

Toscana, consumi in calo ma meglio rispetto alla media nazionale

I consumi in Toscana calano, ma resistono meglio rispetto al livello nazionale. Vendite al dettaglio -6,3% nel quarto trimestre 2012. Buone performance di ipermercati-supermercati-grandi magazzini, mentre continuano a soffrire le piccole e medie dimensioni. In calo aspettative e ordinativi



Ulteriore flessione delle vendite in Toscana nel quarto trimestre 2012: il commercio al dettaglio registra un -6,3% su base annua, risultato comunque meno pesante del trimestre precedente (-7,4%). Disoccupazione, stagnazione dei salari, carico fiscale e pressione inflazionistica pesano sui consumi, anche se meno della media nazionale. Queste le indicazioni racchiuse nel rapporto sulla Congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana, Consuntivo 4° trimestre 2012-Aspettative 1° trimestre 2013, elaborata dall'Ufficio Studi di Unioncamere Toscana, "I dati toscani, per quanto negativi, disegnano un quadro comunque meno negativo rispetto al resto del Paese – afferma Vasco Galgani, presidente

Unioncamere Toscana – e dimostrano come il tessuto commerciale della regione stia resistendo meglio alla congiuntura negativa. Questo perché possiamo contare su una rete di commercianti e operatori che sanno valorizzare i plus del made in Tuscany e di un rapporto consolidato con la clientela. Meno confortante si conferma tuttavia la situazione delle piccole strutture, per le quali Unioncamere Toscana ha da sempre previsto e continua a prevedere specifiche iniziative di riqualificazione e aggiornamento, orientate anche alla costituzione di reti".

TIPOLOGIE DI ESERCIZI

Nel commercio di vicinato (1-5 dipendenti) il calo dei consumi fra ottobre e dicembre è stato dell'8,3%, mentre le medie strutture (6-19 dipendenti) si fermano al -6,4% e le grandi strutture al -2,5%. Complessivamente il 2012 segna il tracollo per il commercio tradizionale (-8,3% rispetto al -3,9% nel 2011), una forte flessione per le medie strutture (-6,8%, -2,8% nel 2011) mentre le grandi strutture perdono il 2,3%, rispetto allo 0,6% del 2011.

COMPARTO MERCEOLOGICO

Gli esercizi de-specializzati (ipermercati, supermercati e grandi magazzini) con un balzo del +2,4% – miglior risultato dall'inizio del 2008 – rafforzano in chiusura d'anno il trend positivo avviato dal terzo trimestre 2010. Il comparto dello specializzato alimentare perde invece il 7,1% nel periodo ottobre-dicembre e il 6,4% a livello annuale. Continua la flessione anche per lo specializzato non alimentare: -7,8% nel quarto trimestre 2012, -7,7% nell'intero 2012. In generale, il quarto trimestre in Toscana ha significato un andamento meno negativo delle vendite per i non alimentari rispetto al periodo estivo, soprattutto per abbigliamento ed accessori, farmaceutici, profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, mentre continuano a calare pesantemente gli acquisti di prodotti per la casa ed elettrodomestici.

GIACENZE

Nell'ultimo trimestre del 2012 la quota di commercianti che dichiara le giacenze di magazzino in esubero è pari al 14%, a fronte dell'8% che le ritiene scarse ed al 78% adeguate. L'indicatore a saldo (+6) è in sensibile arretramento rispetto a quanto rilevato nel terzo trimestre (+15): ciò segnala una riduzione delle scorte detenute dalle imprese, nel tentativo di recuperare competitività considerando che i margini sono molto ristretti e gli strumenti per finanziare le proprie attività sono sempre più ridotti.

ASPETTATIVE SUL PRIMO TRIMESTRE 2013

La fiducia degli operatori è in netto calo: si registra un clima di rassegnazione nella piccola e media distribuzione e il pessimismo circa l'evoluzione delle vendite nel corso dei primi tre mesi del 2013 è in rapida ascesa fra gli specializzati alimentari, mentre migliorano gli umori degli operatori di ipermercati, supermercati e grandi magazzini. Anche le aspettative sugli ordinativi rivolti dalle imprese del commercio al dettaglio ai propri fornitori sono in ulteriore flessione rispetto al picco negativo del terzo trimestre 2012: i commercianti tendono dunque a non rafforzare l'offerta (sotto il profilo quantitativo), evidentemente il ripetersi di risultati trimestrali negativi ha indotto i commercianti alla prudenza nel rifornimento dei campionari. Gli unici ottimisti restano anche in questo caso gli imprenditori di ipermercati, supermercati e grandi magazzini.

ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

L'indice dei prezzi al consumo in Toscana rallenta ulteriormente nel IV trimestre per i beni del commercio al dettaglio (dal +2,1% del III trimestre al +1,7% del IV) e, più in generale, per il totale dei beni e servizi (dal +2,9% al +2,4%). Si tratta del secondo trimestre consecutivo in cui si stempera l'accelerazione avviata a partire dalla seconda metà del 2010. Fra i comparti non alimentari, rallenta la dinamica dei prezzi per abbigliamento e calzature (dal +1,6% del III trimestre al +1,0% del IV trimestre) e per mobili, prodotti per la casa ed elettrodomestici (+1,3% nel IV trimestre rispetto al +1,6% del III trimestre).

DINAMICA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Il calo delle vendite ha riflessi anche sulla tenuta del tessuto commerciale. Alla fine del 2012, rispetto al 31 dicembre 2011, i punti vendita risultano in flessione di mezzo punto percentuale: in termini assoluti ciò equivale a 284 unità locali registrate in meno (al netto delle cessazioni d'ufficio) nel commercio al dettaglio in sede fissa. Su tale riduzione ha inciso soprattutto il calo degli esercizi specializzati non alimentari (-285 unità locali) e, in misura minore, quello dei non specializzati a prevalenza di prodotti non alimentari (-18 unità locali). Tengono invece i punti vendita alimentari ma solo grazie agli esercizi non specializzati, il cui incremento (+36 unità locali) riesce a più che compensare la contrazione degli specializzati (-17 unità locali).