



# **Le vendite della Grande Distribuzione Organizzata in Toscana**

Consuntivo 1° semestre e luglio-agosto 2009

**Ufficio Studi**

*Note e approfondimenti 2009-15*

Novembre 2009

## **Indice**

<i>1. Considerazioni generali</i> .....	3
<i>2. Il fatturato di vendita della Grande Distribuzione Organizzata per reparto</i> .....	4
<i>3. Beni di Largo Consumo Confezionato: volumi di vendita e costo della spesa</i> .....	5
<i>Tavole statistiche</i> .....	9
<i>Nota metodologica</i> .....	10
<i>Glossario</i> .....	10

**Coordinamento:** Riccardo Perugi

**Redazione:** Laretta Ermini

**Elaborazioni:** Laretta Ermini

Le analisi qui presentate sono condotte nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Regione Toscana ed Unioncamere Toscana.

## Le vendite della Grande Distribuzione Organizzata in Toscana

Consuntivo 1° semestre e luglio-agosto 2009

### 1. Considerazioni generali

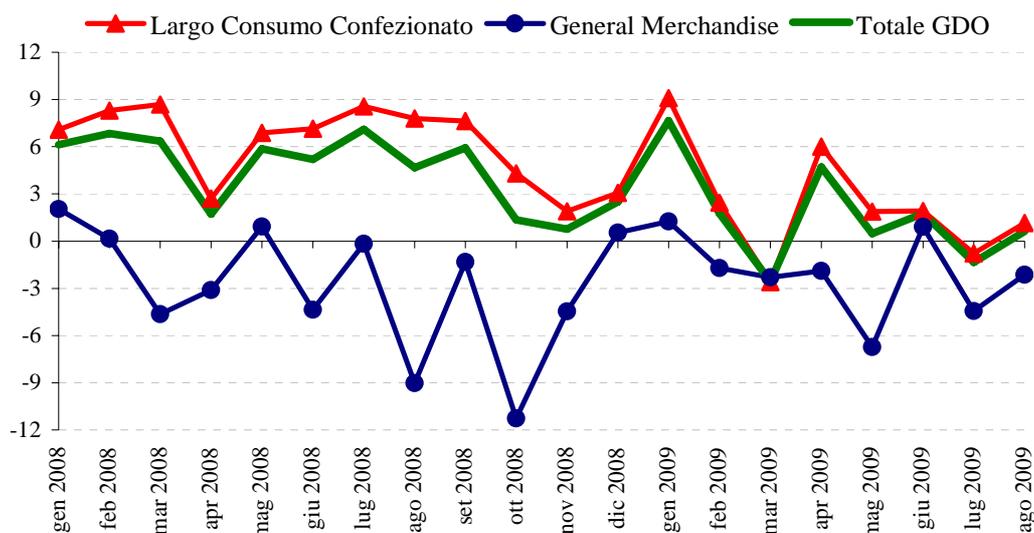
Nel primo semestre del 2009 la Grande Distribuzione Organizzata (GDO)<sup>1</sup> della Toscana ha registrato un aumento del fatturato complessivo del +2,2% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Il risultato del semestre è condizionato dalla performance negativa delle vendite di merci di General Merchandise (GM -1,5%), che comprendono prodotti tessili, abbigliamento, elettrodomestici e articoli di bazar. I prodotti di Largo Consumo Confezionato (LCC)<sup>2</sup> hanno invece mantenuto una dinamica di crescita (+2,9%), anche se ben al di sotto del +6,5% messo a segno nel corso del 2008.

**Il mese di luglio** ha invece registrato un calo generalizzato del giro d'affari (-1,3%), interessando sia i prodotti LCC (-0,8%) che soprattutto i General Merchandise (-4,4%), mentre **il mese di agosto** ha visto un rimbalzo (+0,6%) che è la sintesi di un recupero di LCC (+1,2%) a fronte di una nuova flessione delle merci GM (-2,1%). [grafico 1]

GRAFICO 1

#### Vendite nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO) in Toscana

Fatturato di vendita a rete corrente, valori ai prezzi di mercato, variazioni tendenziali



Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

Il periodo in esame è stato caratterizzato, in particolare, da un progressivo contenimento nei prezzi praticati negli ipermercati e supermercati della Toscana, con una fase di rallentamento dei processi inflazionistici fra gennaio ed aprile che si sono addirittura tradotti in una diminuzione del costo della spesa fra maggio e agosto (-2,7% il dato di agosto per i prodotti LCC), determinando quindi un parallelo recupero del potere d'acquisto delle famiglie.

