

Commercio in tempo di crisi

Cresce la grande distribuzione (+2,5%), male invece le strutture medie e piccole (-5,9 e -9,7%)

Pisa - 13/09/2012

 Mi piace 0

 Tweet 1

 Share



Secondo l'analisi della Camera di Commercio (secondo trimestre 2012) il timore di perdere il lavoro, la diminuzione del potere d'acquisto di salari e stipendi ed il previsto aumento della pressione fiscale portano ad una maggiore cautela sul versante della spesa. Questo contribuisce all'ulteriore contrazione delle **vendite al dettaglio** che, dopo il momentaneo rallentamento della caduta registrato a inizio 2012, fanno segnare a Pisa un **-5,8%**. A livello nazionale quanto regionale i dati sono ancora peggiori con cadute delle vendite dettaglio pari, rispettivamente, al 7,5% e al 6%

Pisa, 13 settembre 2012 - **Il comunicato della Camera di**

Commercio - I dati relativi al secondo trimestre 2012 non portano buone notizie per il commercio al dettaglio in provincia di Pisa. Ad affermarlo è la consueta indagine trimestrale condotta dall'Ufficio Studi e Statistica della Camera di Commercio di Pisa su un campione rappresentativo di imprese con dipendenti della provincia di Pisa. Il timore di perdere il lavoro, la diminuzione del potere d'acquisto di salari e stipendi ed il previsto aumento della pressione fiscale portano ad una maggiore cautela sul versante della spesa contribuendo all'ulteriore contrazione delle vendite al dettaglio che, dopo il momentaneo rallentamento della caduta registrato a inizio 2012, fanno segnare a Pisa un **-5,8%**. A questo proposito non è di particolare consolazione registrare come, tanto a livello nazionale quanto regionale, i dati siano decisamente peggiori con cadute delle vendite dettaglio pari, rispettivamente, al 7,5% e al 6%.

Dimensione aziendale. Considerando le diverse tipologie di struttura distributiva, il secondo trimestre del 2012 fa segnare un vero e proprio tracollo per le medie strutture (6-19 addetti) con una caduta tendenziale delle vendite nell'ordine dei dieci punti percentuali (-9,7%). Tale risultato, veramente molto negativo, conferma la crisi della media struttura pisana che a partire dal secondo trimestre del 2011 continua a registrare performance peggiori rispetto alle piccole strutture commerciali (1-5 addetti): -5,9%. Anche le strutture con oltre 20 addetti fanno segnare una contrazione (-2,5%).

Tipologia merceologica. Il dato più significativo di questa tornata di indagine riguarda gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini che, dopo l'andamento incerto degli ultimi trimestri, torna nel periodo aprile-giugno 2012 in terreno positivo (+2,5%). Tra gli altri comparti merceologici, a causa della contrazione delle spese meno necessarie, soffrono molto gli specializzati afferenti al non alimentare (-7,2%) anche se i negozi specializzati nell'alimentare, che più di altri scontano sia la crisi che la concorrenza dei supermercati, fanno segnare un **-5,3%**. Particolarmente critica, per i motivi sopra espressi, la situazione degli esercizi che vendono prodotti per la casa ed elettrodomestici (-15,0%) ma anche di abbigliamento e accessori (-9,7%).

Aspettative. Per il terzo trimestre del 2012, le attese imprenditoriali in merito all'evoluzione delle vendite e degli ordinativi rivolti ai propri fornitori conferma lo stato catatonico in cui versa il commercio. Il prossimo arrivo del conguaglio dell'IMU, che andrà ad alleggerire le tasche dei consumatori, i problemi occupazionali e l'inflazione ancora su livelli elevati allontanano la prospettiva di un recupero delle vendite a breve.

Dinamica delle strutture di vendita. Continuano a crescere, pur rallentando rispetto agli scorsi trimestri, le unità locali pisane attive nel settore del commercio al dettaglio (+1,7% pari a 136 unità aggiuntive).

E' però il commercio al dettaglio ambulante (+178 unità pari ad un +8,6%), dove molte persone specialmente extracomunitari cercano di re-immersersi sul mercato del lavoro, a far segnare la crescita più consistente fornendo un contributo che più controbilancia le flessioni del commercio al dettaglio alimentare (-28 unità, -1,9%). Crescono, tra gli altri comparti, il numero di ipermercati, supermercati e grandi magazzini (+4 unità, +4,6%) ma anche il commercio al di fuori dei negozi, banchi e mercati (per corrispondenza, via internet, vendita porta a porta, distributori automatici, ecc.) fa segnare una crescita di 14 unità.

Il commento del Presidente Pierfrancesco Pacini. "Il bilancio di metà 2012 del commercio al dettaglio - commenta il Presidente della Camera di Commercio Pierfrancesco Pacini - non può che confermare lo stato di difficoltà in cui il settore si dibatte da tempo. Il vero e proprio crollo delle vendite di articoli per la casa, di abbigliamento e di elettronica da un lato conferma la strategia di contenimento delle spese meno necessarie portata avanti dalle famiglie; dall'altro evidenzia il minor potere di acquisto delle fasce giovanili, che più di altre sono penalizzate dalla mancanza di lavoro. Per quanto le è possibile - conclude Pacini - la Camera di Commercio di Pisa è impegnata, a livello locale, nel sostenere le imprese nell'accesso al credito e nella rivitalizzazione dei centri storici e del nostro litorale. A livello nazionale continueremo a proporre con forza l'importanza di alleggerire la pressione fiscale sul lavoro per consentire la ripartenza dei consumi."