

Stretta sui consumi: in Toscana il commercio al dettaglio perde il 5,4%

Pressione fiscale, aumento dei prezzi e forti criticità nel mercato del lavoro determinano nel primo trimestre 2012 un calo delle vendite al dettaglio in Toscana del 5,4% rispetto allo stesso periodo del 2011, un risultato negativo raggiunto precedentemente solo nei primi 3 mesi del 2009. I dati presentati nel "Rapporto sulla Congiuntura delle Imprese del Commercio al dettaglio" realizzato da Unioncamere Toscana

nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul commercio, evidenziano anche un

peggioramento del clima di fiducia: perfino il settore alimentare passa a

previsioni negative per le vendite dei prossimi mesi ed il clima fra gli operatori commerciali del non alimentare diviene sempre più pessimista.



Il calo delle vendite è più pronunciato nei piccoli negozi (1-5 dipendenti) che registrano un -7,4%, seguiti dalle medie strutture (6-19 dipendenti) che perdono 6 punti percentuali di fatturato e peggiorano nettamente il quadro di lento recupero che si stava delineando nella seconda metà del 2011. La grande distribuzione toscana (20 dipendenti e oltre) perde l'1,6%, si tratta del secondo trimestre consecutivo di netta contrazione.

Analizzando il periodo dal 2005 ad oggi si nota che il piccolo commercio di vicinato ha ridotto del 27% il proprio giro d'affari, la media distribuzione di quasi il 20%, mentre la grande distribuzione è riuscita comunque a innalzare di 5 punti percentuali i propri fatturati di vendita rispetto al 2005.

Venendo ai settori, nei primi tre mesi del 2012 il settore alimentare registra un -4,8% e il non alimentare un -6,8%. Nel no food calano soprattutto le vendite degli esercizi specializzati in prodotti per la casa-elettrodomestici (-9,1%) e abbigliamento-accessori (-6,7%), l'unico settore che si dimostra in grado di tenere è il de-specializzato (ipermercati, supermercati e grandi magazzini), che in Toscana apre il 2012 con un leggero incremento di fatturato (+0,3%).

A conferma della stretta dei consumi arrivano le dichiarazioni degli imprenditori sulle giacenze: nel primo trimestre del 2012: solo il 3% le ritiene scarse a fronte di un 85% che le considera adeguate e il 12% in esubero - dato in crescita rispetto ad un anno prima.

A limitare una eventuale ripresa dei consumi, arrivano anche i dati relativi all'aumento dei prezzi al consumo dei beni del commercio al dettaglio: +2,2% in Toscana nel primo trimestre 2012. In particolare rincarano i generi alimentari (+2,9%), abbigliamento-calzature e mobili-prodotti per la casa aumentano dell'1,5%.

Relativamente al numero delle unità commerciali locali, il tasso di crescita nel primo trimestre 2012 si attesta al +1,1%, contro il +1,5% medio del triennio 2009-2011, aumentano in particolare gli esercizi specializzati nella vendita di prodotti non alimentari (+2,9% da marzo 2011 a marzo 2012, quasi 1.000 unità in più).

Per il prossimo aprile-giugno le aspettative degli imprenditori commerciali toscani peggiorano, con un maggior pessimismo negli esercizi di vicinato e note positive soltanto fra gli operatori della grande distribuzione.

Il punto di vista di **Vasco Galgani – Presidente Unioncamere Toscana**

“Il tessuto commerciale toscano, ed in particolare quello dei cosiddetti piccoli negozi di vicinato, è ancora in crisi. Ad osservare i dati del Rapporto sul primo trimestre 2012 è evidente come solo la grande dimensione di supermercati ed ipermercati e le strutture de-specializzate arrivano a fine marzo con un lieve segnale positivo. Per il negozio sotto casa, spesso a gestione familiare, la stretta sui consumi indotta dall’aumento della fiscalità e della disoccupazione determina l’ennesimo calo di fatturato. Per combattere questo trend negativo è indispensabile una politica di promozione del commercio al dettaglio che passi per iniziative che rinsaldano i legami di comunità, ad esempio valorizzando i centri commerciali naturali, ed attraverso incentivi agli stessi commercianti a migliorare la qualità del servizio offerto. Da notare, infatti, che il tasso di crescita delle unità commerciali, nonostante il periodo recessivo, resta positivo, a dimostrazione che la voglia di intraprendere, in Toscana, resiste.”

