

In Toscana l'ultimo trimestre 2009 registra un -2,8%, la media nazionale è però al -3,8

Frenano ancora le vendite al dettaglio

Unicoop sconta del 20 per cento, per sempre, 500 prodotti



Consumi frenati Tengono gli alimentari

FIRENZE - Resta negativo il quadro delle vendite del commercio al dettaglio in Toscana (-2,8%) nel quarto trimestre 2009, una contrazione che però, rispetto al periodo precedente, appare più contenuta. È quanto rileva l'indagine congiunturale condotta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana.

"Nella nostra regione - si legge nella nota - si registra una situazione migliore rispetto al resto dell'Italia dove la contrazione delle vendite è ancora forte (-3,8%). Sia a livello regionale che a livello nazionale il calo dei consumi è in rallentamento".

In Toscana, in particolare, le vendite di prodotti alimentari (-0,9%), pur in territorio negativo, continuano a reagire meglio e riducono le perdite rispetto ai mesi precedenti (-2,9% nel primo trimestre 2009; -2,2% nel secondo trimestre 2009; -1,7% nel terzo trimestre 2009).

Le vendite di prodotti non alimentari diminuiscono in maniera forte (-3,8%) ma i picchi negativi dei trimestri precedenti sembrano alle spalle. Da segnalare che la contrazione non risparmia nessun comparto anche se, a soffrire di più, nell'ultima parte del 2009, sono le vendite di prodotti per la casa e gli elettrodomestici (-5,4%) e quelle di capi di abbigliamento e accessori (-5,2%). Da segnalare

Rapporto Unicredit

Ma le imprese hanno fiducia

FIRENZE - "È stata una delle crisi più dure dal dopoguerra a oggi ma gli imprenditori continuano a guardare con fiducia al futuro e, soprattutto, mostrano capacità di reazione". È quanto emerso dal rapporto Unicredit sulle piccole imprese in Toscana, presentato ieri a Firenze dal direttore commerciale regionale di Unicredit Stefano Giorgini. Lo studio è basato su interviste dirette a un campione di 270 piccoli imprenditori locali, di cui 120 del territorio fiorentino. In base al rapporto, la fiducia degli imprenditori è in fase di stabilizzazione e l'indice che analizza le aspettative delle aziende per i prossimi 12 mesi segna una crescita sia a livello regionale (+8 punti rispetto all'anno precedente) che nel capoluogo (+3 punti). Ciò che spinge in alto la fiducia è l'atteggiamento che molti imprenditori hanno in merito ad alcuni temi, quali investimenti e occupazione (100).

che il consumatore medio toscano taglia meno rispetto a quello italiano. Per i beni alimentari il dato a livello nazionale è del -4,2% contro il -0,9% toscano, per i beni

non alimentari in Italia si registra -4,5% contro il -3,8% della Toscana.

Nel 2009 resta consistente la flessione complessiva delle vendite

nella nostra regione, una contrazione (-3,9%) che ha colpito tutte le tipologie di impresa commerciale. La grande distribuzione registra un -0,5%, le piccole e medie strutture devono fare i conti con perdite superiori al 5%.

Sul fronte delle previsioni, per il primo trimestre 2010 si registra in Toscana un clima di cauta fiducia. Il saldo complessivo tra attese di incremento e decremento delle vendite, per gli imprenditori commerciali, è pari a +4%, un dato in crescita rispetto ai trimestri precedenti.

Unicoop Firenze intanto agisce contro il caro-vita e contro la crisi economica in corso: è partita ieri infatti una diminuzione del 20%, per sempre, su 500 prodotti a marchio Coop, come pasta, olio, latte, farina, pelati, uova. Inoltre, al ribasso definitivo di questo gruppo di prodotti, si affianca un'attività promozionale (per tutto il 2010) con sconti del 30% a rotazione su altri 30 prodotti Coop. "È un'iniziativa coraggiosa e unica nel panorama distributivo italiano - ha detto Golfredo Biancalani, presidente del consiglio di gestione di Unicoop Firenze - che, a fine anno, porterà ad un risparmio per soci e clienti di 30 milioni, circa 500 euro a famiglia".

I prodotti a marchio Coop rappresentano oltre il 25% del totale delle vendite a quantità.

