



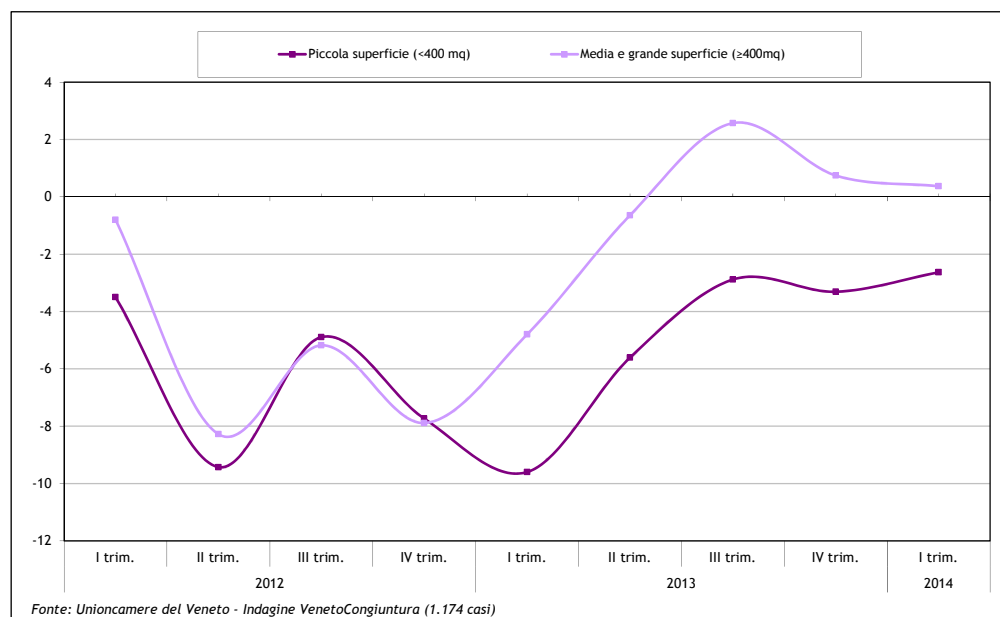
Unioncamere
Veneto

Flash Commercio 1.2014

Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia distributiva. I trim. 2012 - I trim. 2014 (var.% su trimestre anno prec.)

Nel primo trimestre 2014, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, le vendite al dettaglio hanno registrato una flessione del **-0,5 per cento** rispetto allo stesso periodo del 2013, confermando la tendenza negativa del trimestre precedente. Le previsioni per i prossimi tre mesi indicano un netto miglioramento del clima di fiducia tra gli imprenditori del settore.

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, realizzata da Unioncamere del Veneto, è stata effettuata su un **campione di 1.174 imprese** con almeno 3 addetti.



La dinamica negativa dei consumi è ascrivibile alle categorie del commercio al dettaglio specializzato sia nella vendita alimentare (-2,5%) che in quella non alimentare (-0,4%), come accadeva nello scorso trimestre. A questo andamento si associa anche una variazione negativa, in controtendenza rispetto allo scorso trimestre, per i supermercati, ipermercati e grandi magazzini che hanno evidenziato una contrazione del -0,6 per cento su base annua.

Sotto il profilo dimensionale, le medie e grandi superfici di vendita (≥ 400 mq) hanno continuato a mostrare una variazione positiva pari a +0,4 per cento (era +0,7% nel trimestre precedente). Al contrario, gli esercizi di piccola dimensione (<400 mq) hanno evidenziato una flessione del -2,6 per cento (lo scorso trimestre era -3,3%).

Informazioni e chiarimenti:

Unioncamere del Veneto
Centro Studi - Ufficio SISTAN
Via delle Industrie 19/d
I - 30175 Venezia

Tel. +39 041 0999311
Fax +39 041 0999303
centrostudi@ven.camcom.it
comunica@venetocongiuntura.it

Gli altri indicatori

Prezzi di vendita

Rispetto al corrispondente periodo del 2013, i prezzi di vendita hanno indicato una crescita del +0,5 per cento.

Per quanto riguarda i gruppi merceologici, la crescita più significativa dell'indicatore è stata rilevata per il commercio al dettaglio non alimentare (+0,6%), a seguire troviamo supermercati, ipermercati e grandi magazzini con un aumento del 0,4 per cento mentre nel commercio al dettaglio alimentare i prezzi sono rimasti stabili (-0,1%).

