

Unioncamere: in Toscana la crisi c'è anche se a livelli minimi



Unioncamere: in Toscana c'è crisi ma si sente meno che in altre zone

E' crisi anche in Toscana, il rapporto dell'Unione camere parla chiaro, nel primo trimestre 2011 le perdite di fatturato per le imprese commerciali e' stato pari all'1,7%, certo si sta meglio rispetto al altre zone di Italia dove pare che si abbia una perdita di -1,9%, ma comunque segnale di una situazione ancora difficoltosa. Secondo la ricerca la flessione delle vendite nei primi mesi del 2011 riguarda sia i piccoli negozi (-3,3%) che le medie strutture (-1,5%), interessando in misura marginale la grande distribuzione (-0,1%). Quanto ai comparti merceologici, nei primi tre mesi del 2011 le imprese commerciali della Toscana sono caratterizzate da un ulteriore e deciso ridimensionamento delle vendite sia di prodotti alimentari (-2,1%) che di prodotti non alimentari (-2,2%). Si segnala che per la prima volta,

nell'ultimo quinquennio, in Toscana le vendite di alimentari presentano un bilancio peggiore di quello nazionale (-1,1%). Nel dettaglio del settore no food, la contrazione del giro d'affari continua a riguardare tutti i principali comparti. Il risultato meno negativo e' registrato dalle vendite di capi di abbigliamento e accessori (-1,8%), al contrario le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici registrano l'andamento peggiore del periodo (-2,5%) e quelle del comparto altri prodotti non alimentari, fra cui rientrano i prodotti farmaceutici, di profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, si contraggono del 2,3%. Continua ad essere positivo solo l'andamento delle vendite di ipermercati, supermercati e grandi magazzini (+0,5%) che, in crescita da tre trimestri, sembrano aver superato la difficile fase attraversata all'inizio del 2010, quando segnavano perdite dell'1,3%.

Pierfrancesco Pacini, presidente di Unioncamere Toscana, commentando i dati ha affermato: "Le imprese toscane del commercio al dettaglio continuano a subire perdite di fatturato, con una ulteriore riduzione dell'1,7% nel I trimestre 2011: il mercato interno e', di fatto, ancora debole, e continua ad incidere negativamente sulla propensione al consumo delle famiglie, anche a causa di un mercato del lavoro ove permangono rilevanti criticità"