

Vendite ancora in picchiata Giù anche la grande distribuzione

Eppure crescono i commercianti che prevedono una ripresa in questo trimestre

di PINO MIGLINO

— FIRENZE —

E' UN PO' come sta succedendo con l'occupazione; mentre si intravede un bagliore flebile fuori dal tunnel della crisi i numeri dei senza lavoro si impennano. Allo stesso modo per i consumi: il pil è in ripresa in Italia, anche se di un minuscolo 0,5%, eppure i consumi sono in picchiata. E la Toscana non sfugge alla regola: il 2010 nelle vendite al dettaglio si è aperto con un -3,1%. Un crollo. Da cui è risparmiata solo in parte la grande distribuzione. E' scesa dell'1,3%. Ed è forse quest'ultimo il dato che preoccupa di più. Almeno fino all'ultimo trimestre del 2009 supermercati e grandi magazzini avevano tenuto. Dunque né i saldi invernali né le promozioni dei primi tre mesi dell'anno sono riusciti nel rilancio. Eppure, nonostante questo quadro nero, tra gli operatori torna la fiducia sull'evoluzione del trimestre in corso. Dati e giudizi sono nell'indagine congiunturale condotta da Unioncamere Toscana e dalla Regione nell'ambito dell'Osservatorio regionale sul commercio.

NON CONDIVIDE il «bicchiere mezzo pieno» Massimo Vivoli, presidente di Confesercenti Toscana. «Stanno chiudendo tanti negozi, tanti nomi storici. - dice Reggano, per ora quelli in merchandising. E indica come termometro della crisi, la Comfidi, la finanziaria dell'associazione per le garanzie alle banche per i soci che chiedono prestiti. Ebbene i finan-

CONFESERCENTI

**«Stanno chiudendo tanti negozi
Alcuni hanno nomi storici»**

ziamenti per investimenti sono fermi mentre servono sempre più soldi per la spesa corrente, per la liquidità. Vivoli sostiene che i «centri naturali» (i negozi di una strada che fanno rete) sono stati una buona iniziativa. Ma dalla Regione bisogna pretendere di più. Non bastano gli ammortizzatori sociali, la cassa integrazione. Occorre rilanciare gli investimenti, le spese che creano lavoro stabile. Gli fa eco il presidente di Confcommercio Toscana, Stefano Morandi. Il quale sostiene che occorre prendere quello che c'è di buono nel rapporto e cioè l'atteggiamento di fiducia dei negozianti. Ciò è possibile con tagli fiscali e misure che incentivino l'occupazione. E non è vero che non si può far nulla visto che si tratta di una crisi planetaria, perché a essa si sono sommati errori nelle politiche strutturali nelle città.

In particolare dall'indagine risulta che le vendite di merci non alimentari (-3,6%) continuano a di-

**Emergenza lavoro
Una commissione**

— FIRENZE —

E' STATA istituita la commissione speciale sull'emergenza occupazionale. Il Consiglio regionale si è espresso all'unanimità. La commissione sarà composta da sette consiglieri (quattro di maggioranza e tre di opposizione), dovrà valutare l'efficacia degli strumenti pubblici e formulare proposte.

minuire 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 registrano un meno 1,3%, peggiore rispetto al -0,6% registrato in Italia. I piccoli negozi (1-5 addetti; -4,4%) confermano il loro stato di crisi che, si spiega, sembra cronicizzarsi; la media impresa commerciale (6-19 addetti; -3,0%) contiene le perdite di fatturato rispetto sia al trimestre precedente che alla prima parte del 2009.

UN «**IMPORTANTE** dato positivo» arriva dalle aspettative degli imprenditori sull'andamento delle vendite nel secondo trimestre 2010, che sembrano indicare un recupero di ottimismo: il saldo complessivo 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».

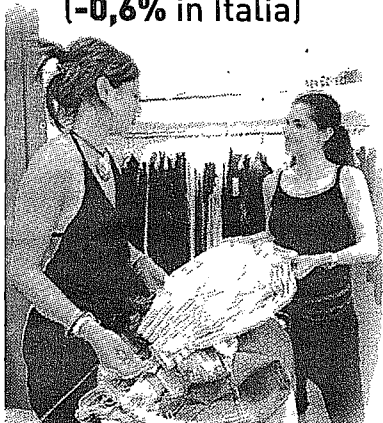


IL CREDITO
ALLA COMFIDI FERMI
I FINANZIAMENTI
PER NUOVE INIZIATIVE

CONFCOMMERCIO
«BISOGNA CAMBIARE
OCCORRONO TAGLI FISCALI
E INCENTIVI ALL'OCCUPAZIONE»

VENDITE NEL PRIMO TRIMESTRE 2010

-3,1% totale
-1,3%
grande distribuzione
(-0,6% in Italia)



SETTORI

-1,8% alimentari
-3,8% per abbigliamento
e accessori
-4,3% prodotti per la casa
ed elettrodomestici



Sondaggio sui
negozianti tra chi
pensa che in questo
trimestre si venderà
di più e chi pensa che
si venderà di meno:

+11

