

Commercio in Toscana: negativo anche il secondo trimestre 2009

Lo studio di Unioncamere: le vendite al dettaglio calano del 4%. La piccola e media distribuzione ha fatto registrare la flessione più forte, con un calo del 6,1% del volume d'affari per i piccoli negozi

Emerge un quadro negativo per le vendite del commercio al dettaglio in Toscana: -4,0% è il dato del secondo trimestre dell'anno. Ancora forte la flessione dei volumi d'affari della piccola e media distribuzione con un calo che raggiunge il -6,1% per i piccoli negozi (1-5 addetti). Per tutte le forme distributive, tuttavia, si attenuano i segnali negativi registrati nei primi tre mesi dell'anno, soprattutto per la grande distribuzione che passata dal -0,7% del primo trimestre 2009 al -0,1% del secondo trimestre.

Sono alcuni dei dati che emergono dall'indagine congiunturale sull'andamento del commercio in Toscana nel secondo trimestre 2009, condotta da Unioncamere Toscana e Regione Toscana. La contrazione dei consumi al dettaglio regionale è in linea con quella nazionale, e risulta più accentuata fra gli esercizi specializzati non alimentari (-5,2%), rispetto a quelli alimentari (-2,2%), mentre stazionaria è la fase attraversata dai non specializzati (ipermercati, supermercati e grandi magazzini +0,1%) dopo i sostenuti ritmi di crescita attraversati nel corso degli anni precedenti. Nel dettaglio del settore non alimentare, permane un più pronunciato stato di difficoltà per le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici (-7,2%) e dell'abbigliamento e accessori (-6,1%). Le aspettative a breve termine degli imprenditori toscani rimangono improntate alla cautela, ed il grado di fiducia degli operatori scende ulteriormente (il saldo fra "ottimisti" e "pessimisti" passa dal +3 della precedente rilevazione a 0). Nessuna prospettiva di miglioramento per la piccola e media impresa commerciale, con un saldo che resta fermo a -7, mentre si profila un quadro maggiormente positivo per la grande distribuzione (saldo pari a +12), anche se nuovamente in calo rispetto ai periodi precedenti.

Tengono soprattutto le aspettative degli esercizi non specializzati (ipermercati, supermercati e grandi magazzini), riguardanti generalmente le grandi superfici di vendita, con un indicatore che resta largamente positivo e stabile sui livelli precedentemente acquisiti (saldo pari a +31 rispetto al +30 del trimestre precedente). Questa situazione si riflette sul fronte degli ordinativi: il saldo fra coloro che prevedono di incrementare o di ridurre gli stessi nel terzo trimestre 2009 resta negativo (-8), risultando particolarmente accentuato nella piccola impresa (-19), fra le medie strutture di vendita (-16) e fra gli esercizi specializzati non alimentari (-15).