



Unioncamere
Veneto



veneto
congiuntura

Andamento e previsioni dell'economia regionale

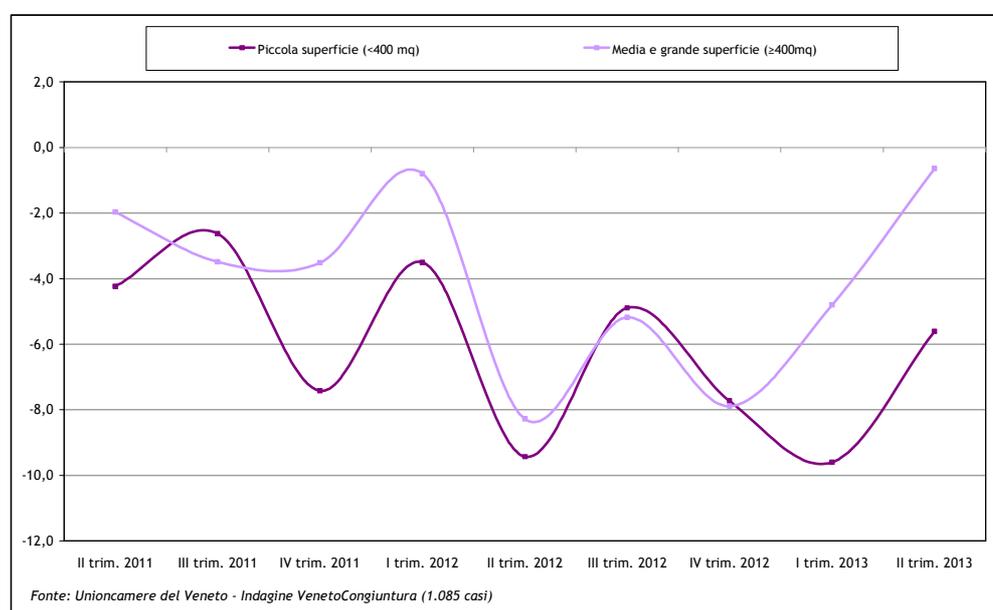
12 settembre 2013

Flash Commercio 2.2013

Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia distributiva. Il trim. 2011 - Il trim. 2013 (var.% su trimestre anno prec.)

Nel secondo trimestre 2013, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, le vendite al dettaglio hanno subito una attenuazione della caduta che è risultata pari a -2,5 per cento rispetto allo stesso periodo del 2012. Rimangono negative, ma in linea con il trimestre precedente, le previsioni degli imprenditori per i prossimi mesi del 2013.

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, realizzata da Unioncamere Veneto, è stata effettuata su un campione di 1.085 imprese con almeno 3 addetti.



La contrazione dei consumi ha coinvolto i comparti del commercio al dettaglio non alimentare e alimentare che hanno evidenziato un calo del volume di affari su base annua rispettivamente pari a -5,1 e -4,5 per cento. Stabile invece la dinamica dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,2 %).

Sotto il profilo dimensionale l'andamento negativo delle vendite al dettaglio è stato più marcato per gli esercizi di piccola dimensione (<400 mq) con un calo del -5,6 per cento. Meno marcata la variazione della media e grande superficie (≥400 mq) che ha segnato un -0,6 per cento.

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 2012, i prezzi di vendita hanno indicato una lieve crescita del +0,3 per cento.

Per quanto riguarda i gruppi merceologici, l'aumento più significativo dell'indicatore è stato rilevato dal commercio al dettaglio alimentare (+1,0%) seguito dai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,7%). Contrariamente, sono risultati stabili i prezzi del commercio al dettaglio non alimentare (-0,2%).

Sotto il profilo dimensionale è stata registrata una crescita pari a +0,5 per cento per le medie e grandi aree commerciali, mentre per le piccole dimensioni una stabilità (-0,1%).

Ordinativi ai fornitori

Gli ordinativi ai fornitori hanno evidenziato un calo pari a -4,4 per cento su base annua.

La dinamica negativa ha interessato tutti i settori, in particolare la flessione maggiore è stata registrata nel commercio al dettaglio non alimentare (-6,1%). Migliore, seppur negativo, l'andamento del commercio al dettaglio alimentare e dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini che hanno evidenziato rispettivamente una diminuzione del -3,8 e -2,2 per cento.

Sotto il profilo dimensionale gli ordini hanno registrato una flessione per la piccola superficie del -6,5 per cento, seguita dalle medie e grandi aree commerciali (-3,0%).

Occupazione

In controtendenza l'occupazione che ha segnato un leggero aumento (+0,5% su base annua. La variazione lievemente positiva è ascrivibile all'andamento registrato nei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+1,8%). Il commercio al dettaglio non alimentare e quello alimentare hanno invece evidenziato dei cali pari a -3,8 e -1,8 per cento.

Per quanto riguarda il dato dimensionale, la variazione positiva che si è registrata nelle medie e grandi superfici (+1,2%) non ha compensato la contrazione delle piccole aree commerciali (-3,0%).

Previsioni

Il clima di fiducia degli imprenditori per i prossimi tre mesi resta negativo.

Per quanto riguarda gli ordini, il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione è risultato pari a -36,9 punti percentuali (era -41,2 p.p. nel trimestre precedente). Più sfavorevoli le previsioni per le vendite (-37,3 p.p., era -34,5 p.p. lo scorso trimestre). La differenza tra giudizi positivi e negativi per l'occupazione si è attestata a -8,9 punti percentuali (era -9,2 p.p. nel trimestre precedente), mentre sono attesi in ribasso i prezzi di vendita (-5,9 p.p. era -5,3 p.p. lo scorso trimestre).

Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).
 Il trimestre 2013

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.085 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).
 Il trimestre 2013

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordinativi ai fornitori	Occupazione
Gruppi merceologici				
Comm. al dettaglio alimentare	-34,3	5,7	-26,7	-1,6
Comm. al dettaglio non alimentare	-39,4	-10,9	-41,1	-11,1
Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-32,8	1,6	-30,9	-7,3
Tipologie distributive				
Piccola superficie (<400 mq)	-36,3	-6,0	-36,9	-7,7
Media e grande superficie (≥400 mq)	-40,8	-5,7	-37,2	-13,3
Totale	-37,3	-5,9	-36,9	-8,9

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.085 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 1.007 imprese rispondenti (su 5401 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 26 giugno e il 29 agosto 2013 dalla società di rilevazione Questlab sas. Il documento completo è disponibile su www.agcom.it.