

PRESENTATA LA PRIMA INDAGINE CONGIUNTURALE SUL COMMERCIO A PRATO

CONSUMI IN CALO, MA RISTORANTI E BAR CONTINUANO A CRESCERE

Un quadro a tinte fosche, che evidenzia le difficoltà di un settore che sta facendo pesantemente i conti con la crisi; ma allo stesso tempo anche uno strumento conoscitivo importante, messo a punto per conoscere il settore e valutare meglio gli interventi. Si è svolta questa mattina la presentazione della prima indagine congiunturale sul commercio a Prato, promossa dalla Camera di Commercio con la collaborazione di Confesercenti e Unione Commercianti.

Un lavoro inedito, che prende spunto dai dati raccolti dall'Ossevatorio sul commercio di Unioncamere Toscana, arricchito da elaborazione dell'ufficio studi della Camera, con la finalità di offrire una lettura del fenomeno commercio che tenga conto anche di altre variabili che influenzano il settore.

La situazione del settore disegnata dall'indagine non è molto incoraggiante. Complessivamente rispetto al 2010 (dove si registrava un -2,2%) il 2011 si è chiuso con un saldo ulteriormente negativo del -2,1%. La peggiore performance è quella delle vendite dell'abbigliamento e accessori, che negli ultimi tre mesi del 2011, in concomitanza delle vendite natalizie, hanno chiuso con un pesante -7,6%.

Il calo dei consumi delle famiglie ha un impatto importante sull'andamento dei vendite, segnalato da difficoltà generalizzate sia nella piccola che nella grande distribuzione; e questo è collegato a una forte contrazione del reddito disponibile.

“Non potevamo aspettarci dei numeri positivi, la situazione è questa un po' dovunque. – commenta **Carlo Longo**, presidente della Camera di Commercio di Prato – È alto il turn over delle imprese, in particolare in alcuni settori di vendita. Dovremmo accompagnare meglio questi imprenditori che iniziano la loro avventura, perché oggi fare l'imprenditore è di fatto iniziare un'avventura”.

Registrano un segno positivo le strutture ricettive gli esercizi pubblici (+2,3% i ristoranti e +5,4% i bar), ma in generale c'è un rallentamento anche sul fronte degli investimenti: se nel 2010 il 27 per cento delle imprese commerciali aveva fatto degli investimenti, nel 2011 si scende al 21 per cento.

“La preoccupazione delle famiglie per il loro futuro ha un diretto influsso sulle vendite. – commenta **Alessandro Giacomelli**, presidente di Confesercenti – Ma nonostante tutto nella categoria c'è la volontà di rinnovarsi: ci sono imprenditori che aprono nuove sedi, che innovano sistemi di vendita e cercano di proporre alla propria clientela prodotti sempre nuovi. La nostra categoria resta ottimista, e siamo alla ricerca di nuovi tipi di aggregazione come i centri commerciali naturali”.

c o m u n i c a t o s t a m p a

~~“Senza una politica che cerchi di portare reddito nelle famiglie, difficilmente potrà esserci una ripresa nei consumi. – aggiunge Gianluca Niccolai, direttore dell’Unione Commercianti - La piccola distribuzione soffre di più e la recente liberalizzazione degli orari non fa che andare ad aumentare il divario con la grande distribuzione. A livello locale sarebbe necessaria una maggior concertazione sulle iniziative in centro storico, perché possano realmente creare sviluppo”.~~

ALLEGATO IL TESTO DELLA CONGIUNTURA

n.26 del 24/04/2012