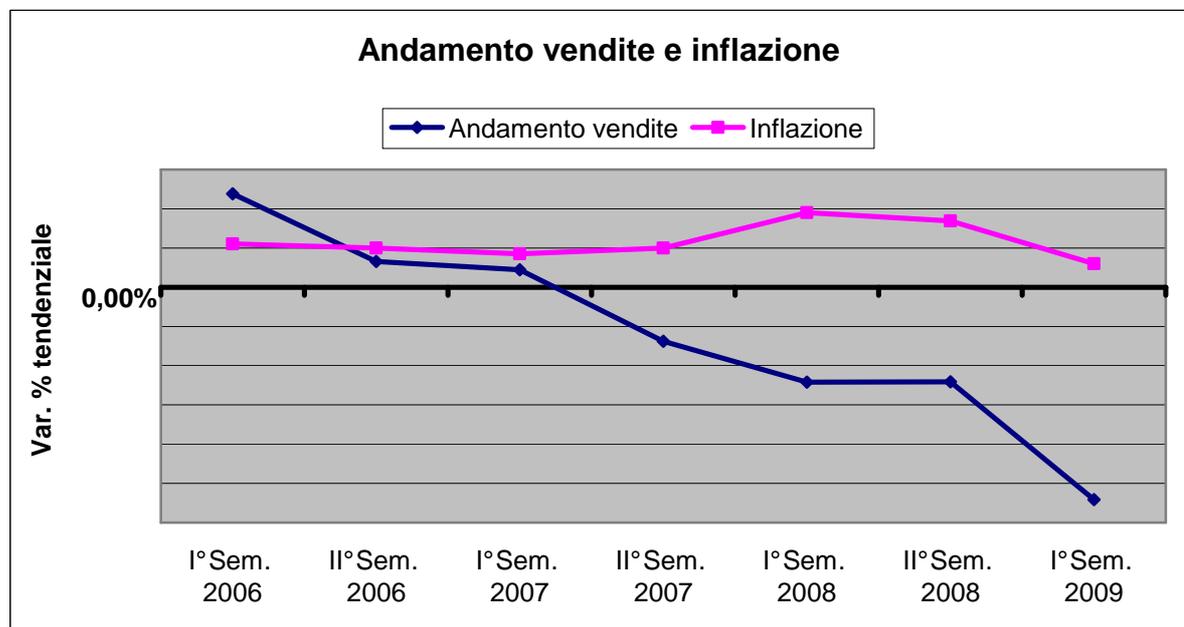


## NOTA STAMPA

### OSSERVATORIO CONFCOMMERCIO: PRIMO SEMESTRE 2009 DIFFICILE PER COMMERCIO E TURISMO REGGIANI

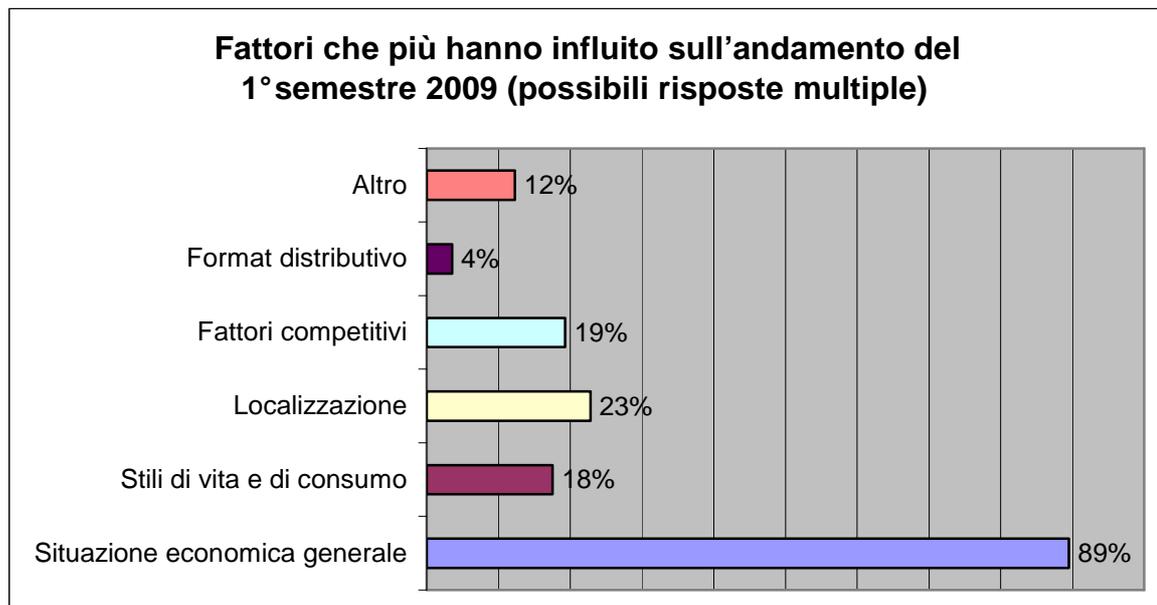
#### Commercio al dettaglio: analisi dei dati generali



