

10 Aprile 2017

Negozi alimentari, consumi in lieve ripresa. «Ma i margini diminuiscono»

Osservatorio congiunturale della Fida. «Gli aumenti dei prezzi all'ingrosso non vengono riversati completamente sui consumatori per evitare una nuova stagnazione». «Restano problematici il peso del fisco e la stretta del credito»



Nella seconda metà del 2016 il clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio alimentare è rimasto stabile, anche se la tendenza è al miglioramento.

È quanto risulta dai dati del quinto Osservatorio congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione, ricerca realizzata da Fida - Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione, in collaborazione con Format Research e presentati a Roma nella sede di Confcommercio.

Dallo studio emerge anche che il livello dei ricavi resta stabile. I prezzi, invece, nei primi mesi del 2017 risultano in forte rialzo rispetto al 2016. Invariata la capacità delle imprese del settore di far fronte al proprio fabbisogno finanziario e, sul fronte credito, solo il 38% si è visto accordare il fido o finanziamento che aveva richiesto.

Resta una parte di imprenditori (il 56%) che si dice preoccupata per il futuro del Paese, con una pressione fiscale che non diminuisce. Tanto che il numero delle imprese che ha avuto problemi nel pagare le tasse è aumentato (1,8% rispetto a sei mesi fa), mentre il 35,4% è riuscito a pagarle con molta difficoltà: si tratta in prevalenza di piccole imprese attive nel Mezzogiorno e Nord Ovest.

Un focus sul commercio elettronico mostra, infine, come anche il dettaglio alimentare si stia muovendo in questo ambito. Le imprese che dispongono di un sito web sono quattro su dieci: una su dieci per attività di commercio elettronico, le altre tre solo per vetrina. Una impresa del commercio al dettaglio alimentare su quattro, poi, utilizza i social network.

«I dettaglianti alimentari – spiega Donatella Prampolini, presidente Fida – stanno facendo di tutto per utilizzare le giuste leve che consentano loro di rimanere sul mercato, puntando su innovazione e attenzione al consumatore. Permangono però, anche a fronte di una lieve ripresa dei consumi, problematiche legate al peso del fisco e alla stretta sul credito. Problemi resi ancora più pesanti dal fatto che la marginalità continua a diminuire, anche per effetto dell'aumento dei prezzi all'ingrosso, non riversati completamente sui consumatori per evitare una nuova stagnazione». «Ribadiamo nuovamente – conclude Prampolini – la necessità di lavorare sulla fiscalità generale, scongiurando definitivamente il rischio di un aumento dell'Iva che porterebbe a un effetto domino sui consumi».