

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

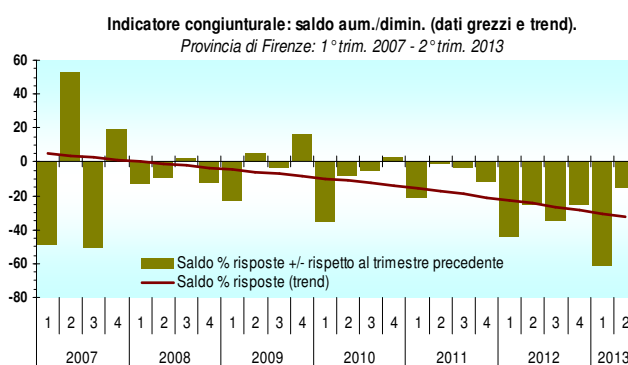
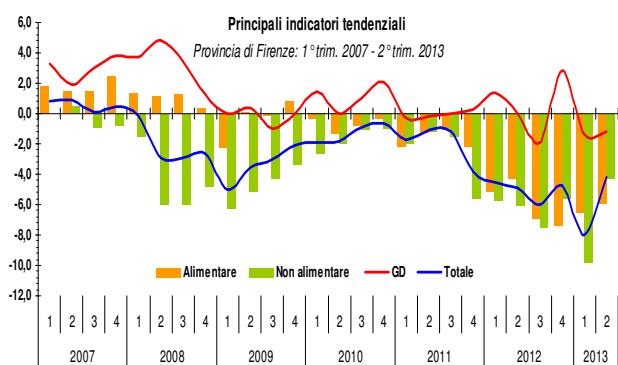
Si alleggerisce la tendenza recessiva sulle vendite del commercio al dettaglio. La flessione tendenziale riferita al secondo trimestre si porta al -4,2, dopo che aveva raggiunto l'8% a fine Marzo. In lieve calo la percentuale di imprese (11,6%) per le quali le giacenze sono risultate in aumento. Permangono tuttora seri motivi di preoccupazione in quanto ancora assai elevata la perdita del comparto alimentare (-5,9%), mentre sembra il comparto non alimentare quello che meglio è riuscito a contenere le perdite (da -9,8% a -4,3%). Restano però orientate verso il basso le previsioni a breve termine su andamento del fatturato (-13,2% il saldo tra aumenti e diminuzioni) e volume di ordinativi (-23,9%)\*.

### Provincia di Firenze - Indice del fatturato al dettaglio in sede fissa per settore merceologico e dimensione d'impresa Variazioni tendenziali 2° trim. 2013 / 2° trim. 2012

<b>Complesso attività al dettaglio</b>	<b>-4,2</b>
<b>Ipermercati, supermercati e grandi magazzini</b>	<b>-1,2</b>
<b>Settore di attività</b>	
<b>Alimentari</b>	<b>-5,9</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>-4,3</b>
di cui:	
- abbigliamento ed accessori	-5,6
- prodotti per la casa ed elettrodomestici	-4,9
- altri prodotti non alimentari	-3,3
<b>Tipo di esercizio</b>	
- Imprese di piccola distribuzione	-4,0
- Imprese di media distribuzione	-6,2
- Imprese di grande distribuzione	-3,7

