

Ufficio stampa

commercio secondo trimestre 2012

i dati di Unioncamere ER

24 ottobre 2012

Crisi, consumi a picco. E i negozi ricorrono agli scontrini anticipati <i>Corriere di Bologna Unioncamere - Camere di Commercio</i>	3
Commercio, crisi aggravata <i>Gazzetta di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	5
Emilia, la crisi riduce ancora i consumi <i>Gazzetta di Parma Unioncamere - Camere di Commercio</i>	6
Crisi, continuano a calare le vendite <i>La Nuova Prima Pagina di Modena Unioncamere - Camere di Commercio</i>	7
Emilia-Romagna, la crisi riduce ancora i consumi <i>Reggio:24h Unioncamere - Camere di Commercio</i>	8

25 ottobre 2012

La crisi dei consumi devasta il commercio In Emilia-Romagna vendite in calo del 5,3% <i>Modena Qui Unioncamere - Camere di Commercio</i>	9
---	---

-3,5%

Le vendite al dettaglio a Bologna

4%

Le aziende in attivo (2° trim 2012)

A picco i consumi, aziende in allarme: già partiti gli sconti

A PAGINA 2

-5,3%**In regione**

La crisi riduce ancora i consumi e, di conseguenza, le vendite al dettaglio, facendo registrare, secondo i dati Unioncamere, un preoccupante - 5,3 per cento in Emilia Romagna nel secondo trimestre 2012 rispetto a un anno fa

4%**Le aziende in positivo**

Date 100 aziende bolognesi, solo 4 hanno risposto di avere registrato un aumento delle vendite rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente: 53 quelle che hanno dichiarato perdite e 43 stabilità

-6,8%**Il calo dei non alimentari**

È crisi acuta in regione soprattutto per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-6,8%), grave per gli specializzati alimentari (-4,8), mentre tengono iper, super e grandi magazzini (-0,1 per cento)

I dati Unioncamere e Confcommercio: imprese pessimiste

Crisi, consumi a picco

E i negozi ricorrono agli sconti anticipati

A Bologna -3,5% da aprile a giugno

I segnali della ripresa saranno anche vicini, secondo il premier Mario Monti, ma i consumi languono, in regione e a Bologna, come riporta la consueta indagine congiunturale sul commercio al dettaglio del secondo trimestre 2012 realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana.

E così qualche esercente si trova costretto ad affrettare i saldi per invogliare all'acquisto. Sotto le Due Torri, e in provincia in particolare, più della metà delle imprese oggi dichiara un calo nelle vendite, se confrontate a quelle del trimestre precedente: si tratta di 53 sulle 100 intervistate dal sondaggio, mentre appena 4 hanno visto

aumentare i clienti; l'andamento, invece, si è mantenuto almeno stabile per le restanti 43. Andava meglio, di questi tempi, un anno fa.

Rispetto allo stesso trimestre del 2011, le aziende bolognesi che hanno visto diminuire le vendite erano 47, a quasi a pari merito con quelle che dichiaravano gli acquisti stabili (46), mentre erano 7 le ditte contente dei loro affari: nel complesso, una variazione tra 2011 e 2012 negativa, cioè del -3,5% sulle vendite. Non che vada meglio fuori da Bologna. Le famiglie riducono i consumi anche nel resto dell'Emilia-Romagna: la crisi acuta del dettaglio specializzato vede un -6,8% per i prodotti non alimentari un -4,8% per gli esercizi specializzati alimentari.

Stessa fotografia a tinte cupe dal sondaggio del centro studi Iscom group di Confcommercio Emilia-Romagna realizzato con le Ascom territoriali. Si confermano in calo, infatti, le vendite nelle prime settimane di avvio dell'anno scolastico, in particolare nelle cartolerie. Ma an-

che negozi di giocattoli, abbigliamento e calzature non hanno visto grandi affari dalla fine delle vacanze a oggi. Il clima tra i commercianti è abbastanza negativo: il 52% ha indicato una sensibile diminuzione nelle vendite rispetto allo stesso periodo del 2011, a fronte di un 36% che parla di stabilità e un 7% che parla di aumento. Confermato anche il contenimento delle spese per il corredo scolastico, mentre per l'abbigliamento ci si concentra solo su quello che è strettamente necessario. I tempi difficili hanno così spinto molti commercianti in città ad affrettare le vendite promozionali, a dispetto dei saldi che incominceranno solo con l'Epifania. «In questi momenti di crisi è chiaro che i nostri operatori commerciali si affrettano a ridurre i prezzi», conferma l'assessore regionale al Commercio Maurizio Melucci.

