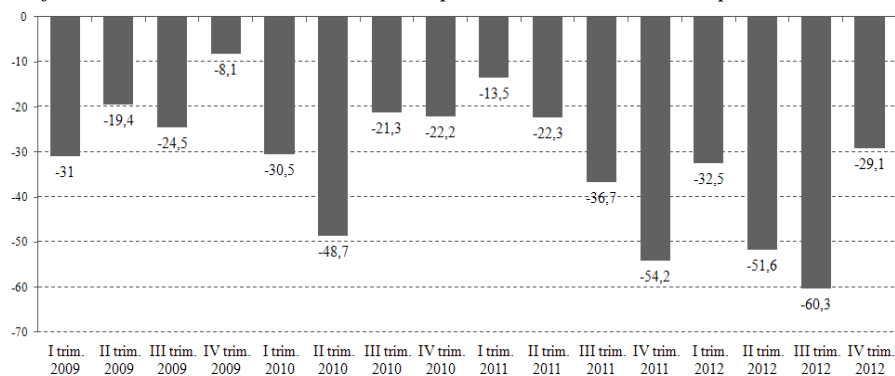
Purtroppo la realtà dei consumi risente di una situazione percepita di impoverimento che è osservabile non solo nei consumi, ma anche nelle ridotte propensioni al risparmio e negli stili divenuti *oborto collo* “neofrugali” degli stessi consumi. Sappiamo dall’Istat che nel complesso del 2012, l’indice grezzo delle vendite al dettaglio diminuisce del 2,2% rispetto al 2011, come risultato di un calo delle vendite di prodotti alimentari (0,8%) e di una flessione più marcata di quelle di prodotti non alimentari (-2,8%). In termini macroeconomici il reddito disponibile procapite in provincia di Treviso è sceso nel 2012 del 3,3%, ed è il decremento più elevato delle sette province venete (passando dai 19.337 euro del 2011 a 18.704, meno che nel 2010). L’aspetto più paradigmatico di tale processo di contrazione della ricchezza è dato dal mercato dell’auto (nuova), che a Treviso nel 2012 si è ridimensionato del 20,7% (Veneto meno 20,2%), che in pratica significa che un quinto degli acquisti automobilistici è evaporato in un solo anno.

Il tutto trascina delle conseguenze strutturali anche nel medio periodo. Ad esempio il 70 % dei commercianti (indagine Confcommercio Treviso del primo trimestre 2012) pensa che, una volta usciti dalla recessione, i consumatori non torneranno comunque più ai livelli ed agli stili di consumo precedenti la crisi. E ancora, fatto 100 il giro d’affari del 2007, nel 2011 solo il 13% dei commercianti è andato oltre, mentre il 47% ruota attorno all’80-90% ed il 37% si è ridimensionato su un 50-70% (rilevazione del secondo trimestre 2012). Per cui il rischio chiusura dell’attività diviene una cosa ben concreta: solo il 29% lo esclude, per il 36% è una possibilità remota mentre per il 34% è un pericolo vicino ed incombente (rilevazione del terzo trimestre 2012).

L’indagine di Confcommercio Treviso, avviata nel 2008, monitora diverse variabili fisse ed alcune mobili, legate cioè alla particolarità del momento economico, attraverso la somministrazione trimestrale di un questionario ad un

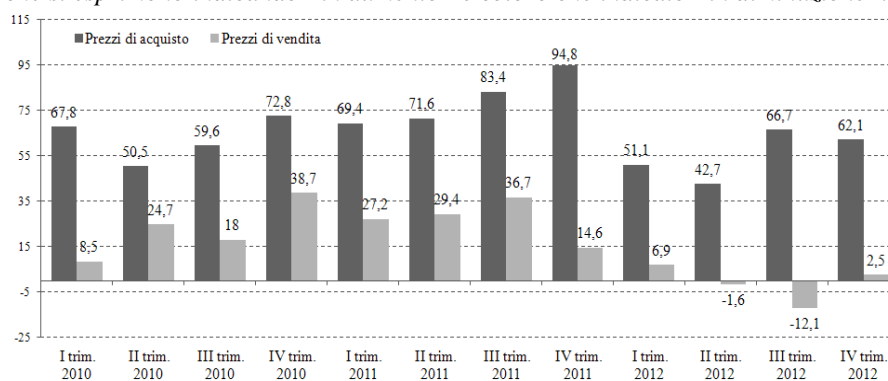
campione di commercianti di differenziate merceologie. Quelle fisse, che si ripetono cioè ad ogni rilevazione permettendo quindi una comparazione diacronica, sono: le vendite, il fatturato, l'occupazione, la liquidità aziendale, i prezzi di vendita e quelli di acquisto. Più interessanti, ai fini della dinamica dei consumi, sono le variabili delle vendite e quelle dei prezzi, che possono rimandare a tensioni inflazionistiche. I grafici di queste tre variabili sono qui costruiti sul gioco dei saldi trimestrali tra ottimisti e pessimisti, non comprendendo e non considerando le risposte tendenti alla stabilità.

Graf. 1 – Andamento delle vendite, saldi percentuali tra ottimisti e pessimisti.



Fonte: Confindustria Treviso.

