



Unioncamere
Veneto



veneto
congiuntura

Andamento e previsioni dell'economia regionale

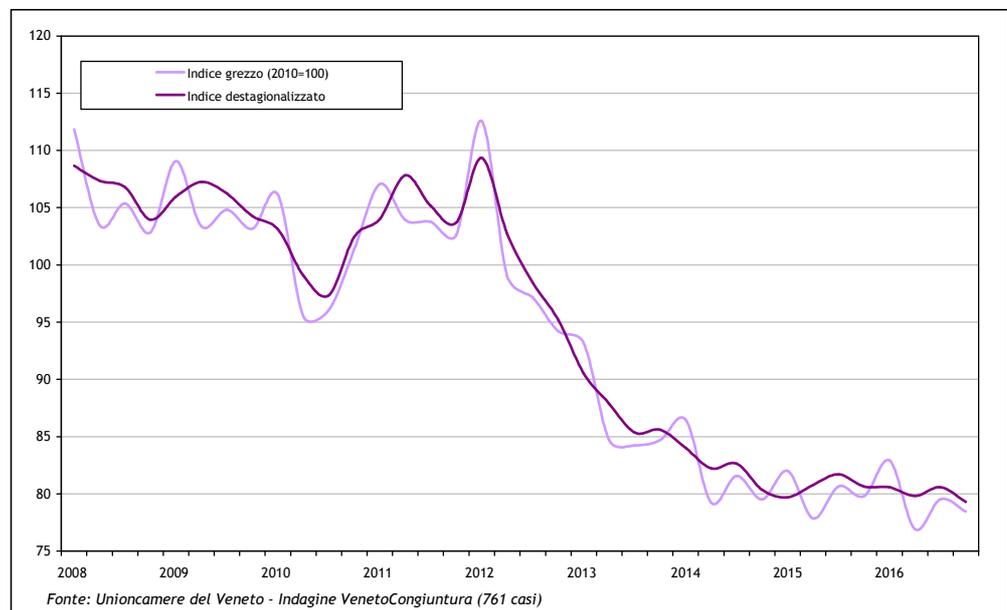
2 dicembre 2016

Flash Commercio 3.2016

Veneto. Indice regionale delle vendite al dettaglio (dati grezzi e destagionalizzati) I trimestre 2008 – III trimestre 2016

Nel terzo trimestre 2016, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, **le vendite al dettaglio hanno evidenziato una variazione nulla** rispetto al corrispondente periodo del 2015. Rispetto al trimestre precedente **l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio ha invece registrato una diminuzione del -1,4 per cento** (-1,6% il dato congiunturale grezzo).

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, realizzata da **Unioncamere Veneto** in collaborazione con Confcommercio Veneto, è stata effettuata su un campione rinnovato di 761 imprese con almeno 3 addetti (in appendice la nota metodologica).



Secondo le categorie merceologiche, la dinamica delle vendite è ascrivibile alla variazione negativa del fatturato del commercio al dettaglio non alimentare (-1,1%) bilanciata dall'andamento positivo dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,7%) e del commercio al dettaglio alimentare (+0,6%).

Sotto il profilo dimensionale gli esercizi di piccola superficie (<400 mq) hanno registrato una variazione negativa del -1,8 per cento mentre quelli di media e grande superficie (≥400 mq) hanno evidenziato una tendenza positiva del +0,5 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
[twitter@Venetocong](https://twitter.com/Venetocong)

Gli altri indicatori

Prezzi di vendita

Rispetto al corrispondente periodo del 2015, i prezzi di vendita hanno segnato una lieve aumento, pari a +0,1 per cento.

Per quanto riguarda i gruppi merceologici, l'aumento dei prezzi ha riguardato il commercio al dettaglio con variazioni pari a +0,5 per cento per quello non alimentare e a +0,2 per cento per quello alimentare. Al contrario, i supermercati, gli ipermercati e i grandi magazzini hanno registrato una lieve diminuzione (-0,1%).

Sotto il profilo dimensionale le imprese più piccole hanno evidenziato una variazione in aumento del +0,5 per cento mentre le medie e grandi aree commerciali hanno segnato una variazione nulla.

