



Soffrono i negozi, per i piccoli peggior calo dell'anno. Male la moda

Il maltempo affossa le vendite di maggio. Piogge e freddo hanno 'azzoppato' sul nascere la stagione turistica primaverile, portando ad una flessione di circa 1,7 milioni di presenze rispetto al maggio del 2018. Una brusca frenata che non ha mancato di far sentire il suo effetto sulle vendite, soprattutto sulle piccole superfici, che a maggio registrano il calo tendenziale (-3,6%) peggiore dall'inizio dell'anno, che scende addirittura a -4,8% per le botteghe con meno di 5 dipendenti.

Così Confesercenti commenta i dati sulle vendite al dettaglio di maggio diffusi oggi da Istat.

Dopo la discreta performance di aprile, nel mese di maggio le vendite del commercio al dettaglio tornano nel complesso negative, sia per la componente alimentare che per quella non alimentare. Un andamento insolito, visto che il mese di maggio è solitamente più vivace sul fronte delle vendite. Il calo era però in parte atteso essendo venuto meno il sostegno del turismo. Il maltempo ha pesantemente intaccato gli spostamenti del weekend, colpendo proprio quel tessuto imprenditoriale che caratterizza i nostri borghi.

L'incidenza del meteo si fa sentire con particolare forza anche sul settore moda, che registra i cali peggiori: -4,8% per le calzature e -4,9% per l'abbigliamento e la pellicceria. I piccoli, ora, puntano sui saldi estivi per invertire la tendenza: ma la situazione delle imprese di dimensioni minori è preoccupante, come sottolinea la stessa Istat, visto il differenziale sempre più ampio con le grandi. Le vendite delle piccole imprese risultano infatti in calo (-1,4% rispetto allo stesso periodo del 2018), mentre le grandi imprese, nello stesso arco temporale, mostrano un incremento dell'1,4%.

"Le condizioni meteo eccezionali, e le loro conseguenze sul turismo e sulle vendite moda, hanno segnato profondamente il commercio a maggio", dichiara

la **Presidente di Confesercenti Patrizia De Luise**. “Se la stagione turistica però con l’arrivo del caldo sta ripartendo, preoccupano invece i segnali di debolezza che continuano ad arrivare dai consumi interni e dal tessuto delle piccole imprese, il cui divario con le grandi si fa sempre più ampio. Servono interventi di alleggerimento e di semplificazione fiscale per ridare fiato alle famiglie e alle imprese. La proposta di legge sulla nuova IMU è un’occasione da non perdere per procedere finalmente in questa direzione, salvaguardando l’importanza del ruolo delle attività di vicinato”.