



Venezia, 26 febbraio 2015

**2014 ANCORA NEGATIVO PER LE VENDITE AL DETTAGLIO (-1% la media annua).**

**Stabile l'occupazione (-0,2%), ma il clima di fiducia non decolla. Nel 2014 chiusi 3.450 esercizi.**

**Zilio: «La mancanza di fiducia palla al piede del commercio, urge una riforma del fisco per dare respiro a un tessuto sociale stremato dalle tasse nazionali e locali»**

Nel quarto trimestre 2014, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura* condotta su un campione di 1.271 imprese con almeno 3 addetti, **le vendite al dettaglio hanno registrato una flessione del -1,2%** (era -2,1% nel trimestre precedente) **rispetto allo stesso periodo del 2013**. Nella media dell'intero **anno 2014 le vendite al dettaglio hanno subito una flessione pari a -1%**, meno marcata rispetto a quella registrata nella media del 2013 (-2,2%). **Nel corso del 2014 sono state registrate 3.450 chiusure di esercizi commerciali** con una perdita di circa 1.800 posizioni lavorative.

«Nonostante l'occupazione, peraltro non ancora "influenzata" dal jobs act, cominci a dare segni di ripresa, resta la mancanza di fiducia la palla al piede del commercio veneto». Per il **presidente di Unioncamere Veneto, Fernando Zilio**, l'indagine di *VenetoCongiuntura* conferma una verità storica: il commercio è l'ultimo ad entrare nelle spire della crisi, ma parimenti è anche l'ultimo ad uscirne e le previsioni, ancora fosche, riservate dagli operatori al futuro dimostrano che il comparto, ma soprattutto i consumatori, sono ancora refrattari a credere "alla luce in fondo al tunnel". «Mentre la produzione e, soprattutto, l'export - continua Zilio - sembrano ormai avviati ad una fase di ripresa, per certi versi anche robusta, le vendite al dettaglio continuano ad essere sofferenti nonostante i prezzi continuino nella loro discesa, meno marcata del trimestre precedente, ma pur sempre discesa a dimostrazione che le promozioni continuano ad essere se non proprio l'unica, certamente una delle maggiori "armi" a disposizione del retail per cercare di arginare l'emorragia di fatturato. Le previsioni - conclude il presidente di Unioncamere - sembrano infine avvalorare una tesi semplice quanto veritiera: imprese e consumatori attendono le riforme. Se infatti la previsionale sull'occupazione passa dal -8 al -0,1% giusto in corrispondenza del varo del jobs act, è altrettanto plausibile che una seria riforma del fisco avrebbe effetti massimamente positivi su un tessuto sociale stremato dalle tasse nazionali e locali».

La dinamica negativa dei consumi è ascrivibile a tutte le categorie del commercio, in particolare quello del dettaglio specializzato non alimentare (-2,3%). Per le categorie supermercati, ipermercati e grandi magazzini e per il commercio al dettaglio alimentare la variazione tendenziale è leggermente negativa, pari al -0,2% su base annua. Sotto il profilo dimensionale, le vendite hanno mostrato performance peggiori negli esercizi di piccola dimensione (-1,3%), mentre media e grande dimensione hanno registrato un -1,1%.

**In diminuzione i prezzi di vendita (-1,1%) in leggero rialzo rispetto allo scorso trimestre (-1,4%)** con variazioni più evidenti per il commercio al dettaglio non alimentare (-2,8%), mentre segnano una lieve diminuzione i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-0,1%). Al contrario il commercio al dettaglio alimentare registra un aumento del +0,7%. Sotto il profilo dimensionale -2,6% per le piccole superfici di vendita, seguito dal -0,4% delle medie e grandi aree commerciali. **Gli ordinativi hanno segnato una dinamica negativa con una variazione del -1,0% (-2,1% nel trimestre precedente) su base annua** riguardando soprattutto il commercio al dettaglio non alimentare (-1,8%), seguito dal commercio al dettaglio alimentare (-0,8%) e dai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-0,1%). Sotto il profilo dimensionale, le piccole superfici registrano un -0,8%, medie e grandi un calo del -1,1%. **L'occupazione, rispetto la flessione dello scorso**

Venezia, 26 febbraio 2015

**trimestre (-1,8%), ha registrato una dinamica sostanzialmente stabile pari a -0,2%**, sintesi dell'andamento negativo degli esercizi di piccola superficie (-3,4%) e della dinamica positiva delle strutture di media e grande dimensione (+1,5%).

### **Previsioni**

Peggiora però 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 -26,2 punti percentuali e di -26,3 p.p.** (contro il -19,6 p.p. e -16,3 p.p. del trimestre precedente). In miglioramento invece il saldo per l'occupazione che si attesta a -6,3 p.p. contro il -8 p.p. del trimestre precedente. In un contesto di marcata deflazione, vanno lette positivamente le previsioni degli imprenditori, che attendono un rialzo del livello dei prezzi, con un saldo in netto miglioramento rispetto a quello registrato nel trimestre precedente (-1,7 p. p. rispetto a -6,4 p.p.).

**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 1.271 imprese rispondenti (su 5.436 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 l'8 gennaio e il 12 febbraio 2015 dalla società di rilevazione Questlab sas. Il documento completo è disponibile su [www.agcom.it](http://www.agcom.it).

**Per informazioni:**

Ufficio Stampa Unioncamere del Veneto – Eurosportello

Giacomo Garbisa

Tel.: 041 0999305 – [ufficio.stampa@ven.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@ven.camcom.it)