<sup>1</sup> Ipermercati e supermercati. Per approfondimenti consultare la nota informativa ed il glossario a pag.11.

<sup>2</sup> LCC include i reparti: drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, ortofrutta, cura degli animali, cura della casa e cura della persona.

Ciò ha probabilmente contribuito a sostenere la dinamica delle quantità vendute che, con riferimento ai prodotti LCC, hanno continuato a crescere ed anzi ad accelerare leggermente nel periodo preso in esame passando in volume dal +1,3% della seconda metà del 2008 al +2,4% del I semestre 2009, al 1,7% di luglio e, infine, al +3,8% di agosto.

## 2. Il fatturato di vendita della Grande Distribuzione Organizzata per reparto

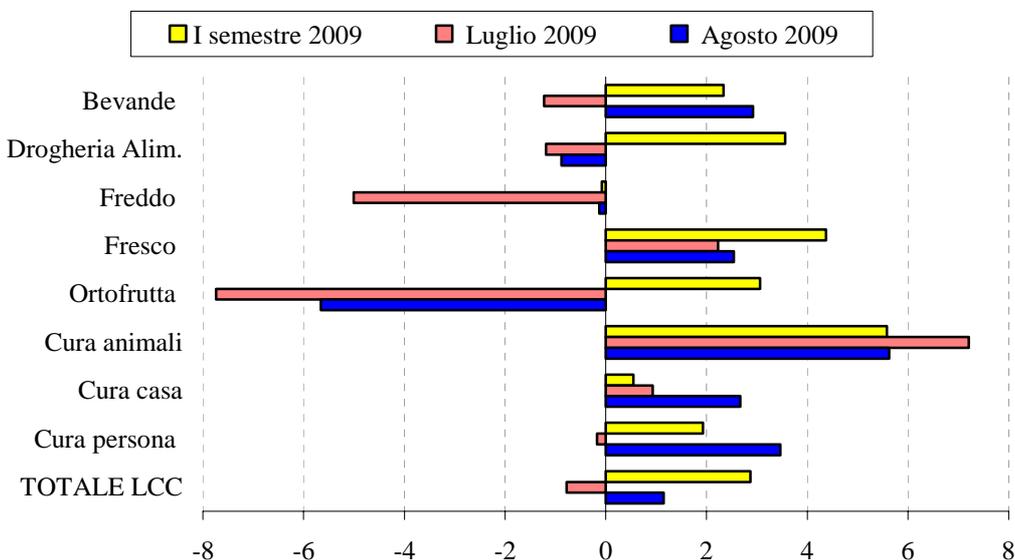
Prendendo in considerazione il giro d'affari complessivo della GDO si osserva come in Toscana, nei primi sei mesi del 2009, il fatturato di vendita (+2,2%) risulti in crescita, anche se in forte rallentamento rispetto al risultato mediamente evidenziato nel 2008 (+4,9%). L'andamento comunque positivo del fatturato totale risulta interamente legato alla performance dei prodotti del **Largo Consumo Confezionato** (+2,9%), che hanno tuttavia registrato una frenata soprattutto nei mesi di maggio e giugno (+1,9%). **[tavola 1]**

Nel dettaglio dei prodotti del Largo Consumo Confezionato, i risultati più brillanti riguardano le vendite dei prodotti per la *cura degli animali* (+5,6% nel primo semestre 2009) e del *fresco alimentare* (+4,4%), ma anche la *drogheria alimentare* e le *bevande* hanno chiuso il semestre rispettivamente con un +3,6% ed un +2,3%. Anche il fatturato semestrale relativo all'*ortofrutta* risulta in crescita nel semestre (+3,1%), con tuttavia un rallentamento alla fine del periodo in esame (dal +4,1% di maggio si è infatti passati al +1,6% di giugno), mentre stabile nel semestre è l'andamento del giro d'affari relativo al comparto del *freddo* (-0,1%). Le vendite dei reparti non alimentari della *cura della casa* (+0,6%) e della *cura della persona* (+1,9%), infine, continuano a crescere, ma con performance decisamente al di sotto rispetto a quelle mediamente registrate nel 2008. **[grafico 2]**

