

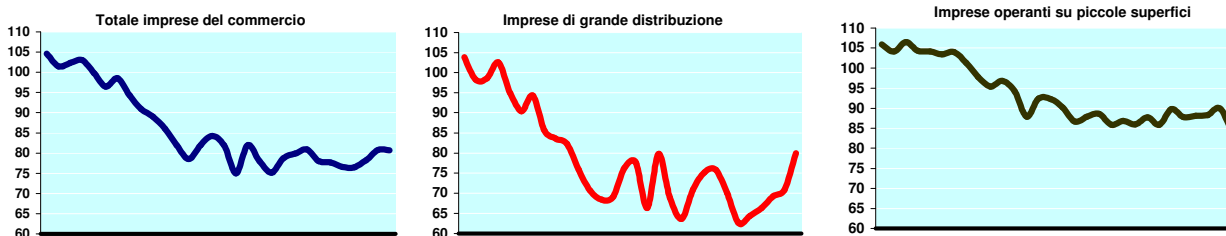
## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

*Non accenna ad attenuarsi l'onda recessiva che flagella il settore delle vendite al dettaglio. Nei primi tre mesi del 2013 il fatturato delle vendite subisce un calo su base annua di 8 p.p., dato peggiore di quello medio regionale toscano (-6,8%) e migliore di quello medio nazionale (-10,3%). Il ridimensionamento dell'indice relativo alla grande distribuzione (-1,4%) sembra riflettere un'ulteriore progressione dell'atteggiamento di cautela nella composizione del carrello della spesa da parte dei consumatori. Purtroppo alcuni segnali provenienti dagli indici di ciclo relativi al clima di fiducia delle imprese, i dati sui volumi di vendita nell'area Euro aggiornati a Giugno e le previsioni espresse sul breve periodo lasciano sperare quanto meno in un'attenuazione delle dinamiche recessive.*

Fonte dei dati: Unioncamere Toscana – Osservatorio Regionale sul Commercio, salvo diversa indicazione

**Quadro generale** Il 2013 si apre con un'ulteriore flessione su base annua dell'indice del valore delle vendite al dettaglio di 8p.p., uno dei peggiori dati degli ultimi anni, soprattutto da quando si è interrotto quel percorso di recupero dal punto minimo toccato in coincidenza con la crisi del biennio 2008/2009. Due le questioni che si evidenziano in questo primo scorcio d'anno: la battuta d'arresto registrata dal settore della grande distribuzione organizzata (-1,4%) e, diversamente da altri trimestri, l'entità maggiore delle perdite in ambito provinciale rispetto al dato toscano (-6,8%), mentre in ambito nazionale il trimestre si è chiuso con un ben più pesante -10,3%. Un contesto ancora appesantito dal quadro di riferimento socio-economico, col quale le imprese del settore si dibattono oramai da svariati mesi e che viene monitorato costantemente anche da Istat, attraverso anche le indagini sul clima di fiducia; il *sentiment* espresso dagli operatori sino a Marzo di quest'anno, in ambito nazionale, faceva registrate ancora andamenti stagnanti, anche se nel trimestre Marzo-Giugno si intravedono timidi segnali che si muovono in direzione opposta, soprattutto per le realtà della grande distribuzione e che, in effetti, si ritrovano anche nelle aspettative espresse a livello provinciale nell'indagine Unioncamere.

Indice del clima di fiducia delle imprese del commercio (dati destagionalizzati): periodo: Gennaio 2011-Giugno 2013



