

La crisi non risparmia, arriva anche agli iper e ai grandi magazzini

”

RiminiToday » Economia

La crisi non risparmia, arriva anche agli iper e ai grandi magazzini

La crisi già acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari coinvolge anche gli esercizi specializzati alimentari e tocca anche iper, super e grandi magazzini

di Redazione - 8 gennaio 2013

[Invia ad un amico](#)



Tema

Le vendite si riducono del 6,2 per cento. Le famiglie riducono fortemente i consumi. La crisi già acuta per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-7,0 per cento) coinvolge anche gli esercizi specializzati alimentari (-7,5 per cento) e tocca anche iper, super e grandi magazzini (-1,6 per cento). La crisi è profonda, ma grazie all'effetto della stagionalità, le imprese attendono un leggero miglioramento dal quarto trimestre. Queste indicazioni emergono dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio realizzata in collaborazione tra **Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Area Studi Unioncamere.**

Peggiora la tendenza negativa delle vendite del commercio al dettaglio, iniziata da tempo, dal primo trimestre 2008. La crisi si è ulteriormente aggravata nel corso del terzo trimestre 2012. **Nell'anno appena concluso, in ogni trimestre la diminuzione delle vendite è stata progressivamente sempre più ampia.**

L'andamento

complessivo

Le vendite a prezzi correnti sono diminuite del 6,2 per cento 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 (-8,3 per cento). L'aggravarsi della crisi non ha determinato però un ulteriore accumulo delle giacenze. Il saldo dei giudizi delle imprese (eccedenti - scarse) è leggermente migliorato recuperando quota 10,0 per cento, non lontano comunque dai livelli del quelli del 2° trimestre 2009. Nonostante la polarizzazione delle aspettative degli addetti, grazie anche all'effetto della stagionalità, nel complesso del settore ci si attende un leggero miglioramento nel corso del quarto trimestre che si è appena concluso: il saldo tra le quote delle imprese che prevedono un aumento e una diminuzione delle vendite è infatti lievemente positivo (+1,6).

Le **tipologie** **del** **dettaglio**

In merito ai risultati delle varie tipologie, il settore del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari accusa una caduta delle vendite del 7,0 per cento, ma le maggiori difficoltà le ha affrontate il dettaglio specializzato in prodotti alimentari che ha subito un calo delle vendite del 7,5 per cento. La tendenza negativa si è imposta anche alle vendite, di prodotti alimentari e non, degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che hanno contenuto la diminuzione all'1,6 per cento.

La **dimensione** **delle** **imprese**

L'andamento delle vendite continua a mostrare una forte correlazione positiva con la dimensione aziendale, con una specie di effetto soglia. Nel trimestre considerato è stato particolarmente pesante per la piccola distribuzione, da 1 a 5 addetti (-8,4 per cento), e per le imprese di media dimensione, da 6 a 19 addetti (-7,1 per cento). L'acuirsi della crisi ha rafforzato ulteriormente la tendenza negativa anche per le vendite delle imprese di maggiore dimensione, da 20 addetti in poi, che resta comunque relativamente più contenuta (-2,6 per cento).

Annuncio promozionale

Il **Registro** **delle** **imprese**

Le imprese attive nel commercio al dettaglio al 30 settembre erano 48.007. Rispetto ad un anno prima la loro consistenza è leggermente diminuita (-1,1 per cento), a fronte di una sostanziale stabilità a livello nazionale.