

**Consumi a rilento** Presentati i dati sul terzo trimestre 2009. Un'estate pesante per l'abbigliamento, che perde il 6,3%

# Commercio, mal comune mezzo gaudio

Vendite al dettaglio in calo del 3,7% in Toscana, ma in altre regioni va anche peggio

FIRENZE - I consumi non decollano. Resta negativo il quadro delle vendite del commercio al dettaglio in Toscana (-3,7%) nel terzo trimestre 2009, una discesa che rallenta rispetto ai mesi precedenti (-5,3% nel primo trimestre e -4,0% nel secondo trimestre dell'anno). Eppure, nella regione si registra una situazione migliore rispetto al resto d'Italia, dove la contrazione delle vendite è ancora forte (-4,8%) e in peggioramento rispetto al trimestre precedente. Sono alcuni dei dati che emergono dall'indagine congiunturale sull'andamento del commercio in Toscana nel terzo trimestre 2009 e sulle aspettative dell'ultimo trimestre dell'anno condotta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana.

Le vendite di prodotti alimentari restano in terreno negativo (-1,7%) ma la perdita è più contenuta rispetto ai due trimestri precedenti. Tra luglio e settembre 2009 a registrare un calo pesante è il commercio di prodotti

non alimentari (-4,7%), un dato che però si ridimensiona rispetto alla prima parte dell'anno. Nel

settore non alimentare, abbigliamento e accessori soffrono più degli altri con un -6,3%, un risultato peggiore rispetto a quello già molto negativo del terzo trimestre 2008 (-3,8%). Rallenta, rispetto al -9,4% del primo trimestre, il calo del giro d'affari dei pro-

dotti per la casa e gli elettrodomestici che registra nel terzo trimestre un -5,3%.

In Toscana le famiglie tagliano meno le spese per i beni alimentari rispetto al valore medio italiano: -1,7% in Toscana contro il -5,9%

in Italia. Resta consistente la flessione delle vendite dei piccoli negozi (-4,9%) nel terzo trimestre

2009, un decremento comunque ridotto rispetto ai due trimestri precedenti. Le medie strutturali invece non riescono a recuperare terreno (-5,3%). La crisi non risparmia neppure la grande distribuzione che indietreggia del -0,9% dopo la sostanziale tenuta registrata nel secondo trimestre 2009 (-0,1%).

Sul fronte delle previsioni una parte degli operatori commerciali apre ad un cauto clima di fiducia. Le aspettative a breve termine, relative agli acquisti di Natale presso i grandi punti vendita oppure di prodotti alimentari, evidenziano una sottile tendenza a recuperare quella fiducia che si era persa dal 2008. L'indicatore di fiducia dei commercianti della piccola e media distribuzione ha arrestato la sua discesa, anche se l'orientamento resta improntato al pessimismo. Insomma, per veder ripartire gli acquisti ci vorrà del tempo. E soprattutto si dovrà attendere che le famiglie recuperino il loro potere d'acquisto.

■ Tagli  
in famiglia,  
ma al cibo  
non si rinuncia





**Natale, ultima speranza** Si chiude un anno negativo per il commercio, che ora spera nelle feste