Indicatore	Percentuale di aziende con trend								
	in crescita			stabile			in calo		
	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009
Vendite	25%	26%	<b>10%</b>	16%	14%	<b>13%</b>	58%	60%	<b>77%</b>
Presenze	25%	22%	<b>16%</b>	14%	19%	<b>14%</b>	60%	58%	<b>70%</b>
Prezzi in acquisto	69%	52%	<b>45%</b>	18%	37%	<b>28%</b>	13%	11%	<b>28%</b>
Prezzi di vendita al pubblico	61%	43%	<b>29%</b>	23%	33%	<b>40%</b>	16%	24%	<b>31%</b>
Numero occupati	8%	10%	<b>2%</b>	85%	83%	<b>84%</b>	8%	7%	<b>14%</b>

Nel primo semestre 2009 prosegue il trend negativo delle vendite al dettaglio reggiane. Il 77% delle aziende che compongono il campione dell'Osservatorio Confcommercio

(diciassette punti percentuali in più rispetto a quanto registrato nell'Osservatorio precedente) dichiara una contrazione del fatturato. Solo un'impresa su dieci segnala un trend positivo. Le imprese che registrano un calo delle presenze sono il 70% del campione, evidenziando così un peggioramento rispetto al semestre precedente più contenuto di quanto sia avvenuto per le vendite e pari a dodici punti percentuali.



Tra le cause che più hanno influito sull'andamento del semestre, la quasi totalità delle imprese del campione indica la situazione economica generale (89% delle imprese); seguono la localizzazione del punto vendita (23%), i fattori competitivi (19%) e gli stili di vita e di consumo (18%). Le imprese che indicano nella localizzazione del punto vendita uno dei fattori che maggiormente influiscono sul risultato del semestre sale al 42% tra le imprese che si trovano in centro storico.

Tutte le aziende del campione che operano all'interno dei centri commerciali rilevano, nel primo semestre 2009, un calo nelle vendite. Si tratta di un elemento singolare, benchè non del tutto inatteso data la situazione di saturazione commerciale che caratterizza la nostra realtà territoriale. Dal confronto col semestre precedente, nel quale il 44% delle aziende situate nei centri commerciali subivano un calo nelle vendite, sorge il dubbio che una concausa possa essere una minore mobilità del consumatore.

## Commercio al dettaglio: analisi dei dati settoriali

ANDAMENTO VENDITE PER SETTORE									
Settore	Percentuale di aziende con trend								
	in crescita			stabile			in calo		
	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009
Alimentari	21%	33%	<b>14%</b>	16%	13%	<b>29%</b>	63%	53%	<b>57%</b>
Abbigliamento e calzature	13%	25%	<b>7%</b>	20%	15%	<b>14%</b>	67%	60%	<b>79%</b>
Elettrodomestici ed elettronica	14%	0%	<b>0%</b>	14%	25%	<b>11%</b>	71%	75%	<b>89%</b>
Beni per la casa (mobili, casalinghi, ferramenta)	31%	9%	<b>13%</b>	19%	9%	<b>0%</b>	50%	82%	<b>88%</b>
Giocattoli e libri	57%	83%	<b>33%</b>	0%	0%	<b>0%</b>	43%	17%	<b>67%</b>
Profumeria	33%	20%	<b>0%</b>	33%	20%	<b>0%</b>	33%	60%	<b>100%</b>

