



Unioncamere  
Veneto



- comunicato stampa -

## **RIPARTONO LE VENDITE AL DETTAGLIO, NEL PRIMO TRIMESTRE 2015 +1,7% UNIONCAMERE-CONFCOMMERCIO AVVIANO L'OSSERVATORIO CONGIUNTURALE SUL COMMERCIO IN VENETO**

**Zilio: «Niente facili entusiasmi, si tratta di consumi di sussistenza più che di sviluppo»  
Zanon «Timidi segnali ma va ridotta la pressione fiscale per rilanciare i consumi interni»**

Venezia, 13 luglio 2015 - Nel primo trimestre 2015, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura* condotta su un campione di 1.269 imprese con almeno 3 addetti, **le vendite al dettaglio hanno registrato un aumento del +1,7%** (-1,2% nel trimestre precedente) **rispetto allo stesso periodo del 2014**. La variazione del fatturato delle imprese del commercio torna con segno positivo dopo aver registrato negli ultimi due anni una performance media negativa del -1% nel 2014 e del -2,2% nel 2013. I dati sul commercio in Veneto sono stati illustrati questa mattina, nella sede di Unioncamere del Veneto, da **Confcommercio Veneto** e **Unioncamere del Veneto**, i cui presidenti Massimo Zanon e Fernando Zilio hanno contestualmente firmato una **convenzione triennale per la realizzazione di un Osservatorio congiunturale sul commercio al dettaglio nel Veneto (2015-2017)**.

*«Non farsi prendere dai facili entusiasmi. Come avviene dopo un crollo in Borsa, quando a perdite consistenti che mandano al tappeto soprattutto i piccoli risparmiatori fanno seguito recuperi (i cosiddetti "rimbalzi tecnici") a tutto vantaggio della grande finanza, così anche nel comparto del commercio ad una crisi drammatica ora fanno seguito recuperi ancora limitati dei quali comunque beneficiano soprattutto le grandi strutture. A scapito delle piccole imprese che, infatti, raccolgono solo parzialmente i frutti della ripresina sia perché le dinamiche dei prezzi le sfavoriscono sia perché la crisi le ha espulse dal mercato e, con esse, ha espulso anche i loro dipendenti».* Si dimostra cauto **Fernando Zilio**, presidente di Unioncamere Veneto. *«I prossimi trimestri daranno sicuramente risposte più attendibili. Anche se la crescita maggiore del food rispetto al non food temo purtroppo significhi semplicemente che si è stretta un po' meno la cinghia e che i consumi restano ancora consumi di sussistenza più che di sviluppo».*

*«Anche se i dati non sono esaltanti, c'è da dire che il segno meno è scomparso ormai quasi ovunque – commenta **Massimo Zanon**, presidente di Confcommercio Veneto –. Dopo sette anni di una crisi difficile, dura, a volte anche drammatica, oggi registriamo dei segnali, seppur timidi, positivi. Rimane il nodo della domanda interna, che va rilanciata attraverso interventi che puntino a ridurre la pressione fiscale sia per i cittadini che per le imprese».*

La dinamica positiva dei consumi è ascrivibile a tutte le categorie del commercio, in particolare quella relativa ai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+3%), seguita dagli esercizi commerciali al dettaglio alimentare e non alimentare (rispettivamente +1% e +0,4%). Sotto il profilo dimensionale, le vendite hanno mostrato performance migliori negli esercizi di medie e grandi superfici (+2,5%), per quelli di piccola dimensione la variazione è stabile (+0,1%).

**In diminuzione i prezzi di vendita (-0,5%), in rialzo rispetto allo scorso trimestre (-1,1%),** con variazioni più evidenti per il commercio al dettaglio non alimentare (-1,8%), mentre segnano un aumento commercio al dettaglio alimentare (+1,5%), supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,3%). Sotto il profilo dimensionale -2,1% per le piccole superfici, mentre il livello dei prezzi è rimasto pressoché stabile per le imprese di media e grande dimensione (+0,1%). **Gli ordinativi**



Unioncamere  
Veneto



- comunicato stampa -

**hanno segnato una dinamica positiva con una variazione del +0,6% (-1% nel trimestre precedente) su base annua** riguardando soprattutto supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,8%). Sotto il profilo dimensionale, le aree commerciali di media e grande dimensione segnano un +0,9%, mentre risulta stabile la dinamica per le imprese di piccola superficie. **L'occupazione ha registrato un aumento del +1,7% (-0,2% nello scorso trimestre)**, ascrivibile al comparto dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+5%) mentre il commercio specializzato alimentare e quello non alimentare hanno registrato una flessione del -2,7% e del -1,7%.

### **Previsioni**

Migliora il clima di fiducia degli imprenditori per i prossimi tre mesi. **Il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione del volume d'affari è di +4,8 punti percentuali** (contro il -26,3 p.p. del trimestre precedente) **mentre per gli ordini è di -4,9 p.p.** (-26,2 p.p. del trimestre precedente). In miglioramento il saldo per l'occupazione che si attesta a -3,4 p.p. contro il -6,3 p.p. del trimestre precedente. Per i prezzi di vendita si attende un rialzo del +3,1 p.p. rispetto al -1,7 p.p. del trimestre precedente.

**Per informazioni:**

**Giacomo Garbisa**

Ufficio stampa Unioncamere Veneto – Eurosportello

041.0999305 – [ufficio.stampa@ven.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@ven.camcom.it)

**Laura Ferretto**

Ufficio stampa Confcommercio Veneto

cell. 342 8584814 – [lauraferretto61@gmail.com](mailto:lauraferretto61@gmail.com)