

Dati Il settore ha risentito più tardi della crisi e la sta ancora pagando

Alimentare Piccoli esercizi: la fiducia non è in negozio

Continuano a soffrire i dettaglianti: solo il 15% vede risultati migliori. Minori problemi per chi si è specializzato

DI ISIDORO TROVATO

Non è finita. L'onda lunga della crisi non ha smesso di far sentire i suoi effetti (negativi) sulle imprese. In particolare il settore del commercio al dettaglio alimentare segnala un 2014 particolarmente difficile. Un dato che sembrerebbe in controtendenza rispetto ai segnali di ripresa del paese e alla timida risalita dei consumi. «In realtà non si tratta di una sorpresa — spiega Donatella Prampolini, vicepresidente di Fida, la Federazione italiana dei dettaglianti alimentari —. Tra le piccole e medie imprese gli effetti della crisi si sono manifestati in ritardo, perché gli alimenti sono gli ultimi beni a essere coinvolti nei tagli della spesa, ma faranno sentire più a lungo le loro conseguenze».

Spesa dimezzata

In effetti la forte riduzione dei consumi ha lasciato il «segno», tanto che quasi il 70% delle imprese denuncia una diminuzione dello scontrino medio negli ultimi sei mesi del 2014 rispetto allo stesso periodo del 2013 e quasi il 60% registra una diminuzione degli ingressi nel proprio punto vendita. Le imprese del dettaglio alimentare hanno inoltre dovuto fare fronte ad una mancata dimi-

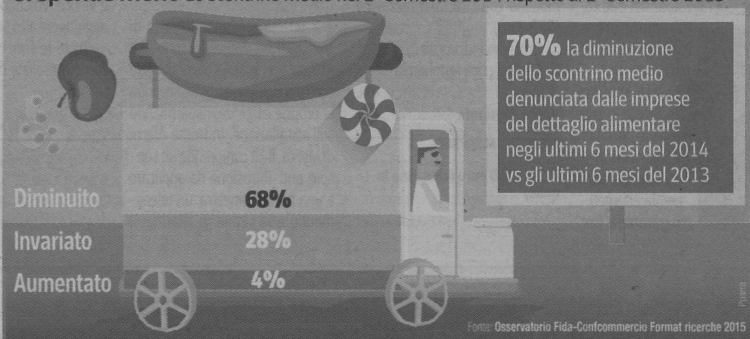
conomica del paese stia migliorando nei primi sei mesi del 2015 e soltanto il 15% afferma che il proprio andamento economico è più positivo». Difficoltà si registrano anche sul versante dell'accesso al credito: tra le imprese che negli ultimi sei mesi hanno fatto richiesta di finanziamenti, il 39% si è visto accogliere la richiesta

ma rimane ancora alta la quota di aziende (52%) che hanno ottenuto risorse inferiori a quelle richieste o hanno trovato solo porte chiuse.

Nuovi scenari

In ogni caso, a parte una sostanziale stabilità dei tassi di interesse, per tutti gli altri indicatori

Si spende meno Lo scontrino medio nel 2° semestre 2014 rispetto al 2° semestre 2013



dell'offerta di credito, la maggior parte delle società ha rilevato un peggioramento sia delle condizioni economiche che dei servizi bancari. Anche in questo caso si tratta di un fenomeno in controtendenza rispetto alla sbandierata disponibilità delle banche a finanziare le Pmi. Eppure in un contesto tanto complesso esisto-

no anche scelte premianti. «In effetti — ammette Prampolini — in questi anni abbiamo assistito a un cambiamento radicale delle abitudini dei consumatori: non c'è più la fidelizzazione, si inseguono le promozioni oppure ci si affida ai servizi. I negozianti al dettaglio che hanno puntato su specializzazione e attenzione al cliente han-

no avuto ottimi riscontri. È chiaro però che questo nuovo scenario deve essere anche sostenuto da banche e credito che invece preferiscono sempre finanziare grandi progetti o realtà che hanno già disponibilità proprie».

E così piove sempre sul bagnato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fida Donatella Prampolini, vicepresidente di Federazione italiana dettaglio alimentare

nuzione dei prezzi delle merci praticati dai propri fornitori. Anzi, a fronte di una bassa quota di imprese (8,6%) che ha rilevato un calo, c'è un'ampia percentuale di aziende (il 36,4%) che lamenta addirittura un aumento praticato dai fornitori.

«Anche in questo caso — continua Prampolini — siamo in presenza di un fenomeno di rimbalzo: le aziende produttrici vengono costrette a continue campagne promozionali da parte della grande distribuzione e cercano di recuperare margini rivolgendo a noi gli aumenti». Il risultato è che nella seconda parte del 2014 rispetto ai primi sei mesi dell'anno, oltre il 60% delle imprese del dettaglio alimentare ha registrato una diminuzione dei ricavi, un'azienda su due ha ridotto i propri organici e quasi la metà (44%) ha visto peggiorare la capacità di far fronte al proprio fabbisogno finanziario.

«Si tratta di fenomeni gravi — sottolinea il vicepresidente Fida — i cui effetti non potranno certamente essere riassorbiti in tempi brevi. Resta la sfiducia degli imprenditori del settore che trova conferma nelle esigue percentuali circa le attese future: appena l'8% ritiene, infatti, che la situazione