ANDAMENTO SCONTRINI PER SETTORE									
Settore	Percentuale di aziende con trend								
	in crescita			stabile			in calo		
	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009	I°S 2008	II°S 2008	I°S 2009
Alimentari	32%	36%	<b>15%</b>	21%	21%	<b>31%</b>	47%	43%	<b>54%</b>
Abbigliamento e calzature	17%	18%	<b>17%</b>	17%	24%	<b>25%</b>	67%	59%	<b>58%</b>
Elettrodomestici ed elettronica	29%	13%	<b>0%</b>	14%	25%	<b>11%</b>	57%	63%	<b>89%</b>
Beni per la casa (mobili, casalinghi, ferramenta)	13%	8%	<b>14%</b>	7%	25%	<b>0%</b>	80%	67%	<b>86%</b>
Giocattoli e libri	57%	50%	<b>50%</b>	0%	0%	<b>0%</b>	43%	50%	<b>50%</b>
Profumeria	0%	20%	<b>0%</b>	33%	0%	<b>0%</b>	67%	80%	<b>100%</b>

Nel primo semestre del 2009 calano sia le vendite che le presenze in tutti i settori merceologici eccettuate le librerie.

Il settore elettrodomestici ed elettronica, che da tre anni ormai presenta significative contrazioni del fatturato, ha caratteristiche che rendono questa situazione praticamente

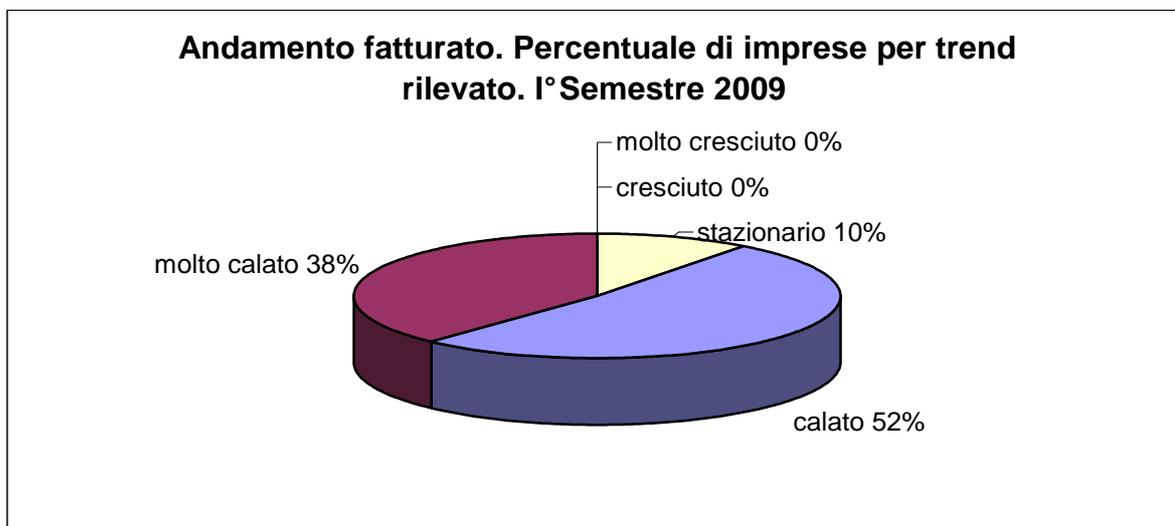
endemica: prima di tutto i prezzi degli apparati calano mano a mano che la tecnologia si banalizza; secondariamente, nel settore ogni anno abbiamo osservato l'ingresso di competitor sempre nuovi e agguerriti che, giocoforza, hanno sottratto quote di mercato alle aziende già attive da tempo sul territorio.

Il calo delle vendite di mobili e accessori per la casa è leggermente inferiore a quello del semestre precedente, ma preoccupa la contemporanea e significativa riduzione del numero degli scontrini. La difficoltà nel reperimento del credito da parte del consumatore potrebbe avere influenzato le vendite del comparto.

Calano le vendite anche nel settore dei giocattoli, che da sempre, seppur di poco, si era mantenuto in territorio positivo.

Nonostante il rallentamento, migliorano rispetto al pari periodo dello scorso anno le vendite del comparto librario, che si mantiene il migliore di tutto il campione.

### **Turismo alberghiero: analisi dei dati**



Nel primo semestre del 2009, il 90% delle imprese alberghiere intervistate evidenzia un calo del fatturato che, per il 38% di esse è molto significativo. Si assiste inoltre a un vistoso peggioramento rispetto al semestre precedente quando il calo riguardava il 60% del campione. Per il 93% degli intervistati tra i fattori determinanti di tale andamento vi è la



situazione economica generale: elemento decisivo per una provincia in cui le presenze turistiche sono per il 76% legate a motivi di lavoro.

**CONFCOMMERCIO REGGIO EMILIA**  
*Ufficio Studi Economici*