GRAFICO 2

### Vendite nella GDO per reparti nel I semestre e luglio-agosto 2009 - Toscana

Fatturato di vendita a rete corrente, valori ai prezzi di mercato, variazioni tendenziali



Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

Le vendite di **General Merchandise**, che come detto sono diminuite in media dell'1,5% nel semestre, hanno registrato un picco negativo a maggio (-6,7%) dopo tre mesi di flessione intorno al 2%, seguito da un risultato solo marginalmente positivo a giugno (+0,9%). Va detto, comunque, che per questo aggregato merceologico la contrazione dei consumi era già presente

anteriormente al 2009, con cali dello 0,4% nel 2007 e del 2,1% nel 2008.

*In termini di fatturato, il bimestre luglio-agosto segnala un ulteriore peggioramento dell'evoluzione congiunturale della GDO, con una contrazione delle vendite a luglio (-1,3%), seguita da un leggero rimbalzo ad agosto (+0,6%). In particolare, il **mese di luglio** segnala un andamento molto negativo per l'ortofrutta (-7,7%), per il freddo (-5,0%) e per il General Merchandise (-4,4%), nonché difficoltà per i reparti delle bevande e della drogheria alimentare (-1,2%); ottima performance invece per il giro d'affari che ruota intorno alla cura degli animali (+7,2%), e buona la crescita anche per i prodotti del fresco (+2,2%). Il **mese di agosto** registra invece il ritorno in positivo di diversi comparti merceologici, con crescite per la cura degli animali (+5,6%), per le bevande (+2,9%), per i prodotti freschi (+2,5%), per la cura della casa (+2,7%) e per la cura della persona (+3,5%). L'ortofrutta, invece, registra una nuova decisa contrazione anche ad agosto (-5,7%), ed il fatturato della drogheria alimentare una diminuzione dello 0,9%. Continua poi la fase negativa del giro d'affari legato ai General Merchandise (-2,1%).*

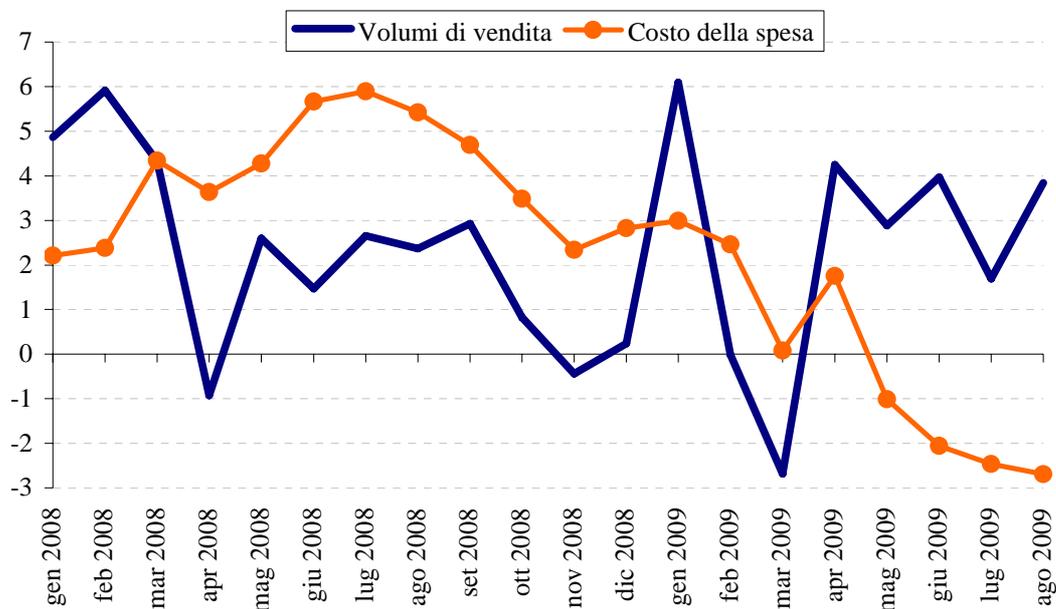
### 3. Beni di Largo Consumo Confezionato (LCC): volumi di vendita e costo della spesa

Considerando il solo aggregato del Largo Consumo Confezionato, è possibile analizzare la composizione del fatturato in termini di volumi scambiati e di costo della spesa. Dai dati emerge come la fase di contenimento della crescita dei prezzi, che ha caratterizzato la prima metà del 2009 (+0,4% dopo il +4,1% del 2008), sembri aver favorito una stabilizzazione nella crescita dei volumi di vendita (+2,3% nel 2008, +2,4% nel primo semestre 2009). **[grafico 3]**

