

24 luglio 2010 8:59

ITALIA: Vendite al dettaglio in calo

Gli italiani stringono ancora la cinghia, a maggio le vendite hanno registrato un nuovo e piu' pesante calo, scendendo dell'1,9% su base annua. E' il secondo ribasso consecutivo dall'inizio dell'anno, un dato certificato dall'Istat e dallo stesso istituto definito 'negativo', anche perche' si confronta con il periodo piu' buio della crisi. Insomma, i consumi stentano a imboccare la via della ripresa. E soffre anche il carrello della spesa, gli acquisti per pranzo e cena diminuiscono del 2%. Crescono cosi' le preoccupazioni dei commercianti, soprattutto di chi gestisce i negozi piu' piccoli.

La flessione delle vendite al dettaglio a maggio non risparmia quasi niente: sono tutti, o quasi, segni meno. Infatti, anche a confronto con aprile, c'e' stata una contrazione (-0,3%). Inoltre, i cordoni della spesa si sono stretti sia per il 'non food' (-2% su anno, -0,4% su mese) che per il 'food', ovvero gli acquisti essenziali (-2% su anno, -0,1% su mese). Rispetto a maggio 2009 i cali maggiori hanno riguardato calzature, articoli in cuoio e da viaggio (-5,2%) e abbigliamento e pellicceria (-4,5%). D'altra parte tra i principali comparti merceologici se ne contano solamente due in positivo: supporti magnetici e strumenti musicali (+3,6%) ed elettrodomestici, tv, radio e registratori (+1,6%).

Guardando ai canali di vendita, gli affari vanno male quasi ovunque, ma sono i negozi di vicinato (-2,9%) a risentirne di piu'. Nella grande distribuzione, dove il ribasso e' meno consistente (-0,5%), scontano le difficolta' maggiori gli ipermercati (-1%), seguiti dai discount alimentari (-0,8%). Il calo e', invece, piu' lieve per i supermercati (-0,5%). In altre parole, le imprese piu' grandi se la cavano (oltre 50 addetti +0,1%), mentre quelle piccole e medie sono ancora alle prese con la crisi (fino a 5 addetti -3,1%, da 6 a 49 -3,3%).