

COMMERCIO: REDDITO PRO-CAPITE AI LIVELLI DEGLI ANNI '90,□

MENO MACELLERIE ED ALIMENTARI E PIU' TABACCHINI E PASTICCERIE

Per 1 su 3 non nuovo calo di fatturato: la fotografica dell'Isr della Camera di Commercio.

Con il crollo del reddito pro-capite, tornato ai livelli degli anni '90, soffre anche il piccolo commercio apuano. Con 13.890 euro disponibilità pro-capite, gli apuani sono i cittadini toscani con il reddito più basso della Toscana. Rispetto al 1995 il loro reddito è sceso del 17.6%. E' tutta da ricercare in questa dinamica, quella delle famiglie con meno disponibilità economica, incapaci di risparmiare ed impossibilitate a fare acquisti ed alimentare i consumi, la crisi che sta vivendo, ormai senza arrestarsi dal 2008, il commercio della provincia di Massa Carrara che solonell'ultimo anno ha perso l'1,5% del giro d'affari. A pagare il prezzo più pesante sono stati i negozi di vicinato, le piccole botteghe, gli alimentari, le macellerie, i negozi di abbigliamento ed i mobilifici a discapito delle grandi strutture di vendita dove non solo hanno tenuto, ma in taluni casi anche incrementato. In sintesi meno **botteghe, e più centri di vendita organizzata**. E' la fotografia scattata da

Rapporto Economia

elaborato dall'I

stituto di Studi e Ricerche della Camera di Commercio di Massa Carrara:

le famiglie apuane, in tempo di crisi, hanno messo in campo comportamenti prudenti e restrittivi, acquistando di meno e preferendo prodotti di qualità mediamente più bassa (info su

www.ms.camcom.gov.it

). "La conseguenza diretta tra potere di acquisto e consumi ha una ricaduta immediata sulle attività commerciali. Le famiglie, in questo ultimo quinquennio, hanno visto erodere la propria disponibilità: le motivazioni sono la crisi occupazionale che nel frattempo ha toccato livelli record del 16,4%, l'aumento dei costi delle bollette di gas ed acqua e della pressione fiscale a cui dobbiamo legare un paniere sempre più complesso dove sono subentrati tecnologie ed altri beni. Semplificando: i soldi sono diminuiti, le esigenze sono aumentate. Chi oggi ha disponibilità tende a fare acquisti ragionati – prosegue – e questo è un altro freno alla fiducia".

Dal 2009 ad oggi la rete distributiva locale al dettaglio fisso ha registrato una perdita netta di **83**

attività

, -2,8%, per complessivi 9,8 mila mq di vendita. Solo negli ultimi dodici mesi il territorio ha perso 51 strutture commerciali e oltre 2 mila mq di vendita disponibile. Il dazio più pesante – come anticipato - è stato pagato in questi anni dalle attività di vicinato: nella fascia fino a 150 mq di vendita, infatti, si sono persi dal 2009 ad oggi 116 unità e 7.100 mq di vendita, di cui 95 unità per 4.700 mq negli ultimi dodici mesi. In altri termini, le piccole attività hanno perduto per strada nell'ultimo quinquennio il 6,3% delle strutture e il 7,5% delle superfici del 2009. Diversamente le fasce intermedie sembrano aver retto meglio alla crisi, denotando in taluni casi anche incrementi come nella fascia tra i 250 e i 400 mq. Sulle grandi strutture di vendita, dal 2009 il territorio ha perduto un'unità nella fascia tra i 1.500 e i 2.500 mq. Complessivamente la rete commerciale ha in ogni caso perso terreno: - 1,7% di esercizi, - 1,2% di metri quadrati.

Dal punto di vista della specializzazione commerciale, non si evidenziano invece grandissimi cambiamenti. Va segnalato in proposito **una riduzione delle attività non specializzate**, in particolare quelle de

ll'alimentare, delle macellerie, del commercio di prodotti tessili e di mobili, ferramenta e oggettistica per la casa, ed un incremento delle panetterie e pasticcerie, delle pompe di benzina, dei negozi di calzature e pelletteria, delle orologerie

e di attività che vendono altri prodotti non alimentari. "Il negozio di vicinato – analizza

Dino Sodini

, Presidente della Camera di Commercio di Massa Carrara - rappresenta un servizio indispensabile in molte frazioni del territorio e per determinate fasce di popolazioni come gli anziani. La riduzione del potere di acquisto ha aggravato ed accelerato il progressivo impoverimento delle piccole botteghe che nel frattempo sono sparite dai centri. Sono inoltre cambiate le modalità di fare la spesa delle famiglie che privilegiano, anche per comodità e per proposta, i grandi centri così come sono in forte crescita gli acquisti online. In futuro dovremo sempre più tenere conto anche dei mutamenti dei modelli di acquisto dei consumatori".

Infine una considerazione sulle prospettive. Il 36%, 1 su 3, degli operatori locali del commercio per l'anno di riferimento un nuovo calo del proprio fatturato, contro solo il 12% che ne stima un incremento. Nel resto della Toscana la situazione sembra essere meno sofferente, seppur anche in questo ambito negativa: gli ottimisti sfiorano il 14% i pessimisti non arrivano al 44%. Elementi secondo i quali, per i commercianti, anche nel 2015 assisteremo ad un nuovo calo dell'occupazione. Saranno meno anche gli imprenditori che continueranno ad investire nella propria attività (solo il 6,6%).

Per informazioni www.ms.camcom.gov.it e www.facebook.com/cameracommercioMS