

I DATI DI UNIONCAMERE E REGIONE DEL 2007

Toscana, piccola crescita dei consumi

- FIRENZE -

LE VENDITE al dettaglio in Toscana si chiudono nel 2007 con un segno positivo (+0,5%), in controtendenza rispetto al dato nazionale (-0,3%). E' la migliore performance dell'ultimo anno, determinata dal forte incremento della grande distribuzione (+3,9%) che compensa le flessioni delle medie



(-1,4%) e delle piccole imprese (-2,4%). Il quadro emerge dall'indagine sul commercio al dettaglio relativa al quarto trimestre 2007 curata da Unioncamere Toscana e Regione Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale sul commercio. Nella nostra regione si registra un incremento delle vendite del +6% negli esercizi non specializzati (ipermercati supermercati e grandi magazzini), ben 4 volte superiore a quello dello stesso trimestre 2006. E' positiva la performance degli esercizi specializzati alimentari (+1,2%), soffrono, invece, gli esercizi specializzati non alimentari (-1,3%). La diminuzione ha riguardato soprattutto i comparti abbigliamento e accessori (-2,4%, la più negativa dal secondo trimestre 2005); prodotti per la casa ed elettrodomestici (-1,3%); altri prodotti non alimentari (-0,7%, in negativo da sei trimestri consecutivi). A livello annuale, le vendite regionali sono cresciute dello

0,3%, con un risultato leggermente inferiore rispetto a quello registrato nel 2006 (+0,5%) e decisamente migliore rispetto a quello del 2005 (-0,6%). A determinare la crescita complessiva del 2007 sono state esclusivamente le vendite della grande distribuzione che sono

aumentate del 2,7%, mentre quelle delle imprese più piccole sono diminuite. Riguardo al primo trimestre 2008 le imprese toscane «pensano» in positivo e segna-

no un miglioramento del clima di fiducia rispetto al periodo ottobre-dicembre 2007.

L'OTTIMISMO riguarda gli operatori della grande distribuzione; un lieve pessimismo, invece, tra i commercianti della piccola e media distribuzione. In particolare, sono ottimisti gli esercizi specializzati in prodotti alimentari mentre cala la fiducia tra quelli specializzati in prodotti non alimentari.

ANALISI
Vendite
in controtendenza:
+0,5% grazie
ai supermercati

