

## Commercio, fatturati ancora giù

**C**onsumi interni poco dinamici e inflazione in deciso aumento. Questo lo scenario di mercato in cui, nel secondo trimestre 2011, si registra l'ennesima perdita di fatturato (-1,3%) delle imprese commerciali toscane. La Toscana vanta comunque una flessione meno accentuata del livello nazionale (-1,5%). Il quadro emerge dall'indagine sul secondo trimestre 2011 e le aspettative del terzo trimestre svolta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana.

Per il secondo trimestre consecutivo la grande distribuzione toscana (quella con oltre 20 addetti) appare in difficoltà, registrando una flessione delle vendite dello 0,2% e dimostrando che anche chi più aveva tenuto in passato non riesce a contrastare la tendenza delle famiglie a ridurre le proprie spese. I risultati peggiori continuano ad interessare i piccoli negozi (massimo 5 addetti) che vedono scendere il loro fatturato del 2,6%. Perdite più limitate per le medie strutture: -0,9%. Il secondo trimestre dell'anno è inoltre caratterizzato da un ulteriore ridimensionamento delle vendite sia di prodotti alimentari (-1,4%) che di prodotti non alimentari (-1,7%).

Tenuto conto dell'aumento dei prezzi dei beni alimentari, la ricerca sottolinea la tendenza delle famiglie toscane a ridurre fortemente i volumi di beni alimentari acquistati o più probabilmente a indirizzare le proprie scelte verso prodotti di fascia qualitativa più bassa. Per i prodotti non alimentari, tuttavia, il calo registrato in Toscana (-1,7%) è meno forte di quello medio nazionale (-2,2%) e il ritmo di caduta rispetto a dodici mesi prima si è dimezzato.

Scendendo nel dettaglio del settore no-food toscano, il risultato meno negativo è registrato dal comparto altri prodotti non alimentari (-0,9%), fra cui rientrano i prodotti farmaceutici, di profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, seguito dal settore abbigliamento e accessori (-1,4%); per le vendite di entrambi i raggruppamenti si segnala un deciso rallentamento del tasso di caduta rispetto all'anno scorso. Le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici, con una flessione del 3,7%, segnalano invece un nuovo peggioramento e confermano la profonda crisi che il settore sta attraversando ormai da anni.

