

TOSCANA. -2,4% per le vendite al dettaglio delle imprese toscane

pubblicato alle 15:15 del 16/12/2011

Peggiora la dinamica del giro d'affari rispetto al III trimestre 2010: la crisi colpisce in particolare piccola e media dimensione, ma anche la grande distribuzione è in rosso a causa del settore no food

Nel terzo trimestre 2011 le vendite al dettaglio registrano una variazione del -2,4%, evidenziando un calo ulteriore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-1,6%). Colpite le imprese commerciali di tutte le dimensioni con cali di fatturato pesanti (-3,5%) per piccole e medie strutture e dello 0,7% per le grandi (con oltre 19 dipendenti). Questi i dati emersi dall'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Regione Toscana e Unioncamere Toscana.

Il sensibile e repentino peggioramento delle vendite nelle medie imprese commerciali (6-19 dipendenti), che non registravano dati così negativi dal 2009, annulla le distanze dai piccoli negozi (1- 5 dipendenti) e le colloca sullo stesso livello di crisi (-3,5%). Non va bene neanche per la grande distribuzione che registra difficoltà soprattutto sul versante dei prodotti non alimentari dimostrando di non riuscire ad attrarre i consumatori, come finora aveva fatto con la politica dei prezzi bassi e le promozioni.

L'indagine evidenzia in generale **un forte ridimensionamento delle vendite di prodotti non alimentari** (-3,2%), il comparto alimentare tiene meglio ma perde l'1,9%, segnalando la tendenza delle famiglie alla riduzione sia dei volumi che della qualità dei beni alimentari acquistati, in un momento che vede un'impennata dei prezzi di questi prodotti (stimati per la Toscana al + 2,6%).

Nel *no food* i negozi di piccola e media dimensione perdono il 4,0% di fatturato e le grandi strutture l'1,7%. Il risultato meno negativo riguarda gli *altri prodotti non alimentari* (prodotti farmaceutici, di profumeria, di cartoleria e articoli di seconda mano) con un calo del giro d'affari del 2,3%, mentre la performance peggiore è registrata dai *prodotti per la casa ed elettrodomestici* (-4,5%); in forte calo anche i fatturati di vendita del comparto *abbigliamento e accessori* (-3,7%).

Per quanto riguarda le strutture de-specializzate della Toscana – *ipermercati, supermercati e grandi magazzini* – non segnalano variazioni rispetto al terzo trimestre del 2010 né del giro d'affari né delle scorte di magazzino. Forte innalzamento, invece, delle giacenze per gli esercizi del comparto alimentare che in dodici mesi vedono salire l'indicatore da -1 a +11 punti percentuali.

Le difficoltà attraversate dal settore sembrano riflettersi sul versante delle aspettative a breve termine: il recupero del clima di fiducia dei commercianti toscani -che aveva caratterizzato il 2009 e parte del 2010- si è fermato e per quanto riguarda le imprese di minori dimensioni le attese per le vendite del periodo natalizio tornano ad essere negative; solo la grande distribuzione continua a mantenere un elevato clima di fiducia.

Il punto di vista di Pierfrancesco Pacini, Presidente di Unioncamere Toscana

«Il panorama toscano da luglio a settembre 2011 è connotato da pesanti cali di fatturato che investono sempre di più le piccole e medie dimensioni del commercio al dettaglio. Mai come in questo momento il contesto di crisi economico-finanziaria penalizza il tessuto di piccola e media imprenditoria tipico della nostra Regione e del suo settore commerciale, oltre che manifatturiero.

Questo significa aziende familiari in crisi, incertezza che si manifesta anche nel calo dei consumi, dei generi non alimentari in primis, ma anche del food, tanto più che, come rilevano i ricercatori, la dinamica meno negativa delle vendite di prodotti alimentari rispetto ai non alimentari si inserisce in un contesto in cui i prezzi di questi beni risultano in forte accelerazione. Tutto fa pensare che le famiglie stiano comunque riducendo da una parte i volumi di beni alimentari acquistati, dall'altra la fascia qualitativa.

La problematica dei prezzi è evidente in tutti i settori: dopo aver attraversato una fase di forte decelerazione per tutto il 2009 e nella prima metà del 2010, se ne segnala infatti una repentina crescita. Dal +0,5% del III trimestre 2010 sono passati al +1,9% del III trimestre 2011, diminuendo esponenzialmente la propensione al consumo dei toscani.

Attendiamo ora le rilevazioni relative al periodo natalizio, anche se le previsioni degli operatori al 30 settembre 2011 non erano rosee neanche per l'andamento dello shopping delle feste. Aspettative che molto probabilmente saranno state aggravate dal clima di incertezza sul futuro alimentato dalla situazione attuale e dai sacrifici in arrivo. Per questo ribadiamo anche da parte di Unioncamere Toscana l'assoluta necessità di varare misure e provvedimenti per la crescita per risollevarne l'economia toscana e il commercio».