

I DATI DELL'OSSERVATORIO REGIONALE DEL COMMERCIO DI UNIONCAMERE

# Consumi toscani, c'è una timida ripresa

M. ISABELLA ROMANO  
FIRENZE

I consumi toscani segnano un timido passo avanti lungo la via della ripresa. Lo conferma l'andamento delle vendite del commercio al dettaglio nella regione nel primo trimestre 2007, che registra un incremento del +0,3%. Un dato positivo, al di sopra della crescita media nella macroarea del Centro (+0,1%), leggermente inferiore alla variazione delle vendite registrata a livello nazionale (+0,5%). Secondo l'indagine dell'Osservatorio regionale sul commercio di Unioncamere Toscana e Regione, le vendite commerciali toscane starebbero dunque lentamente risalendo la china. Determinante è stata la buona performance della grande distribuzione (punti di vendita con oltre 20 addetti), che ha riportato nelle ven-

dite un +2,4%, non uguagliando però il dato nazionale (+3,5%). Si attenua la crisi pluriennale delle piccole imprese (1-5 addetti), che registrano la diminuzione più contenuta degli ultimi 5 trimestri (-1,4%), mentre si accentua la contrazione delle vendite per le strutture commerciali di medie dimensioni (6-19 addetti), che segnano un -0,8%. Meno brillante che a livello nazionale (+4,2%) è invece la prestazione delle grandi strutture commerciali toscane (ipermercati, supermercati e grandi magazzini), attestata sul +2,6%.

Fra gli esercizi specializzati, la Toscana si differenzia dal resto d'Italia. La regione vanta infatti una ripresa delle vendite del settore alimentare, con un +1,4% in netta controtendenza con il dato nazionale (-1,2%). In contrazione invece le vendite di prodotti

non alimentari (-0,8%), anche rispetto al resto del Paese (-0,1%). Un calo su cui incide anche il forte arretramento della categoria merceologica degli altri prodotti non alimentari (-1,6%). In lieve espansione le vendite di pro-

dotti per la casa ed elettrodomestici (+0,3%), mentre rallenta la contrazione dell'abbigliamento (-0,3%). Ma la modesta crescita delle vendite al dettaglio non solleva il morale degli imprenditori toscani del commercio, le cui previsio-

ni per il secondo trimestre 2007 sono molto meno rosee rispetto a quelle dello scorso anno. I più pessimisti? Gli esercizi commerciali più grandi, mentre la piccola e media distribuzione guarda al futuro con maggior fiducia.