

L'osservatorio Indagine condotta da Unioncamere e Regione Toscana. Ma si spera nella ripresa entro l'anno

Commercio a picco anche per il 2010

Vendite al dettaglio ancora con il segno meno. Non si salvano nemmeno i supermarket

FIRENZE - Tempi duri per i commercianti al dettaglio in Toscana. Le vendite sono infatti ancora con il segno meno e il 2010 si è aperto con un -3,1%. Gli effetti della crisi economica si manifestano anche sulle vendite delle imprese operanti su grandi superfici (iper, super e grandi magazzini), che dal +0,4% di fine 2009 sono passate al -1,3% di inizio 2010. Né i saldi invernali, né le promozioni dei primi tre mesi dell'anno sono riusciti nel rilancio dell'attività. E c'è da sottolineare che in Toscana la contrazione delle vendite è stata maggiore che a livello nazionale. Ma in questo tunnel di buio, si intravede una lieve luce di ottimismo. Il segnale positivo è il clima di fiducia che gli operatori del settore manifestano per quanto riguarda l'evoluzione del trimestre in corso, con il recupero dell'indicatore relativo. I dati emergono dall'indagine congiunturale sull'andamento delle vendite in To-

scana nel primo trimestre 2010 e sulle aspettative del secondo trimestre 2010 condotta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale sul commercio. In Toscana le vendite di merci non alimentari (-3,6%) continuano a diminuire in maniera consistente (-4,3% per prodotti per la casa ed elettrodomestici, -3,8% per abbigliamento e accessori).

Anche le vendite di prodotti alimentari (-1,8%), in calo da otto trimestri, continuano a diminuire ad un ritmo più forte rispetto alla fine del 2009, ma la tendenza negativa si riduce di intensità rispetto all'anno precedente (-2,9% nel primo trimestre 2009). La novità arriva da ipermercati, supermercati e grandi magazzini, che regi-

strano un deciso calo del valore delle vendite. Il dato (-1,3%) è peggiore rispetto al -0,6% registrato in Italia. I piccoli negozi (1-5 addetti; -4,4%) confermano il loro stato di crisi che sembra cronicizzarsi. Un dato positivo arriva dalle aspettative degli imprenditori sull'andamento delle vendite nel secondo trimestre 2010, che sembrano indicare un recupero di ottimismo; infatti il saldo complessi-

sivo fra attese di incremento e decremento delle vendite è pari a +11%. L'indicatore è in decisa crescita rispetto ai mesi precedenti, e segnala che il clima di fiducia degli operatori economici appare in ripresa dopo oltre un anno in cui l'orientamento generale è stato caratterizzato da un atteggiamento di forte cautela. (ced)

■ I prodotti alimentari sono in calo da 8 trimestri



Indagine sulle vendite al dettaglio Commercio ancora in calo. Ma gli operatori sono ottimisti per il futuro