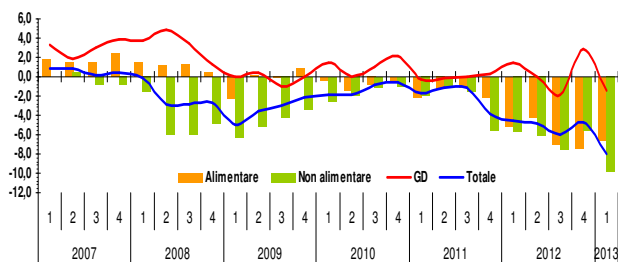
Fonte: Istat

**Andamento del trimestre** Dopo aver archiviato un quarto trimestre 2012 decisamente al di sotto delle aspettative, il settore del commercio al dettaglio fiorentino mostra ancora una volta tutte le sue difficoltà a mantenere i propri livelli chiudendo a Marzo 2013 con una perdita sul valore delle vendite dell'8%, dato assolutamente negativo che non trova precedenti dal 2005 ad oggi e che marca, diversamente dagli altri periodi uno iato (in peggio) col dato regionale (6,8%), pur mantenendosi al di sopra dell'andamento registrato in ambito italiano. Il deterioramento tocca sia il lato 'specializzato non alimentare' (-9,8 rispetto al -5,7% di Marzo 2012), sia il lato 'alimentare' (-6,5% rispetto al -5,2% dello stesso periodo dell'anno scorso), quest'ultimo oramai in forte flessione per tutto il 2012. Profilo calante per la grande distribuzione organizzata, la quale passa dal +2,8% del quarto trimestre dell'anno scorso al -1,4% attuale, segnalando così un ulteriore contenimento delle spese da parte dei consumatori; sembra erodersi ulteriormente anche quel processo di compensazione derivante dal cambiamento dei luoghi di consumo e di acquisto (quanto meno dei prodotti alimentari) dagli esercizi specializzati a quelli non specializzati.

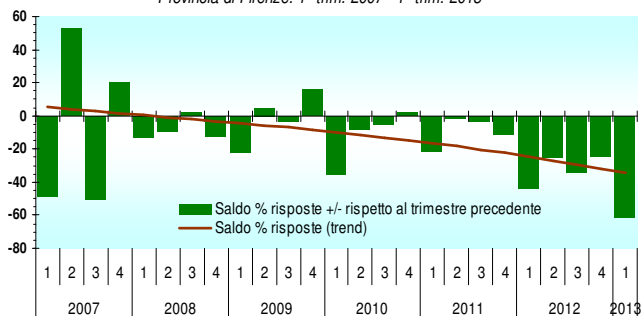
Il tono congiunturale riferito al trimestre da poco concluso, monitorato – si ricorda – attraverso la distribuzione e il saldo delle opinioni espresse dai commercianti, vede aumentare lo squilibrio tra coloro che hanno avuto un calo nel volume di affari rispetto al periodo immediatamente precedente e coloro che invece parlano di un aumento (-61 p.p.); si tratta, anche in questo caso, di uno dei risultati peggiori degli ultimi anni; addirittura di 84 punti percentuali la differenza tra 'ottimisti' e 'pessimisti' nel commercio specializzato alimentare, una distanza quasi doppia rispetto a quella registrata nel comparto dei prodotti non alimentari generici.

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Principali indicatori tendenziali  
Provincia di Firenze: 1° trim. 2007 - 1° trim. 2013



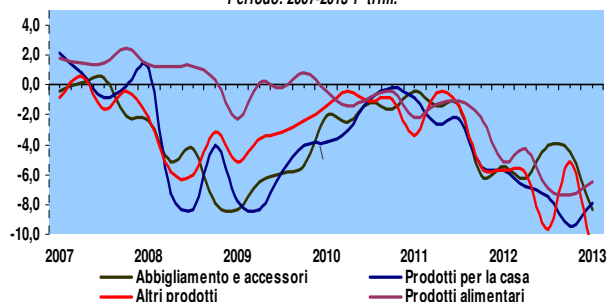
Indicatore congiunturale: saldo aum./dimin. (dati grezzi e trend).  
Provincia di Firenze: 1° trim. 2007 - 1° trim. 2013



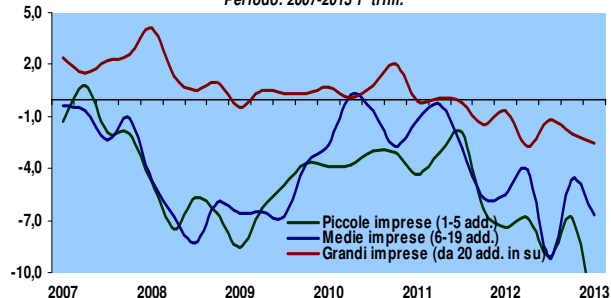
A livello regionale la provincia fiorentina si colloca nella parte bassa della graduatoria, posizionandosi al di sopra solo della provincia di Massa (-8,3%); comunque, le perdite sono state elevate e diffuse in tutte le economie provinciali. La flessione più tenue è stata rilevata a Pistoia (-3%); non si riesce, almeno a prima vista, ad individuare un'omogeneità per aree vaste.

