

## i DATI

### Vendite in calo, chi soffre di più sono i «piccoli»

**S**perano nel Natale i commercianti toscani. Regali e tredicesime possono invertire la tendenza dei 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 ha avuto una flessione dell'1,6% dei consumi rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente. Le famiglie non spendono, la ripresa del «clima di fiducia» è lenta e influisce negativamente sulle strutture che hanno un numero limitato di addetti e per quelle del comparto non alimentare. Le aspettative più ottimiste provengono sia dalla grande distribuzione che da ipermercati, supermercati e grandi magazzini nonché dal comparto alimentare. Non resta allora che sperare nelle spese natalizie per rianimare il commercio. Tuttavia, mette in guardia uno studio di Confcommercio nazionale, le tredicesime quest'anno registrano un lieve aumento dello 0,7% ma la spesa media per famiglia per il

Natale, al netto della variazione dei prezzi, quindi a parità di potere d'acquisto, è in calo dell'1,2%, pari a 1.337 euro. La spesa natalizia degli italiani ammonterebbe a 1.337 euro rispetto ai 1.354 del 2009, cifra calcolata sommando le tredicesime e i consumi aggiuntivi, cioè le spese effettuate da chi non è dipendente o pensionato (e quindi non percepisce la tredicesima). Come avviene da qualche anno, l'entrata extra di metà dicembre sarà utilizzata soprattutto per mettersi in pari con le rate del mutuo, saldare bollette arretrate o restituire un prestito. Quanto ai consumi incrementali in media per famiglia la Confcommercio rileva comunque un +0,3% da 1.333 euro si passa a 1.337.

Per quanto riguarda gli orientamenti di spesa per il Natale inoltre, la Confcommercio rileva una perdita di 5 punti percentuale per l'area cosiddetta tradizionale, anche se all'interno di essa tengono gli alimentari, vino e bevande da ricorrenza, mentre aumenta l'orientamento dei consumi-regali per l'area «innovazione» che passa 12,7% del 2009 a 17,3 del 2010 con un incremento del 2,7% per la piccola e

media tecnologia (tablets, ipod, foto) mentre elettrodomestici, e telefoni sono stabili e i computer registrano un +1,5 per cento.

Il bilancio è tutt'altro che roseo secondo un'indagine dell'osservatorio regionale sul commercio di Unioncamere Toscana per luglio-settembre e sulle aspettative per la fine dell'anno: la contrazione delle vendite è più contenuta, ma la debole ripresa economica non è riesce a far riprendere i consumi delle famiglie toscane.

La grande distribuzione (negozi con più di 20 addetti), grazie alla propria capacità di adattamento, mette a segno un +0,1% dopo due anni di risultati negativi. I piccoli negozi (meno di 6 addetti) - le botteghe sotto casa, spesso a conduzione familiare - registrano invece difficoltà importanti -3,2%; la media impresa commerciale (6-19 addetti), resta su valori negativi (-1,4%), anche se più contenuti rispetto ad un anno fa allorché registrava perdite per oltre 5 punti percentuali.

In ripresa le vendite di ipermercati, supermercati e grandi magazzini, passati al +0,4% dopo il -1,2% del terzo trimestre 2009. Gli esercizi commerciali specializzati non alimentari registrano invece un -2,0%, gli alimentari un -1,8%. Un importante segnale viene dall'abbigliamento e accessori, che dal -6,3% registrato nel terzo trimestre 2009 limita le perdite al -1,5%. Le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici (-2,9%) frenano il ritmo di caduta rispetto ad un anno prima (quando scendevano di oltre 5 punti), mentre le vendite di farmaceutici, profumeria, libri, giornali, cartoleria e articoli di seconda mano calano dell'1,8 per cento.

**Ennio Cicali**