Ordinativi ai fornitori

La dinamica degli ordinativi ai fornitori è tornata in aumento del +0,6 per cento rispetto allo scorso trimestre dell'anno precedente (era -0,3%).

Sotto il profilo merceologico, la variazione positiva è ascrivibile principalmente alla dinamica registrata dai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+2,1%), seguiti dal commercio al dettaglio alimentare (+0,2%). Il commercio al dettaglio non alimentare ha invece registrato un trend negativo pari a -1,4 per cento. A livello dimensionale, l'aumento dei ordinativi ha riguardato le medie e grandi superfici di vendita che hanno fatto rilevare un aumento del +1,5 per cento mentre le aree commerciali più piccole hanno registrato una diminuzione del -2,3 per cento.

Occupazione

L'occupazione ha registrato un aumento del +1,6 per cento rispetto al corrispondente periodo del 2015 confermando la dinamica positiva dello scorso trimestre (+0,7%).

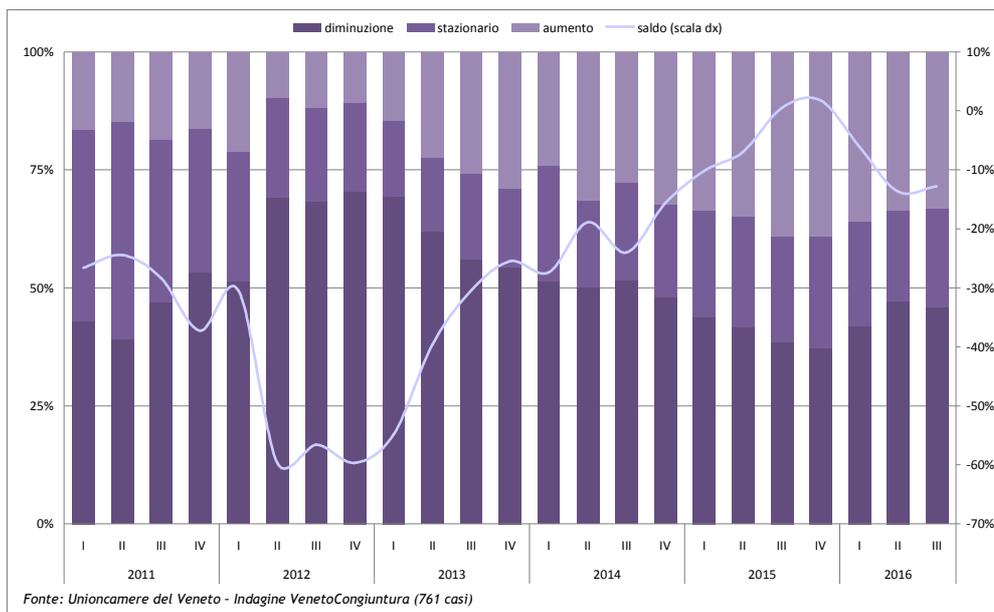
L'aumento è ascrivibile al comparto dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini che hanno evidenziato una variazione pari a +3,3 per cento. Al contrario il commercio al dettaglio non alimentare e quello alimentare hanno registrato dinamiche negative, rispettivamente pari a -0,5 e -0,1 per cento.

A livello dimensionale l'occupazione ha registrato un aumento nelle aree commerciali di media e grande dimensione (≥ 400 mq) (+2,8%) al contrario di quelle di piccola superficie (< 400 mq) con una diminuzione del -1 per cento.