GRAFICO 3

#### Volumi di vendita e costo della spesa per beni di Largo Consumo Confezionato - GDO Toscana

*Volumi di vendita a rete corrente, variazioni tendenziali*



Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

*Nel bimestre luglio-agosto tale processo si è ulteriormente accentuato, con una flessione dei prezzi (rispettivamente -2,5% e -2,7% nei due mesi in questione) che ha contribuito a sostenere l'andamento dei volumi di vendita (+1,7% a luglio, +3,8% ad agosto).*

### *I volumi di vendita per reparto*

Con riferimento alle quantità vendute di prodotti LCC, il primo semestre 2009 registra un +2,4%, con un andamento mensile che evidenzia una decisa inversione di tendenza a partire da aprile (+4,2%), dopo la difficile fase di febbraio e marzo (rispettivamente 0,0% e -2,7%). [tavola 2]

Nel dettaglio dei prodotti di largo consumo, la performance migliore, in termini di quantità vendute, è stata registrata dal *fresco alimentare* (+6,1% nel semestre). Buona la crescita dei volumi intermediati di *ortofrutta* (+2,9%) e *drogheria alimentare* (+2,2%), ma per entrambi i reparti va segnalato un andamento mensile molto altalenante che ha visto, per esempio, le quantità vendute di ortofrutta a +10,6% a marzo ed a -1,5% nel mese di giugno. Dopo le decise contrazioni dei volumi di vendita delle *bevande* registrate a febbraio e marzo, il reparto ha chiuso il semestre con un +1,1%, stesso tasso di crescita registrato per i prodotti per la *cura degli animali*, che devono il risultato positivo unicamente ai mesi di gennaio e giugno. I prodotti *surgelati* recuperano la battuta d'arresto di aprile e registrano un +1,9% nel I semestre 2009. Continua ad essere critica invece, dopo un 2008 già negativo, la situazione per quanto riguarda i prodotti necessari alla *cura della casa* (-0,5%), mentre in modesta crescita sono le quantità vendute di prodotti per la *cura della persona* (+1,2%).

*Per quanto riguarda il mese di luglio (totale LCC +1,7%), si segnala una forte crescita delle quantità vendute di prodotti dei reparti fresco (+6,6%) e cura degli animali (+5,7%), un +1,9% della drogheria alimentare e un esiguo +1,0% delle bevande; in calo i volumi venduti di prodotti per la cura della casa (-0,8%) e della persona (-0,2%). Migliore il risultato di agosto (totale LCC +3,8%), con un forte balzo per i prodotti freschi (+6,9%), per il freddo (+6,3%), per le bevande (+5,2%) ed un recupero dei prodotti per la cura della persona (+4,4%) e della casa (+2,7%). Unica categoria in discesa il reparto ortofrutta (-2,7%), che continua la fase negativa iniziata a giugno.*

### *Il costo della spesa per reparto*

Il costo della spesa ha registrato un deciso rallentamento nella prima metà del 2009, passando dal +4,4% del II semestre 2008 al +0,4% del I semestre 2009 ed entrando in territorio negativo nel bimestre maggio-giugno (rispettivamente -1,0% e -2,1%). [tavola 3]

La dinamica di crescita dei prezzi, sia della *bevande* (+1,2%) che della *drogheria alimentare* (+1,4%), si riduce notevolmente rispetto alla media 2008, quando aveva raggiunto un ritmo di crescita di oltre 5 punti percentuali. In frenata anche il costo della spesa per i prodotti per la *cura della casa* (+1,1% nel I semestre 2009 contro il +2,8% del 2008) e per la *cura della persona* (+0,7% contro il +2,9%). I prezzi dei prodotti di *ortofrutta* hanno registrato una apprezzabile diminuzione da gennaio ad aprile, seguita da una stabilizzazione a maggio e da un incremento a giugno che ha portato il dato medio semestrale al +0,2%. Addirittura in flessione, nel semestre in esame, risulta poi il costo della spesa nel reparto del *freddo* (-2,0%) ed in quello del *fresco* (-1,7%), con una decisa inversione di tendenza dei prezzi dopo che, nel 2008, si erano registrati incrementi rispettivamente del 2,0% e del 3,6%. Unica eccezione, in un quadro dominato da un generale alleggerimento delle spinte inflazionistiche, è invece il caso dei prodotti destinati alla *cura degli animali*, il cui costo della spesa risulta in accelerazione (+4,5%) rispetto al dato medio del 2008 (+3,9%).

