

Il quadro emerge dall'indagine sul IV trimestre 2010 e le aspettative del I trimestre 2011 svolta da Unioncamere Toscana e Regione

# Il commercio dà segnali di risalita

*La flessione dell'1,5% più contenuta rispetto al 2009 (-3,9%). Soffrono i piccoli*

FIRENZE - Continuano ad attenuarsi in Toscana i segnali negativi provenienti dall'andamento delle vendite al dettaglio: la flessione dell'1,5% è, infatti, più contenuta rispetto alla media del 2009 (-3,9%) e leggermente inferiore anche rispetto alla media nazionale, che si attesta sul -1,9%. Sui comportamenti d'acquisto delle famiglie continuano a pesare le incertezze in ambito lavorativo, la diminuita disponibilità economica e le preoccupazioni per il futuro, che inducono ad atteggiamenti maggiormente prudenti su tale fronte. E' il quadro che emerge dall'indagine sul IV trimestre 2010 e le aspettative del I trimestre 2011 svolta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio al dettaglio. Il panorama però è alquanto variegato a seconda della tipologia distributiva: si apre uno spiraglio per la grande distribuzione toscana (con oltre 20 addetti) che a fine 2010 appare finalmente in ripresa con un aumento delle vendite dello 0,7%. Resta invece difficile la situazione per i piccoli negozi che registrano un calo del 3% e per le medie strutture le cui vendite diminuiscono del 2,5%. Relativamente al comparto merceologico, nel quarto trimestre 2010 in Toscana diminuiscono sia le vendite di prodotti alimentari (-1,5%) che quelle di prodotti non alimentari (-1,9%).



**Commercio** Segnale di risalita, ma i piccoli soffrono

Si è ridotta notevolmente la forbice esistente negli andamenti dei due diversi comparti: fino alla metà del 2010 le vendite di prodotti alimentari avevano registrato risultati nettamente migliori rispetto a quelle di beni non alimentari, segno che ora i tagli alla spesa riguardano tutte le tipologie di prodotti. Positivo invece l'andamento delle vendite negli ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che crescono dello 0,4% tornando ai livelli di crescita di un anno prima. Il grado di fiducia degli operatori commerciali della Toscana per le vendite dei primi tre mesi del 2011 è complessivamente

positivo, ma se le aspettative dei commercianti della piccola e media distribuzione sono improntate alla cautela quelle degli imprenditori della grande distribuzione sono migliori. Tra i settori, gli iper e supermercati mostrano un atteggiamento molto positivo e guardano alle vendite dei primi mesi dell'anno con fiducia, decisamente più cauto invece l'atteggiamento degli operatori degli esercizi specializzati dell'alimentare e del non alimentare. "I dati sui consumi del quarto trimestre del commercio al dettaglio in Toscana lasciano sperare in una ripresa. Infatti, la contrazione

è più contenuta rispetto ai precedenti trimestri e alla media nazionale; e se calano ancora le vendite delle medie e piccole strutture, sono in recupero le grandi strutture di vendita. Sono comunque cifre che testimoniano di una crisi che ha colpito e colpisce in modo molto concreto le famiglie toscane". Così l'assessore regionale al commercio Cristina Scaletti ha commentato la pubblicazione dei dati congiunturali delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana relativi al 2010. "Sono segnali da raccogliere e la Regione ha il compito di favorire questa ripresa - aggiunge l'assessore Scaletti -. E' di questi giorni l'apertura di un bando regionale che assegna alle 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". "Il quadro tracciato da Unioncamere Toscana conferma che la contrazione delle vendite nel nostro territorio si riduce". Lo afferma, in una nota, Andrea Nardin, direttore di Confcommercio Toscana. "La crisi segna un rallentamento, ma non per il piccolo commercio, ancora in sofferenza. Il recupero - precisa Nardin - purtroppo riguarda solo la grande distribuzione, mentre le piccole e medie strutture di vendita registrano ancora perdite importanti".

