



## COMUNICATO STAMPA

Trento, 1 giugno 2008

### Incontri con l'autore

#### **L'ITALIA DEI CONSUMI NEL LIBRO DI EMANUELA SCARPELLINI**

**Presentato questo pomeriggio alla Biblioteca di Trento il volume che conduce il lettore attraverso l'evoluzione storica delle abitudini d'acquisto degli italiani dalla Belle époque ai nostri giorni con tante curiosità legate anche all'alimentazione e al capitolo automobili**

Leggere attraverso un'analisi dei consumi l'evoluzione degli stili di vita e anche della qualità della vita degli italiani. Nasce da questi presupposti il nuovo libro di Emanuela Scarpellini "Italia dei consumi. Dalle Belle époque al nuovo millennio" (pubblicato da Laterza) al centro dell'incontro organizzato questo pomeriggio alla Biblioteca comunale di Trento nell'ambito del Festival dell'Economia. A discutere del libro, oltre all'autrice, anche Antonio Calabrò attualmente direttore Affari Istituzionali e Relazioni Esterne della Pirelli e Gustavo Ghidini, docente alla LUISS, che in una serie di interventi hanno focalizzato l'attenzione su alcuni degli aspetti che emergono dalla lettura di questo volume. "Ho voluto analizzare la storia dell'economia italiana sotto un'ottica legata ai consumi - ha spiegato Emanuela Scarpellini docente di Storia contemporanea all'Università degli Studi di Milano - e quindi non macroeconomica ma in qualche modo microeconomica". Un primo elemento di analisi è emerso proprio da un dato come quello riferito al consumo alimentare degli italiani: bisogna aspettare gli anni settanta infatti prima che la percentuale di spese legate all'alimentazione e al cibo scendano sotto il 50% della spesa media nel nostro Paese. "All'inizio del secolo - ha sottolineato l'autrice - la disparità fra le classi in Italia era assai accentuata e questo si rifletteva proprio nella parte di reddito che si dedicava al cibo. La cesura avviene fra gli anni sessanta e settanta con il cosiddetto miracolo economico che porta una buona fetta degli italiani a potersi permettere altri tipi di consumi e di conseguenza si ha un ridimensionamento della spesa alimentare". Il primo obiettivo della "nuova spesa" è quello che riguarda prima le moto e poi le auto accanto comunque ad un incremento dei cibi in qualche modo più costosi come ad esempio la carne. "Negli anni '80 e '90 - ha spiegato Emanuela Scarpellini - la parte delle spese che possiamo definire obbligate (come nel caso degli alimentari e dell'abitazione) scendono sempre di più ovviamente se guardiamo ad una media della popolazione". Oggi però le cose stanno andando assai diversamente con una sorta di graduale inversione di tendenza: "Nell'ultimo decennio ad esempio la spesa per quanto concerne la voce legata all'abitazione è in continua crescita e quindi appare reale il rischio di tornare in qualche modo indietro con conseguente allargamento della

disparità fra le classi sociali". Un concetto questo ripreso anche da Antonio Calabrò: "Oggi di fatto il reddito medio degli italiani è lo stesso di vent'anni fa e questo oltre a far riflettere deve anche far prendere decisioni importanti anche perché la rottura del patto fra le generazioni potrebbe avere conseguenze assai gravi". Nell' incontro sono emersi anche i problemi legati all'indebitamento in crescita da parte non solo delle famiglie ma anche di tutti coloro che vogliono mantenere il loro status perché anche oggi i consumi continuano ad essere simbolo di appartenenza di classe e di distinzione come accade ad esempio con il consumo legato ai SUV o agli abiti firmati. Proprio al capitolo auto si è legato uno dei momenti più gustosi del dibattito: l'automobile ha avuto infatti una parte importante nello sviluppo italiano visto che ad essa si è legato nell'immaginario il termine di tecnologia, in un'Italia tradizionalista, ma anche una maggiore libertà di movimento. Da sottolineare ancora che nelle pagine de "L'Italia dei consumi dalla Belle époque al nuovo millennio" particolare attenzione è dedicata al mondo e ai luoghi del commercio, colti nel loro sviluppo storico e architettonico che modifica profondamente il paesaggio urbano: dai negozi alle fiere di paese, fino ai grandi magazzini, ai supermercati "americani", ai centri commerciali e agli outlet dei nostri giorni.