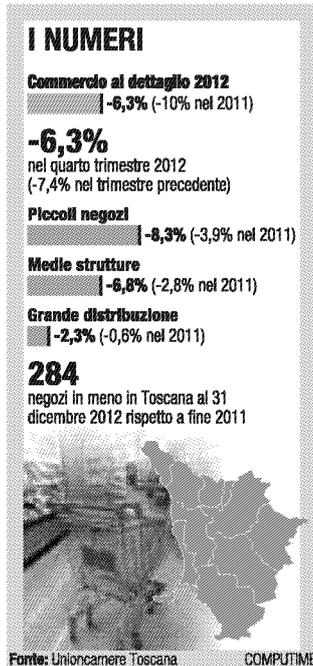


## Commercio La ricerca di Unioncamere: calo degli affari quasi generalizzato La crisi strangola i piccoli negozi In Toscana vendono solo gli iper

Disoccupazione, stagnazione dei salari, carico fiscale e pressione inflazionistica: queste le ragioni, secondo Unioncamere, della crisi del commercio che colpisce anche la Toscana. Il 2012 si chiude con un -6,3% delle vendite al dettaglio nell'ultimo trimestre, con flessioni per tutte le tipologie di attività. Le associazioni di categoria, di fronte alla sofferenza dei negozianti, chiedono «un governo stabile che affronti i nodi della crisi», come fa il presidente di Confcommercio Toscana Massimo Vivoli. «È tempo di porre fine alle scaramucce politiche di basso rango — gli fa eco il direttore di Confcommercio Toscana Andrea Nardin — e si dia stabilità al Paese, in modo che la fiducia dei mercati e dei consumatori ricominci a salire».

Se per il presidente di Unioncamere Toscana, Vasco Galgani, «il tessuto commerciale della regione sta resistendo meglio alla congiuntura negativa», visto il -8,4% nelle vendite registrato a livello na-



zionale, è pur vero che festeggia soltanto il commercio non specializzato su grandi superfici: ipermercati e grandi magazzini in genere guadagnano il 2,5%, miglior risultato dal

2008, a spese delle altre tipologie di negozio. Sono soprattutto i negozi di vicinato ad accusare il colpo (-8,3% rispetto al -3,9% del 2011), ma anche i medi calibri perdono molto terreno (-6,8%) e le grandi superfici, specializzate e non, limitano i danni (-2,3%) grazie all'exploit degli ipermercati.

Boccata d'ossigeno, in autunno e sotto Natale, per abbigliamento e accessori, farmaceutici, profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, mentre continuano a calare gli acquisti di prodotti per la casa ed elettrodomestici. «Ora più che mai sono necessari interventi concreti di sostegno al reddito e alle piccole e medie imprese», ha affermato l'assessore regionale al commercio Cristina Scalletti, ricordando i bandi regionali per la creazione e il consolidamento delle piccole attività commerciali, con un'attenzione particolare agli imprenditori under 40.

**Leonardo Testai**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