Sotto il profilo dimensionale è stata registrata una crescita pari a +0,9 per cento per le medie e grandi aree commerciali, per quelle di piccola dimensione invece l'indicatore è risultato in diminuzione (-0,8%).

Ordinativi ai fornitori

In linea con il fatturato, gli ordinativi ai fornitori hanno evidenziato una dinamica negativa con una variazione pari al -1,2 per cento su base annua.

Sotto il profilo merceologico la dinamica è risultata negativa per tutti i settori. La flessione maggiore è stata registrata nel commercio al dettaglio alimentare (-2,0%) seguito dal commercio al dettaglio non alimentare (-1,5%).

Per quanto riguarda la dimensione d'impresa le medie e grandi superfici (≥ 400 mq) hanno segnato una lieve diminuzione pari al -0,5 per cento mentre l'indicatore è risultato abbastanza negativo (-2,6%) per le aree commerciali di piccola dimensione (< 400 mq).

Occupazione

L'occupazione su base annua ha confermato, sebbene in modo meno marcato, la medesima tendenza del trimestre precedente, con un -0,4 per cento (era -1,4%).

L'andamento negativo è ascrivibile soprattutto per i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-1,6%). Il commercio specializzato alimentare è stato stazionario (+0,1%), mentre un lieve aumento si è registrato per il commercio al dettaglio non alimentare (+1,1%).

Per quanto riguarda il dettaglio dimensionale, le aree commerciali di piccola dimensione (< 400 mq) hanno accusato una marcata contrazione pari al -3,0 per cento, mentre risultata in leggero aumento (+1,4%) la dinamica per le imprese di media e grande superficie (≥ 400 mq).

Previsioni

Migliore nettamente, pur restando negativo, il clima di fiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio per i prossimi tre mesi.

I saldi tra coloro che prevedono un aumento e coloro che credono in una diminuzione del volume d'affari e degli ordini si sono attestati rispettivamente a -8,7 e -15,3 punti percentuali (erano -42,5 p.p. e -37,9 p.p. nel trimestre precedente). La differenza tra giudizi positivi e negativi per l'occupazione ha invece segnato un saldo in crescita (-3,9, era -11,8 p.p. nel trimestre precedente) mentre i prezzi di vendita sono attesi stazionari (+0,1 p. p.).

Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).
I trimestre 2014

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordinativi ai fornitori	Occupazione
Gruppi merceologici				
Comm. al dettaglio alimentare	-2,5	-0,1	-2,0	0,1
Comm. al dettaglio non alimentare Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-0,4	0,6	-1,5	1,1
	-0,6	0,4	-0,7	-1,6
Tipologie distributive				
Piccola superficie (<400 mq)	-2,6	-0,8	-2,6	-3,0
Media e grande superficie (≥400 mq)	0,4	0,9	-0,5	1,4
Totale	-0,5	0,5	-1,2	-0,4

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.174 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).
I trimestre 2014

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordinativi ai fornitori	Occupazione
Gruppi merceologici				
Comm. al dettaglio alimentare	-15,4	1,8	-17,3	0,4
Comm. al dettaglio non alimentare Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-6,9	-1,5	-14,0	-4,9
	-9,6	3,7	-17,9	-3,4
Tipologie distributive				
Piccola superficie (<400 mq)	-10,3	-1,6	-15,9	-3,3
Media e grande superficie (≥400 mq)	-2,4	6,3	-13,1	-6,0
Totale	-8,7	0,1	-15,3	-3,9

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.174 casi)

NOTA INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 5 DELLA DELIBERA N. 256/10/CSP DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

L'indagine *VenetoCongiuntura* sulle imprese del commercio al dettaglio è stata promossa e realizzata da Unioncamere Veneto. Il campione regionale, stratificato per provincia, settore e classe dimensionale, è composto da 1.174 imprese rispondenti (su 2700 contatti) ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio con almeno 3 addetti iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata mediante utilizzo del sistema CAWI mod_survey e CATI Yaacs, tra il 7 aprile e il 15 maggio 2014 dalla società di rilevazione Questlab sas. Il documento completo è disponibile su www.agcom.it.