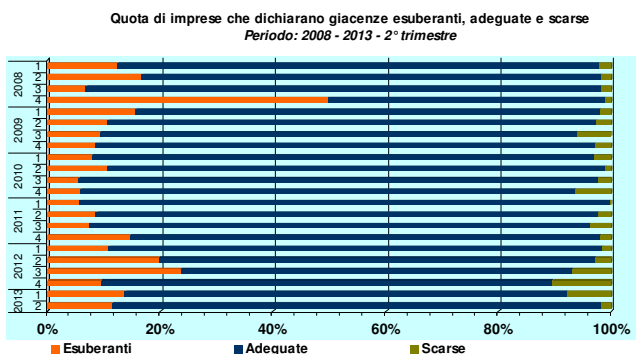
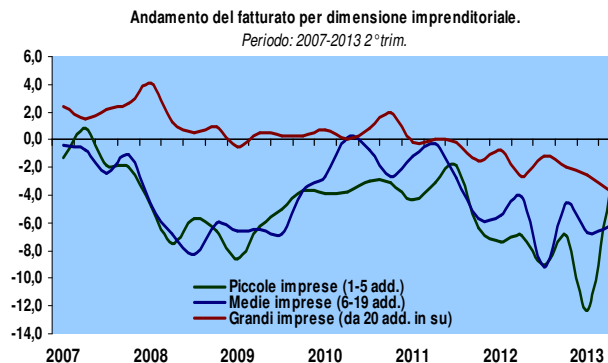
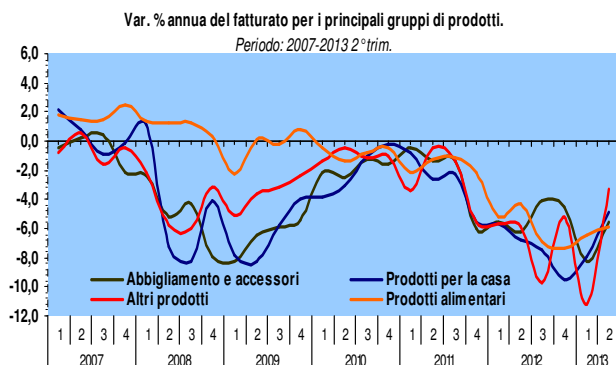
**Quadro generale** Il secondo trimestre del 2013 vede un timido tentativo di frenata rispetto alle dinamiche profondamente negative dei trimestri precedenti. L'indice del valore delle vendite al secondo trimestre chiude con una perdita del 4,2%. Siamo in presenza di un allentamento delle tensioni che, però, lascia sostanzialmente aperti i problemi circa la competitività del settore e la capacità di operare con margini sufficienti di redditività. Le specificazioni settoriali evidenziano ancora una forte criticità sul settore alimentare (-5,9% rispetto al -6,5% del primo trimestre), mentre il comparto specializzato non alimentare è quello che riesce a trarre maggior beneficio da questo allontanamento dai punti massimi della crisi dimezzando le perdite rispetto al consuntivo del trimestre precedente (da -9,8% a -4,3%). Stazionaria la situazione per il gruppo della grande distribuzione (ipermercati, supermercati e grandi magazzini), il quale chiude il trimestre con un -1,2% (-1,4% a fine marzo).

Il profilo più strettamente congiunturale riferito al trimestre da poco concluso, monitorato attraverso la distribuzione e il saldo delle opinioni espresse dagli operatori, vede ridimensionarsi la distanza tra coloro che hanno avuto un calo nel volume di affari rispetto al periodo immediatamente precedente e coloro che invece notano un aumento (-15p.p. contro -61 del primo trimestre); in realtà, però, un saldo positivo si ritrova solo per gli operatori della grande distribuzione (12,9p.p.), mentre è moderatamente negativo (-2,9p.p.) per le imprese di grande dimensione (con più di 19 addetti).



## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

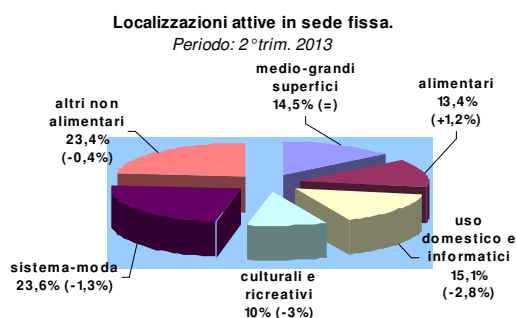
**La dimensione d'impresa** La struttura imprenditoriale, quindi, mantiene la sua importanza nella lettura delle dinamiche di fatturato delle imprese del commercio; più nello specifico, però, si osserva che il profilo 'diverso' di questa tornata si ritrova nell'evoluzione delle variazioni tendenziali, in netta decelerazione per le piccole imprese (da -12,3 a -4%) e, in misura minore, per le medie (da -6,7 a -6,2%), ma in aumento per le grandi (da -2,5% a -3,7%); su quest'ultimo dato può avere influito la poco brillante performance della gdo.



**I settori merceologici** Nel secondo trimestre i settori merceologici hanno avuto performance generalmente deboli, per quanto in decelerazione rispetto ai dati di consuntivo del primo trimestre 2013. Sono soprattutto gli esercizi specializzati in altri prodotti non alimentari ad abbattere le entità delle perdite, scendendo da -11,2 a -3,3%. Più contenute le variazioni riconducibili ad abbigliamento e accessori (da -8,3 a -5,6%) e prodotti per la casa ed elettrodomestici (da -7,9 a -4,9%).

**Giacenze a fine trimestre** Si ridimensiona di poco più di due punti percentuale, portandosi all'11,6%, la quota di imprese che denunciano un aumento delle loro giacenze, beneficiando così – almeno in parte – del rientro del tasso di variazione tendenziale negativo del fatturato rispetto allo scorso trimestre.

