



## Consumi, vendite al dettaglio ancora giù del 4,8% - REAZIONI

La caduta si attenua rispetto alla fine del 2012. Nel secondo trimestre di quest'anno migliora il clima di fiducia espresso dagli operatori del settore. Male i supermercati

23/09/2013 - 11:16

0 commenti



Il segno è ancora meno, si parla del -4,8%, ma il II trimestre del 2013 registra la prima frenata di rilievo al costante calo delle vendite al dettaglio. In Toscana le cose vanno inoltre meglio che in Italia (-7,6%): si conferma dunque il trend che, a partire da inizio 2012, vede la regione subire meno gli effetti del calo generalizzato dei consumi, anche se la grande distribuzione registra una flessione di rilievo. Queste le indicazioni contenute nel rapporto sulla **congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana, consuntivo II trimestre 2013- aspettative III trimestre 2013**, elaborata dall'**Ufficio Studi di Unioncamere Toscana**.

“Sebbene il calo delle vendite resti significativo – afferma Vasco Galgani, Presidente Unioncamere Toscana – si intravedono finalmente segnali di una possibile inversione di tendenza, che va sostenuta con interventi che non deprimano i consumi, contenendo il carico fiscale sulle famiglie ed evitando un’ulteriore manovra correttiva sull’IVA. E’ in corso una riorganizzazione della rete distributiva all’insegna della competitività, in termini di qualità e convenienza dell’offerta, anche grazie a iniziative, finalizzate all’aggregazione e riqualificazione dei servizi e dei contesti urbani di riferimento, attivate sul territorio dalle stesse Camere di Commercio, in sinergia con Regione e Amministrazioni locali.”

### LE VENDITE PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO

Nel commercio di vicinato (da 1 a 5 dipendenti) il calo delle vendite è stato del -5,2%: si riduce a meno di due punti la forbice con l’andamento delle grandi strutture (almeno 20 addetti), che perdono il 3,5%, peggior risultato trimestrale di sempre. Incide la perdita secca di ipermercati, supermercati e grandi magazzini (-2,3% Toscana, -1,9% Italia): la flessione arriva dopo tre anni di sostanziale equilibrio e un balzo in avanti (+2,4%) registrato nell’ultimo trimestre 2012.

## **COMPARTO MERCEOLOGICO**

Gli specializzati alimentari e non alimentari chiudono il II trimestre con una perdita di circa il 5% ed un risultato migliore rispetto alla media nazionale, soprattutto per quanto riguarda gli alimentari. Fra i non alimentari, tutte le <sup>UIISP</sup>erse tipologie merceologiche specializzate rallentano le dinamiche negative degli ultimi trimestri: gli andamenti maggiormente negativi restano quelli registrati nel segmento "abbigliamento e accessori" (-6,0%) e fra i "prodotti per la casa ed elettrodomestici" (-6,3%), mentre meno rilevante è il caso degli "altri prodotti non alimentari" (farmaceutici, profumeria, libri, giornali), che nel II trimestre 2013 si riducono del 4,3%.

## **GIACENZE ED ASPETTATIVE DEGLI OPERATORI**

Parallelamente all'attenuazione del calo delle vendite, gli operatori del settore registrano un significativo processo di "normalizzazione" delle giacenze di magazzino, con un ritorno su valori quasi fisiologici. L'attenuazione delle criticità sembra indurre un leggero miglioramento del clima di fiducia espresso dai commercianti (relativamente agli andamenti attesi nel III trimestre), con riferimento alla dinamica sia delle vendite che degli ordinativi. Cresce, seppure in modo lieve, il fronte degli ottimisti nella piccola e media distribuzione, mentre cala nella grande distribuzione.

## **ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO**

L'andamento dell'inflazione sembra aver contribuito in maniera significativa a contenere il calo delle vendite. L'indice dei prezzi al consumo dei beni e servizi, in Toscana, tocca i livelli di minimo (+1,1%) da tre anni e mezzo a questa parte, con un taglio netto rispetto ai livelli raggiunti alla metà del 2012 (inflazione superiore al 3%). Per i beni del commercio al dettaglio il risultato è trascinato verso l'alto soprattutto dagli alimentari (+2,6). Fra i non alimentari sono praticamente fermi i prezzi di abbigliamento e calzature (+0,2%), mentre l'unica dinamica di un qualche rilievo si ha per i mobili e prodotti per la casa (+1,1%).

## **DINAMICA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE**

Nel II trimestre 2013 continua a ridursi - anche se di poco - la rete del commercio al dettaglio (le unità locali si riducono del -0,3%) per colpa dell'ennesima flessione dei non alimentari (-0,6%). Il dato positivo degli alimentari (+0,7%) è invece trascinato verso l'alto dalla performance degli specializzati nel segmento *food* (+1,6%), mentre dopo sette trimestri consecutivi di risultati positivi cala la rete distributiva *non specializzata* (-0,4%).

