

Commercio, crollano consumi emiliano romagnoli

Le vendite a -7,4%. In particolare per i prodotti non alimentare a quota -9,2% e gli esercizi specializzati alimentari a -7,7%.

Tengono iper, super e grandi magazzini con un -0,3%.



BOLOGNA, 19 MAR. 2013 - E' ancora crisi dei consumi in Emilia Romagna. Crisi che porta con sè cifre che si presentano ai minimi storici. Le vendite sono diminuite del 7,4 per cento: mai registrato un calo così forte. E' più dura per il dettaglio specializzato in prodotti non alimentari (-9,2 per cento) e gli esercizi specializzati alimentari (-7,7 per cento). Iper, super e grandi magazzini contengono le perdite (-0,3 per cento). Ancora più grave l'andamento delle vendite per la piccola distribuzione (-10,5 per cento) e per la media dimensione (-9,7 per cento), ma è di nuovo negativo anche per le imprese di maggiore dimensione (-2,0 per cento).

Al 31 dicembre 2012 le imprese attive nel dettaglio erano 47.926, 554 in meno (-1,1 per cento) rispetto ad un anno prima (-0,2 per cento in Italia). Sono queste le principali indicazioni che emergono dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio riferita al quarto trimestre 2012, realizzata in collaborazione tra Camere di commercio, Unioncamere Emilia-Romagna e Unioncamere italiana.

Le vendite a prezzi correnti sono diminuite del 7,4 per cento nell'ultimo trimestre del 2012 rispetto all'analogo periodo del 2011 per gli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna. L'aggravarsi della crisi non ha determinato però un ulteriore accumulo delle giacenze. La quota delle imprese che le giudicano eccedenti si è lievemente ridotta al 14,9 per cento, scendendo al di sotto sia dei livelli dei primi nove mesi del 2008 sia di quelli della primavera estate 2009. Il dettaglio di prodotti non alimentari ha affrontato le maggiori difficoltà, con una caduta delle vendite del 9,2 per cento.

Quelle del dettaglio specializzato in prodotti alimentari hanno comunque subito un duro colpo, -7,7 per cento, nonostante i risultati probabilmente meno pesanti dei discount. L'aggravarsi della crisi dei consumi ha confermato la recente tendenza negativa anche delle vendite di prodotti alimentari e non, degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che hanno comunque contenuto la diminuzione allo 0,3 per cento.

L'andamento delle vendite continua a mostrare una forte correlazione positiva con la dimensione aziendale, con una specie di effetto soglia. Nel quarto trimestre è stato particolarmente pesante per la piccola distribuzione, da 1 a 5 addetti (-10,5

per cento), leggermente meno duro per le imprese distributive di media dimensione, da 6 a 19 addetti, (-9,7 per cento), mentre la diminuzione delle vendite delle imprese di maggiore dimensione, da 20 addetti in poi, è stata nettamente inferiore (-2,0 per cento) e più contenuta rispetto a quella del trimestre precedente.

Le imprese attive nel commercio al dettaglio al 31 dicembre 2012 erano 47.926. Rispetto ad un anno prima la loro consistenza è leggermente diminuita (-1,1 per cento, 554 unità), a fronte di una sostanziale stabilità a livello nazionale (-0,2 per cento). Sono le società di persone e le ditte individuali a determinare la riduzione.