Andrea Rinaldi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Venidte Da ultima spiaggia

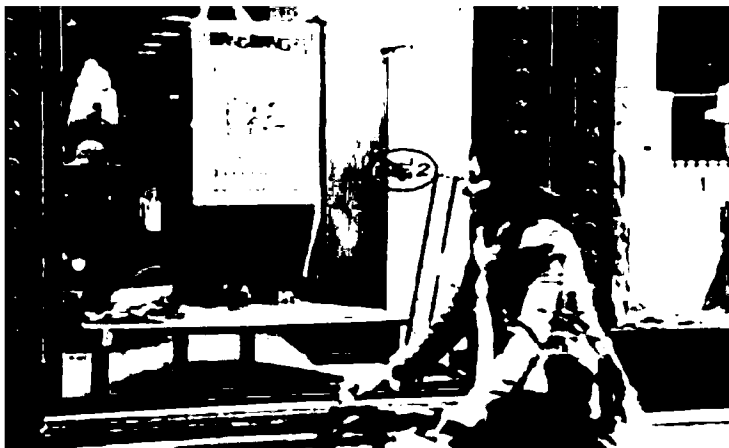
Pagina 3

Dentro le mura Bang Bang 2 va in spazi più piccoli, Carlo Grazia chiude. Ma avanzano le grandi catene

Sos boutique: affitti alti e centro vuoto

Stretta dei consumi e pressione fiscale sì, ma con gli affitti alla stelle e i clienti che si diradano (per colpa dei T Days, secondo l'Ascom) molti i negozi si trovano a far fronte alla crisi e, inevitabilmente, son costretti ad abbassare la saracinesca. La lenta moria degli esercizi del centro storico, quelli che pagano più salato il conto della recessione, era cominciata già dall'estate. Intorno ad agosto, infatti, la Casa dello Sport in via Santo Stefano era già stata costretta a chiudere.

Fuggita nel 2009 dai canoni esorbitanti di Galleria Cavour, non è riuscita a salvarsi, nonostante si fosse trasferita in un locale più grande «e dove pagavamo un quarto di quello che corrispondevamo prima - sostiene Silvia, la titolare - il momento difficile dell'economia ha influito molto e così abbiamo mollato». Ha chiuso anche Belstaff in via IV Novembre, vicinissimo a piazza Maggiore, e a fine mese cesserà l'attività pure il multibrand Carlo Grazia in via dal Luzzo, a due



Trasloco La vertina di Bang Bang 2 che si affaccia su piazza della Mercanzia

passi dalle Due Torri.

«Lo abbiamo deciso alcuni mesi fa — afferma la titolare —, le chiusure del centro ci hanno dato una mazzata e poi, tra turismo che non c'è e la clientela che c'è sempre meno, non si riesce ad andare avanti, le entrate si sono dimezzate e invece l'affitto rimane ugualmente al-

to, 3.400 euro al mese». Cambierà invece location la storica boutique per signora Bang Bang 2, attualmente in piazza della Mercanzia. «Ancora non sappiamo dove andremo, ma ci spostiamo per ridurre i costi — specifica Carlotta, la figlia della titolare Carla Cappelli — il contratto d'affitto era in scaden-

za e visto che questi spazi hanno una spesa molto alta, abbiamo deciso di rimpicciolirci, di andare in un posto con l'affitto più gestibile, ma rimarremo sempre in centro», assicura. Il fenomeno non ha riguardato solo il Quadrilatero, anche via D'Azeglio non è immune. La manifattura All'Orologio ha traslocato dall'estate nella più dimessa galleria Falcone-Borsellino e a fine agosto lo storico negozio di confezioni Mario Sgargi, dopo aver venduto da maggio con ribassi del 50-70%, ha lasciato il posto ad Angelico, mentre a due esercizi storici chiusi da tempo sono subentrati Nokia e Avirex.

