

## Vendite al dettaglio, crescita a rilento

Non trova riscontro in un aumento della spesa da parte dei consumatori il fatto che l'economia toscana rialzi la testa dopo cinque anni di difficoltà. Se il prodotto interno lordo regionale è cresciuto dell'1,7% nell'ultimo anno, infatti, il commercio al dettaglio stagna chiudendo il secondo trimestre, aprile - giugno, con una variazione tendenziale delle vendite del +0,2%, in linea con il trend nazionale (+0,1%), ma inferiore a quello della macroarea Centro (+1%). La valutazione emerge da un'indagine dell'Osservatorio regionale sul commercio, condotta da Unioncamere Toscana e Regione su circa 1.100 imprese che hanno fornito dati su volume dei traffici, giacenze di magazzino, ordinativi e aspettative degli imprenditori. «Nella nostra regione si è attenuato il traino della grande distribuzione - commenta Andrea Cardosi dell'Ufficio studi - nel senso che rispetto allo scorso trimestre questo settore ha conseguito un tasso di variazione tendenziale di +1,4% che, pur essendo positivo, è sceso rispetto allo scorso trimestre (+2,4%) e resta comunque inferiore a quello del Centro (+3,2%) e dell'Italia (+2,8%)». A soffrire le perdite maggiori sono soprattutto la piccola (1 - 5 addetti) e media distribuzione (6 - 19 addetti) che segnano rispettivamente -0,8% e -0,5%. Crescono dello 0,5% le vendite del settore alimentare, calate dell'1% in media in Italia; si riducono, pur positive, quelle dei prodotti per la casa e degli elettrodomestici (+0,1%); continuano a perdere i settori dell'abbigliamento e degli accessori (-1%). Le cifre sono una conferma sia per Cardosi: «Rispecchiano le aspettative espresse mesi fa dagli imprenditori», sia per il presidente di Unioncamere Toscana, Pierfrancesco Pacini: «Si prolunga quella fase di incertezza che da diversi trimestri contraddistingue il settore. Le incognite per il futuro sono peraltro in aumento, legate alla reazione che i consumatori avranno rispetto ai rincari generatisi nel corso dell'estate, che le famiglie si ritroveranno, tra gli altri, nelle rate dei mutui a tassi variabili, nelle bollette dei consumi domestici, nei prezzi dei beni alimentari vincolati alle quotazioni del grano e delle farine». Chissà se a prevalere sarà l'ottimismo espresso dal 51% degli imprenditori che si attende a breve un aumento del giro di affari.

[CC]