

TOSCANA

◀ INDIETRO



Commercio: fatturato ancora giù. Calano le vendite di tutti i tipi di prodotto

In difficoltà anche la grande distribuzione. Questo il quadro che emerge dall'indagine sul II trimestre 2011 e le aspettative del III trimestre svolta da Unioncamere

08/09/2011 - 12:11

1 commento

 Tweet

0



Mi piace

Consumi interni poco dinamici e inflazione in deciso aumento. Questo lo scenario di mercato in cui, nel secondo trimestre 2011, si registra l'ennesima perdita di fatturato (-1,3%) delle imprese commerciali toscane. La Toscana vanta comunque una flessione meno accentuata del livello nazionale (-1,5%). Questo il quadro che emerge dall'indagine sul II trimestre 2011 e le aspettative del III trimestre svolta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio al dettaglio.

Per il secondo trimestre consecutivo la grande distribuzione toscana (con oltre 20 addetti) appare in difficoltà, registrando una flessione delle vendite dello 0,2% e dimostrando che anche chi più aveva tenuto in passato non riesce a contrastare la tendenza delle famiglie a ridurre le proprie spese. I risultati peggiori ad ogni modo continuano ad interessare i piccoli negozi con un massimo di 5 addetti che vedono scendere il loro fatturato del 2,6%. Perdite più limitate per le medie strutture sotto i 19 addetti: -0,9%.

Il secondo trimestre del 2011 è inoltre caratterizzato da un ulteriore ridimensionamento delle vendite sia di prodotti alimentari (-1,4%) che di prodotti non alimentari (-1,7%).

Tenuto conto dell'aumento dei prezzi dei beni alimentari verificato nel periodo in oggetto, la ricerca sottolinea la tendenza delle famiglie toscane a ridurre fortemente i volumi di beni alimentari acquistati o più probabilmente a indirizzare le proprie scelte verso prodotti di fascia qualitativa più bassa.

Indicazioni ancora preoccupanti per i prodotti non alimentari, tuttavia, il calo registrato in Toscana è meno forte di quello medio nazionale (-1,7% Toscana; -2,2% Italia) ed il ritmo di caduta rispetto a dodici mesi prima si è dimezzato.

Scendendo nel dettaglio del settore no food toscano, il risultato meno negativo è registrato dal comparto altri prodotti non alimentari (-0,9%), fra cui rientrano i prodotti farmaceutici, di profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, seguito dal settore abbigliamento e accessori (-1,4%); per le vendite di entrambi i raggruppamenti si segnala un deciso rallentamento del tasso di caduta rispetto al II trimestre 2010.

Le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici, con una flessione del 3,7%, segnalano invece un nuovo peggioramento e confermano la profonda crisi che il settore sta attraversando ormai da anni.

Per quanto riguarda le vendite di ipermercati, supermercati e grandi magazzini, si nota come da aprile a luglio 2011 la crescita del giro d'affari delle strutture de-specializzate si sia fermata, attestandosi su un timidissimo +0,1%.

Sul versante delle aspettative a breve termine, i commercianti toscani sono complessivamente fiduciosi, ma gli operatori dei piccoli negozi si aspettano ulteriori contrazioni del proprio giro d'affari.

Il punto di vista di Pierfrancesco Pacini, Presidente di Unioncamere Toscana

"In un contesto di perdurante difficoltà economica, di incertezze sulla ripresa internazionale e di forti tensioni sul debito, i consumi delle famiglie non riescono a recuperare terreno, come mostrano i risultati delle imprese commerciali che in Toscana - nel II trimestre dell'anno - registrano un'ulteriore contrazione del fatturato (-1,3%).

La propensione al consumo delle famiglie è frenata anche da un mercato del lavoro dove permangono rilevanti criticità e da un rapido innalzamento dei prezzi, in conseguenza delle pressioni provenienti dai mercati dei prodotti energetici e delle materie prime.

Anche le grandi strutture commerciali della Toscana, pur riuscendo a limitare le perdite, non riescono a contrastare la tendenza delle famiglie a razionalizzare le proprie spese ed a rivedere i propri comportamenti d'acquisto, e vedono così diminuire il fatturato dello 0,2%.

Le più penalizzate restano comunque le piccole strutture (-2,6%), mentre solo le superfici non specializzate mantengono le posizioni acquisite (+0,1%).

Da segnalare che i fatturati di vendita di prodotti alimentari diminuiscono di un ulteriore 1,4% rispetto al II trimestre 2010 e questo, avvenendo in un periodo di sensibile accelerazione dei prezzi, rappresenta un segnale del fatto che - su tale fronte - le famiglie stanno fortemente rivedendo il mix prezzo/qualità dei prodotti acquistati.

In un clima di difficoltà ed incertezze come l'attuale, anche le attese degli imprenditori della distribuzione commerciale risultano decisamente caute, con un differenziale che comunque è -di nuovo - maggiormente favorevole per le imprese di maggiore dimensione, la cui offerta è caratterizzata tendenzialmente da prezzi più contenuti."