

OSSERVATORIO REGIONALE

E' crisi per il commercio al dettaglio



E' crisi per il commercio al dettaglio in Toscana: le vendite del I trimestre 2009 registrano un -5,3%, e per la prima volta il segno negativo riguarda anche le vendite della grande distribuzione (-0,7%), secondo l'indagine condotta nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Unioncamere Toscana e Regione

HOME - NOTIZIE FIRENZE
PREC

Sei in forma o sei in sovrappeso?

Ottieni gratuitamente il tuo **PROFILO DIETA**Firenze, 29 maggio 2009 - **E' crisi per il****commercio al dettaglio in Toscana:** le vendite del I trimestre 2009

registrano un -5,3%, e per la prima volta il segno negativo riguarda anche le vendite della grande distribuzione (-0,7%), secondo l'indagine condotta nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Unioncamere Toscana e Regione.



I toscani danno comunque un taglio netto soprattutto agli acquisti nei negozi di piccola e media dimensione, facendo scendere il loro giro di affari rispettivamente del 7,5% e del 6,6%. I dati sulle vendite al dettaglio per settore di attività sono positivi solo per ipermercati, supermercati e grandi magazzini (+0,4%), anche se il dato è sensibilmente inferiore a quello registrato negli anni precedenti.

La flessione più marcata tocca le vendite di prodotti non alimentari (-6,8%): va peggio ad abbigliamento e accessori (-7,4%), prodotti per la casa ed elettrodomestici (-9,4%). Il giro di vite sui consumi interessa comunque anche i prodotti alimentari: il settore food della Toscana inizia infatti a registrare una decisa flessione nel trimestre in esame (-2,9%).

La flessione più marcata tocca le vendite di prodotti non alimentari (-6,8%): va peggio ad abbigliamento e accessori (-7,4%), prodotti per la casa ed elettrodomestici (-9,4%). Il giro di vite sui consumi interessa comunque anche i prodotti alimentari: il settore food della Toscana inizia infatti a registrare una decisa flessione nel trimestre in esame (-2,9%).

Guardando al II trimestre 2009 si segnala un continuo peggioramento del clima di fiducia: aspettative più pessimistiche continuano ad interessare le piccole e medie imprese (-7 punti percentuali), ma in netto peggioramento sono anche quelle della grande distribuzione (passate in un trimestre da +24 punti a +16). Situazione preoccupante sul fronte degli ordinativi: saldi decisamente negativi per piccola e media distribuzione (-17 punti e -15 punti) e per il settore no food (-15 punti).