

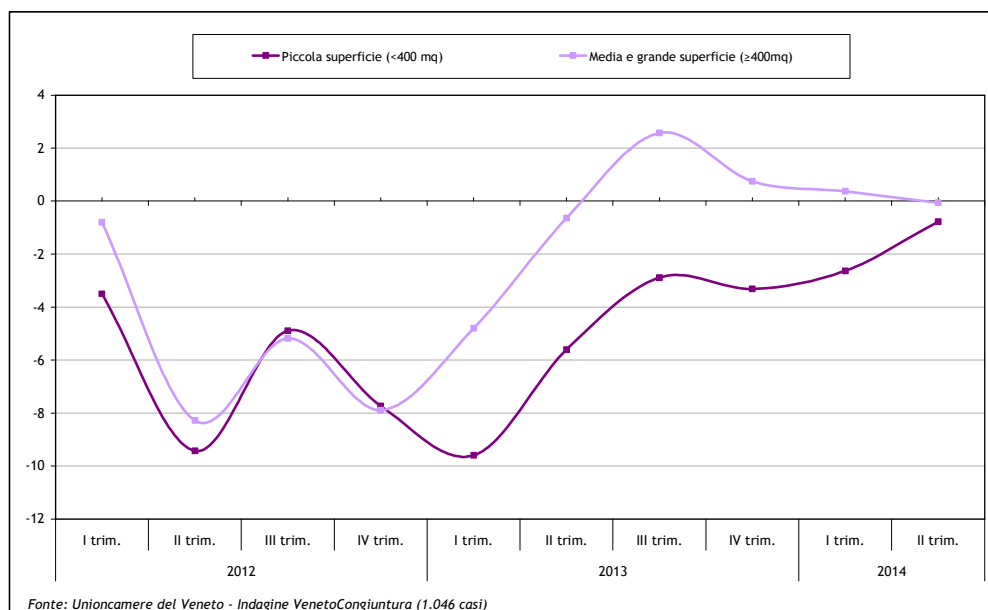


# Flash Commercio 2.2014

Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia distributiva. I trim. 2012 - II trim. 2014 (var.% su trimestre anno prec.)

Nel secondo trimestre 2014, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, le vendite al dettaglio hanno registrato una flessione del **-0,3 per cento** rispetto allo stesso periodo del 2013, in linea con lo scorso trimestre (era -0,5%). Diversamente, le previsioni degli imprenditori del settore per i prossimi tre mesi risultano in netto peggioramento.

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, realizzata da Unioncamere del Veneto, è stata effettuata su un **campione di 1.046 imprese** con almeno 3 addetti.



La dinamica negativa dei consumi è ascrivibile alla categoria del commercio al dettaglio specializzato non alimentare (-3,2%). Il commercio al dettaglio alimentare e i supermercati, ipermercati e grandi magazzini hanno invece evidenziato dinamiche positive con variazioni pari a +3,8 e +1,4 per cento su base annua.

Sotto il profilo dimensionale, le vendite al dettaglio hanno mostrato una performance negativa più accentuata negli esercizi di piccola dimensione (<400 mq), che hanno registrato un calo del -0,8 per cento, rispetto alle medie e grandi superfici (>400 mq) (-0,1%).

**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 2013, i prezzi di vendita hanno indicato una diminuzione del -0, per cento, al contrario dello scorso trimestre (+0,5%).

Per quanto riguarda i gruppi merceologici, i prezzi sono diminuiti del -1 per cento per il commercio al dettaglio non alimentare mentre segnano un aumento per il commercio al dettaglio alimentare (+0,8%) e per i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,2%).

Sotto il profilo dimensionale l'indicatore è risultato in diminuzione per la piccola superficie di vendita (-0,5%) mentre i prezzi sono rimasti sostanzialmente stabili per le medie e grandi aree commerciali (-0,1%).

### Ordinativi ai fornitori

In linea con il fatturato, gli ordinativi ai fornitori hanno evidenziato una dinamica negativa con una variazione pari al -1,3 per cento su base annua (era -1,2% lo scorso trimestre).

Sotto il profilo merceologico la dinamica è risultata particolarmente negativa nel commercio al dettaglio non alimentare (-2,8%) seguito dai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-0,5%). In aumento gli ordinativi nel commercio al dettaglio alimentare con una variazione del +1,3 per cento.

La dinamica negativa è generalizzata a tutte le dimensioni d'impresa: le medie e grandi superfici ( $\geq 400$  mq) hanno segnato un calo del -1,4 per cento e le aree commerciali di piccola dimensione ( $< 400$  mq) del -1,2 per cento.

### Occupazione

L'occupazione ha registrato una contrazione del -1,6 per cento su base annua, più alta di quella rilevata lo scorso trimestre (-0,4%).

La flessione occupazionale è ascrivibile soprattutto ai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-3,4%), seguiti dal commercio al dettaglio non alimentare (-0,2%). Il commercio specializzato alimentare ha invece registrato una variazione positiva pari a +3,2 per cento.

A livello dimensionale, le aree commerciali di media e grande superficie ( $\geq 400$  mq) hanno accusato una contrazione più marcata (-1,7%) rispetto alle strutture commerciali di piccola dimensione ( $< 400$  mq) (-1,5%).

### Previsioni

Peggiora, in modo marcato, il clima di fiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio per i prossimi tre mesi.

I saldi tra coloro che prevedono un aumento e coloro che credono in una diminuzione degli ordini e del volume d'affari si sono attestati rispettivamente a -23,2 e -21,3 punti percentuali (erano -15,3 p.p. e -8,7 p.p. nel trimestre precedente). La differenza tra giudizi positivi e negativi per l'occupazione si è attestata a -7,7 punti percentuali (era -3,9 p.p. nel trimestre precedente) mentre sono attesi in ribasso i prezzi di vendita (-7 p.p. era +0,1 p.p.).

Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).  
 Il trimestre 2014

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.046 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).  
 Il trimestre 2014

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordinativi ai fornitori	Occupazione
<b>Gruppi merceologici</b>				
Comm. al dettaglio alimentare	-20,1	-2,3	-20,8	-3,7
Comm. al dettaglio non alimentare	-19,3	-6,9	-23,8	-7,1
Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-28,4	-10,6	-23,0	-12,4
<b>Tipologie distributive</b>				
Piccola superficie (<400 mq)	-23,6	-7,1	-25,6	-8,3
Media e grande superficie (≥400 mq)	-13,8	-6,7	-15,2	-5,9
<b>Totale</b>	<b>-21,3</b>	<b>-7,0</b>	<b>-23,2</b>	<b>-7,7</b>

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.046 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 1.046 rese rispondenti (su 4.963 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 23 giugno e il 14 agosto 2014 dalla società di rilevazione Questlab sas. Il documento completo è disponibile su [www.agcom.it](http://www.agcom.it).