

In Toscana i carrelli restano vuoti Consumi giù anche nei supermarket

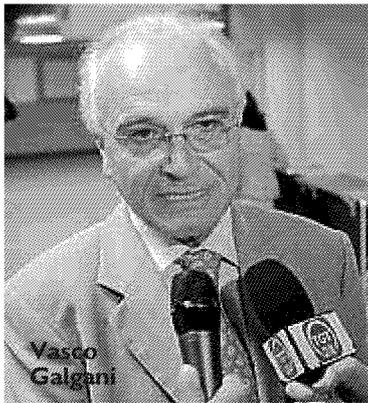
Indagine Unioncamere, vendite in leggera ripresa nei piccoli negozi

■ FIRENZE

SE ANCHE i carrelli negli ipermercati e nei grandi magazzini sono meno pieni, vuol dire che la crisi dei consumi è ben lungi dall'essere superata. La Toscana del commercio saluta una larga fetta del 2013, i trimestri che precedono il boom natalizio, con un'indagine che testimonia la litania di chiusure di negozi e di crolli delle vendite. Ma per la prima volta i «piccoli» soffrono meno dei grandi. Perché, di fronte a un calo dei consumi del 4,8% anche nel secondo trimestre 2013, come registra l'indagine Unioncamere, il rosso toscano è meno acceso di quello nazionale (-7,6%). E soprattutto il commercio di vicinato, quello con negozi da 1 a 5 dipendenti, regge meglio rispetto agli ipermercati e ai supermercati, che per la prima volta fanno i conti con un taglio agli incassi. Rispetto a una flessione del 5,2% dei piccoli, stupisce il -3,5% delle grandi strutture, record negativo dopo tre anni di vendite sostanzialmente in pari e addirittura un aumento del 2,4% a fine 2012. Per questo la reazione dei gruppi della grande distribuzione non si è fatta attendere, con un autunno infarcito di sconti e campagne.

«**SEBBENE** il calo delle vendite resti significativo – commenta Vasco Galgani, presidente Unioncamere Toscana – si intravedono segnali di una possibile inversione di tendenza, che va sostenuta con interventi che non deprimano i consumi, contenendo il carico fiscale sulle famiglie ed evitando un'ulteriore manovra correttiva sull'Iva. E' in corso una riorganizzazione della rete distributiva, in termini di qualità e convenienza dell'offerta, anche grazie a iniziative attivate sul territorio dalle Camere di Commercio». «C'è da stare poco allegri - afferma Andrea Nardin, direttore di Confcommercio - gli effetti della crisi sono sotto gli occhi di tutti. Il dato dei piccoli negozi è interessante. Ci auguriamo che questi timidissimi segni di ripresa non vengano vanificati da un improponibile aumento dell'Iva».

P.D.B.



I NUMERI

-4,8%

CALO DEI CONSUMI

E' il dato del secondo trimestre 2013, migliore del trend nazionale, con una flessione del 7,6%

-5,2%

COMMERCIO DI VICINATO

La riduzione delle vendite nei piccoli negozi stavolta è meno pesante rispetto ai supermercati

-3,5%

GRANDI STRUTTURE

E' il peggior risultato di sempre per ipermercati e grandi magazzini, dopo tre anni di equilibrio

