

I toscani spendono sempre meno. Anche per mangiare

Ivo Gagliardi

Giovedì 08 Settembre 2011 12:49

I toscani spendono sempre meno (anche per il cibo): risultato, per i punti vendita - grandi o piccoli che siano - le vendite continuano a calare.



IL QUADRO. E questo il poco rassicurante quadro che emerge dall'indagine sul II trimestre 2011 e le aspettative del III trimestre svolta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana nell'ambito dell'Osservatorio regionale del commercio al dettaglio. Uno scenario di mercato in cui, nel secondo trimestre 2011, si registra l'ennesima perdita di fatturato (-1,3%) delle imprese commerciali toscane. Magra "consolazione", qui va meglio che nel resto d'Italia (-1,5%).

NEGOZI IN CRISI. Per il secondo trimestre consecutivo - racconta l'analisi - la grande distribuzione toscana (con oltre 20 addetti) appare in difficoltà, registrando una flessione delle vendite dello 0,2% e dimostrando che anche chi più aveva tenuto in passato non riesce a contrastare la tendenza delle famiglie a ridurre le proprie spese. I risultati peggiori, ad ogni modo, continuano a interessare i piccoli negozi (con un massimo di 5 addetti), che vedono scendere il loro fatturato del 2,6%. Perdite più limitate per le medie strutture sotto i 19 addetti: -0,9%.

CIBO. Il secondo trimestre del 2011 è inoltre caratterizzato da un ulteriore ridimensionamento delle vendite sia di prodotti alimentari (-1,4%) che di prodotti non alimentari (-1,7%). Tenuto conto dell'aumento dei prezzi dei beni alimentari, la ricerca sottolinea DUNQUE la tendenza delle famiglie toscane a ridurre fortemente la quantità di beni alimentari acquistati o, più probabilmente, a indirizzare le proprie scelte verso prodotti di fascia qualitativa (e prezzi) più bassa.

ALTRI PRODOTTI. Indicazioni ancora preoccupanti per i prodotti non alimentari: tuttavia, il calo registrato in Toscana è meno forte di quello medio nazionale (-1,7% Toscana; -2,2% Italia) e il ritmo di caduta rispetto a dodici mesi prima si è dimezzato. Scendendo nel dettaglio del settore no food toscano, il risultato meno negativo è registrato dal comparto altri prodotti non alimentari (-0,9%), fra cui rientrano i prodotti farmaceutici, di profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano, seguito dal settore abbigliamento e accessori (-1,4%). Le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici, con una flessione del 3,7%, segnalano invece un nuovo peggioramento e confermano la profonda crisi che il settore sta attraversando ormai da anni.

PROSPETTIVE. Sul versante delle aspettative a breve termine, l'indagine mostra come i commercianti toscani siano complessivamente fiduciosi. Ma gli operatori dei piccoli negozi si aspettano ulteriori contrazioni del proprio giro d'affari.