

Lo studio I dati Unioncamere Toscana: bene la grande distribuzione, sempre peggio i piccoli negozi Così il super si «mangia» ortolani e macellai

La crisi morde la Toscana. Meno della media italiana, con qualche segnale di miglioramento. Ma con uno spaccato nel quale a farne le spese è soprattutto il piccolo commercio. È questa la sintesi dell'indagine sul quarto trimestre (ottobre, novembre, dicembre) 2010 e le aspettative del primo trimestre 2011 svolta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana. I dati, elaborati dall'Osservatorio regionale del commercio al dettaglio, mostrano una Toscana a due facce.

Da una parte, la grande distribuzione, che vede numeri col più davanti: la fine del 2010 «appare finalmente in ripresa con un aumento delle vendite dello 0,7%», segnalano dall'Osservatorio. Dall'altra, le medie e piccole strutture di vendita.

E, più piccole sono, peggio vanno.

Quelle con meno di cinque dipendenti hanno visto un calo di vendite del tre per cento, quelle fino a 20 dipendenti sono andate un filo meglio, ma il segno è sempre meno: meno 2,5 per cento. Ed è un calo che colpisce soprattutto gli alimentari del piccolo commercio: secondo Confesercenti, qui è quasi un crollo, meno 3,9 per cento.

Confesercenti

Vivoli: «Penalizzati i prodotti freschi, specialmente alla fine del mese»

Pochi gli elementi positivi: il calo dei consumi a livello regionale è inferiore della media nazionale (in Toscana è l'1,5 per cento, in Italia dell'1,9) ed è comunque inferiore alla diminuzione del terzo trimestre sempre in Toscana, quando il calo è stato più sensibile, meno 3,9 per cento.

«Secondo nostre rilevazioni — dice Massimo Vivoli, presidente regionale di Confesercenti — ad esse-



re penalizzati sono prevalentemente i prodotti freschi (carne, pesce, frutta e verdura) che specialmente nella terza e quarta settimana del mese vengono ridimensionati a vantaggio di prodotti confezionati di bassa qualità. Se non cambia la politica economica di questo paese, a partire da una riduzione della pressione fiscale sul lavoro e sulle imprese e un contrasto deciso alla contraffazione e all'evasione fiscale, ci aspetta una prospettiva caratterizzata da meno posti di lavoro, famiglie impoverite e consumi in ulteriore calo».

«La disparità fra le aspettative dei piccoli commercianti e quelle degli operatori della grande distribuzione — aggiunge il direttore di Confcommercio Toscana Andrea Nardin — evidenzia ancora una volta la necessità di strategie e programmazioni condivise, anche sotto il profilo urbanistico, a sostegno della competitività delle piccole e medie imprese commerciali che animano l'economia dei centri urbani».

Più ottimista l'assessore regionale al commercio Cristina Scaletti, secondo cui i dati «lasciano sperare in una ripresa» e annuncia l'apertura di un bando regionale «che assegna alla imprese commerciali circa 6 milioni e mezzo di euro per favorire gli investimenti delle piccole e medie strutture commerciali, per l'appunto le più colpite dalla crisi come ci dicono le cifre».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

