



CONFIMPRESEITALIA Confederazione Sindacale Datoriale

delle Micro, Piccole e Medie Imprese – Area Metropolitana di Naapoli

COMUNICATO STAMPA n.1/02.01.2014

SALDI “SPOMPATI” DALLA CRISI

Solo 145 euro a famiglia, in un clima di grande sfiducia (dati ISTAT)

**PERROTTA (CONFIMPRESEITALIA): Non bastano i saldi per recuperare incassi,
servono politiche attive per il commercio e le imprese**

Venerdì 2 gennaio 2015 sono partiti i SALDI in Campania; come di consueto, le scritte delle percentuali degli sconti affollano le vetrine dei negozi. E dopo qualche giorno, affollerà le pagine dei giornali il fixing delle vendite maggiori o minori rispetto allo scorso anno.

“Non c’è da illudersi – sottolinea Enzo Perrotta, Presidente Confimpreseltalia di Napoli e provincia – il balletto delle cifre è un film già visto: è perfettamente inutile evidenziare la partenza della stagione degli sconti, visto che gli esercenti, per attrarre i consumatori e non chiudere i negozi, sono in saldi dal mese di settembre”.

La vera preoccupazione, adesso, è di generare liquidità per sopperire alle problematiche bancarie che si porranno nel primo trimestre 2015. “Le mancate vendite degli ultimi sei mesi – continua Perrotta – hanno costretto i commercianti a mantenere, praticamente, sconti fissi nelle vetrine. Questo per riuscire a gestire il quadro spese e i pagamenti ai fornitori. Quindi, pur di far liquidità si è rinunciato al guadagno utile per finanziare l’impresa”.

Ma adesso uno spettro ben più allarmante si aggira per le strade del commercio: il contenzioso bancario. Nell’arco di appena 18 mesi, dal dicembre 2012 al giugno 2014, il tasso di incagli (ovvero l’incapacità di saldare il debito con la banca, prima di trasformarsi in sofferenza), riferito al settore Commercio e Microimprese, in Campania è passato dal 4,1 al 6,5%. “In base a questi dati – continua il Presidente di Confimpreseltalia Napoli – su dieci imprese, almeno quattro sono a rischio sofferenza, ovvero chiusura conto e possibile vendita del debito a società specializzate nel recupero”.

Questo scenario significa espellere queste imprese dal mercato: i segnali già ci sono, in quanto la grande quantità di locali sfitti, in zone ad alta vocazione commerciale (Vomero, Chiaia, Centro Storico), continua a crescere in modo esponenziale. Secondo Unioncamere, il dato campano è tra i più allarmanti, in un contesto meridionale di per sé critico: nell’arco di un anno il saldo negativo è aumentato di 600 unità, pari all’11%.

“Per questa ragione – conclude Perrotta – sbandierare la partenza dei saldi come un’opportunità per i commercianti ci lascia tanto amaro in bocca. Tra l’altro – è bene ricordarlo – siamo i portatori della liberalizzazione degli sconti, per tutto l’anno, per contrastare l’aggressività di un mercato ormai dominato dai mega-outlet. Ci aspettiamo, invece, che la politica si cimenti concretamente sulle problematiche più urgenti del nostro comparto: fitto, credit-crunch e vendite sottocosto”.

SCHEDA 1: Riduzione spesa (Ufficio Studi Confimpreseitalia)

Prendendo come riferimento l’anno migliore del decennio (2004/2014), il 2007, 'l'effetto Natale', ovvero i maggiori consumi per spesa e regali effettuati nel mese di dicembre presso negozi, grande distribuzione e centri commerciali, è stata pari a 18,7 miliardi di euro. Nel 2014, invece, la spesa degli italiani nell'intero periodo natalizio si è fermata a 10,2 miliardi di euro. Ciò significa che in 7 anni le famiglie italiane hanno tagliato le spese natalizie per la maxi-cifra di 8,5 miliardi di euro. Il Natale 2014 si chiude con una riduzione generalizzata dei consumi del -5,1% rispetto allo scorso anno. Il dato arriva da Confimpreseitalia Ufficio Studi, che come ogni anno elabora i consumi legati al Natale (addobbi, regali, alimentari, viaggi, ristorazione, ecc.) .

Del resto il dato **UNIONCAMERE** di nato-mortalità delle aziende deriva anche dalla tendenza dei consumi che ha generato perdita di fatturato e maggiori costi aziendali.

SCHEDA 2: Fiducia dei consumatori (dato ISTAT – Dicembre 2014)

L'indice del clima di fiducia dei consumatori (base 2005=100) diminuisce a dicembre a 99,7 da 100,2 del mese di novembre 2014. Il peggioramento riguarda sia la componente economica sia quella personale, i cui indici diminuiscono rispettivamente a 103,2 (da 103,9) ed a 98,0 (da 99,1). L'indice riferito al clima corrente si riduce a 97,2 (da 99,0), quello relativo al clima futuro aumenta lievemente passando a 101,8 (da 101,7). I giudizi e le attese sulla situazione economica del Paese peggiorano: i rispettivi saldi passano a -108 (da -105) ed a -15 (da -13). Quanto alla tendenza della disoccupazione, il saldo diminuisce a 48 (da 53).

I giudizi sulla situazione economica delle famiglie migliorano (a -56 da -57, il saldo); per le attese, invece, il saldo scende a -19 (da -16). I giudizi sul bilancio familiare migliorano (a -17 da -18). Il saldo relativo all'opportunità attuale di risparmio diminuisce a 114 (da 115), mentre per il futuro i consumatori si attendono miglioramenti (a -53 da -55 il saldo). Le valutazioni sull'opportunità di acquisto di beni durevoli mostrano un peggioramento: il saldo passa a -89 (da -79).

I saldi che esprimono i giudizi e le attese circa la dinamica dei prezzi al consumo passano rispettivamente a -5 (da -8) ed a -18 (da -19).

A livello territoriale, il clima di fiducia aumenta nel Nord-ovest, diminuisce nel Nord-est e al Centro, è stazionario nel Mezzogiorno.

ENZO PERROTTA: ph 348 3618956