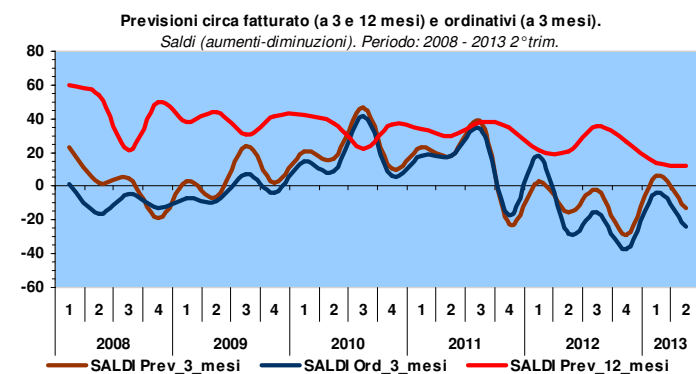
**La rete distributiva** Cala il numero complessivo delle localizzazioni attive nel settore distributivo in sede fissa (-1%); particolarmente penalizzati ancora una volta gli esercizi specializzati nel commercio non alimentare; al di fuori della rete fissa si conferma la crescita delle attività svolte in forma ambulante, che dal confronto coi dati di Giugno 2012 escono rafforzate del +2%, contribuendo così a limitare le perdite, oltreché delle attività svolte in sede fissa, anche di quelle riconducibili al settore motori (incluse però anche le attività di riparazione: -2%) e all'intermediazione commerciale (ingrosso ed altri: -1%).



Ramo merceologico	Valori assoluti	Quota %
Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli	2.708	8,2%
Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)	12.066	36,6%
<b>Dettaglio in sede fissa, ripartiti tra</b>	<b>14.241</b>	<b>43,3%</b>
medio-grandi superfici	2.058	14,5%
alimentari	1.910	13,4%
uso domestico, informatici	2.153	15,1%
culturali e ricreativi	1.424	10,0%
sistema-moda	3.364	23,6%
altri non alimentari	3.332	23,4%
Ambulanti + altre forme di vendita	3.912	11,9%
<b>TOTALE</b>	<b>32.927</b>	<b>100,0%</b>

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

**Aspettative** Le indicazioni in termini di aspettative e previsioni non lasciano però spazio all'ottimismo; tende ad accentuarsi la distanza tra coloro che prevedono un aumento del proprio fatturato per il periodo



estivo e coloro che viceversa ne prefigurano un calo; particolarmente marcato il pessimismo relativo all'andamento degli ordinativi per i tre mesi successivi al periodo dell'indagine, segno sia di una chiara percezione di debolezza del clima economico, sia (forse) di una necessità di svuotare i magazzini dalle giacenze o di non procedere ad una loro accumulazione che potrebbe poi rivelarsi di difficile gestione. Stabili gli orientamenti espressi sull'arco dei dodici mesi: il saldo tra aumenti e diminuzioni si mantiene intorno ai 13p.p., in linea col dato raccolto a fine Marzo, ma ben distante dai 26p.p. di fine Dicembre, segno ulteriore che

ancora il settore è pervaso da un forte e – sembra consolidato – senso di sfiducia nelle opportunità offerte dai mercati.

### Fatturato al dettaglio in sede fissa

Periodo	piccole imprese di distribuzione (1-5 addetti)	medie imprese di distribuzione (6-19 addetti)	grandi imprese di distribuzione (da 20 add. e oltre)	Abbigliamento ed accessori	Prodotti per la casa ed elettrodomestici	Altri prodotti non alimentari	Alimentari (escl. GD)	Totale
<b>2008</b>								
I trim.	-4,8	-4,7	4,1	-2,4	1,1	-2,2	1,4	-0,2
II trim.	-7,5	-6,8	1,3	-5,2	-7,2	-5,8	1,2	-2,9
III trim.	-5,7	-8,3	0,5	-4,3	-8,3	-6,0	1,3	-2,9
IV trim.	-6,6	-6,0	0,9	-8,0	-4,1	-3,2	0,4	-2,7
<b>2009</b>								
I trim.	-8,6	-6,6	-0,5	-8,3	-7,8	-5,1	-2,3	-5,0
II trim.	-6,3	-6,5	0,5	-6,5	-8,3	-3,6	0,1	-3,5
III trim.	-5,0	-6,8	0,3	-5,9	-5,8	-3,2	-0,2	-3,0
IV trim.	-3,7	-3,7	0,3	-5,4	-4,0	-2,4	0,8	-2,1
<b>2010</b>								
I trim.	-3,9	-2,6	0,7	-2,1	-3,8	-1,4	-0,4	-1,9
II trim.	-3,8	0,2	0,1	-2,5	-3,1	-0,4	-1,4	-1,8
III trim.	-3,0	-0,7	0,8	-1,2	-1,0	-1,1	-0,8	-0,9
IV trim.	-3,1	-2,7	2,0	-1,6	-0,2	-1,0	-0,4	-0,6
<b>2011</b>								
I trim.	-4,3	-1,2	-0,1	-0,4	-0,8	-3,4	-2,2	-1,7
II trim.	-3,1	-0,3	0,1	-1,4	-2,6	-0,5	-1,3	-1,1
III trim.	-1,9	-2,8	-0,2	-1,4	-2,3	-1,4	-1,1	-1,2
IV trim.	-6,3	-5,7	-1,5	-6,0	-5,5	-5,5	-2,2	-3,8
<b>2012</b>								
I trim.	-7,4	-5,5	-0,7	-5,5	-5,7	-5,7	-5,2	-4,5
II trim.	-6,9	-4,1	-2,7	-6,2	-6,8	-5,9	-4,3	-4,9
III trim.	-9,1	-9,2	-1,2	-4,1	-7,5	-9,7	-6,9	-6,0
IV trim.	-6,9	-4,6	-2,0	-4,5	-9,5	-5,2	-7,4	-4,7
<b>2013</b>								
I trim.	-12,3	-6,7	-2,5	-8,3	-7,9	-11,2	-6,5	-8,0
II trim.	-4,0	-6,2	-3,7	-5,6	-4,9	-3,3	-5,9	-4,2

