

L'analisi di Unioncamere sulla vendita al dettaglio: la Toscana meglio che nel resto d'Italia

Commercio, i piccoli soffrono a fine 2012 gli affari a -6,3%

BEATRICE TACCINI

CALANO ancora i consumi dei toscani e il commercio incassa un altro colpo nel quarto trimestre del 2012: gli affari diminuiscono del -6,3% rispetto allo stesso periodo 2011, risultato meno pesante rispetto al -7,4% del trimestre precedente ma comunque in rosso. Si conferma la tendenza per cui i negozi piccoli soffrono più della grande distribuzione. Questo il quadro del rapporto di Unioncamere sulla congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio, relativo al quarto trimestre 2012. Nota di consolazione: i dati toscani disegnano un quadro meno negativo rispetto al resto del paese. Il presidente di Unioncamere, Vasco Galgani, ne dà questa spiegazione: «Nonostante la pressione inflazionistica e il carico fiscale - dice - gli operatori e i commercianti toscani cercano di portare avanti le loro attività puntando sulla valorizzazione del made in Tuscany, decidendo così di scommettere su una realtà che ha fatto della qualità il proprio tratto distintivo».

Guardando ai tipi di esercizi, nel commercio di vicinato (1-5 dipendenti) il calo dei consumi fra ottobre e dicembre è stato dell'8,3%, mentre le medie strutture (6-19 dipendenti) si fermano al -6,4% e le grandi a -2,5%. Complessivamente il 2012 segna il tracollo per il commercio tradizionale (-8,3% rispetto al 3,9% nel 2011), una forte flessione per le medie strutture (-6,8%, -2,8% nel 2011) mentre le grandi perdono il 2,3%, rispetto allo 0,6% del 2011. Se l'occhio si sposta sul tipo di merce venduta, gli esercizi de-specializzati (ipermercati, supermercati e grandi magazzini) con un balzo del +2,4% - miglior risultato dall'inizio del 2008 - rafforzano in chiusura d'anno il trend positivo avviato dal terzo trimestre 2010. Il comparto dello specializzato alimentare perde invece il 7,1%

nel periodo ottobre-dicembre e il 6,4% a livello annuale. Continua la flessione anche per lo specializzato non alimentare: -7,8% nel quarto trimestre 2012, -7,7% nell'intero 2012. In generale, il quarto trimestre in Toscana ha significato un andamento meno negativo delle vendite per i non alimentari rispetto al periodo estivo, soprattutto per abbigliamento ed accessori, farmaceutici, profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, mentre continuano a calare gli acquisti di prodotti per la casa ed elettrodomestici.

Il rapporto segnala anche la riduzione delle scorte di magazzino per ridurre i relativi costi. Ma il futuro non è ancora roseo. Anzi. «La fiducia degli operatori - si legge nel documento - è in netto calo: si registra un clima di rassegnazione nella piccola e media distribuzione e il pessimismo circa l'evoluzione delle vendite nel corso dei primi tre mesi del 2013 è in rapida ascesa fra gli specializzati alimentari». Negative anche le aspettative sugli ordini ai fornitori. Altro dato allarmante è che alla fine del 2012, rispetto al 31 dicembre 2011, i punti vendita risultano in flessione di mezzo punto percentuale: 284 unità locali in meno. «In campagna elettorale - dice il presidente regionale di Confindustria Massimo Vivoli - abbiamo fatto precise richieste alla politica per rilanciare il settore. Le ribadiamo a nome delle oltre 100.000 imprese e di un numero ben più ampio di lavoratori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Crollo degli alimentari