Stesso destino per Blunauta, all'angolo con piazza dei Celestini: dopo che son state ripulite dai ricordi per Lucio Dalla, le sue vetrine adesso risplendono dei caffè della catena Nespresso. Evidentemente solo le multinazionali possono permettersi certi canoni d'affitto in centro senza andare in rosso.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I DATI REGIONALI DI UNIONCAMERE**Commercio, crisi aggravata**

Le vendite si riducono del 5,3%. È crisi acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-6,8%) e grave per gli esercizi specializzati alimentari (-4,8%), mentre tengono iper, super e grandi magazzini (-0,1%). Pesante l'andamento delle vendite per la piccola distribuzione (-7,3%) e per la media dimensione (-6,5%), ma è negativo anche per le imprese di maggiore dimensione (-1,8%).

Queste indicazioni emergono dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio nel secondo trimestre realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana.

Dall'indagine emerge come sia peggiorato il saldo tra le quote delle imprese che prevedono un aumento e una diminuzione delle vendite per il trimestre successivo, pari a -7,6%. È il settore del commercio al dettaglio specializzato in prodotti non alimentari che si ritrova ad affrontare le maggio-

ri difficoltà, tanto da accusare una caduta delle vendite del 6,8%, superiore a quella del 4,8% subita dal commercio al dettaglio specializzato in prodotti alimentari.

Infine, l'aggravarsi della caduta dei consumi ha interrotto la tendenza positiva delle vendite degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (-0,1%). L'andamento delle vendite continua a mostrare una correlazione positiva con la dimensione aziendale, anche se con una specie di effetto soglia.

Il trimestre è stato particolarmente pesante per la piccola distribuzione, da 1 a 5 addetti, che subisce una caduta del 7,3%, e per le imprese di media dimensione, da 6 a 19 addetti (-6,5%). L'acuirsi della crisi ha ridotto le vendite delle imprese di maggiore dimensione, da 20 addetti in poi, seppure in misura più contenuta (-1,8%). In questo quadro le imprese attive nel commercio al dettaglio al 30 giugno scorso erano 48.115 (-0,9%).

Pagina 11

UNIONCAMERE E.R.

Emilia, la crisi riduce ancora i consumi

Le vendite si riducono del 5,3%. Le famiglie riducono i consumi. È crisi acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-6,8%) e grave per gli esercizi specializzati alimentari (-4,8%), mentre tengono iper, super e grandi magazzini (-0,1%). Pesante l'andamento delle vendite per la piccola distribuzione (-7,3%) e per la media dimensione (-6,5%), ma è negativo anche per le imprese di maggiore dimensione (-1,8%). Emerge dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio nel secondo trimestre realizzata dalle Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana.

62



UNIONCAMERE Crolli acuti nel commercio al dettaglio, ma gli iper, super e grandi magazzini tengono

Crisi, continuano a calare le vendite

Nel secondo trimestre 2012 si è registrata una riduzione del 5,3 per cento

MODENA

Le vendite si riducono del 5,3 per cento. Le famiglie riducono i consumi. È crisi acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-6,8 per cento) e grave per gli esercizi specializzati alimentari (-4,8 per cento), mentre tengono iper, super e grandi magazzini (-0,1 per cento). Pesante l'andamento delle vendite per la piccola distribuzione (-7,3 per cento) e per la media dimensione (-6,5 per cento), ma è negativo anche per le imprese di maggiore dimensione (-1,8 per cento).

Queste indicazioni emergono dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio nel secondo trimestre 2012 realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere ita-

liana.

Peggiora ulteriormente la tendenza negativa delle vendite del commercio al dettaglio, avviata con il primo trimestre 2008. La crisi si è riacutizzata a partire dalla seconda metà del 2011 e si è ulteriormente aggravata nel

corso del secondo trimestre 2012. Da inizio anno, la diminuzione delle vendite è stata più rapida di quella che si era avuta nel quarto trimestre 2009.

La crisi dunque è profonda e le imprese si attendono un ulteriore peggioramento.



Emilia-Romagna, la crisi riduce ancora i consumi

Le vendite si riducono del 5,3%. Le famiglie riducono i consumi. È crisi acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-6,8%) e grave per gli esercizi specializzati alimentari (-4,8%), mentre tengono iper, super e grandi magazzini (-0,1%). Pesante l'andamento delle vendite per la piccola distribuzione (-7,3%) e per la media dimensione (-6,5%), ma è negativo anche per le imprese di maggiore dimensione (-1,8%).

Queste indicazioni emergono dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio nel secondo trimestre 2012 realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana.

