

Consumi in calo, ma in Toscana va meglio

Contro il caro-vita Unicoop Firenze taglia del 20% il listino prezzi di 500 prodotti

di OLGA MUGNAINI

— FIRENZE —

UN PO' più leggera, ma è pur sempre crisi. Crisi che costringe le famiglie a fare conti con portafogli magri e a risparmiare anche sui beni di prima necessità. Lo dimostra l'ultima indagine di Unioncamere Toscana che fa il bilancio del commercio nell'ultimo trimestre del 2009 e raccoglie le prime indicazioni del 2010. Il risultato è che le vendite al dettaglio scendono ancora, anche se il calo del 2,8% è minore rispetto alla contrazione della prima parte dell'anno. L'altro dato positivo è che in Toscana si va un po' meglio della media nazionale: ossia i consumi sono rallentati meno. I prodotti alimentari, per esempio, sono scesi dello 0,9%, mentre il dato nazionale è del meno 4,2%.

Le vendite di prodotti non alimentari diminuiscono in maniera pesante (-3,8% il dato toscano, -4,5% quello nazionale) ma i picchi negativi dei trimestri precedenti sembrano alle spalle. 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%).

Il dato complessivo parla di una flessione complessiva delle vendite in Toscana del 3,9% che ha colpito tutte le tipologie di impresa commerciale. E se la grande distribuzione registra un meno 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 un clima di cauta fiducia, dettata dalla convinzione che il periodo delle vacche magre non sia finito.

E DI QUANTE siano ancora le difficoltà nel far quadrare i bilanci familiari è ben consapevole Unicoop Firenze, che lancia un'iniziativa contro il caro-vita in qualche modo "strutturale". Da ieri è scattato infatti un taglio del 20% circa sul listino prezzi di ben 500 prodotti a marchio Coop: un paniere di prodotti di larghissimo consumo e indispensabili alla tavola: pasta, olio, latte, farina, pelati, uova, pomodori, caffè, detersivi... Un ribasso permanente a cui si aggiunge un'iniziativa promozionale con sconti del 30% su altri 30 prodotti Coop, scelti a rotazione mese per mese per tutto il 2010. «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, pari a circa 500 euro a famiglia. Una politica dei prezzi che per noi non è una questione di marketing, ma una scelta legata alla missione della cooperativa. Non a caso anche le ultime rilevazioni di gennaio attribuiscono a Unicoop Firenze la leadership di prezzo nel confronto con i migliori competitors sia nazionali che toscani. Ma l'altro fatto assolutamente importante, è che la nostra politica sui listini costringe anche i diretti concorrenti a contenere i prezzi, e fa quindi da calmiera per tutti».

Dall'osservatorio dei punti vendita Unicoop emerge infine un consumatore sempre più attento, orientato al risparmio, che cerca la qualità ma con un atteggiamento maturo e consapevole. In questo contesto i prodotti a marchio Coop rappresentano ormai oltre il 25% del totale delle vendite.

«In generale — ha concluso Biancalani — nel 2009 i prezzi dei prodotti alimentari nei punti vendita Unicoop hanno subito un calo dello 0,8%, contro una crescita dell'1,8% registrata dall'Istat a livello nazionale: una strategia che ha premiato Unicoop Firenze che nel 2009 ha visto aumentare le vendite del 2,6%, più delle medie nazionali della grande distribuzione».

