



OSSERVATORIO REGIONALE SUL COMMERCIO

c o m u n i c a t o s t a m p a

Previsioni stabili per i consumi di Natale

Regge la vendita dei beni alimentari ad uso domestico

Saldi invernali, le famiglie toscane prevedono di spendere come nel 2008

Firenze, 23 dicembre 2009 – Sostanziale stabilità dei consumi rispetto al 2008 per il **52%** delle famiglie toscane, un terzo ha dichiarato che sarà costretto a contrarre le spese, solo un numero irrilevante spenderà di più dello scorso anno. Tra le famiglie che per quest'anno hanno programmato una riduzione dei consumi, il **61%** effettua un taglio compreso tra lo **0 ed il 20%**.

Sono alcuni dei dati che emergono dall'indagine flash "Previsioni di famiglie ed imprese sull'andamento delle vendite nel periodo natalizio e nei saldi invernali" condotta dall'Osservatorio Regionale sul Commercio di Unioncamere Toscana e dalla Regione Toscana. Interpellate complessivamente 250 famiglie e 800 piccole imprese toscane (monolocalizzate con meno di 10 addetti). L'analisi è stata presentata stamani a Firenze da Paolo Cocchi, Assessore regionale alla Cultura, al Turismo e al Commercio e da Norberto Ricci, Presidente della Camera di Commercio di Massa Carrara.

Secondo le previsioni, reggono invece i consumi per i beni alimentari ad uso domestico; **57%** ha indicato stabilità mentre il **20,8%** ipotizza una riduzione, il **15,8%** ha programmato un aumento dei consumi. Da rilevare che in occasione delle feste di Natale la spesa per i beni alimentari per la casa assorbe il **46,1%** delle disponibilità familiari. Il taglio maggiore dei consumi è previsto per le spese nei pubblici esercizi, circa il **40%** degli intervistati pensa di ridurli, solo il **4,5%** prevede un aumento. Per i beni per la casa si stima una diminuzione del **-22,6%**, per i beni per la persona **-14,9%**.

Il **56,4%** delle spese natalizie delle famiglie toscane sono destinate alle grandi strutture di vendita, il restante **43,6%** ai piccoli negozi. Più le famiglie sono numerose più in questo periodo dell'anno acquistano nelle grandi strutture, più il nucleo familiare è piccolo, più si rivolge alle strutture del commercio di vicinato. Le famiglie composte di soli anziani ripartiscono equamente i loro consumi natalizi tra piccole e grandi strutture, i nuclei familiari che contano anche solo un minorenni spendono di più nella grande distribuzione (**64,1%**, **35,9% nelle piccole strutture**), nella spesa di Natale privilegiano maggiormente gli acquisti dei beni per la persona e per la casa (totale nelle famiglie con minorenni 52,6%, famiglie anziane 41,3%), rispetto a quelli per alimentari (famiglie con minorenni 40,3%, famiglie anziane 57,6%).

Sul fronte delle previsioni dei saldi invernali 2009 la maggioranza delle famiglie toscane intervistate prevede di spendere la stessa cifra del 2008. Le imprese interpellate hanno fatto emergere un clima di forte incertezza, il **42,6%** non è riuscita a dare una risposta. Il **66,1%** ha evidenziato un quadro di sostanziale stabilità.

Tra gli obiettivi dell'analisi di Unioncamere anche quello di evidenziare l'apprezzamento e la penetrazione dei Centri Commerciali Naturali (CCN) tra le famiglie e le imprese toscane. E' molto positivo il risultato che esprime il gradimento in Toscana degli operatori che compongono i CCN visto che il **60,6%** dei commercianti che ne fanno parte si dichiara soddisfatto per le attività svolte dal CCN di riferimento a fronte di un 39,4% di insoddisfatti. Inoltre le aspettative dei commercianti compresi nei CCN sono assai più ottimistiche se paragonate a quelle imprese che hanno le loro attività al di fuori di essi. Sono il 15,0% le imprese che all'interno dei CCN prevedono un aumento delle vendite nel periodo natalizio, un dato che si riduce al 6,7% tra le imprese esterne al Centro Commerciale Naturale. Per quanto riguarda i saldi invernali, in un quadro previsivo di complessiva stabilità che accomuna le imprese interne ai CCN (56,0%) e quelle esterne (70,2%) sono ben più numerosi gli ottimisti nei CCN (24,0%) rispetto agli operatori esterni (13,2%).

Uffici stampa

Dorado Communications
ufficiostampa@doradocom.com
tel. 055 47891228

Franco Natali
franco.natali@tos.camcom.it
tel. 0554688205