

I dati dell'Osservatorio regionale Sulle previsioni di aprile, maggio e giugno cresce il numero dei pessimisti

Primo trimestre nero per il commercio

Il 2009 parte con un forte calo nelle vendite al dettaglio. Si salvano solo gli ipermercati

FIRENZE - Un trimestre nero per il commercio al dettaglio in Toscana: le vendite registrano un calo del 5,3 per cento. Segno negativo anche per le vendite della grande distribuzione, che perdono lo 0,7 per cento rispetto allo scorso anno. Un dato che sottolinea quanto anche le imprese commerciali più grandi non siano riuscite ad uscire indenni dalla crisi. Il quadro emerge dall'indagine condotta nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Unioncamere Toscana e Regione Toscana. I toscani danno comunque un taglio netto soprattutto agli acquisti nei negozi di piccola e media dimensione, facendo scendere il loro giro di affari rispettivamente del 7,5% e del 6,6%. Analizzando i dati sulle vendite al dettaglio per settore di attività, l'unico dato positivo riguarda gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (+0,4%), anche se il dato è sensibilmente inferiore a quello registrato negli anni precedenti. La flessione più marcata tocca le vendite di prodotti non alimentari (-6,8%), segno di quanto le famiglie toscane abbiano ridotto le loro spese sacrificando soprattutto l'acquisto di abbigliamento e accessori (-7,4%) e di prodotti per la casa ed elettrodomestici (-9,4%). Il giro di vite sui consumi interessa comunque anche i prodotti alimentari: il settore food della Toscana inizia infatti a registrare una decisa flessione nel trimestre in esame (-2,9%). Con riferimento alle giacenze, nel primo trimestre 2009, l'84% delle imprese ha dichiarato che le scorte di magazzino sono adeguate rispetto alle proprie esigenze commerciali, mentre il

13% le dichiara in esubero ed un esiguo 3% le ritiene insufficienti: il fenomeno dell'eccesso di scorte risulta più accentuato in confronto ad analoghi periodi degli anni precedenti, anche se in attenuazione rispetto a

quanto verificatosi a fine 2008.

Guardando al secondo trimestre 2009, per quanto fra gli imprenditori toscani prevalgano leggermente gli ottimisti (saldo pari a +3 punti percentuali), si segnala comunque un continuo peggioramento del clima di fiducia (il saldo diminuisce infatti di 5 pp rispetto al trimestre precedente). Aspettative più pessimistiche continuano ad interessare le piccole e medie imprese (-7 punti percentuali), ma in netto peggioramento sono anche quelle della grande distribuzione (passate in un trimestre da +24 pp a +16 pp). In caduta anche le attese rispetto alle vendite dei prodotti alimentari (saldo da +11 pp a +6 pp) e saldo in diminuzione, per la prima volta addirittura negativo, per i prodotti non alimentari (-4 pp). Tiene solo il clima di fiducia dei grandi operatori (iper, super e grandi magazzini), che godono di un saldo di +30 pp. Situazione preoccupante sul fronte degli ordinativi: saldi decisamente negativi per piccola e media distribuzione (-17 pp e -15 pp) e per il settore no food (-15 pp).

