



La crisi dell'economia frena il commercio

Settori in crisi

Commercio e turismo



GENNAIO-OTTOBRE 2013

60.000 aziende chiuse in totale

IL TRACOLLO DELLA MODA

Aziende abbigliamento, tessile, calzature e accessori

CHIUSURE

9.803

NUOVE APERTURE

4.473

SALDO

-5.330

LA FOTOGRAFIA DEL QUINTO BIMESTRE

(settembre-ottobre)

APERTURE

7.627

CHIUSURE

10.294



+66%

rispetto a luglio-agosto

Fonte: Confesercenti



+18%

rispetto a luglio-agosto

ANSA centimetri

Commercio, in dieci mesi chiuse oltre 60 mila imprese

► **Confcommercio: sarà un Natale povero ma ai doni non si rinuncia**

CONGIUNTURA

ROMA La crisi arriva sotto l'albero, ma evidentemente viene da lontano. Molto lontano. E se Confcommercio prevede ancora festività al buio, Confesercenti lancia l'ennesimo allarme: nei primi dieci mesi dell'anno hanno chiuso oltre sessantamila aziende nei settori del turismo e del commercio. Un autentico tracollo per il comparto della moda, abbigliamento, tessile, calzature: da gennaio hanno cessato l'attività, dunque sono morte, diecimila ditte (9.803), rispetto alle 4.473 che hanno aperto. Saldo negativo di 5.330 unità. In altre parole, sono saltati mille negozi al mese, più di trenta al giorno. In totale - precisa l'Osservatorio di Confesercenti - nel commercio e nel turismo il saldo negativo si attesta sulle 22.000 unità. In conclamata sofferenza soprattutto le regioni del Sud, Campania, in particolare, che registra 1.568 chiusure a fronte di 812 aperture. A seguire Lazio (saldo a -613) e Sicilia (-547).

Ma dal quadro desolante emer-

ge anche qualche segnale positivo: nel quinto bimestre 2013 hanno avviato un'attività 7.627 imprese. Un dato che supera del 66% le 4.594 iscrizioni registrate tra luglio e agosto. Il commercio al dettaglio, da gennaio a ottobre, fa segnare 39.019 chiusure e 22.768 aperture per un bilancio negativo di 16.251 unità. Va male decisamente per i negozi non alimentari: 22.349 cessazioni contro le 18.966 aperture. Numeri che si commentano da soli. «L'emorragia di imprese - sottolinea Confesercenti - non si ferma, anche se si evidenzia qualche piccolo segnale di speranza. Commercio e turismo sono schiacciati dalla crisi dei consumi interni

I consumatori

Tredicesime sempre più leggere

Le tredicesime degli italiani diventano sempre più leggere e quel che rimane è divorato da tasse, bollette e rate del mutuo. Adusbef e Federconsumatori prevedono infatti un nuovo calo della mensilità aggiuntiva, calcolando per quest'anno una contrazione del monte grafiche di ben 300 milioni rispetto al 2012. Ma secondo le

che è il segno distintivo di questa recessione italiana che sta continuando a distruggere il nostro capitale imprenditoriale. La crisi sta portando a un rapido rinnovamento generazionale: il 40% delle nuove imprese è giovanile. Adesso cerchiamo di tenerle sul mercato, in primo luogo evitando bastoste fiscali».

E, ovviamente, sarà ancora un Natale nel segno dell'austerità. Molto probabilmente non sarà neppure l'ultimo anche se quasi nove italiani su dieci non rinunceranno ai regali. Così almeno risulta da una indagine di Confcommercio. Secondo la ricerca oltre il 69% degli intervistati pensa che il Natale sarà festeggiato in manie-

ra dimessa (il 66,4% lo scorso anno), ma l'85,8% dice che farà comunque dei doni (era l'86,3% nel 2012). Consistente la quota di coloro che si sentono più poveri rispetto allo scorso anno (oltre il 47%).

A giudicare dall'indagine, gli italiani non hanno neppure fiducia sul futuro: quelli che pensano che il prossimo sarà l'ultimo Natale di crisi sono appena il 20%, mentre il 68,6% ritiene che «certamente» quello del 2013 non sarà l'ultimo anno di difficoltà economica. Quattro italiani ogni dieci ritengono che l'attuale situazione durerà almeno altri due anni e oltre il 60% non si aspetta una ripresa prima dei prossimi due (meno del 5% è dell'idea che lo status di oggi terminerà entro pochi mesi e poco meno del 15% ritiene che si protrarrà per un altro anno ancora). In crescita la percentuale di coloro che dichiarano di «non» essere intenzionati a fare acquisti per i regali di Natale (dal 13,7% del 2012 al 14,2% di oggi). L'area di difficoltà aumenta tra i consumatori con meno di 34 anni, tra coloro che risiedono nelle grandi aree metropolitane di Roma, Milano, Torino, Genova, Napoli, Bari e tra coloro che risiedono nelle regioni del Nord-Est.

Luciano Costantini