*Nei mesi di luglio e agosto prosegue il trend disinflazionistico già avviato alla fine del primo semestre, con una ulteriore accentuazione del fenomeno (-2,5% luglio, -2,7% agosto). Le flessioni maggiori riguardano a luglio l'ortofrutta (-5,5%) e ad agosto il freddo (-6,4%), mentre per gli altri prodotti alimentari i prezzi calano nella stessa misura in entrambi i mesi: fresco (-4,4%), drogheria (-3,0%) e bevande(-2,3%). Solo il costo della spesa per i prodotti necessari alla cura degli animali registra aumenti sia a luglio che ad agosto (+1,5% e +2,7%), anche se pure per tali beni sembra essersi avviato un processo di raffreddamento. Il costo per l'acquisto dei prodotti per la cura della casa subisce un'impennata a luglio (+1,7%) ed una battuta d'arresto ad agosto, mentre i prezzi dei prodotti per la cura della persona risultano fermi a luglio diminuendo poi ad agosto (-0,9%).*

#### *Considerazioni di sintesi*

Dall'analisi combinata dell'andamento della spesa e dei volumi di vendita per categorie di prodotti si può concludere che, nel complesso, la crescita del giro d'affari della grande distribuzione organizzata della Toscana, nel primo semestre 2009, è sostenuta in massima parte dall'aumento delle quantità intermedie. Ciò è vero soprattutto per il reparto dei *prodotti freschi* che, nonostante il calo dei prezzi (-1,7%), ha registrato un incremento dei volumi venduti pari al +6,1% e per quello dell'*ortofrutta* che, a fronte di una stagnazione dei prezzi (+0,2%), ha messo a segno una crescita del 2,9% in quantità.

Discorso opposto vale invece per le vendite di prodotti destinati alla *cura degli animali* ed alla *cura della casa*, il cui fatturato è cresciuto nel I semestre 2009 principalmente per l'aumento dei prezzi (rispettivamente +4,5% e +1,1%), dal momento che le quantità vendute hanno registrato solo un lieve incremento nel primo caso e addirittura una contrazione nel secondo (-0,5%).

Diversa infine la conclusione per il comparto del *freddo*, l'unico ad aver registrato nel I semestre 2009 una flessione del giro d'affari (-0,1%): dall'analisi combinata di costo della spesa e quantità si rileva che il risultato lievemente negativo del fatturato è imputabile unicamente alla forte diminuzione dei prezzi di questi prodotti (-2,0%), compensata da un analogo incremento nei volumi intermediati (+1,9%).

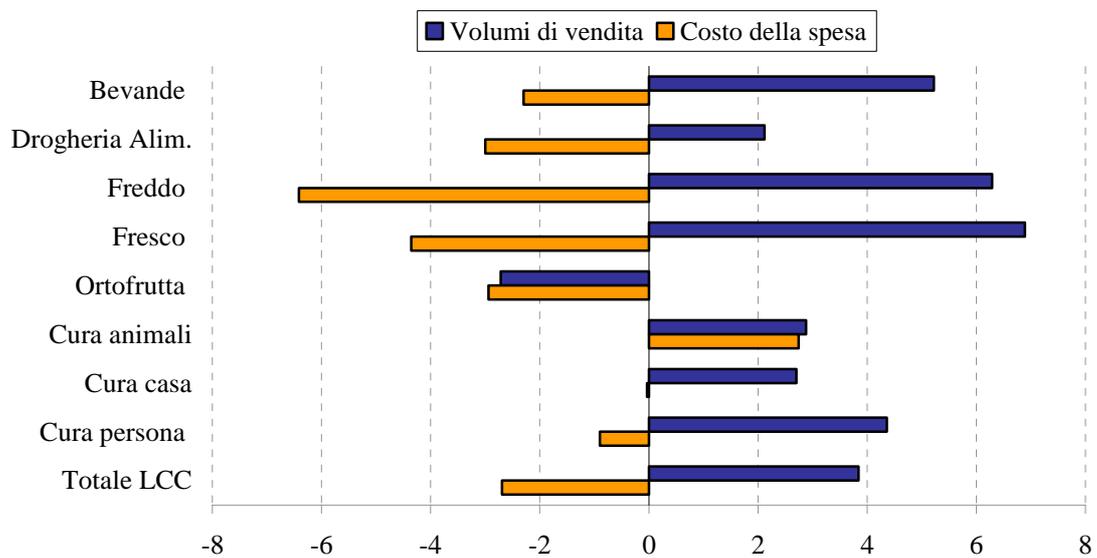
*Nel mese di luglio il fatturato di LCC è risultato negativo (-0,8%) a causa di una decisa riduzione del costo della spesa (-2,5%) cui non ha fatto riscontro un pari aumento dei volumi venduti (+1,7%), che solo nel caso del fresco alimentare hanno evidenziato un recupero importante (probabilmente aiutati in ciò dalla forte riduzione dei prezzi, con un costo della spesa a -4,4%), mentre più contenuti si sono rivelati gli incrementi in termini di quantità vendute per bevande e drogheria alimentare, e in diminuzione sono risultati i volumi per surgelati e ortofrutta. Per quanto riguarda la cura degli animali, inoltre, è da evidenziare che la sostenuta crescita delle quantità vendute (+5,7%) è avvenuta nonostante l'aumento dei prezzi di questa categoria di prodotti (+1,5%).*

