

TOSCANA I DATI DEL TERZO TRIMESTRE, TIENE SOLO LA GRANDE DISTRIBUZIONE

# Ancora in calo i consumi: -1,6%

## I commercianti sperano nel Natale

— FIRENZE —

L'ULTIMA speranza è Babbo Natale. Solo la stagione dei regali e delle tredicesime può invertire i bilanci del commercio toscano e chiudere l'anno con il segno più. Perché, nonostante un miglioramento delle vendite rispetto a un disastroso 2009, l'autunno fa i conti con una flessione dell'1,6% dei consumi rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente. E' il quadro che è emerso dall'indagine di Unioncamere Toscana sul periodo luglio-settembre e sulle aspettative per la fine dell'anno per l'osservatorio regionale su commercio.

Ride solo la grande distribuzione (negozi con più di 20 addetti), che si è adattata meglio alla crisi e risale la china con un +0,1% dopo il -0,9% del terzo trimestre 2009. Per i piccoli negozi l'aria è sempre più pesante, con un calo delle vendite del 3,2% (-4,9 l'anno scorso), mentre la media impresa commerciale (da 6 a 19 addetti) registra perdite più lievi, con -1,4% che è un bel

salto rispetto al -5,3% del 2009. Il dato positivo è per ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che hanno aumentato le vendite nel terzo trimestre dello 0,4%. Stagnante il consumo degli alimentari, -1,7% rispetto al -1,8 del 2009, meno peggio del previsto i non alimentari, passati da -4,7% a -2%. Toccano infine i tipi di prodotti,

### CONFCOMMERCIO

**Il presidente Bottai: «Ridare potere d'acquisto alle famiglie e sostenere i negozi»**

il settore abbigliamento e calzature chiude il trimestre con -1,5% (l'anno scorso il calo era stato del 6,3), gli elettrodomestici e prodotti per la casa con -2,9% (5,3 nel 2009) e altre categorie con -1,8% (3,9% l'anno scorso).

Le aspettative del commercio per Natale sono positive, nonostante le premesse. La ripresa del clima

di fiducia è tuttavia lenta e si riflette solo parzialmente sul fronte degli ordinativi. Stefano Bottai, neo presidente di Confcommercio sottolinea i rischi per la piccola distribuzione: «Le vendite al dettaglio continuano a diminuire, il segno negativo permane con valori di perdita significativi. La tensione accumulata negli ultimi due anni permane ed è alla luce di questo che bisogna valutare i dati. E' evidente la necessità di ristabilire il clima di fiducia e di stimolare la domanda, anche con atti concreti. In tal senso la priorità è quella di restituire potere d'acquisto alle famiglie e al contempo prevedere i contraccolpi che le recenti manovre finanziarie potrebbero avere a livello locale in termini di pressione fiscale sulle imprese. Altrettanto necessario - conclude Bottai - è programmare interventi che sostengano il commercio nei centri urbani e il valore socio-economico che esso rappresenta. Solo così si potrà restituire competitività al piccolo commercio».

INDAGINE UNIONCAMERE		Vendite terzo trimestre 2010		
		<b>-1,6%</b>		
TIPOLOGIA DI ESERCIZIO				
	Piccola distribuzione	Media distribuzione	Grande distribuzione	
Terzo trimestre 2009	-4,9	-5,3	-0,9	
Terzo trimestre 2010	-3,2	-1,4	0,1	
SETTORE ATTIVITÀ				
	Alimentari	Non alimentari	Ipermercati, supermercati, grandi magazzini	
Terzo trimestre 2009	-1,7	-4,7	-1,2	
Terzo trimestre 2010	-1,8	-2,0	0,4	
PRODOTTI NON ALIMENTARI				
	Abbigliamento e accessori	Prodotti per la casa ed elettrodomestici	Altri prodotti non alimentari	
Terzo trimestre 2009	-6,3	-5,3	-3,9	
Terzo trimestre 2010	-1,5	-2,9	-1,8	

