

## Commercio al dettaglio, calano le vendite e chiudono i negozi

Author : Redazione

Date : 8 settembre 2014



Non si arresta la crisi del commercio al dettaglio, anche se emergono segnali di rallentamento: in una situazione che vede un generale calo delle vendite gli unici a reggere sono ipermercati, supermercati e grandi magazzini.

Nel primo trimestre del 2014 a livello nazionale si è registrata una flessione del 3,7% e del 2,9% a livello regionale. Un andamento confermato in provincia di Pisa dove il giro d'affari segna un -4,3% facendo registrare un lievissimo miglioramento rispetto al dato dell'ultimo quarto del 2013 (-4,5%).

A fotografare una situazione tutt'altro che incoraggiante sono i dati dell'indagine condotta dall'Ufficio Studi e statistica della Camera di Commercio su un campione di oltre cento dettaglianti.

A pesare sul cattivo andamento del commercio al dettaglio l'estrema debolezza dei redditi delle famiglie, dovuta alle persistenti difficoltà sul fronte occupazionale (il tasso di disoccupazione italiano nel primo trimestre del 2014 tocca il 12,6%), e da un livello di pressione fiscale che dovrebbe assestarsi al 44%.

A non aiutare per la Camera di Commercio è l'andamento dei prezzi al consumo, che continua a rallentare portandosi in prossimità della deflazione.

Resta pesantemente negativo il saldo tra la quota di imprese che hanno registrato un aumento delle vendite e quelle che hanno registrato una contrazione (-32 punti percentuali). Ma da segnalare è un certo miglioramento non solo rispetto al trimestre scorso ma anche rispetto allo stesso periodo del 2013.

### Dimensione aziendale

Il primo scorcio del 2014 vede un aggravamento della crisi delle piccole unità (1-5 addetti) che, dopo il -5,5% di fine 2013, aprono il 2014 con un -6,0%. Seguono le medie strutture (6-19 addetti) che arretrano del 2,2%, mentre le grandi unità (20 addetti e oltre) segnano una caduta delle vendite di poco più di un punto percentuale (-1,2%).

### Tipologia merceologica

La situazione peggiore nei settori presi in considerazione dall'indagine la troviamo nell'alimentare, dove si registra un calo delle vendite del 6,3%. Ma anche il non alimentare fatica: nei primi tre mesi del 2014 registra un -4,5%.

Particolarmente difficile la situazione dei prodotti per la casa ed elettrodomestici (-8,5%).

Gli unici a reggere alla crisi sono ipermercati, supermercati e grandi magazzini con un +3,8% .

### **Dinamiche delle strutture di vendita**

La crisi continua a falciare le aziende commerciali che, a fine marzo 2014, si assestano appena sopra quota 8mila segnando una contrazione di 155 unità rispetto al marzo dello scorso anno.

Il non alimentare vede rarefarsi in modo più deciso il numero di punti vendita (-148 unità): abbigliamento e accessori registrano -38 negozi, mentre sono 34 in meno i negozi dedicati ai prodotti per la casa ed elettrodomestici.

In provincia è la Val d'Era (-70 unità) a segnare la caduta più consistente di negozi seguita dal Valdarno Inferiore (-39) e, dall'Area Pisana (-38 negozi). Più distanziata, ma sempre in terreno negativo, troviamo la Val di Cecina (-8 unità).

In questo quadro resta ai minimi storici a fiducia degli operatori del commercio. Per il periodo aprile-giugno 2014, il saldo percentuale tra le imprese che si aspettano un aumento delle vendite e quelle che, prevedono una diminuzione risulta pari a -9 punti percentuali.

“Lo stato di estrema difficoltà in cui versano le famiglie ed l'entrata in deflazione – commenta **Pierfrancesco Pacini, Presidente della Camera di Commercio di Pisa** – condizionano pesantemente la prima parte dell'anno. Con la deflazione infatti le famiglie, in attesa di prezzi futuri più bassi, rinviando gli acquisti, deprimendo ulteriormente i consumi. L'amarrezza per questi dati è stemperata dal risultato della Grande Distribuzione che, ancora una volta, si dimostra un format in grado di reggere agli urti della crisi”.