

Consumi in picchiata e i negozi chiudono, la Toscana è la meno peggio

Firenze, 18 marzo 2013 – **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.