

Vendite al dettaglio: -6,1%. Corsa ai ribassi nei supermercati

SERVIZI  
■ Allepagine 4 e 5



# GIÙ I CONSUMI SU LE OFFERTE

## Giù i consumi e adesso le famiglie tagliano anche sul carrello della spesa *Secondo trimestre: cresce la sofferenza della grande distribuzione*

di **SERGIO ROSSI**  
**CONSOLIAMOCI** pure, ma il quadro dei consumi in provincia di Arezzo rimane negativo. Molto negativo. Il secondo trimestre si chiude con un 6,1% rispetto al periodo corrispondente del 2012 e nei numeri c'è la misura di questa crisi infinita i cui effetti stanno minando la salute del commercio senza risparmiare né la media né la grande distribuzione. La parziale consolazione sta nel fatto

che c'è un lieve recupero rispetto alla catastrofica chiusura del primo trimestre, quando il segno meno si era fermato sul 7,8. Che a fine marzo si sia toccato il fondo del pozzo dal quale non si può che risalire? La speranza è tutta qui, considerando anche l'andamento ciclico delle vendite al dettaglio, in negativo dall'ormai lontano 2008. Cinque anni di pesanti

cali, cinque anni nei quali hanno chiuso centinaia di attività, solo in parte compensate dalle nuove aperture.

**LA FRECCIA** all'ingiù è impla-



cabile. Condanna in modo inesorabile i negozi di vicinato, quelli più piccoli, quelli dove il gestore non può, a causa delle dimensioni, applicare risparmi di scala alla clientela. E' il commercio che più accusa la congiuntura e che anche nel trimestre in esame flette del 7,1%. Ma non sono dissimili i dati che arrivano dalla media distribuzione (da 6 a 19 dipendenti) che cade del 5%. E non si salva neppure la grande distribuzione specializzata, resistente fino al 2011 e oggi in netto calo: 3,6% in meno anche se assai meglio del primo trimestre (-6%). Curva negativa, infine, per il comparto dei grandi magazzini che hanno tenuto per tutto il 2012 ma adesso sono in sofferenze: -2,9%, peggio del primo trimestre (-1,8).

**NON NASCONDE** le sue preoccupazione il presidente della Camera di Commercio Andrea Sereni, «in particolare per ciò che sta accadendo alla grande distribuzione sulla quale ormai si basa il dato reale dei consumi sul territorio».

Secondo Sereni «un ulteriore appesantimento dell'Iva rallenterebbe ancor di più la dinamica della domanda interna». E quindi chiede lo stop dell'aumento al 22%.

A dare una chiave di lettura del fenomeno in cui siamo immersi è il segretario generale della Camera di Commercio Giuseppe Salvini. «E' cambiato il comportamento dei consumatori non dall'inizio della crisi ma negli ultimi due anni», nota Salvini. E' dal 2007 che i consumi sono contrazione ma la selezione degli acquisti ha salvato fino all'anno scorso il comparto

alimentare andando invece ad abbattere i beni durevoli. Adesso, invece, la razionalizzazione della spesa ha comportato il taglio anche degli alimentari, dimostrazione di quanto tante famiglie siano costrette a fare i salti mortali per arrivare in fondo al mese.

**LE CARATTERISTICHE** strutturali del cambiamento di abitudini erano state evidenziate nelle settimane scorse anche dal direttore di Ascom Franco Marinoni e da quello di Confesercenti Mario Checcaglini.

**I SETTORI**  
Nemmeno l'alimentare è risparmiato, sono cambiate le abitudini delle famiglie

**HANNO DETTO**



**ANDREA SERENI**  
leader camera commercio

I dati dell'Osservatorio sul commercio al dettaglio confermano le difficoltà di un settore nella sua fase più difficile



**GIUSEPPE SALVINI**  
direttore camera commercio

Le variazioni delle vendite al dettaglio dall'inizio della crisi a oggi mettono in risalto le mutate abitudini



**FRANCO MARINONI**  
direttore Confcommercio

Già da alcune settimane la Confcommercio, tramite direttore e presidente, avevano evidenziato i cali



**MARIO CHECCAGLINI**  
direttore Confesercenti

Anche le analisi di Confesercenti mettono in risalto le difficoltà che il settore sta attraversando



**IL CALO DELLE VENDITE AL DETTAGLIO HA FATTO REGISTRARE UN -6,1%, MENO DEI PRIMI TRE MESI DEL 2013**





**FLESSIONE** Spesa in un supermercato. Dopo aver resistito alla crisi fino a tutto il 2012, anche la grande distribuzione perde colpi. Il comparto di iper e supermarket va giù del 2,8%