**La dimensione d'impresa** Pure dall'analisi su base dimensionale non provengono buone notizie. La piccola imprese abbatte un nuovo record negativo, chiudendo il trimestre con una perdita a due cifre (-12,3%), contro il -6,7% della media impresa e il -2,5% della grande (quest'ultima strettamente legata, a sua volta, alla poco brillante *performance* della gdo). Si può, quindi, ritenere che in questo trimestre il fattore dimensionale abbia esercitare un peso maggiore rispetto ad altri periodi, segno che quando le crisi si acuiscono i più esposti restano, comunque, i piccoli imprenditori.

Var. % annua del fatturato per i principali gruppi di prodotti.  
Periodo: 2007-2013 1° trim.



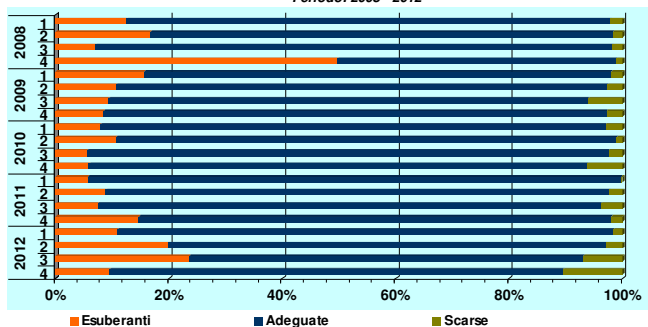
Andamento del fatturato per dimensione imprenditoriale.  
Periodo: 2007-2013 1° trim.



**I settori merceologici** Come già anticipato, il primo trimestre 2013 si è occupato di smentire qualsivoglia voce di una tenuta e consolidamento della gdo, come viceversa evidenziato nella nota trimestrale di fine Dicembre. In provincia di Firenze essa chiude in negativo, così come anche in altre province toscane, segno di una difficoltà che si estende in parte della regione e di un andamento non sempre collegato a dinamiche territoriali. Male anche gli altri comparti: -11,2% la variazione riferita agli altri prodotti non alimentari, una perdita che evidenzia una difficoltà che sembra colpire soprattutto le imprese di media e piccola dimensione con un'accentuazione maggiore rispetto dato medio regionale (-8,1%); lo stesso vale per gli alimentari (-6,5% rispetto al -5,3% toscano). Nessun settore, quindi, esce indenne da questo primo periodo dell'anno.

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

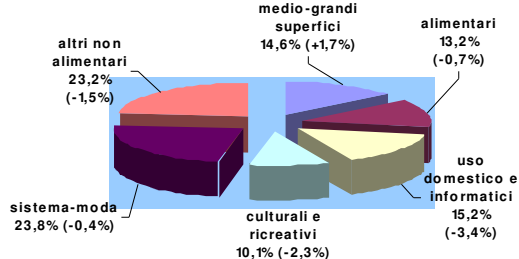
Quota di imprese che dichiarano giacenze esuberanti, adeguate e scarse  
Periodo: 2008 - 2012



**Giacenze a fine trimestre** Torna a salire, rispetto allo scorso trimestre, la quota di imprese per le quali le giacenze sono esuberanti rispetto al volume di affari (13,8%); si tratta di un valore comunque inferiore al valore medio del 2012; particolarmente esposti a eventuali difficoltà nella gestione del magazzino appaiono essere gli esercizi di piccola dimensione, soprattutto se operanti nel commercio non alimentare di articoli di abbigliamento e prodotti per la casa. Stabile la situazione per le imprese maggiormente strutturate.

**La rete distributiva** Il numero complessivo delle localizzazioni attive nel settore commerciale si mantiene stazionario (-0,4%), ma con andamenti differenti tra settore motoristico (-1,3%), ingrosso e intermediazione commerciale (-0,9%) e dettaglio (invariato); all'interno della distribuzione al consumo, ancora in flessione le strutture fisse (-1,1%) e in aumento quelle ambulanti (+2,9%). Tra le specializzazioni arretrano soprattutto quelle non alimentari e crescono le medio-grandi superfici.

