

Venezia, 20 novembre 2014

COMMERCIO: CROLLANO I CONSUMI (-2,1%). CALA L'OCCUPAZIONE (-1,8%), POCA FIDUCIA NEL FUTURO. NEI PRIMI DIECI MESI 2014 CHIUSI OLTRE 3.000 NEGOZI
Zilio: «La pesante fiscalità drena le già scarse risorse delle famiglie e crea insicurezza»

Nel terzo trimestre 2014, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura* condotta su un campione di 1.154 imprese con almeno 3 addetti, **le vendite al dettaglio hanno registrato una marcata flessione del -2,1%** (era -0,3% nel trimestre precedente) **rispetto allo stesso periodo del 2013.**

«E' molto difficile - qualcuno potrebbe dire addirittura "impossibile" - che un dato statistico o un'indagine riscontrino solo ed esclusivamente segni negativi, ma è quello che dobbiamo registrare relativamente alla nota informativa del terzo trimestre del commercio: un arretramento generalizzato di vendite, ordinativi, occupazione e prezzi che la dice lunga sulla crisi che sta attraversando il settore che, peraltro, guarda al futuro con ancora maggiore preoccupazione del presente». Secondo il presidente di **Unioncamere Veneto, Fernando Zilio**, la nota informativa non fa altro che certificare quanto è sotto gli occhi di tutti: negozi tradizionali che chiudono (**3.032 chiusure nei primi dieci mesi del 2014, 11 al giorno compresi sabato e domenica**), grandi strutture che arrancano, occupazione in calo sia negli uni che nelle altre. «Purtroppo - aggiunge **il presidente di Unioncamere - l'insicurezza sul futuro si scarica pesantemente sui consumi e non contribuiscono a migliorare il "sentiment" del comparto le notizie che vorrebbero un'Iva ancora ritoccata all'insù. Chi sperava che gli 80 euro in busta paga (peraltro solo di alcuni) potessero trasferirsi sui consumi non aveva fatto i conti con una fiscalità nazionale e locale pesante e, al tempo stesso, nebulosa, che drena le già scarse risorse delle famiglie e avvolge nelle spire dell'insicurezza ogni decisione di acquisto. Non è un caso - conclude Zilio - che praticamente tutti i settori siano interessati ad una sorta di "promozione permanente" che, se da un lato cerca di favorire qualche timida vendita, dall'altro non può che essere la cartina di tornasole di una impossibilità delle imprese ad investire e, dunque, a guardare con fiducia al futuro».**

La dinamica negativa dei consumi è ascrivibile a tutte le categorie del commercio, in particolare quello del dettaglio specializzato non alimentare (-3%). A seguire i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-1,2%) e il commercio al dettaglio alimentare (-1,1%). Sotto il profilo dimensionale, le vendite hanno mostrato performance peggiori negli esercizi di media e grande dimensione (-2,3%) rispetto alle piccole superfici (-1,8%).

In diminuzione i prezzi di vendita (-1,4%) in maniera ancor più marcata rispetto allo scorso trimestre (0,2%) con variazioni più evidenti per il commercio al dettaglio non alimentare (-2,7%), mentre segnano una lieve diminuzione il commercio al dettaglio alimentare (-0,6%) e supermercati, iper e grandi magazzini (-0,1%). Sotto il profilo dimensionale -1,5% per le piccole superfici di vendita, seguito dal -1,3% delle medie e grandi aree commerciali. **Gli ordinativi hanno segnato una dinamica negativa con una variazione del -2,1% (-1,3% nel trimestre precedente) su base annua** riguardando soprattutto il commercio al dettaglio non alimentare (-2,2%), seguito da supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-2%). Rispetto allo scorso trimestre (+1,3%) segno meno anche per il commercio al dettaglio alimentare (-1,7%). Sotto il profilo dimensionale, medie e grandi superfici sono calate del -2%, calo maggiore per le aree di piccola dimensione (-2,3%). **L'occupazione, già in flessione nello scorso trimestre (-0,3%), ha registrato un'ulteriore pesante contrazione del -1,8%**, ascrivibile all'andamento registrato soprattutto dal commercio al dettaglio

Venezia, 20 novembre 2014

non alimentare (-2,2%), seguito da supermercati, iper e grandi magazzini (-1,6%) e dal commercio specializzato alimentare (-1,4%).

Previsioni

Sempre negativo il clima di fiducia degli imprenditori per i prossimi tre mesi. **Il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione degli ordini e del volume d'affari è rispettivamente di -19,6 punti percentuali e di -16,3 p.p.** (contro il -23,2 p.p. e -21,3 p.p. del trimestre precedente). Peggiora il saldo per l'occupazione che si attesta a -8 p.p. contro il -7,7 p.p. del trimestre precedente, mentre sono attesi ancora in ribasso i prezzi di vendita (-6,4 p.p. contro -7 p.p. precedente).

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 1.154 imprese rispondenti (su 5.598 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 2 ottobre e il 6 novembre 2014 dalla società di rilevazione Questlab sas. Il documento completo è disponibile su www.agcom.it.

Per informazioni:

Ufficio Stampa Unioncamere del Veneto – Eurosportello

Giacomo Garbisa

Tel.: 041 0999305 – Cell.: 349 8625001

ufficio.stampa@ven.camcom.it