«La crisi sta uccidendo sempre più le piccole e medie imprese, ma la Regione pensa solo a salvaguardare la grande distribuzione». È il **commento del consigliere regionale della Lega Nord Toscana, Gian Luca Lazzeri**, riguardo al “Rapporto sulla Congiuntura delle Imprese del Commercio al dettaglio” realizzato da Unioncamere Toscana nell’ambito dell’Osservatorio Regionale sul commercio. Il dato delle vendite al dettaglio in Toscana risulta essere in negativo del 5,4% rispetto a dodici mesi fa. Ma a soffrire sarebbero soprattutto le piccole imprese commerciali di vicinato (giro di affari ridotto del 27% dal 2005 ad oggi) e le medie (quasi -20%), mentre la grande distribuzione è riuscita a innalzare di 5 punti percentuali i propri fatturati rispetto a sette anni fa.

«I costi d’acquisto sostenuti dalla grande distribuzione – afferma Lazzeri – non sono paragonabili con quelli sostenuti dai dettaglianti. Questi ultimi, infatti, fanno acquisti oculati e ridotti. Ma la crisi e la pressione fiscale fa in modo che ci sia un tonfo dei consumi e le famiglie sono costrette ad abbracciare l’offerta più conveniente per tentare di rientrare nel disastroso bilancio familiare». Per Lazzeri, «è vero che ci sono grandi aziende che muovono un indotto di piccole e medie imprese, ma non possiamo sempre fare gli interessi della grande distribuzione. Il Presidente Rossi, qualche giorno fa, ha detto che, per la ripresa degli investimenti anche in Toscana, saranno essenziali i fondi comunitari.

Peccato che la Regione Toscana, come denunciammo il mese scorso, si sia contraddistinta per la sottoutilizzazione di tali fondi. Su un totale di 1,8 miliardi di euro a disposizione per il periodo 2007/2013 nell’ambito dei programmi del Fondo europeo di sviluppo regionale e del Fondo sociale europeo, la nostra Regione ne ha impegnati appena 1,1 miliardi. Serve, quindi, una maggiore attenzione ed efficienza nella gestione delle risorse da parte della Regione Toscana».

Il consigliere leghista si domanda: «questa grande distribuzione, tanto avvantaggiata dalla Toscana, cosa dà in cambio di servizi agli utenti? Quando acquistiamo i prodotti, c'è sempre più attenzione nel vedere se la provenienza di questi sia italiana, ma non è facile leggere le etichette così come interpretare quanto vi è scritto. La grande distribuzione deve avere l'onere di informare chiaramente l'utenza mettendo su ogni scaffale l'indicazione della provenienza, se italiana o no. E ciò – conclude Lazzeri – invece di distribuire i prodotti sugli scaffali solo per marketing, per promuovere un prodotto al contrario di un altro».

“I dati diffusi oggi mi preoccupano molto. Il commercio al dettaglio vive un momento di difficoltà gravissima che può avere ricadute sempre più pesanti sull'occupazione e sull'economia regionale. La piccola impresa è infatti, sia in termini di Pil, che per numero di occupati, una fetta importante della realtà economica regionale. Per questo riteniamo prioritaria la salvaguardia dei piccoli esercizi commerciali, fondamentali non solo per la loro funzione economica, ma soprattutto per il mantenimento del tessuto identitario del nostro territorio”. **L'assessore regionale al commercio, Cristina Scaletti,** commenta così i contenuti del “Rapporto sulla congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio”, realizzato da Unioncamere Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale sul commercio e presentato oggi.

“La Regione Toscana – prosegue l'assessore – continua a lavorare per sostenere il piccolo commercio. Lo fa già con i centri commerciali naturali e con ‘Vetrina Toscana’, promuovendo la filiera corta nell'ottica di un'offerta di qualità basata sui prodotti tipici: e il successo di progetti come ‘Pesce dimenticato’ dimostra che la strada intrapresa è quella giusta”.

“Su un piano più generale – ricorda poi Scaletti – abbiamo presentato un ricorso contro la liberalizzazione selvaggia prevista dal decreto Monti, su cui aspettiamo il pronunciamento della Corte Costituzionale. Siamo infatti convinti che liberalizzare con equilibrio e armonia sia la strada giusta per tutelare l'intero sistema economico. In questo nostro impegno – conclude l'assessore – sta anche la nostra prossima proposta di legge sui criteri di apertura della grande distribuzione, per evitare il proliferare senza regole di mega centri commerciali”.