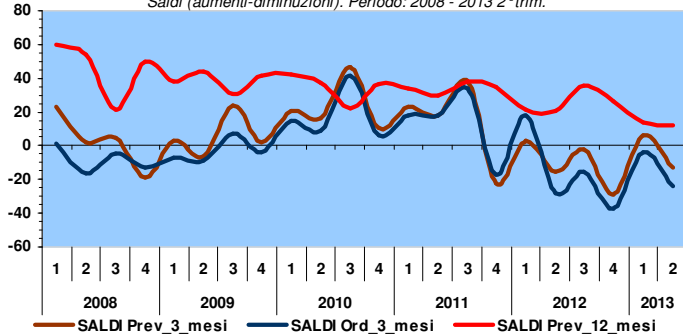
Localizzazioni attive in sede fissa.  
Periodo: 1° trim. 2013



Ramo merceologico	Valori assoluti	Quota %
Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli	2.710	8,3%
Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)	12.009	36,6%
<b>Dettaglio in sede fissa, ripartiti tra</b>	<b>14.178</b>	<b>43,3%</b>
medio-grandi superfici	2.064	14,6%
alimentari	1.873	13,2%
uso domestico, informatici	2.152	15,2%
culturali e ricreativi	1.430	10,1%
sistema-moda	3.371	23,8%
altri non alimentari	3.288	23,2%
<b>Ambulanti + altre forme di vendita</b>	<b>3.883</b>	<b>11,8%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>32.780</b>	<b>100,0%</b>

**Aspettative** L'indagine fornisce delle indicazioni circa l'orientamento degli imprenditori per il futuro a breve e medio termine. Per il trimestre successivo a quello di riferimento, si scopre esserci una maggiore apertura di credito rispetto a quanto si rilevato nei periodi precedenti: il saldo tra ottimisti e pessimisti chiude con uno scarto positivo di 6,5 punti percentuali; non è una grossa differenza (anche perché il 56% delle risposte converge verso la posizione centrale, una tra le quote più elevate degli ultimi due anni), ma lascia spazio a uno spiraglio di speranza. I dati di dettaglio rendono un quadro un po' a macchia di leopardo: differenza di 15 p.p. per il commercio di beni alimentari e di prodotti per la casa ed elettrodomestici, 19 p.p. per la grande distribuzione. In miglioramento viene dato anche il quadro relativo agli ordinativi, ancora in

Previsioni circa fatturato (a 3 e 12 mesi) e ordinativi (a 3 mesi).  
Saldi (aumenti-diminuzioni). Periodo: 2008 - 2013 2° trim.



negativo (saldo di -4,2 p.p. tra aumenti e diminuzioni), ma in rientro dai 37 punti dello scorso trimestre (parallelamente negli stessi settori in cui si registrano saldi positivi sulle aspettative di vendita si registrano saldi positivi sull'andamento degli ordinativi). Minori aperture di credito invece in prospettiva annuale: difatti il saldo tra aumenti e diminuzioni – pur essendo positivo per 13,9 p.p. – è comunque inferiore ai corrispondenti valori espressi nei trimestri precedenti.

**NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

# APPENDICE STATISTICA

Fatturato al dettaglio in sede fissa. Firenze, Toscana e Italia

Periodo	Alimentari (escl. GD)			Non alimentari (escl. GD)			Ipermercati, supermercati e grandi magazzini			Totale		
	Firenze	Toscana	Italia	Firenze	Toscana	Italia	Firenze	Toscana	Italia	Firenze	Toscana	Italia
<b>2008</b>												
I trim.	1,4	0,1	1,9	-1,5	-2,5	0,1	3,7	2,6	2,1	-0,2	-1,1	-2,5
II trim.	1,2	-0,1	-0,4	-6,0	-4,2	-2,7	4,8	2,0	0,3	-2,9	-2,2	-2,8
III trim.	1,3	-0,2	2,0	-6,0	-4,4	-0,4	3,5	1,6	2,2	-2,9	-2,4	-3,3
IV trim.	0,4	-0,2	-0,8	-4,8	-3,6	-2,7	1,2	1,0	-0,7	-2,7	-2,0	-1,5
<b>2009</b>												
I trim.	-2,3	-2,9	-3,5	-6,3	-6,8	-6,4	0,0	0,4	-1,0	-5,0	-5,3	-5,1
II trim.	0,1	-2,2	-4,0	-5,2	-5,2	-4,7	0,4	0,1	0,0	-3,5	-4,0	-3,8
III trim.	-0,2	-1,7	-5,9	-4,3	-4,7	-5,3	-1,0	-1,2	-1,7	-3,0	-3,7	-4,8
IV trim.	0,8	-0,9	-4,2	-3,4	-3,8	-4,5	0,0	0,4	-0,7	-2,1	-2,8	-3,8
<b>2010</b>												
I trim.	-0,4	-1,8	-1,8	-2,6	-3,6	-3,3	1,5	-1,3	-0,6	-1,9	-3,1	-2,5
II trim.	-1,4	-2,2	-2,9	-2,0	-3,5	-4,2	0,0	-0,2	0,5	-1,8	-2,9	-3,1
III trim.	-0,8	-1,8	-4,5	-1,1	-2,0	-3,5	1,0	0,4	-0,1	-0,9	-1,6	-3,0
IV trim.	-0,4	-1,5	-2,9	-1,0	-1,9	-2,5	2,1	0,4	0,7	-0,6	-1,5	-1,9
<b>2011</b>												
I trim.	-2,2	-2,1	0,0	-2,0	-2,2	0,2	-0,3	0,5	-1,3	-1,7	-1,7	-1,9
II trim.	-1,3	-1,4	-1,6	-1,2	-1,7	-2,2	-0,2	0,1	0,7	-1,1	-1,3	-1,5
III trim.	-1,1	-1,9	-3,7	-1,5	-3,2	-3,9	0,0	0,0	-0,3	-1,2	-2,4	-3,1
IV trim.	-2,2	-3,5	-3,6	-5,6	-5,9	-5,6	0,3	0,4	0,3	-3,8	-4,2	-4,1
<b>2012</b>												
I trim.	-5,2	-4,8	-3,9	-5,7	-6,8	-8,2	1,4	0,3	-0,5	-4,5	-5,4	-6,3
II trim.	-4,3	-5,6	-4,2	-6,1	-7,5	-9,8	0,0	0,5	-0,9	-4,9	-6,0	-7,5
III trim.	-6,9	-1,9	-6,3	-7,5	-3,2	-10,3	1,9	0,0	-1,5	-6,0	-7,4	-8,3
IV trim.	-7,4	-7,1	-7,3	-5,6	-7,8	-10,3	2,8	2,4	-0,1	-4,7	-6,3	-8,4
<b>2013</b>												
I trim.	-6,5	-5,3	-11,2	-9,8	-8,5	-11,5	-1,4	-0,5	-2,0	-8,0	-6,8	-10,3

Localizzazioni attive nel commercio al dettaglio – periodo: 1° trimestre 2013

Sezione e divisione ATECO	Descrizione della categoria	Valori assoluti	Var. a/a
<b>G 45</b>	<b>45 Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli</b>	<b>2.710</b>	<b>-1,1%</b>
<b>G 46</b>	<b>46 Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)</b>	<b>12.009</b>	<b>-0,9%</b>
	47 comm. dett. non specificato	96	6,7%
	<b>471 esercizi non spec.</b>	<b>1.968</b>	<b>1,5%</b>
	471 esercizi non spec.	4	-
	4711 alimentari	1.519	1,1%
	4719 altri esercizi non spec.	445	2,8%
	<b>COMMERCIO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI</b>		
	<b>472 alimentari, bevande e tabacco</b>	<b>1.873</b>	<b>-0,7%</b>
	472 esercizi specializzati	65	-3,0%
	4721 frutta e verdura	248	-5,7%
	4722 carni	419	0,0%
	4723 pesci	46	9,5%
	4724 pane e past.	201	-4,3%
	4725 bevande	175	1,2%
	4726 tabacco	526	0,0%
	4729 altri alimentari	193	3,8%
	<b>473 carburante per autotrazione</b>	<b>378</b>	<b>-0,3%</b>
	<b>474 apparecchiature informatiche e per le tic</b>	<b>285</b>	<b>0,4%</b>
	4741 computer, unità periferiche...	120	0,0%
	4742 apparecchiature per le tic	155	0,6%
	4743 apparecchiature audio e video	10	0,0%
	<b>475 altri prodotti per uso domestico</b>	<b>1.867</b>	<b>-4,0%</b>
	475 attività nca	17	-22,7%
	4751 prodotti tessili	353	-4,1%
	4752 ferramenta, vernici, vetro piano e materiale per tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti	691	-2,8%
	4753 elettrodomestici - TV	36	-7,7%
	4754 mobili e articoli per l'illuminazione e altri art.per	21	-19,2%
	4759	749	-3,7%
	<b>476 articoli culturali e ricreativi</b>	<b>1.430</b>	<b>-2,3%</b>
	476 attività nca	23	-11,5%
	4761 libri	173	-6,0%
	4762 giornali e articoli di cartoleria	807	-1,6%
	4763 registrazioni musicali e video	19	-17,4%
	4764 articoli sportivi	272	-2,5%
	4765 giochi e giocattoli	136	3,0%
	<b>477 Altri prodotti</b>	<b>6.281</b>	<b>-1,0%</b>
	477 attività nca	20	0,0%
	4771 articoli di abbigliamento	2.595	-1,1%
	4772 calzature e articoli in pelle	776	2,1%
	4773 medicinali	358	3,2%
	4774 articoli medicali e ortopedici	80	3,9%
	4775 cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	404	-1,2%
	4776 fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici	411	-2,6%
	4777 orologi e articoli di gioielleria	408	-4,0%
	4778 altri prodotti	996	-2,6%
	4779 articoli di seconda mano	233	-1,7%
	<b>ALTRE FORME</b>		
	<b>478 Ambulanti</b>	<b>3.280</b>	<b>2,9%</b>
	<b>479 Al di fuori di negozi, banchi e mercati</b>	<b>603</b>	<b>9,2%</b>
	<b>TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>18.061</b>	<b>0,0%</b>
	Comm. settore motoristico + ingrosso + dettaglio	32.780	-0,4%