Peggiora ulteriormente la tendenza negativa delle vendite del commercio al dettaglio, avviata con il primo trimestre 2008. La crisi si è riacutizzata a partire dalla seconda metà del 2011 e si è ulteriormente aggravata nel corso del secondo trimestre 2012. Da inizio anno, la diminuzione delle vendite è stata più rapida di quella che si era avuta nel quarto trimestre 2009. La crisi è profonda e le imprese si attendono un ulteriore peggioramento.

L'andamento complessivo

Le vendite a prezzi correnti sono diminuite del 5,3% rispetto all'analogo periodo dello scorso anno per gli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna, segnando ancora un nuovo massimo dell'intensità della crisi. A livello nazionale, la situazione appare ancora più difficile (-7,5%).

L'aggravarsi della crisi ha determinato un accumulo delle giacenze. Il saldo dei giudizi delle imprese (eccedenti – scarse) è quindi sensibilmente peggiorato salendo all'11,1%, un livello prossimo a quelli del 2° trimestre 2009.

Nonostante la profondità della crisi, ci si attende un nuovo peggioramento. Non è particolarmente ampio, ma è peggiorato il saldo tra le quote delle imprese che prevedono un aumento e una diminuzione delle vendite per il trimestre successivo, pari a -7,6%.

Le tipologie del dettaglio

Ancora una volta è stato il settore del commercio al dettaglio specializzato in prodotti non alimentari ad affrontare le maggiori difficoltà, tanto da accusare una caduta delle vendite del 6,8%, superiore a quella del 4,8% subita dal commercio al dettaglio specializzato in prodotti alimentari. Infine, l'aggravarsi della caduta dei consumi ha interrotto la tendenza positiva delle vendite degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che sono comunque rimaste pressoché stazionarie (-0,1%).

La dimensione delle imprese

L'andamento delle vendite continua a mostrare una correlazione positiva con la dimensione aziendale, anche se con una specie di effetto soglia. Nel primo trimestre è stato particolarmente pesante per la piccola distribuzione, da 1 a 5 addetti, che subisce una caduta del 7,3%, e per le imprese di media dimensione, da 6 a 19 addetti (-6,5%). L'acuirsi della crisi ha ridotto anche le vendite delle imprese di maggiore dimensione, da 20 addetti in poi, seppure in misura più contenuta (-1,8%).

Il registro delle imprese

Le imprese attive nel commercio al dettaglio al 30 giugno erano 48.115. Rispetto ad un anno prima la loro consistenza è leggermente diminuita (-0,9%), a fronte di una sostanziale stabilità a livello nazionale (+0,1%).

La crisi dei consumi devasta il commercio

In Emilia-Romagna vendite in calo del 5,3%

Si fa sempre più profonda la crisi del commercio in regione. La tendenza negativa avviata con il primo trimestre 2008, e riacutizzata a partire dalla seconda metà del 2011, si è ulteriormente aggravata nel corso del secondo trimestre 2012. E' quanto si evince dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio tra marzo e giugno 2012, realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana. Nel secondo trimestre di quest'anno, in regione, le vendite a prezzi correnti sono diminuite del 5,3% rispetto allo stesso periodo del 2011, segnando ancora un nuovo massimo dell'intensità della crisi. Che a livello nazionale appare anco-

ra più difficile (-7,5%). E' sempre il settore del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari a dover fronteggiare le maggiori difficoltà, con un calo delle vendite dell'ordine del 6,8%. Leggermente meno grava la situazione per chi commercia prodotti alimentari, i cui affari si sono contratti del 4,8%. Tengono, invece, ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che pure vedono interrompersi a tendenza positiva delle vendite: i consumi, in questo settore, sono diminuiti dello 0,1%.

«L'andamento delle vendite - si legge nella nota della Camera di Commercio regionale - continua a mostrare una correlazione positiva con la dimensione aziendale, anche se con una specie di

effetto soglia». In particolare, il secondo trimestre 2012 è stato particolarmente pesante per la piccola distribuzione (quella che impiega da uno a cinque addetti), che ha subito una caduta del 7,3%, e per le imprese di media dimensione (da sei a diciannove addetti, -6,5%). L'acuirsi della crisi ha ridotto però anche le vendite delle imprese di maggiore dimensione (da venti addetti in su), seppure in misura più contenuta (-1,8%).

Le imprese attive nel commercio al dettaglio al 30 giugno erano 48.115. Rispetto ad un anno prima la loro consistenza è leggermente diminuita (-0,9%), a fronte di una sostanziale stabilità a livello nazionale (+0,1%).

