

Brusco calo per le vendite di prodotti di abbigliamento ed elettrodomestici in Toscana. Regge la grande distribuzione



16-03-2010 COMMERCIO TOSCANA | Regge in Toscana, alla fine del 2009, il fatturato della Grande Distribuzione Organizzata, con una lieve diminuzione a novembre (-0,2%) e un leggero recupero a dicembre (+0,3%). Recuperano terreno (a dicembre +1,4%) i prodotti del Largo Consumo Confezionato (LCC), che includono drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, ortofrutta, cura degli animali, cura della casa e cura della persona. Si aggrava invece la situazione dei prodotti General Merchandise, tessili, abbigliamento, elettrodomestici e articoli di bazar, che registrano perdite del -1,5% a novembre e del -3,3% a dicembre.

Sono alcuni dei dati relativi all'andamento della Grande Distribuzione rilevati dall'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Regione Toscana ed Unioncamere Toscana, relativi al bimestre novembre-dicembre 2009.

La tenuta complessivamente registrata dal volume di affari di ipermercati e supermercati della Toscana, nonostante la complessiva crisi dei consumi, ha beneficiato in particolare della riduzione del costo della spesa (-0,9% a novembre, -1,7% a dicembre per i prodotti LCC), legata al contenimento dei prezzi da parte delle grandi strutture, che ha consentito di salvaguardare il volume di acquisti: questi sono anzi aumentati rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in maniera più contenuta a novembre (+0,9%) e più robusta a dicembre (+3,0%).

Il miglior andamento delle vendite di prodotti LCC si inserisce all'interno di una tendenza di medio periodo in cui si evidenzia una ricomposizione della spesa familiare in cui si è ridotta la quota di acquisti relativa ai prodotti General Merchandise.

Per quanto riguarda il dettaglio dei prodotti di Largo Consumo Confezionato il risultato più sorprendente si evidenzia per le vendite del reparto ortofrutta che, dopo le grosse difficoltà dei mesi precedenti, registrano un +6,0% a novembre ed un +2,0% a dicembre. Positivo anche il giro d'affari del fresco alimentare (+2,2% a novembre e +5,0% a dicembre). Prosegue poi la crescita dei fatturati di vendita dei prodotti per la cura degli animali (+3,4% a novembre e +2,9% a dicembre) e anche il giro d'affari dei prodotti per la cura della casa risulta in aumento (+2,0% a novembre, +0,2% a dicembre). Le bevande segnalano una flessione dell'1,4% a novembre, ma recuperano completamente a dicembre (+1,4%), stessa situazione per il comparto della drogheria alimentare che registra perdite a novembre (-2,2%), ma reagisce a dicembre con un'inversione di tendenza (+0,6%).