*Il mese di agosto ha registrato una crescita dell'1,2% del fatturato di LCC, imputabile perlopiù a decisi incrementi delle quantità vendute, come nel caso delle bevande, dei prodotti freschi, dei beni per la cura della casa e della persona. Per il reparto della cura degli animali, l'ottima performance del fatturato (+5,6%) è da ricondursi ad un aumento combinato sia delle quantità che dei prezzi. Per i surgelati invece la stazionarietà del fatturato è determinata dal fatto che il deciso incremento dei volumi intermediati (+6,6%) è stato accompagnato da una forte riduzione dei prezzi (-6,4%). Il calo del giro d'affari del reparto ortofrutta è infine dovuto ad una diminuzione sia delle quantità vendute (-2,7%) che dei prezzi (-2,9%). [grafico 4]*

GRAFICO 4

**Volumi di vendita e costo della spesa per reparti a agosto 2009 - Toscana**

*Volumi di vendita a rete corrente e costo della spesa, variazioni tendenziali*



Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

*Tavole statistiche*

TAVOLA 1

**Vendite nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO) per reparti - Toscana**

*Fatturato di vendita a rete corrente di ipermercati e supermercati, variazioni tendenziali*

	Anno 2007	Anno 2008	I sem. 2009	Gen 2009	Feb 2009	Mar 2009	Apr 2009	Mag 2009	Giu 2009	Lug 2009	Ago 2009
Bevande	0,3	4,3	2,3	9,6	-0,7	-3,1	4,7	2,2	2,3	-1,2	2,9
Drogheria Alimentare	1,2	8,7	3,6	12,2	4,5	-9,2	20,1	-0,1	0,6	-1,2	-0,9
Freddo	0,7	4,1	-0,1	4,4	1,1	0,9	-6,2	0,0	-0,8	-5,0	-0,1
Fresco	6,2	9,6	4,4	11,7	5,0	-0,9	4,0	2,4	3,9	2,2	2,5
Ortofrutta	7,9	5,3	3,1	2,9	3,3	6,9	-0,8	4,1	1,6	-7,7	-5,7
Cura degli animali	2,3	6,1	5,6	10,5	4,7	3,6	3,4	5,3	6,0	7,2	5,6
Cura della casa	1,8	2,1	0,6	4,0	-3,1	2,3	-5,2	3,5	0,8	0,9	2,7
Cura della persona	1,4	3,6	1,9	5,9	0,0	4,0	-6,6	3,3	3,9	-0,2	3,5
<i>Totale LCC</i>	<i>2,4</i>	<i>6,5</i>	<i>2,9</i>	<i>9,1</i>	<i>2,4</i>	<i>-2,6</i>	<i>6,0</i>	<i>1,9</i>	<i>1,9</i>	<i>-0,8</i>	<i>1,2</i>
<i>General Merchandise</i>	<i>-0,4</i>	<i>-2,1</i>	<i>-1,5</i>	<i>1,3</i>	<i>-1,7</i>	<i>-2,3</i>	<i>-1,9</i>	<i>-6,7</i>	<i>0,9</i>	<i>-4,4</i>	<i>-2,1</i>
<i>Totale GDO</i>	<i>1,9</i>	<i>4,9</i>	<i>2,2</i>	<i>7,6</i>	<i>1,8</i>	<i>-2,6</i>	<i>4,7</i>	<i>0,5</i>	<i>1,8</i>	<i>-1,3</i>	<i>0,6</i>

Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

TAVOLA 2

**Vendite Largo Consumo Confezionato nella Grande Distribuzione Organizzata - Toscana**

*Volumi di vendita a rete corrente di ipermercati e supermercati, variazioni tendenziali*

	Anno 2007	Anno 2008	I sem. 2009	Gen 2009	Feb 2009	Mar 2009	Apr 2009	Mag 2009	Giu 2009	Lug 2009	Ago 2009
Bevande	-0,4	-0,9	1,1	5,3	-3,9	-4,4	3,1	3,2	4,1	1,0	5,2
Drogheria Alimentare	0,2	3,3	2,2	6,1	0,1	-10,8	13,0	0,4	3,4	1,9	2,1
Freddo	1,7	2,0	1,9	6,0	1,3	2,9	-2,4	2,5	4,0	-1,2	6,3
Fresco	4,7	6,0	6,1	9,9	4,3	1,0	7,1	5,9	8,5	6,6	6,9
Ortofrutta	4,5	2,4	2,9	4,8	4,9	10,6	1,9	4,0	-1,5	-2,2	-2,7
Cura degli animali	-0,8	2,1	1,1	6,0	-0,2	0,2	-0,9	-0,4	1,7	5,7	2,9
Cura della casa	1,1	-0,7	-0,5	3,6	-5,5	1,6	-7,5	3,8	0,6	-0,8	2,7
Cura della persona	0,6	0,7	1,2	3,4	-2,8	4,6	-7,7	3,4	5,2	-0,2	4,4
<i>Totale LCC</i>	<i>1,4</i>	<i>2,3</i>	<i>2,4</i>	<i>6,1</i>	<i>0,0</i>	<i>-2,7</i>	<i>4,2</i>	<i>2,9</i>	<i>4,0</i>	<i>1,7</i>	<i>3,8</i>

Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

TAVOLA 3

**Costo della spesa nella Grande Distribuzione Organizzata per reparti - Toscana**

*Ipermercati e supermercati, variazioni tendenziali*

	Anno 2007	Anno 2008	I sem. 2009	Gen 2009	Feb 2009	Mar 2009	Apr 2009	Mag 2009	Giu 2009	Lug 2009	Ago 2009
Bevande	0,7	5,3	1,2	4,3	3,2	1,3	1,7	-1,0	-1,8	-2,2	-2,3
Drogheria Alimentare	1,0	5,5	1,4	6,1	4,5	1,6	7,0	-0,5	-2,8	-3,0	-3,0
Freddo	-1,0	2,1	-2,0	-1,7	-0,2	-2,0	-3,8	-2,5	-4,8	-3,9	-6,4
Fresco	1,5	3,6	-1,7	1,8	0,6	-2,0	-3,1	-3,5	-4,6	-4,4	-4,4
Ortofrutta	3,4	2,9	0,2	-1,9	-1,6	-3,6	-2,7	0,0	3,1	-5,5	-2,9
Cura degli animali	3,0	3,9	4,5	4,5	4,9	3,4	4,3	5,8	4,3	1,5	2,7
Cura della casa	0,7	2,8	1,1	0,3	2,4	0,7	2,3	-0,3	0,2	1,7	0,0
Cura della persona	0,9	2,9	0,7	2,5	2,8	-0,6	1,1	-0,1	-1,3	0,0	-0,9
<i>Totale LCC</i>	<i>1,1</i>	<i>4,1</i>	<i>0,4</i>	<i>3,0</i>	<i>2,5</i>	<i>0,1</i>	<i>1,8</i>	<i>-1,0</i>	<i>-2,1</i>	<i>-2,5</i>	<i>-2,7</i>

Fonte: Elaborazioni Unioncamere su dati IRI Infoscan

## **NOTA METODOLOGICA**

L'indagine sull'andamento delle vendite della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) viene svolta da Unioncamere Nazionale sulla base dei dati di vendita (scanner data) rilevati da IRI Infoscan. L'indagine rileva mensilmente per area geografica le vendite in valore (a prezzi di mercato) di Ipermercati e Supermercati per reparto merceologico alimentare (alimenti confezionati, bevande, fresco, freddo, ortofrutta, prodotti per la cura degli animali) e non alimentare (cura della casa, cura della persona, articoli di bazar, elettrodomestici, tessile, abbigliamento e calzature). Vengono rilevati anche i volumi di vendita (a prezzi costanti) limitatamente al Largo Consumo Confezionato.

