

I consumi toscani crescono lentamente - nove.firenze.it

# Nove da Firenze

notiziario locale in tempo reale

HOME PAGE

[Nove da Firenze](#) | [Direzione](#) | [Editore](#) | [Provider](#) | [E-mail](#) | [News Alert](#) [RSS](#) [RSS](#)

CRONACA

SPORT

ECONOMIA

TOSCANA PUBBLICA

ARCHIVIO

MAILING LIST

ASTE IMMOBILIARI  
TRIBUNALE FIRENZE

## DOSSIER

- Servizi Sociali
- 10 anni di Internet in Toscana
- Open Network for New Science
- La strage di Ustica
- La scomparsa di un trasvolatore nel Pratomagno
- Diario di un soldato nella grande guerra

I LINK  
DELL'INFORMAZIONE

- Nove da Firenze fornisce le news a:
- AC Fiorentina.net
- Calciotoscana.it
- Firenzepersport.it
- The Florence Newspaper
- Tribunale di Firenze

➤ Prenotazione Musei

## I consumi toscani crescono lentamente

Firenze, 6 luglio 2007- L'andamento delle vendite del commercio al dettaglio toscano replica nei primi tre mesi dell'anno la modesta crescita del periodo ottobre-dicembre 2006. Il primo trimestre 2007 si chiude infatti con una variazione tendenziale delle vendite al dettaglio del +0,3%, leggermente inferiore a quella registrata a livello nazionale (+0,5%), migliore di quella del Centro (+0,1%). La conferma arriva dall'indagine dell'Osservatorio Regionale sul Commercio di Unioncamere Toscana e Regione Toscana, condotta sulla base dei dati Unioncamere Nazionale relativi al primo trimestre 2007.

A livello dimensionale, la Toscana si differenzia dal resto d'Italia. La grande distribuzione (oltre 20 addetti) mostra, di fatti, una variazione tendenziale delle vendite leggermente inferiore (+2,4%) al dato nazionale (+3,5%); si attenua la crisi pluriennale delle piccole imprese (1-5 addetti), che conseguono la diminuzione più contenuta degli ultimi 5 trimestri (-1,4%), mentre si accentua la contrazione delle vendite per la classe dimensionale con 6-19 addetti (-0,8%).

Nel primo trimestre 2007, la performance delle grandi strutture commerciali toscane - ipermercati supermercati e grandi magazzini - (+2,6%) è meno brillante di quelle delle altre regioni (+4,2%). Riguardo alle specializzazioni, la Toscana si caratterizza per una ripresa delle vendite del settore alimentare, che continua a beneficiare ampiamente della ripresa dei consumi, in netta controtendenza rispetto al dato nazionale, (+1,4%; Italia -1,2%) ed un calo dei prodotti non alimentari (-0,8%; Italia -0,1%), sul quale incide la forte contrazione delle vendite per la tipologia merceologica altri prodotti non alimentari (-1,6%), mentre sono in lieve espansione le vendite dei prodotti per la casa ed elettrodomestici (+0,3%) e rallenta la contrazione dell'abbigliamento (-0,3%).

## Aspettative per il secondo trimestre 2007

La modesta crescita delle vendite al dettaglio si riflette in un alleggerimento delle giacenze di merci, soprattutto nella piccola distribuzione, e in una flessione delle aspettative delle imprese toscane del commercio che, per il secondo trimestre 2007, sono meno ottimistiche rispetto a quelle formulate per il secondo trimestre 2006. Il saldo tra gli operatori che si aspettano un incremento delle vendite nel periodo aprile-giugno (35%) e coloro che sono pessimisti (27%) è pari a +8 punti percentuali, mentre era +27 nel 2006. Mostrano pessimismo soprattutto gli esercizi commerciali più grandi (saldo -10), che capovolgono le aspettative rispetto all'analogo periodo 2006 (saldo +19), mentre sono più fiduciosi gli operatori della piccola e media distribuzione (saldo rispettivamente +21 e +23).

A livello merceologico, sono positive le aspettative dei grandi magazzini (+13) e degli esercizi specializzati non alimentari, nonostante l'andamento negativo delle vendite del trimestre (+18 nel complesso, +28 per i prodotti per la casa ed elettrodomestici); negative quelle degli esercizi alimentari (-15).

Le previsioni relative agli ordinativi per il secondo trimestre confermano nel complesso le aspettative sulle vendite con una prevalenza di risposte orientate alla stabilità (48%), mentre il saldo tra quota di imprese che dichiarano ordinativi in aumento (33%) e quelle con ordinativi in diminuzione (19%) scende a 14 punti percentuali, condizionato dall'orientamento della grande distribuzione (+11, contro un +27 del primo trimestre 2006). Denota, invece, un'intonazione positiva, anche se con toni più sfumati rispetto allo stesso periodo 2006, il saldo delle previsioni relative agli ordini della piccola (+14) e della media (+19) impresa.

Per quanto riguarda i settori merceologici, anche questo indicatore come quello delle aspettative mostra un minore ottimismo per gli ordinativi dei prodotti alimentari (+3) e una più distesa fiducia per quelli dei prodotti non alimentari (+19).

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio è una indagine trimestrale che ha come obiettivo l'analisi congiunturale, tendenziale e previsionale delle tendenze generali del settore (volume d'affari, giacenze di magazzino, ordinativi, aspettative degli imprenditori del settore). L'indagine si rivolge all'universo delle imprese commerciali con almeno un addetto dipendente e i dati di indagine vengono integrati, a livello campionario, con gli andamenti riferiti alle imprese di maggiori dimensioni tratti da dati aggregati di fonte Nielsen. La rilevazione è svolta su un campione regionale di circa 1.100 imprese e fornisce informazioni articolate per provincia, settore di attività, tipologia di esercizio e localizzazione dei punti vendita.

Economia - a7.07.06.14.17

## Link sul web

- <http://www.tos.camcom.it> UNIONCAMERE TOSCANA

Torna su

nove da firenze.it provided by aperton s.p.a. - realizzazione siti web e promozioni sui motori di ricerca

link su firenze e toscana