



COMUNICATO STAMPA

Il Commercio al dettaglio della provincia di Pisa nel terzo trimestre 2011

Si aggrava la situazione per il commercio pisano

Ma cresce il numero di aziende. Le attese di fine anno sono orientate ad un cauto ottimismo

Pisa, 21 dicembre 2011. I dati sul commercio al dettaglio relativi al terzo trimestre, secondo l'Ufficio Studi e statistica della Camera di Commercio di Pisa, segnalano la forza con cui la perdita di fiducia dei consumatori e l'aggravarsi dei problemi sul versante occupazionale, si ripercuote sulle dinamiche del settore. La variazione tendenziale di -4,1 punti percentuali registrata dalle vendite al dettaglio delle aziende commerciali con dipendenti della provincia di Pisa, si posiziona infatti non solo al di sotto della media nazionale (-3,1%) e regionale (-2,4%) ma, addirittura, all'ultimo posto tra le dieci province della Toscana.

A determinare questo poco invidiabile risultato contribuiscono, a livello di tipologia distributiva, non solo la piccola unità commerciale, che lascia sul terreno il 5,1% del proprio giro d'affari, ma anche la media, le cui vendite sono risultate in flessione del 6,4%. Complessa anche la situazione della grande distribuzione (unità con 20 addetti e oltre) che, bissando il risultato del secondo trimestre, mette a segno una contrazione dell'1,2%.

Sebbene tutti i comparti merceologici facciano segnare un peggioramento rispetto al secondo trimestre, è dal non-alimentare che proviene la contrazione più consistente (-5,4%). Anche l'alimentare passa comunque dal -0,1% al -3,1%. In un momento di forte crisi, le famiglie continuano quindi ad indirizzarsi sulle strutture despecializzate come ipermercati, supermercati e grandi magazzini (vendite invariate), penalizzando il commercio tradizionale e, all'interno di questo, i comparti meno indispensabili come quelli non alimentari. Spicca soprattutto, all'interno del non alimentare, la brusca caduta delle vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici (-8,6%). L'aumento tendenziale del 3,1% registrato nel terzo trimestre dall'indice generale dei prezzi al consumo di beni e servizi in provincia di Pisa, se si eccettua la componente bevande alcoliche-tabacchi e dell'abbigliamento-calzature, è frutto dell'aumento di voci non collegabili ai settori analizzati dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio come i trasporti, abitazione-acqua-energia, e nei servizi ricettivi.

Aumentano ancora, a fine settembre 2011, le unità locali commerciali attive della provincia di Pisa. Con un +4,0%, pari ad una crescita di 318 unità, il dato segna un'accelerazione rispetto al già consistente +2,6% messo a segno nel secondo trimestre del 2011. Tra i diversi settori spicca, ancora una volta, il ruolo predominante del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari: 303 unità aggiuntive. Decisamente più contenuta, invece, la crescita del commercio al dettaglio alimentare (+6 unità) mentre gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini perdono 2 unità. Tra gli alimentari, avanzano gli esercizi specializzati (+8 unità) mentre continua a ridursi il numero dei minimercati (-3). Per quanto riguarda il non alimentare, diminuiscono i negozi di abbigliamento e accessori (-7) mentre le unità locali che vendono prodotti per la casa ed elettrodomestici, avanzano di 4 unità. Tra gli altri prodotti non alimentari, a crescere, sono soprattutto le unità locali del commercio al dettaglio ambulante (+229 unità) il vero motore della crescita delle aziende operanti nel commercio al dettaglio che rappresentano ormai oltre un quarto delle unità locali del settore.

Per quanto riguarda le attese per l'ultima parte del 2011, il saldo fra coloro che si attendono un aumento delle vendite e coloro che, invece, prevedono una diminuzione, risale dai +9 punti percentuali del terzo trimestre ai +10 del quarto. Il leggero miglioramento delle attese sulle vendite, che non incorpora completamente il peggioramento della situazione economica nazionale delle ultime settimane, riflette aspettative abbastanza positive per quanto riguarda le vendite di fine anno.

Il commento del Presidente Pierfrancesco Pacini

La difficile situazione economica generale e la conseguente perdita di fiducia dei consumatori – afferma Pierfrancesco Pacini Presidente della Camera di Commercio di Pisa – è alla base dell'ulteriore contrazione delle vendite al dettaglio delle imprese pisane. Anche le attese in merito all'evoluzione delle vendite per l'ultima parte del 2011 – prosegue Pacini – sembrano più un auspicio degli imprenditori che una reale opportunità. La Camera di Commercio – conclude Pacini – continua a lavorare assieme alle associazioni e alle altre istituzioni per cercare di stimolare i consumi attraverso iniziative dirette ad animare i Centri commerciali naturali e a vivacizzare il territorio”.