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Localizzazioni attive nel commercio al dettaglio – periodo: 1° trimestre 2013

Sezione e divisione ATECO	Descrizione della categoria	Valori assoluti	Var. a/a
G 45	45 <b>Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli</b>	2.710	-1,1%
G 46	46 <b>Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)</b>	12.009	-0,9%
	47 comm. dett. non specificato	96	6,7%
	471 <b>esercizi non spec.</b>	1.968	1,5%
	471 esercizi non spec.	4	-
	4711 alimentari	1.519	1,1%
	4719 altri esercizi non spec.	445	2,8%
	<b>COMMERCIO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI</b>		
	472 <b>alimentari, bevande e tabacco</b>	1.873	-0,7%
	472 esercizi specializzati	65	-3,0%
	4721 frutta e verdura	248	-5,7%
	4722 carni	419	0,0%
	4723 pesci	46	9,5%
	4724 pane e past.	201	-4,3%
	4725 bevande	175	1,2%
	4726 tabacco	526	0,0%
	4729 altri alimentari	193	3,8%
	473 <b>carburante per autotrazione</b>	378	-0,3%
	474 <b>apparecchiature informatiche e per le tlc</b>	285	0,4%
	4741 computer, unità periferiche...	120	0,0%
	4742 apparecchiature per le tlc	155	0,6%
	4743 apparecchiature audio e video	10	0,0%
	475 <b>altri prodotti per uso domestico</b>	1.867	-4,0%
	475 attività nca	17	-22,7%
	4751 prodotti tessili	353	-4,1%
	4752 ferramenta, vernici, vetro piano e materiale per	691	-2,8%
	4753 tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti	36	-7,7%
	4754 elettrodomestici - TV	21	-19,2%
	4759 mobili e articoli per l'illuminazione e altri art.per	749	-3,7%
	476 <b>articoli culturali e ricreativi</b>	1.430	-2,3%
	476 attività nca	23	-11,5%
	4761 libri	173	-6,0%
	4762 giornali e articoli di cartoleria	807	-1,6%
	4763 registrazioni musicali e video	19	-17,4%
	4764 articoli sportivi	272	-2,5%
	4765 giochi e giocattoli	136	3,0%
	477 <b>Altri prodotti</b>	6.281	-1,0%
	477 attività nca	20	0,0%
	4771 articoli di abbigliamento	2.595	-1,1%
	4772 calzature e articoli in pelle	776	2,1%
	4773 medicinali	358	3,2%
	4774 articoli medicali e ortopedici	80	3,9%
	4775 cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	404	-1,2%
	4776 fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestic	411	-2,6%
	4777 orologi e articoli di gioielleria	408	-4,0%
	4778 altri prodotti	996	-2,6%
	4779 articoli di seconda mano	233	-1,7%
	<b>ALTRE FORME</b>		
	478 <b>Ambulanti</b>	3.280	2,9%
	479 <b>Al di fuori di negozi, banchi e mercati</b>	603	9,2%
	<b>TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>18.061</b>	<b>0,0%</b>
	<b>Comm. settore motoristico + ingrosso + dettaglio</b>	<b>32.780</b>	<b>-0,4%</b>

PER INFORMAZIONI: UO STATISTICA E PREZZI  
Volta dei Mercanti, 1 c/o Palazzo Borsa Merci  
50122 - FIRENZE

[www.fi.camcom.gov.it](http://www.fi.camcom.gov.it) - [statistica@fi.camcom.it](mailto:statistica@fi.camcom.it) [silvio.calandi@fi.camcom.it](mailto:silvio.calandi@fi.camcom.it)

TEL. 055-2981.213/214 - FAX: 055-2981.209