

Gelata anche sulle vendite al dettaglio

Emanuele Scarci
MILANO

Consumi in caduta libera. A settembre l'Istat rileva che le vendite al dettaglio registrano una diminuzione congiunturale dello 0,6%, sia in valore che a volume, e tendenziale del -1,4% a valore e del -1,7% a volume.

Si tratta del quinto dato negativo degli ultimi sei mesi su base annuale. Uno dei peggiori.

La flessione più marcata riguarda i prodotti non alimentari: -1,6% in valore e -1,9% in volume. Tra i prodotti non alimentari si registrano variazioni negative per quasi tutti i gruppi di prodotti. Le diminuzioni più marcate si rilevano per i gruppi cartoleria, libri e giornali (-4,1%), calzature e articoli in cuoio (-3,9%) e foto-ottica e strumenti musicali (-3,1%). In

crescita solo i casalinghi, durevoli e non durevoli (+3,8%).

Rispetto a settembre 2015 l'istituto di statistica rileva una flessione contenuta delle vendite nella grande distribuzione (-0,2%) mentre il calo è

I SETTORI

La performance peggiore per i beni non alimentari: cartoleria e libri (-4,1%), calzature (-3,9%)

Bene solo i casalinghi (3,8%)

molto più marcato per i piccoli negozi (-2,5%).

A rubare vendite a supermercati e piccolo commercio i discount alimentari: +2,3% su base annuale e +2% nei primi nove mesi dell'anno.

Nel complesso, la contra-

zione delle vendite di settembre azzerà la crescita a valore nei primi nove mesi dell'anno e la spinge in negativo (-0,6%) in quantità.

Black friday

Per Confesercenti è «davvero un venerdì nero per il commercio. A settembre le vendite al dettaglio segnano il terzo calo consecutivo. La crisi è grave soprattutto per i piccoli esercizi, che rispetto a un anno fa hanno perso il 2,5% di fatturato. Inoltre negli ultimi dodici mesi sono sparite quasi 5.800 negozi, di cui circa 750 sono botteghe alimentari».

Più strutturata l'analisi di Confcommercio. «Il dato sulle vendite di settembre conferma la debolezza della domanda - osserva Mariano Bella, direttore dell'ufficio

studi di Confcommercio -, in particolare sono andate deluse le aspettative su una crescita congiunturale del comparto alimentare. Tuttavia l'indice Istat sulle vendite al dettaglio è parziale: non considera le immatricolazioni di autoveicoli e il fatturato dei servizi, compresi bar, ristoranti e alberghi. E alla fine i dati non sono così catastrofici come potrebbero apparire».

Infatti le informazioni, sempre Istat, sul fatturato dei servizi evidenziano nel terzo trimestre dell'anno in corso, forti e positivi sviluppi tendenziali tanto nel comparto del commercio di autoveicoli (+13,8%) quanto per le attività di alloggio e ristorazione (+3,8%).

Bella cita anche «la crescita del fatturato dei servizi di

pubblicità e ricerche di mercato (+4%): un segnale che misura la propensione agli investimenti delle imprese. Anche se è indubbio che l'atteggiamento delle famiglie rimanga improntato alla cautela, come indica la dinamica decrescente del clima di fiducia».

Rischio recessione

Federdistribuzione, l'associazione delle catene commerciali, sottolinea che il 2016 potrebbe chiudersi con vendite in contrazione. Per Giovanni Cobolli Gigli, presidente di Federdistribuzione, «il dato di settembre è estremamente preoccupante: il peggiore dall'inizio dell'anno, capace di azzerare il pur debole sviluppo che le vendite al dettaglio avevano mostrato nel 2016. Da gennaio la

crescita è infatti nulla a valore e pari al -0,6% a volume. E guardando agli ultimi mesi dell'anno non si riescono a vedere segnali incoraggianti, con un clima di incertezza sul futuro che preoccupa consumatori e imprese. In tal senso insistiamo sulla nostra proposta di liberalizzare le promozioni sui prodotti non alimentari per tutto l'arco dell'anno e non porre miopi divieti in alcuni periodi».

Poi Cobolli Gigli paventa «il rischio concreto che il 2016 si concluda con una variazione negativa delle vendite e spingendo il commercio in una situazione di grave difficoltà dopo segnali modestamente positivi nel 2015. Il sostegno alla domanda interna deve essere una priorità, poiché senza ripresa dei consumi non potrà avvenire alcun percorso di ripresa solida e continua nel tempo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Aziende in campo

emanuelescarci.blog.ilsole24ore.com

Bilancio in rosso

Variazioni percentuali sullo stesso mese dell'anno precedente (indici in base 2010 = 100), settembre 2016

Generi casalinghi	3,8
Altri prodotti (gioielli, orologi)	0,1
Prodotti di profumeria	-0,8
Mobili, articoli tessili	-1,1
Prodotti farmaceutici	-1,2
Utensileria	-1,9
Dotazioni per l'informatica	-2,0
Elettrodomestici	-2,1
Giochi e giocattoli	-2,4
Abbigliamento e pellicceria	-2,4
Foto-ottica e pellicole	-3,1
Calzature e articoli in cuoio	-3,9
Cartoleria e libri	-4,1

Fonte: Istat