Graf. 2 – Andamento dei prezzi di acquisto e di vendita; saldi percentuali tra coloro che si esprimono indicando “in aumento” e coloro che indicato “in diminuzione”.

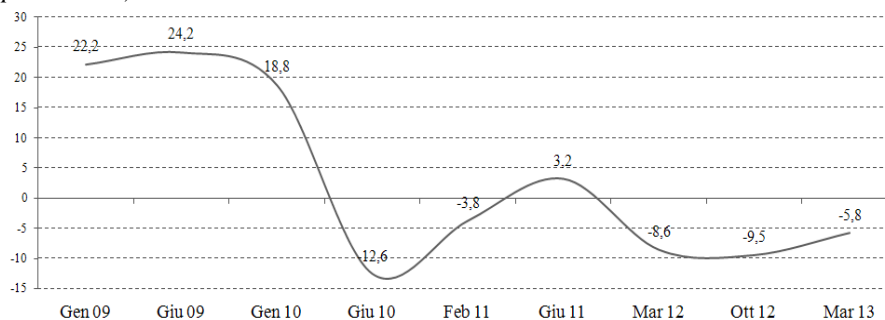


Fonte: Confindustria Treviso.

Due osservazioni sugli istogrammi presentati. La prima, riguardante le vendite, sottolinea chiaramente nei numeri la pesantezza della situazione, specie nei trimestri centrali dell'anno. Le dinamiche dei prezzi poi evidenziano da un lato la forbice tra

quelli all'ingrosso e quelli al dettaglio, forbice che non scaricandosi sui consumatori viene ammortizzata dal dettagliante riducendone evidentemente i margini. Anzi, il segno meno dei prezzi al dettaglio fa intuire tensioni deflazionistiche che, com'è noto, insorgono in tempi recessivi, in tempi cioè di *deficit* diffuso della domanda aggregata.

Graf. 3 – Il futuro per sé e la propria famiglia: ottimisti e pessimisti (saldi percentuali).



Fonte: Ufficio Studi Confcommercio nazionale.

Tab. 1 – Immatricolazioni di autovetture e fuoristrada in Veneto e per provincia.

	2011		2012		Var. % 2012-11
	V.a.	%	V.a.	%	
Belluno	6.187	4,6	4.600	4,3	25,7
Padova	26.613	19,7	21.563	20,0	19,0
Rovigo	6.230	4,6	5.162	4,8	17,1
Treviso	24.134	17,9	19.149	17,8	20,7
Venezia	19.469	14,4	15.641	14,5	19,7
Vicenza	23.174	17,2	18.162	16,9	21,6
Verona	29.305	21,7	23.475	21,8	19,9
Veneto	135.112	100,0	107.752	100,0	20,2

Fonte: elaborazioni Unrae su dati al 31 dicembre 2011.

4. Conclusioni

Essenzialmente, le osservazioni circa i dopo ormai cinque anni di crisi virata in recessione sono tre.

- La prima è che l'andamento delle risposte degli imprenditori circa le vendite (il fatturato ovviamente segue grosso modo la stessa dinamica), viste anche nel Grafico, riflette fedelmente il precipitare inaspettato della crisi nel corso del 2009, il timido miglioramento delle aspettative a cavallo tra il 2010 ed il 2011 e poi l'ulteriore tonfo della congiuntura dall'estate-autunno del 2011 e l'avvitarsi nella parte centrale del 2012. Infatti nell'inverno del 2012 alla

domanda su come l'anno andasse profilandosi, un buon 60% di operatori escludeva una "ripresina", pur timida e fragile. Ed in primavera nessuno seppe indicare dei segni di miglioramento delle tendenze dei consumi. Come poi avvenne.

- I prezzi di acquisto mostrano sempre tensioni alla crescita e sono tensioni che, oltre ad essere calmierate dall'erosione dei margini di impresa, fanno sospettare un clima deflazionistico da domanda depressa. Tuttavia i prezzi di alcune materie prime e soprattutto di alcuni servizi salgono sulla spinta inarrestabile di un insieme di motivi speculativi, fiscali o parafiscali da "spese fisse". Per non aggiungere il carico fiscale, che l'aumento di un punto dell'Iva (del 2011 e forse al 22% dal prossimo luglio) ha ulteriormente scaricato sui consumi.
- Infine non sono oggi ragionevolmente sperabili vie di uscita prossime ed il 2013 (almeno!) continuerà a presentare consumi dai profili piatti e prudenti se non decisamente preoccupati. Ciò è nel sentiment degli operatori come dei consumatori, oltre che nelle riflessioni macroeconomiche e nell'andamento difficile dell'occupazione. Come si è visto, solo il 12,7% dei commercianti crede ad un 2013 contrassegnato da miglioramenti congiunturali. Inoltre si va disegnando un radicale mutamento dei modelli di consumo e di approccio al consumo, che comunque vada proporrà culture di consumo destinate ad essere più contenute, attente e sobrie. Nella cultura delle "tre r" (rinuncia, rinvia, risparmio) citata dal Censis perdono infatti di appeal le marche e sale l'attenzione verso la variabile prezzo, pur non in assoluto ma nel rapporto con la qualità (convenienza). In attesa di una migliore definizione, potremmo per ora definire post-consumistici questi atteggiamenti di consumo.