

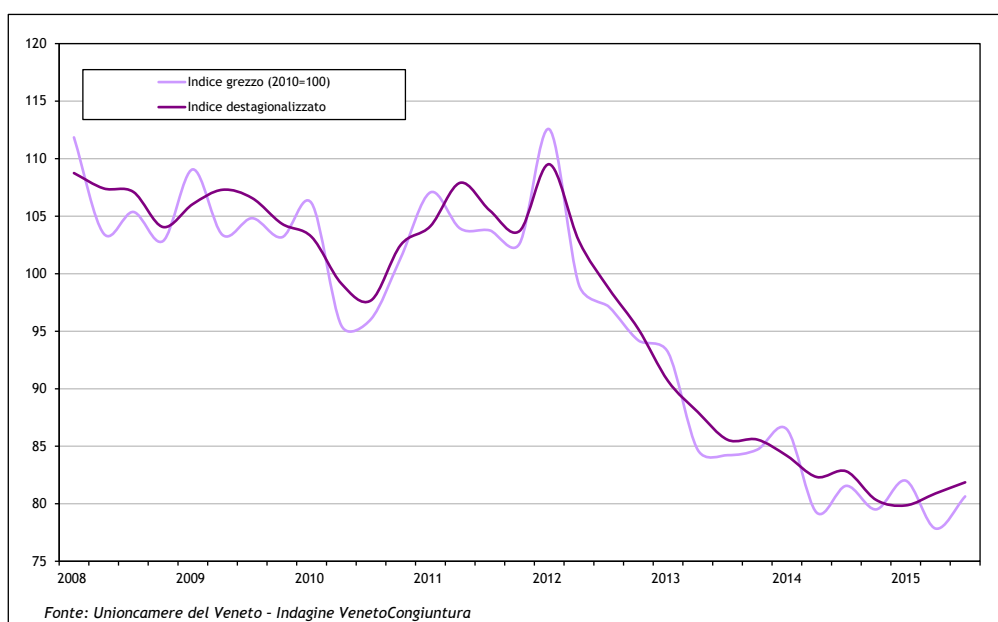


Flash Commercio 2.2015

Veneto. Indice regionale delle vendite al dettaglio (dati grezzi e destagionalizzati) I trimestre 2008 - II trimestre 2015

Nel secondo trimestre 2015, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, le vendite al dettaglio hanno registrato un aumento del **+2,7 per cento** rispetto al corrispondente periodo del 2014. Rispetto al trimestre precedente l'indice destagionalizzato delle vendite al dettaglio ha registrato un incremento dell'**1,2 per cento** (+3,6% 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 di **1.088 imprese** con almeno 3 addetti.



Il fatturato delle imprese del commercio mantiene nel secondo trimestre dell'anno il segno positivo, registrato nel primo trimestre 2015, dopo una performance media negativa, degli ultimi anni (-1,0% nel 2014 e -2,2% nel 2013).

La dinamica positiva delle vendite è ascrivibile a tutte le categorie del commercio, in particolare quella relativa ai supermercati, ipermercati e grandi magazzini che registra un +3,8 per cento su base annua. Più contenute le variazioni di fatturato relative al commercio al dettaglio alimentare e non alimentare, che hanno registrato rispettivamente +1,8 e +1,1 per cento.

Sotto il profilo dimensionale sono gli esercizi di medie e grandi superfici di vendita (≥ 400 mq) a mostrare una performance positiva, pari a +3,8 per cento, mentre quelli di piccola superficie (< 400 mq) hanno evidenziato una lieve tendenza negativa (-0,3%).

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

Gli altri indicatori

Prezzi di vendita

Rispetto al corrispondente periodo del 2014, i prezzi di vendita hanno segnato una lieve variazione positiva, pari a +0,3 per cento, in leggero rialzo rispetto al trimestre precedente (-0,5%).

Per quanto riguarda i gruppi merceologici, la performance positiva è ascrivibile alla dinamica dei prezzi registrata nel commercio alimentare, che ha registrato un +0,2 per cento e nei supermercati, gli ipermercati e i grandi magazzini (+0,5%). Al contrario il commercio non alimentare ha mostrato una tendenza dei prezzi in calo rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-0,2%).

Sotto il profilo dimensionale, l'indicatore è risultato in diminuzione per le piccole superfici di vendita (-0,2%) mentre il livello dei prezzi ha evidenziato un lieve incremento per gli esercizi di media e grande dimensione (+0,4%).

Ordinativi ai fornitori

In linea con il fatturato, gli ordinativi ai fornitori hanno mantenuto una dinamica positiva con una variazione pari al +0,3 per cento su base annua.

Sotto il profilo merceologico l'aumento degli ordini ha interessato il commercio alimentare, con una variazione dello 0,4 per cento e i supermercati, ipermercati e grandi magazzini, con una variazione pari a +1,0 per cento, al contrario il commercio al dettaglio non alimentare ha accusato una lieve flessione, pari a -0,5 per cento.

Per quanto riguarda il dettaglio dimensionale, le aree commerciali di media e grande dimensione (≥ 400 mq) hanno registrato un aumento degli ordinativi pari a +1,1 per cento, che ha bilanciato la contrazione rilevata negli esercizi di piccola superficie (< 400 mq), pari a -1,2 per cento.

Occupazione

L'occupazione ha registrato un aumento del +2,6 per cento su base annua, confermando la dinamica positiva rilevata lo scorso trimestre (+1,7%).

L'aumento è ascrivibile al comparto dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini, che hanno evidenziato una variazione pari a +5,2 per cento e del commercio specializzato alimentare, con un +4,1 per cento, mentre quello non alimentare ha registrato una dinamica negativa (-1,1%).

A livello dimensionale, le aree commerciali di media e grande dimensione (≥ 400 mq) hanno registrato un aumento del 4,6 per cento, a fronte della dinamica delle strutture di piccola superficie (< 400 mq) che hanno invece segnato una variazione del -0,8 per cento.

Previsioni

Si smorza il clima di fiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio per i prossimi tre mesi.

I saldi tra coloro che prevedono un incremento e coloro che attendono una flessione delle vendite torna negativo, anche se di poco, con -3,5 punti percentuali (erano +4,8 p.p. nel trimestre precedente). Peggiorano leggermente i saldi degli ordinativi e dell'occupazione (rispettivamente -9,7 e -3,2 p.p. erano -4,9 e -3,4 p.p. nel trimestre precedente) mentre prevale tra gli imprenditori le attese per un lieve rialzo dei prezzi di vendita (+0,8 p.p. era +3,1 p.p. nel trimestre precedente).

Veneto. Andamento tendenziale delle vendite al dettaglio (comp. % risposte e saldi). I trim. 2011 - II trim. 2015



Veneto. Previsione a 3 mesi delle vendite al dettaglio (comp. % risposte e saldi). I trim. 2011 - II trim. 2015



Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).
Il trimestre 2015

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.088 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).
Il trimestre 2015

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (1.088 casi)