

Commercio al dettaglio: vendite ancora in flessione nel IV trimestre 2013

Ven, 28/03/2014 - 10:30 — La Redazione Share: [Facebook](#) [Twitter](#) [Google Plus](#)



Vendite ancora una volta in calo nell'ultimo trimestre del 2013 (-4,7%): la flessione è comunque la più contenuta dell'ultimo biennio e migliore della media italiana (-5,8%). Con riferimento all'intero 2013, il gap fra i due contesti territoriali sale a due punti percentuali (-5,3% Toscana, -7,3% Italia).

Queste alcune indicazioni contenute nel rapporto sulla congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana, consuntivo IV trimestre 2013- aspettative I trimestre 2014, elaborata dall'Ufficio Studi di Unioncamere Toscana.

*“Purtroppo i dati della fine del 2013 confermano gli elementi del recente passato – afferma **Vasco Galgani**, Presidente Unioncamere Toscana –, la piccola distribuzione è in crisi strutturale e la grande distribuzione conferma difficoltà mai conosciute in precedenza. Più allarmante ancora il fatto che la nuova caduta delle vendite si realizzi in presenza di una crescita dei prezzi ormai quasi azzerata, tanto da far parlare di rischio deflazione per il Paese. È evidente che senza una ripresa dei consumi e politiche di sostegno all'occupazione e al reddito delle famiglie, qualsiasi percorso di recupero dell'economia italiana risulti fragile e non sostenibile. E' importante quindi che i provvedimenti del nuovo governo riescano a infondere un po' di fiducia nei comportamenti degli operatori, con misure in grado di incidere sul cuneo fiscale così come sugli elevati livelli di tassazione. Anche a livello locale istituzioni, Camere di Commercio e associazioni di categoria devono lavorare insieme per trovare strumenti e soluzioni in grado di assistere gli imprenditori in una fase estremamente delicata”.*

*“Pur nella crisi generale e diffusa che non indica segnali di significativa controtendenza, la Toscana mostra un tessuto commerciale in grado di reagire, allentando gli effetti più negativi della caduta dei consumi – commenta il rapporto l'Assessore regionale al commercio **Sara Nocentini** -. Tuttavia, continua a preoccupare lo stato di salute della domanda interna che a fronte di prezzi sostanzialmente cadenti o decrescenti, non accenna a riprendere. Si mostra così tutta l'urgente necessità di rafforzare la politica dei redditi. Inoltre – conclude l'assessore - risultano preoccupanti i dati sulla caduta dei consumi alimentari, soprattutto se si accompagnano a una caduta della qualità dell'alimentazione e*

dei beni durevoli per la casa. In quest'ultimo caso ciò può significare il rinvio dei progetti di vita per le giovani famiglie e per quelli di ammodernamento dei beni durevoli per la casa. Il rinvio di queste spese potrà avere effetti negativi anche nel risparmio energetico, altra voce di spesa – quest'ultima – pesante per la famiglia toscana”.

LE VENDITE PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO

Le piccole strutture (da 1 a 5 dipendenti) nel IV trim. 2013 hanno rilevato una contrazione pari al 6%, migliorando di un p.p. la perdita del III trim, ma confermando lo stato di crisi ormai pluriennale. La media distribuzione (6-19 addetti) – con il -3,9% – ha invece ottenuto il risultato “migliore” dalla fine del 2011, mentre ipermercati, supermercati e grandi magazzini hanno perso l'1,8% ed annullato il rimbalzo positivo del III trim. (+0,6%).

COMPARTO MERCEOLOGICO

Gli esercizi specializzati hanno ridotto le vendite del 5,1% tanto negli alimentari come nei non alimentari (-5,1%); rispetto all'Italia, la differenza – in positivo per la Toscana – è di circa tre punti in entrambi i casi (le flessioni, a livello nazionale, sono pari a circa l'8%). Nello specifico, in Toscana continuano a calare soprattutto le vendite di abbigliamento ed accessori (-5,5%) e per prodotti per la casa ed elettrodomestici (-5,9%).

GIACENZE ED ASPETTATIVE DEGLI OPERATORI PER IL I TRIMESTRE 2014

Gli operatori del settore registrano un livellamento delle giacenze di magazzino, con una normalizzazione degli stock di invenduto rispetto ai livelli toccati all'inizio del 2012. Si tratta di una evoluzione che, insieme al rallentamento nella caduta delle vendite, sembra favorire fra gli operatori una riduzione del “pessimismo” nel prevedere l'andamento futuro delle vendite, che nel I trimestre del 2014 risulterebbero in calo nel 34% dei casi (un anno fa erano il 44%). Nonostante ciò, la quota degli “ottimisti” è ancora minoritaria (solo l'8% prevede una crescita delle vendite nel trimestre gennaio-marzo): le aspettative registrate lasciano dunque ritenere che anche i primi tre mesi dell'anno corrente si chiuderanno con un bilancio negativo, sebbene probabilmente in ulteriore attenuazione rispetto alla media del 2013.

ANDAMENTO DEI PREZZI AL CONSUMO

I consumi continuano a calare a fronte di prezzi che crescono di poco o sono addirittura fermi in alcuni settori. La dinamica complessiva per la Toscana, nel IV trimestre, è del +0,8% per il paniere dei beni considerati nella presente indagine, dinamica che coincide sostanzialmente con la traslazione sul prezzo finale dell'incremento dell'IVA (dal 21 al 22%) occorso dal 1° ottobre 2013. Sono soprattutto i beni alimentari ad aver rallentato nel trimestre in esame, con un ritmo di crescita che si è dimezzato nel passaggio dal III (+2,2%) al IV trimestre (+1,2%); i prezzi dei beni non alimentari hanno invece realizzato una dinamica solo leggermente positiva (+0,5%), con quelli dei prodotti di abbigliamento e calzature e degli altri prodotti non alimentari che sono praticamente fermi sui livelli di un anno fa.

DINAMICA DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Complessivamente, la rete commerciale è ferma (il saldo fra unità locali aperte e cessate, nell'ultimo anno, è stato solo leggermente positiva): si tratta già di una buona notizia, dopo sette trimestri in cui erano state rilevate contrazioni, benché di entità contenute fra lo 0,2% e lo 0,5%. Nel IV trim. 2013, in Toscana, sono cresciuti gli *specializzati alimentari* (+175 unità fra l'inizio e la fine del 2013), dopo due anni in cui erano rimasti praticamente fermi, e i *non specializzati con prevalenza di prodotti non alimentari* (+24 unità).