

**L'ANALISI** Rispetto a luglio 2019, il valore delle vendite al dettaglio diminuisce del 3,8% per la grande distribuzione e dell'11,7% per le imprese piccole

# Confcommercio: «Vendite in giù, si risparmia anche sull'alimentare»

**POTENZA.** «Il dato sulle vendite di luglio, che registra una riduzione in termini congiunturali sia in valore che in volume, rappresenta un segnale preoccupante tanto più per i piccoli negozi che da noi sono la stragrande maggioranza delle attività commerciali». È il commento di Confcommercio Potenza aggiungendo che rispetto a luglio 2019, il valore delle vendite al dettaglio diminuisce del 3,8% per la grande distribuzione e dell'11,7% per le imprese operanti su piccole superfici.

«Mentre la stagione dei saldi continua senza registrare livelli significativi di spesa – continua – sono sempre abbigliamento e calzature i settori merceologici che risentono del calo dei consumi. Se si guarda ai primi sette mesi dell'anno il commercio nel suo complesso ha segnato una flessione dell'8,5% ma con differenze ampie a seconda del canale di vendita; il commercio elettronico, anche grazie al lockdown e alla chiusura della gran parte dei negozi che vendevano prodotti non alimentari, ha segnato un aumento del 28,5% rispetto ai primi sette mesi dell'anno precedente mentre le imprese operanti su piccole superfici, ovvero i negozi più piccoli, cosiddetti di quartiere, hanno segnato un calo del 14,6% delle vendite (-3,9% quelle che vendevano alimentari e -20% quelle che commerciavano prodotti non alimentari)».

«Siamo preoccupati per il futuro dei negozi di quartiere e – sottolinea Con-

fcommercio – non solo per migliaia di imprese familiari o individuali quanto per quello che rappresentano nei nostri comuni dove in tanti casi si è tornati all' "emporio" il negozio anni sessanta, unico del paese, dove si vende di tutto. Anche l'alimentare segna una battuta d'arresto. Finita la scia lunga dell'effetto scorte, le vendite alimentari hanno perso la spinta che avevano acquisito dal lockdown, per tornare in perdita e con una tendenza peggiore di quella degli ultimi anni, anche per la crescita dei discount».

Se nel confronto progressivo dei primi 7 mesi dell'anno con lo stesso periodo del 2019 le vendite alimentari risultano essere in crescita del +3,3% in valore e del +1,5% in volume e sul semestre i trend sono stati rispettivamente pari al +4,1% e al +2,3%, da luglio sono entrate in negativo in entrambi i tendenziali, sia in valore che in volume. La GDO alimentare registra infatti tendenziali del +4,4% se guardiamo al confronto sui 7 mesi 2020/19, ma del -0,6% nel confronto luglio 2020/19.

Così, dopo export e horeca, a cui l'emergenza Covid ha assestato un duro colpo, anche le vendite alimentari stanno andando giù, con la sola eccezione dei discount che evidenziano crescite in valore del +2,7% nel tendenziale di luglio e del +6,6% in quello dei primi 7 mesi. «Dati che mostrano una tendenza consolidata dei consumatori al risparmio».

*Abbigliamento e calzature i settori che risentono di più del calo dei consumi*

*I discount alimentari sono la sola eccezione che evidenzia crescite di valore*