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

### Fatturato al dettaglio in sede fissa per dimensioni e settori merceologici. Firenze e Toscana

Periodo	piccole imprese di distribuzione (1-5 addetti)		medie imprese di distribuzione (6-19 addetti)		grandi imprese di distribuzione (da 20 add. e oltre)		Abbigliamento ed accessori		Prodotti per la casa ed elettrodomestici		Altri prodotti non alimentari		Alimentari (escl. GD)	
	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana	Firenze	Toscana
<b>2008</b>														
I trim.	-4,8	-4,3	-4,7	-3,3	4,1	2,9	-2,4	-3,6	1,1	-1,9	-2,2	-2,2	1,4	0,1
II trim.	-7,5	-5,3	-6,8	-4,1	1,3	1,5	-5,2	-5,0	-7,2	-3,9	-5,8	-4,0	1,2	-0,1
III trim.	-5,7	-4,8	-8,3	-4,7	0,5	0,9	-4,3	-3,8	-8,3	-4,9	-6,0	-4,4	1,3	-0,2
IV trim.	-6,6	-4,2	-6,0	-4,4	0,9	1,0	-8,0	-4,7	-4,1	-4,4	-3,2	-2,6	0,4	-0,2
<b>2009</b>														
I trim.	-8,6	-7,5	-6,6	-6,6	-0,5	-0,7	-8,3	-7,4	-7,8	-9,4	-5,1	-5,3	-2,3	-2,9
II trim.	-6,3	-6,1	-5,5	-5,2	0,5	0,1	-6,5	-6,1	-8,3	-7,2	-3,6	-4,1	0,1	-2,2
III trim.	-5,0	-4,9	-6,8	-5,3	0,3	-0,9	-5,9	-6,3	-5,8	-5,3	-3,2	-3,9	-0,2	-1,7
IV trim.	-3,7	-4,1	-3,7	-3,5	0,3	-0,2	-5,4	-5,2	-4,0	-5,4	-2,4	-2,7	0,8	-0,9
<b>2010</b>														
I trim.	-3,9	-4,4	-2,6	-3,0	0,7	-0,4	-2,1	-1,3	-3,8	-1,6	-1,4	0,5	-0,4	0,7
II trim.	-3,8	-4,5	0,2	-1,7	0,1	-0,4	-2,5	-3,5	-3,1	-4,3	-0,4	-2,0	-1,4	-2,2
III trim.	-3,0	-3,2	-0,7	-1,4	0,8	0,1	-1,2	-1,5	-1,0	-2,9	-1,1	-1,8	-0,8	-1,8
IV trim.	-3,1	-3,0	-2,7	-2,5	2,0	0,7	-1,6	-2,4	-0,2	-2,1	-1,0	-1,6	-0,4	-1,5
<b>2011</b>														
I trim.	-4,3	-3,3	-1,2	-1,5	-0,1	-0,1	-0,4	-1,8	-0,8	-2,5	-3,4	-2,3	-2,2	-2,1
II trim.	-3,1	-2,6	-0,3	-0,9	0,1	-0,2	-1,4	-1,4	-2,6	-3,7	-0,5	-0,9	-1,3	-1,4
III trim.	-1,9	-3,5	-2,8	-3,5	-0,2	-0,7	-1,4	-3,7	-2,3	-4,5	-1,4	-2,3	-1,1	-1,9
IV trim.	-6,3	-6,4	-5,7	-5,3	-1,5	-1,5	-6,0	-7,9	-5,5	-5,6	-5,5	-5,0	-2,2	-3,5
<b>2012</b>														
I trim.	-7,4	-7,4	-5,5	-6,0	-0,7	-1,6	-5,5	-6,7	-5,7	-9,1	-5,7	-6,1	-5,2	-4,8
II trim.	-6,9	-7,8	-4,1	-6,3	-2,7	-2,6	-6,2	-8,2	-6,8	-9,1	-5,9	-6,6	-4,3	-5,5
III trim.	-9,1	-9,8	-9,2	-8,6	-1,2	-2,5	-4,1	-7,6	-7,5	-9,1	-9,7	-9,4	-6,9	-8,0
IV trim.	-6,9	-8,3	-4,6	-6,4	-2,0	-2,5	-4,5	-6,9	-9,5	-10,4	-5,2	-7,3	-7,4	-7,1
<b>2013</b>														
I trim.	-12,3	-8,8	-6,7	-6,6	-2,5	-2,9	-8,3	-9,1	-7,9	-8,9	-11,2	-8,1	-6,5	-5,3

