

Per il commercio ancora un trimestre nero

*In Toscana scendono del 4% le vendite al dettaglio. Difficoltà per le piccole e medie imprese
In calo invece gli elettrodomestici. Tengono la grande distribuzione e anche gli alimentari*

MARCO NORCINI

Per il commercio al dettaglio la stagione estiva non ha portato quella boccata d'ossigeno sperata; anzi, le vendite hanno fatto registrare un calo, a livello regionale pari al -4%. Lo ha reso noto ieri Unioncamere e la Regione, tracciando il bilancio dell'economia toscana degli ultimi tre mesi.

Lo studio ha rapportato i dati a quelli del 2008 e, confrontandoli di trimestre in trimestre è stato evidenziato, nello specifico, che la flessione dei volumi d'affari della piccola e media distribuzione è arrivata anche a toccare il «-6%, con le aziende che hanno meno di sei addetti», afferma lo studio. Per i negozi di grandi dimensioni le cose sono andate un po' meglio. In particolare la grande distribuzione è passata da -0,7% del primo trimestre al -0,1% del secondo.

Ma lo studio sui dati dell'andamento del commercio in Toscana, ha evidenziato che la contrazione dei consumi al dettaglio, a livello regionale, è in linea con quella nazionale. Tuttavia, risulta più accentuata fra gli esercizi specializzati che non vendono alimentari: il calo è stato del -5,2%. Meglio sono andati, si fa per dire, i negozi di generi alimentari, con un -2,2%, mentre si mantiene stazionaria la fase attraversata da ipermercati e supermercati con un +0,1%. Questi ultimi, dopo i ritmi di crescita, attraversati nel corso degli anni precedenti, vivono una fase di rallentamento, mostrando solo un minimo segno positivo.

A soffrire di più del calo degli acquisti sono stati i prodotti per

la casa e gli elettrodomestici, con addirittura il -7,2%, e quelli dell'abbigliamento e degli accessori, con un -6,1%.

Nello studio si analizzano anche le aspettative di ripresa da parte degli imprenditori, ovvero il livello di fiducia nel mercato. Tutto è improntato sulla cautela. Una cifra per tutti: il saldo dei commercianti «ottimisti» e di quelli «pessimisti» è passato dal +3% della precedente rilevazione allo 0%. Questo significa che non viene scorta nessuna prospettiva di miglioramento per la piccola e media impresa commerciale, ipotizzando che il saldo resti fermo a -7%, mentre si profila un quadro nettamente migliore per la grande distribuzione: il 12% in più. A tenere alto

l'indicatore sono le aspettative degli ipermercati e dei supermercati. Qui il segno rimane largamente positivo e stabile sui livelli precedenti: +31 rispetto al +30 dei tre mesi prima.

Questa situazione si riflette anche sul fronte dei comportamenti dei commercianti a livello di scorte e di ordinativi. Il saldo dei volumi sarà negativo, ovvero del -8%, risultando particolarmente accentuato nella piccola impresa, -19%, fra le medie strutture di vendita, -16% e fra gli esercizi specializzati non alimentari addirittura arrivando a -15.

«Il bilancio delle vendite al dettaglio resta sfavorevole: gli effetti veri della crisi stanno arrivando solo adesso e li osserviamo nei dati regionali relativi all'occupazione», ha commentato la Confcommercio Toscana. Una situazione che porta «a una riduzione delle vendite, che tocca anche il comparto alimentare, finora resistente alla crisi». Ma il gri-

do d'allarme arriva quando Confcommercio denuncia che «il fatturato si riduce anche in virtù della diminuzione dei prezzi» scesi del -1,6%.

Per Massimo Vivoli, presidente regionale di Confesercenti «gli effetti della crisi, continuano a scaricarsi sulle aziende del commercio medio-piccole. «Se fino ad oggi - ha sostenuto Vivoli - molti negozi hanno resistito pagando un duro prezzo in termini di riduzione del fatturato, è stato, grazie anche all'enorme capacità di adattamento, nel bene o nel male, di queste imprese. Ma c'è un limite, dettato dalla chiusura delle imprese», a causa dei costi di gestione «ma anche per l'assenza di ammortizzatori sociali».



La grande distribuzione ha risentito meno della recessione

-4%
Calo delle vendite
per il commercio al dettaglio

-6%
Le piccole aziende
sono quelle che hanno sofferto di più

-0,1%
Supermercati
Quasi in salvo la grande distribuzione

-7,2%
Elettrodomestici
È stato il genere meno acquistato

-6,1%
Abbigliamento
Anche questo settore è in forte calo