## **GLOSSARIO**

**GDO** – Grande Distribuzione Organizzata (Ipermercati e Supermercati)

**LCC** – Largo Consumo Confezionato (include i reparti: drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, ortofrutta, cura degli animali, cura della casa e cura della persona)

**General Merchandise** – include i reparti: Bazar, Elettrodomestici/cine/foto e Tessile/abbigliamento/calzature

**Fatturato a rete corrente:** è il fatturato di vendita realizzato dalle strutture commerciali attive alla data di rilevazione, è incluso quindi anche il fatturato generato dalle nuove aperture.

**Volumi a rete corrente:** è il volume di vendita (ossia quantità acquistate-confezioni, bottiglie, chilogrammi, brick, ecc.) realizzato dalle strutture commerciali attive alla data di rilevazione.

**Costo della spesa:** è calcolato come differenza fra fatturato e volumi e misura l'andamento del costo della spesa delle famiglie. Tiene conto congiuntamente sia della variazione dei prezzi che della ricomposizione del paniere di acquisto.

**Variazione tendenziale:** è la variazione percentuale nel periodo considerato rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente.

## **Unioncamere Toscana – Ufficio Studi**

### *Note e approfondimenti*

- 2009-15 Le vendite della Grande Distribuzione Organizzata in Toscana – Consuntivo 1° semestre e luglio-agosto 2009  
*Novembre 2009*
- 2009-14 La distribuzione commerciale in Toscana. Quadro generale sulla struttura e sull'andamento congiunturale del commercio al dettaglio nell'ultimo decennio  
*Ottobre 2009*
- 2009-13 Quadro Informativo sulla Programmazione Regionale della GDO con rappresentazione evolutiva della SVAG nel decennio 1999-2009  
*Ottobre 2009*
- 2009-12 Il commercio estero della Toscana – II trimestre 2009  
*Settembre 2009*
- 2009-11 Sistema informativo per l'occupazione e la formazione Excelsior – Sintesi dei principali risultati del 2009 in Toscana  
*Settembre 2009*
- 2009-10 Le imprese cooperative in Toscana – II trimestre 2009  
*Settembre 2009*
- 2009-9 La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana – Consuntivo 2° trimestre 2009 - Previsioni 3° trimestre 2009  
*Settembre 2009*
- 2009-8 Il commercio estero della Toscana – I trimestre 2009  
*Luglio 2009*
- 2009-7 Le imprese cooperative in Toscana – I trimestre 2009  
*Giugno 2009*
- 2009-6 La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana – Consuntivo 1° trimestre 2009 - Previsioni 2° trimestre 2009  
*Maggio 2009*
- 2009-5 Il commercio estero della Toscana – IV trimestre 2008  
*Maggio 2009*
- 2009-4 Giornata Economia 2009. L'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di Commercio: un quadro delle province toscane  
*Maggio 2009*
- 2009-3 I principali competitors internazionali sui mercati di sbocco della Toscana. Alcuni casi settoriali  
*Aprile 2009*

- 2009-2 Osservatorio sulle Imprese Femminili – Anno 2008. La dinamica imprenditoriale toscana secondo una prospettiva di genere  
*Aprile 2009*
- 2009-1 Movimprese – IV trimestre 2008. Natalità e mortalità delle imprese registrate presso le Camere di Commercio della Toscana  
*Febbraio 2009*

Per informazioni:

Unioncamere Toscana – Ufficio Studi  
Via Lorenzo il Magnifico, 24  
50129 Firenze  
Tel. 055-4688.1  
Mail [studi@tos.camcom.it](mailto:studi@tos.camcom.it)  
Web [www.tos.camcom.it](http://www.tos.camcom.it)

Le note sono disponibili sul sito [www.starnet.unioncamere.it](http://www.starnet.unioncamere.it) nell'area territoriale Toscana.