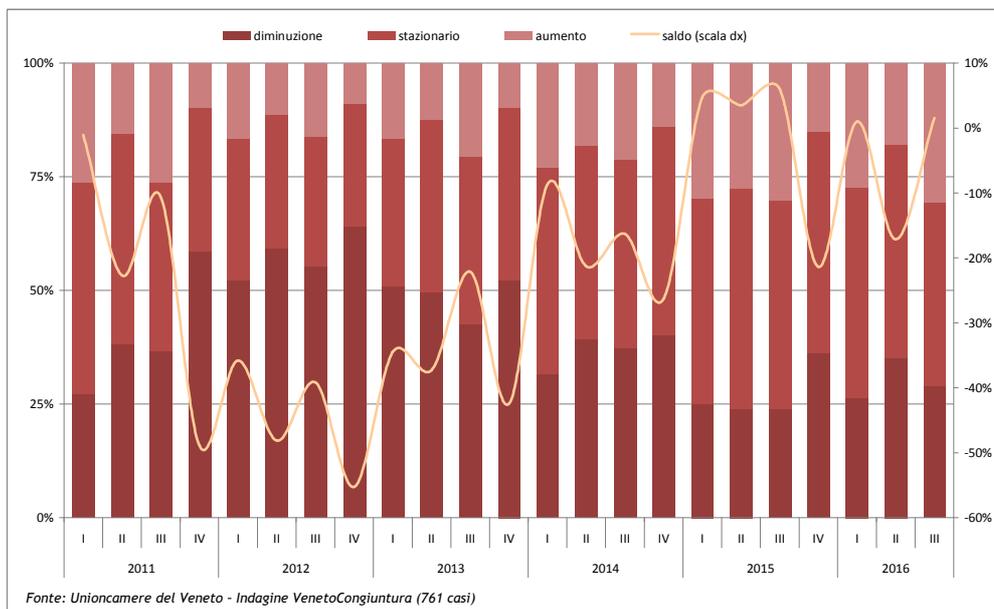
Previsioni

Il clima di fiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio appare in lieve miglioramento per i prossimi tre mesi. Il saldo tra coloro che prevedono un incremento e coloro che attendono una flessione del volume d'affari torna positivo con +1,6 punti percentuali (era -17,2 p.p. nel trimestre precedente). Migliora anche il saldo relativo agli ordini, pur rimanendo negativo, registrando -4,7 punti percentuali (erano -22 p.p.). Peggiora invece il saldo relativo all'occupazione che si attesta a -5,4 punti percentuali (erano -3,7 p.p.). Per quanto riguarda i prezzi di vendita, gli imprenditori si aspettano un aumento del +1,6 rispetto alle previsioni in ribasso dello scorso trimestre (erano -5 p.p.).

Veneto. Andamento tendenziale delle vendite al dettaglio (comp. % risposte e saldi).
I trimestre 2011 – III trimestre 2016



Veneto. Previsione a 3 mesi delle vendite al dettaglio (comp. % risposte e saldi).
I trimestre 2011 – III trimestre 2016



Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).
 III trimestre 2016

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (761 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).
 III trimestre 2016

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (761 casi)

Nota metodologica

A partire dal primo trimestre 2016 l'indagine *VenetoCongiuntura*, che ha l'obiettivo di monitorare con cadenza trimestrale l'andamento congiunturale e le previsioni delle imprese manifatturiere, costruzioni, commercio al dettaglio, è stata parzialmente revisionata.

Nel seguente prospetto si riportano le modifiche introdotte nell'indagine sulle imprese del **COMMERCIO AL DETTAGLIO**:

PRIMA (fino al IV trimestre 2015)	DOPO (dal I trimestre 2016)
<p>Universo di riferimento: imprese con almeno 3 addetti.</p> <p>Classi dimensionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Piccola superficie (<400 mq) • Media e grande superficie (≥400 mq) <p>Campione: 1.200 imprese. Campionamento di tipo non proporzionale, per fornire una certa rappresentatività delle stime anche per gli strati relativamente meno numerosi.</p> <p>Significatività delle stime: 3 gruppi merceologici a livello regionale, 3 gruppi merceologici a livello provinciale.</p>	<p>Universo di riferimento: invariato</p> <p>Classi dimensionali: modalità invariate</p> <p>Campione: 600 imprese. Campionamento con metodo di allocazione ottimale di Neyman (che ripartisce gli elementi campionari tenendo conto della numerosità e della variabilità di ogni strato) corretto sulla base di un errore campionario massimo il più omogeneo possibile.</p> <p>Significatività delle stime: 3 gruppi merceologici a livello regionale. Solo il dato totale a livello provinciale.</p>