AVELLINO – Cade a fagiolo la ricerca del Centro studi Unioncamere sull'andamento delle vendite nell'ultimo trimestre del 2012. La crisi ha colpito duramente anche il settore commerciale. Numerosi i negozi che hanno abbassato definitivamente le saracinesche sia per la contrazione dei consumi, sia per l'esosità dei canoni di fitto. Basta un giro per le strade del centro cittadino per rendersi conto del grandissimo numero di locali muniti del cartello "si loca" o "si vende". Quindi, desta interesse il risultato cui giunge uno dei più autorevoli osservatori italiani sull'andamento congiunturale del comparto distributivo.

Ebbene, il Centro studi di Unioncamere – che ha effettuato un'indagine campionaria ascoltando le opinioni degli operatori del settore – afferma che la crisi economica continuerà ad avere effetti negativi soprattutto per i piccoli negozi. Mentre 4 imprese su 10 appartenenti alla grande distribuzione prevedono di incrementare le vendite nell'ultimo trimestre del 2012, confidando sulle festività di fine anno, i piccoli negozianti sono certi che la spesa per i regali e i cenoni natalizi sarà in calo rispetto all'anno passato, così che il settore non riceverà beneficio alcuno dalle vendite per Natale, Capodanno e la Befana. Il pessimismo è più diffuso tra i commercianti del Centro Sud e - badando ai generi venduti - soprattutto tra quelli che smerciano prodotti non alimentari.

Ecco qualche dettaglio sulla ricerca condotta dagli specialisti dell'Unione delle Camere di commercio. Su 100 aziende intervistate, 37,3 prevedono un calo delle vendite; 37,2 ritengono che non ci saranno variazioni, mentre 25,4 presagiscono un aumento. Lo scarto percentuale, dunque, tra i pessimisti e gli ottimisti è di 11,9 punti percentuali. Questo dato, però, è profondamente diverso se si tiene conto della dimensione delle imprese. Per quelle piccole (Unioncamere ha iscritto in tale categoria le imprese con un numero di dipendenti da 1 a 19) il saldo è di 29 punti giacché quelli che temono una contrazione delle vendite sono il 46% contro il 17% che attende un miglioramento. Tra le imprese con 20 dipendenti e più, il 46% ha fiducia in un exploit dei consumi; il 14%, invece, teme il contrario. Il divario tra speranzosi e scoraggiati assume così, per le imprese di maggiore dimensione, il segno "più" e raggiunge i 32 punti percentuali.

Guardando ai dati ripartiti per grandi ripartizioni geografiche, si osserva che nel Nord Ovest i

pessimisti superano gli ottimisti di 5 punti percentuali; nel Nord Est la differenza tra i primi e i secondi sale quasi a 10 tacche; nel centro i punti di divario balzano a 15,5 e nel Sud e nelle isole schizzano addirittura a quota 17. L'indagine di Unioncamere ci dice anche che il 42,3% dei commercianti al dettaglio di prodotti *food* prevede vendite stabili per questo fine anno rispetto allo stesso periodo del 2011. Il 34,5% intravede una contrazione; il 23,2 un incremento. Nel comparto *no food* i catastrofici sono il 43%; gli ottimisti il 21% e quelli che non prevedono mutamenti il 36%.

Previsione capovolta per ipermercati, supermercati e grandi magazzini. In questa branca del commercio che viene definita grande distribuzione (Gdo) più della metà (per l'esattezza il 51,4% degli esercizi) intravede aumenti; il 12,2% cali e il 36,4% stabilità.

Fin qui le previsioni. Tra qualche settimana sarà possibile tracciare il bilancio reale basato sui dati definitivi. Quello, intanto, che è certo è che le strutture commerciali anche in Irpinia perdono pezzi. Le ultime statistiche sulla consistenza della rete distributiva ci dicono che in provincia di Avellino ci sono circa 200 esercizi al dettaglio in meno rispetto a quanti se ne contavano negli anni antecedenti la crisi. Anche il commercio ambulante ha visto scomparire alcune decine di esercenti (l'ultima rilevazione ne ha contato 864 contro i quasi 900 di 5 anni fa) sebbene i consumatori stanno preferendo, alla ricerca di prodotti meno costosi, il banchetto del mercato settimanale al negozio a posto fisso. Ad avanzare senza soste è il numero di punti di vendita della Gdo. I supermercati in provincia sono all'incirca una settantina contro i 55 del 2007. I grandi magazzini sono passati, nello stesso periodo, da 4 a 10. La grande distribuzione specializzata da 2 a 11. Gli ipermercati da 4 a 5. Eppure anche per i "grandi" gli affari languono. Gli ultimi dati Istat hanno posto in evidenza che nella grande distribuzione le vendite, da gennaio a settembre 2012 rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso sono diminuite dello 0,2%. Un'inezia, si dirà, se raffrontata alla contrazione registrata per le imprese operanti su piccole superfici che hanno visto crollare le vendite di un altro 2,8%. Giusto, ma scorrendo le statistiche, si nota che nella Gdo a spingere all'insù l'andamento degli acquisti sono soprattutto i *discount* giacché per quasi tutte le altre tipologie di esercizi il *trend* è in discesa.