

RAPPORTO UNIONCAMERE CALO DEL 4,2% NELLE VENDITE, SOFFRONO I PICCOLI NEGOZI

Consumi a picco in Toscana, anche a Natale

■ FIRENZE

NEMMENO a Natale le famiglie toscane hanno speso. Niente viaggi, niente cenoni luculliani e i pochi regali fatti sono stati rigorosamente low cost. Cancellati tutti i consumi superflui, nell'ultimo trimestre del 2011 ha retto solo il carrello della spesa, anche se sempre più vuoto e sempre più caro.

E' quanto emerge dai dati sulle vendite al dettaglio di ottobre-dicembre 2011 diffusi ieri da Unioncamere Toscana, che fotografano un commercio ormai in ginocchio a causa del crollo dei consumi, che, per la prima volta, nemmeno nel periodo natalizio hanno registrato un andamento positivo. Se si esclude il risultato di supermercati, ipermercati e grandi magazzini che hanno chiuso il 2011 con un misero +0,3%, nel resto del settore si è assistito a un tracollo delle vendite. Di media, la flessio-

ne è stata del 4,2% rispetto allo stesso periodo del 2010, ma con punte del 7,9% nell'abbigliamento e accessori, che hanno messo a segno la peggiore performance dal 2005.

E' andata male anche al comparto dei prodotti per la casa e degli elettrodomestici, con un -5,6%, e ad altri prodotti no food, come farmaci, profumi, libri, giornali e articoli di cartoleria e di seconda mano, che hanno registrato un calo del 5%. Nel complesso, il commercio *no food* ha sfiorato una flessione del 6%, quello *food* si è fermato al 3,5%, anche se è il dato in assoluto più negativo dal 2005. A frenare la vendita degli alimentari l'aumento dell'inflazione, passata dal +0,7% di fine 2010 al +3% di fine 2011, e la minore disponibilità di spesa delle famiglie.

NON E' UNA sorpresa che la grande distribu-

zione sia riuscita ad arginare il disastro che invece ha colpito i negozi di vicinato e le attività commerciali meno strutturate: -6,4% per le aziende con meno di 6 dipendenti, -5,3% per quelle tra 6 e 19 dipendenti, -5,2% i piccoli negozi nel settore food. «Un quarto trimestre così negativo – commenta Stefano Bottai, presidente regionale di Confcommercio – non si era mai visto, con le vendite che scendono anche nei settori della distribuzione che erano stati finora risparmiati o almeno solo sfiorati dalla recessione». Questa crisi non è solo congiunturale, aggiunge Aldo Cursano, presidente regionale e vicario nazionale di Fipe Confcommercio, che suggerisce: «Ripensiamo la distribuzione, la produzione, la pianificazione territoriale nell'ottica di consumare meno ma consumare meglio». Intanto, la fiducia per il 2012 dei commercianti di piccole e medie imprese è in caduta libera.

mo.pi.



L'ALLARME Stefano Bottai, presidente di Confcommercio: «Mai un trimestre così nero»