## **Andrea Nardin, direttore di Confcommercio Toscana**

*"C'è da stare poco allegri nel mondo del piccolo commercio: gli effetti della crisi sono ormai sotto gli occhi di tutti, basta fare un giro in centro a Firenze, per non parlare della moria di negozi nelle periferie e nei piccoli centri. Ma per i negozi di vicinato la caduta libera sembra avvertire una lieve frenata e le piccole strutture - pur nella drammaticità del dato negativo dell'andamento delle vendite al -5,2 - non peggiorano rispetto al primo trimestre di quest'anno, con un trend migliore rispetto a quello nazionale.*

*E' un dato interessante, se confrontato con la variazione tendenzialmente più accentuata di ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che scontano probabilmente un riposizionamento dei piccoli negozi a prezzi più competitivi e i salatissimi costi di spostamento in auto per raggiungere strutture lontane dai centri abitati. Anche le giacenze sono in via di normalizzazione, e le aspettative degli imprenditori sembrano in fase di crescita, anche se modesta.*

*Ci auguriamo che questi timidissimi segni di ripresa non vengano vanificati da un improponibile aumento dell'Iva".*

### **Scaletti: "Toscana regge sul fronte dei consumi"**

Il segno è ancora negativo, cioè meno 4,8 per cento, ma il secondo trimestre del 2013 registra la prima frenata di rilievo al calo costante delle vendite al dettaglio in corso da tempo. In Toscana le cose vanno inoltre meglio che in Italia (dove il meno è pari al 7,6 per cento): si conferma dunque la tendenza che, a partire da inizio 2012, vede la regione subire meno gli effetti del calo generalizzato dei consumi, anche se va registrata una flessione di rilievo della grande distribuzione. Queste le indicazioni contenute nel rapporto sulla Congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana, consuntivo II trimestre 2013- aspettative III trimestre 2013, elaborata dall'Ufficio Studi di Unioncamere Toscana.

<p>"Il calo del potere d'acquisto delle famiglie continua a darci la dimensione della crisi che stiamo attraversando. Ma la Toscana continua a registrare un calo inferiore al dato nazionale, anche grazie agli interventi della Regione per mitigare i disagi sociali ed economici – commenta l'assessore regionale al commercio Cristina Scaletti -. Non possiamo parlare ancora di un vero e proprio cambio di rotta, ma sta aumentando, anche se di poco, la fiducia dei commercianti e al contempo cresce la voglia di reagire e di riorganizzarsi per uscire dalla crisi. Per far fronte a questa difficile situazione la Regione sta lavorando d'intesa con tutte le categorie all'organizzazione degli Stati degli generali del Commercio".</p>	

"Ora più che mai servono azioni a sostegno delle imprese. La Regione sta intervenendo per semplificare la vita alle pmi, alleggerendo il peso della burocrazia attraverso la revisione del Codice del Commercio e rendendo più agevole l'erogazione dei finanziamenti – conclude l'assessore Scaletti -. Da sottolineare inoltre i benefici già registrati dal potenziamento delle attività dei Centri commerciali naturali, in grado di intensificare e vivacizzare la vita economica e sociali dei centri storici, e il lavoro svolto con Vetrina Toscana, il fortunato progetto regionale che sostiene e promuove la ristorazione e il piccolo commercio".

**Confesercenti Toscana, Vivoli: "Anche la Toscana ha il segno meno sui consumi, ma è in controtendenza rispetto alla media nazionale. Finalmente segni di ripresa"**

"Un altro segno drammatico della crisi italiana, che però lascia intravedere la via della ripresa". Lo ha detto Massimo Vivoli presidente di Confesercenti Toscana in merito ai dati sui consumi in Toscana elaborati da Unioncamere- Il segno meno (-4,8 %) sui consumi in Toscana,- continua Vivoli- in realtà lascia intravedere spiragli di una possibile ripresa. Il II trimestre del 2013, infatti, ci consegna un dato positivo, e cioè che il costante calo delle vendite al dettaglio ha subito una fase di arresto. Malgrado il grave periodo di crisi- spiega ancora il presidente di Confesercenti regionale- per la Toscana la tendenza è positiva rispetto al resto d'Italia (- 7,6 %). Si conferma il trend che, a partire dal 2012 , l'economia della regione ha subito meno il calo generalizzato dei consumi. Serve, adesso- conclude- uno scatto che parte dalla politica a sostegno di questo importante, seppur ancora acerbo, cambio di rotta. E' necessario, infatti che il Governo prenda posizione contro l'ipotesi di aumento dell'Iva e della pressione fiscale, che porterebbero a un ulteriore