

TOSCANA



Ancora un segno negativo per il commercio, -1,7% nel primo trimestre 2011

Positivo solo l'andamento delle vendite di ipermercati, supermercati e grandi magazzini. Pierfrancesco Pacini di Unioncamere: "Le più penalizzate restano le piccole strutture"

17/06/2011 - 10:29

[0 commenti](#)

Ancora un segno negativo per le imprese commerciali toscane che continuano a subire perdite di fatturato: -1,7% nel primo trimestre del 2011. Sempre meglio del livello nazionale, che accusa il -1,9%, ma comunque un risultato che conferma la situazione di difficoltà del commercio toscano e che influenza le aspettative per il futuro.

Il clima di fiducia dei commercianti infatti risulta in leggero rispetto alla fine del 2010, fatta eccezione per gli operatori del comparto alimentare.

Questo quanto rivela il rapporto "La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana. Consuntivo 1° trimestre 2011 - Aspettative 2° trimestre 2011" elaborato da Unioncamere Toscana.

La flessione delle vendite nei primi mesi del 2011 riguarda sia i piccoli negozi (-3,3%) che le medie strutture (-1,5%), ed in misura invece 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%).

Scendendo nel dettaglio del settore no food, la contrazione del giro d'affari continua a riguardare tutti i principali comparti. Il risultato meno negativo è 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%.

Non si segnalano tuttavia apprensantimenti, per il momento, in termini di giacenze: l'89% degli imprenditori toscani intervistati ritiene che queste siano adeguate rispetto alle proprie esigenze, mentre il 7% dichiara un esubero e soltanto il 4% le ritiene scarse (un anno fa le giacenze erano ritenute esuberanti dal 13% degli imprenditori).

Su questi dati interviene anche **Pierfrancesco Pacini, presidente di Unioncamere Toscana.**

“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 è, 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.

Il recente aumento dell’inflazione, conseguente principalmente all’incremento dei prodotti energetici, ha poi tolto smalto alla fase di recupero del potere d’acquisto delle famiglie che stanno mantenendo comportamenti di spesa molto cauti.

Le più penalizzate restano le piccole strutture (-3,3%), mentre solo le superfici non specializzate riescono a difendere le posizioni acquisite (+0,5%).

Fra le prime, un’attenzione particolare va in questo momento rivolto al dettaglio specializzato di prodotti alimentari, che fino alla metà del 2010 aveva ottenuto risultati nettamente migliori rispetto al settore non alimentare, e che ora risulta invece pienamente investito dai tagli alla spesa effettuati dalle famiglie segnalando perdite di fatturato di oltre due punti percentuali rispetto ad un anno fa.

Gli elementi di incertezza che ancora aleggiano sui mercati, e che influenzano le scelte dei consumatori, non hanno consentito agli operatori del commercio di procedere in modo più spedito sulla via del recupero, ed anche il clima di fiducia degli imprenditori sulle prospettive a breve del settore ne risente negativamente.”

Fonte: Ufficio Stampa Unioncamere Toscana