### INFORMAZIONI METODOLOGICHE

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio, realizzata dal Centro Studi Unioncamere per conto di Unioncamere Toscana, si rivolge trimestralmente a un campione di circa 1.150 aziende con dipendenti. L'indagine è rappresentativa della totalità delle imprese con dipendenti (interessando anche il segmento di imprese con più di 500 dipendenti).

I dati sono disaggregati

- per tre classi dimensionali: a) da 1 a 5 dipendenti; b) da 6 a 19 e c) da 20 dipendenti e oltre;

- per 5 settori di attività economica (ipermercati, supermercati e grandi magazzini, commercio al dettaglio di prodotti alimentari, commercio al dettaglio di abbigliamento e accessori, commercio al dettaglio di prodotti per la casa ed elettrodomestici e commercio al dettaglio di altri prodotti non alimentari) e per provincia.

Per tutti i settori la numerosità campionaria è calcolata in modo da garantire, per ognuno dei domini di indagine, un errore massimo del 10% ed una significatività del 85%. L'universo di riferimento è costituito dalle imprese con dipendenti desunto dal Registro Imprese integrato con i dati ottenuti da altre fonti (in particolare INPS e ISTAT). Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, viene chiesto alle imprese di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici (tra i quali l'andamento delle vendite e la consistenza delle giacenze di magazzino), nonché la previsione per i tre e i dodici mesi successivi al trimestre di indagine (ad es. del volume degli ordini emessi nei confronti dei fornitori). Alcuni dei dati tendenziali sono di tipo quantitativo (variazioni registrate nel trimestre rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente), mentre i dati congiunturali (rispetto al trimestre precedente) e previsivi (riferiti al trimestre successivo e a 4 trimestri) sono di tipo qualitativo (aumento, stabilità e diminuzione).

Per ulteriori informazioni è possibile consultare l'area Toscana, curata dal Centro Studi di Unioncamere Toscana, presente all'interno del portale statistico del sistema camerale [www.starnet.unioncamere.it](http://www.starnet.unioncamere.it).

Le interviste relative al primo trimestre 2013 sono state realizzate nel mese di Aprile 2013.

**PER INFORMAZIONI:  
UO STATISTICA E PREZZI  
Volta dei Mercanti, 1 c/o Palazzo Borsa Merci  
50122 - FIRENZE**

**[www.fi.camcom.gov.it](http://www.fi.camcom.gov.it) -  
[statistica@fi.camcom.it](mailto:statistica@fi.camcom.it)  
[silvio.calandi@fi.camcom.it](mailto:silvio.calandi@fi.camcom.it)**

**TEL. 055-2981.213/214 - FAX: 055-2981.209**