

Imprese toscane: -4,2% per le vendite al dettaglio a fine 2011

Agipress - Nel quarto trimestre 2011 le vendite al dettaglio in Toscana perdono oltre 4 punti percentuali (-4,2%) rispetto allo stesso periodo del 2010.

Rischio disoccupazione e inflazione determinano comportamenti di spesa sempre più prudentiali nelle famiglie toscane. La conseguenza è una fine d'anno – generalmente periodo positivamente influenzato dall'andamento delle vendite natalizie – peggiore degli ultimi anni, anche del biennio di recessione 2008-2009.

Determinante in questo difficile panorama l'aumento dei prezzi al consumo dei beni del commercio al dettaglio, stimato per la Toscana al +2,2%. Il quadro più nero per le imprese commerciali con meno di 6 dipendenti che in Toscana registrano un calo del 6,4%. La situazione si fa un po' meno pesante con il crescere delle dimensioni della struttura commerciale: nelle imprese con 6-19 dipendenti la flessione si attesta al 5,3%, nella grande distribuzione (20 dipendenti e oltre) le vendite calano dell'1,5%, il peggior risultato dal 2005 a oggi.

Il settore commerciale perde soprattutto per quanto riguarda i fatturati di vendita dei prodotti non alimentari (-5,9%) che vanno peggio della media nazionale (-5,6%), ma la crisi si fa sentire anche nell'alimentare (-3,5%). Anche in questo caso si tocca il dato più negativo dal 2005 ad oggi ed è preoccupante la vistosa frenata del food nel periodo natalizio, dettata sia dall'aumento dei prezzi - che in Toscana sono passati dal +0,7% di fine 2010 al +3,0% - sia dalla minore disponibilità delle famiglie che sono obbligate a ridurre qualità, ed anche quantità degli acquisti alimentari. Anche in questo caso si salva la grande distribuzione (-0,2%), mentre le flessioni più pesanti riguardano piccoli negozi (-5,2%) e medie strutture (-2,8%).

La situazione estremamente difficile del comparto no food toscano coinvolge tutte le dimensioni di vendita: piccole e medie strutture perdono rispettivamente il 6,9% ed il 6,5% di fatturato e non si salvano neanche le strutture più grandi (-3,8%). La performance peggiore riguarda le vendite di abbigliamento e accessori (-7,9%), che si attestano sul dato più negativo dal 2005.

Segue il comparto dei prodotti per la casa ed elettrodomestici (-5,6%). In decisa flessione anche le vendite di altri prodotti non alimentari (-5,0%), fra cui rientrano i prodotti farmaceutici, di profumeria, libri, giornali, cartoleria e articoli di seconda mano.

Unico dato positivo per ipermercati, supermercati e grandi magazzini toscani che chiudono il 2011 con un leggero incremento di fatturato (+0,3%) rispetto a dodici mesi prima.

La situazione appena descritta si ripercuote sulle aspettative a breve termine, con il risultato che gli indicatori di fiducia degli operatori della piccola e media distribuzione sono in caduta libera, mentre quelli delle grandi strutture decrescono, ma si mantengono su buoni livelli.