

Le famiglie consumano sempre meno: commercio ancora in calo in Toscana

Ivo Gagliardi

Giovedì 13 Settembre 2012 11:19

Le famiglie continuano a consumare meno e, conseguentemente, il commercio in Toscana a calare. Lo dice l'ultima rilevazione di Unioncamere Toscana.



TREND NEGATIVO. In conseguenza di una contrazione del potere d'acquisto delle famiglie - viene spiegato - complice l'accelerazione dell'inflazione, la crisi dei redditi e del mercato del lavoro e gli effetti della manovra di riequilibrio dei conti pubblici, le famiglie comprimono ulteriormente i loro consumi e il trimestre aprile-giugno fa registrare un calo delle vendite al dettaglio di 6 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2011 (7,5% a livello di media nazionale), il peggior dato trimestrale dal 2005 (anno di avvio della rilevazione).

CALO DRASTICO. Ancora una volta i cali più drastici si registrano per le piccole imprese (-7,8% in media per quelle con meno di 6 dipendenti), ma neanche le realtà maggiormente strutturate (20 dipendenti e oltre) riescono a contrastare i contraccolpi di questa lunga crisi, vedendo calare le proprie vendite del 2,6% nel secondo trimestre 2012. Nel mezzo le medie strutture (6-19 dipendenti), che perdono 6,3 punti percentuali di fatturato. La motivazione di questo calo va ricercata principalmente - viene spiegato ancora - nel comportamento prudente e difensivo delle famiglie toscane, che prediligono le grandi superfici, riducono i consumi all'indispensabile e "declassano la spesa", tentando di acquistare le stesse quantità di prima spostandosi su prodotti in offerta o di prezzo più basso. Questo atteggiamento dei consumatori è particolarmente sfavorevole soprattutto per i negozi di vicinato, che dal 2005 ad oggi hanno visto ridursi di oltre un quarto (26%) il proprio giro di affari.

LE CATEGORIE. Venendo ai comparti merceologici, nel secondo trimestre 2012 lo specializzato alimentare perde il 5,6% e vede accentuarsi i precedenti segnali di crisi; il no-food registra un -7,5% in termini di fatturato, trascinato al ribasso soprattutto dai prodotti per la casa ed elettrodomestici (-9,1%) e da abbigliamento ed accessori (-8,2%). L'unico comparto in crescita è pertanto costituito dall'insieme degli esercizi despecializzati (ipermercati, supermercati e grandi magazzini), con un +0,5% di fatturato fra aprile e giugno 2012 grazie anche a forti politiche di contenimento prezzi e promozioni. Su questo quadro pesa non poco l'aumento dei prezzi al consumo dei beni del commercio al dettaglio, fenomeno che caratterizza l'intero contesto italiano e che in regione segna un +2,4% nel secondo trimestre 2012, contribuendo a deprimere il potere d'acquisto delle famiglie toscane.