

## Commercio, una discesa senza fine: si chiudono le saracinesche dei negozi

In dodici mesi -255 punti vendita: più della metà di quelli chiusi complessivamente in Toscana (-417). In affanno le vendite

Neppure le festività natalizie, periodo particolarmente propizio per il commercio, sono riuscite a dare **una boccata d'ossigeno al comparto**. In provincia di Pisa, secondo i dati dell'Ufficio Studi e statistica della Camera di Commercio, le vendite al dettaglio dell'ultimo trimestre del 2013 **scendono di un altro -4,5%** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente. E' solo una magra consolazione apprendere che la provincia segni un risultato migliore rispetto all'Italia (-5,8%) e alla Toscana (-4,7%). A conferma delle crescenti difficoltà che affrontano le imprese commerciali pisane, non diversamente da altri territori, viene anche il livello estremamente contenuto dell'inflazione (+0,9%), sintomo evidente dell'impossibilità di traslare sui consumatori gli aggravii di costo subiti dalle imprese.

### DIMENSIONE AZIENDALE

Nel periodo ottobre-dicembre 2013 la crisi, pur non risparmiando nessuna categoria dimensionale, conferma **le maggiori difficoltà delle piccole unità** (1-5 addetti) che perdono il 5,5% in termini di vendite. Male anche le medie strutture (6-19 addetti) che arretrano del 3,4%. Il segno di come la crisi non molli ancora la presa viene dalle vendite delle grandi unità (20 addetti e oltre) che, nonostante l'innegabile vantaggio competitivo rispetto alle strutture di minori dimensioni (in termini di assortimento, prezzi, offerte, ecc.), hanno registrato una caduta delle vendite dell'1,8%.

### TIPOLOGIA MERCEOLOGICA

Considerando i diversi comparti merceologici è ancora **l'alimentare**, con una flessione delle vendite del 5,4%, il settore nel quale adesso le famiglie sono costrette **a tirare maggiormente la cinghia**. Il non alimentare, dove i consumatori avevano cominciato la 'spending review', prosegue anch'esso nella fase calante, mettendo a segno una contrazione del 4,7%. Più complessa la dinamica di ipermercati, supermercati e grandi magazzini (la cosiddetta GDO) che con un -1,3% evidenzia un netto peggioramento rispetto al dato dell'ultimo quarto del 2012 (+4,2%).

### DINAMICA DELLE STRUTTURE DI VENDITA

Confermando la tendenza in atto ormai da un anno e mezzo, continuano a calare le aziende attive nel commercio al dettaglio. A fine 2013 il numero dei punti vendita scende a quota **8.055 unità**: pari ad una contrazione di -255 unità rispetto a fine 2012 (-2,7%). E' il non alimentare (-222 unità, -3,5%), in ragione dei bisogni meno impellenti dei consumatori che queste imprese vanno a soddisfare, a segnare la battuta d'arresto più consistente a causa, soprattutto, degli ambulanti (-132 unità, -6,0%). Difficile, tuttavia, anche la situazione del commercio in sede fissa sia per l'abbigliamento e accessori (-58 negozi, -5,0%) che per prodotti per la casa ed elettrodomestici (-28 unità, -3,3%).

### ASPETTATIVE

Il clima di sfiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio **rimane palpabile**: il saldo tra coloro che, per i primi tre mesi del 2014, si aspettano un aumento delle vendite e quelli che, invece, si aspettano una diminuzione continua ad essere negativo: -14 punti percentuali.

### INVESTIMENTI

La caduta dei fatturati, le difficoltà di accesso al credito unite a prospettive poco edificanti in merito alle evoluzioni future delle vendite, portano ad un'ulteriore **contrazione** della quota di aziende che hanno effettuato investimenti. Se nel 2012 il 24% delle unità commerciali pisane aveva fatto spese per investimenti, nel 2013 tale percentuale scende al 15%.