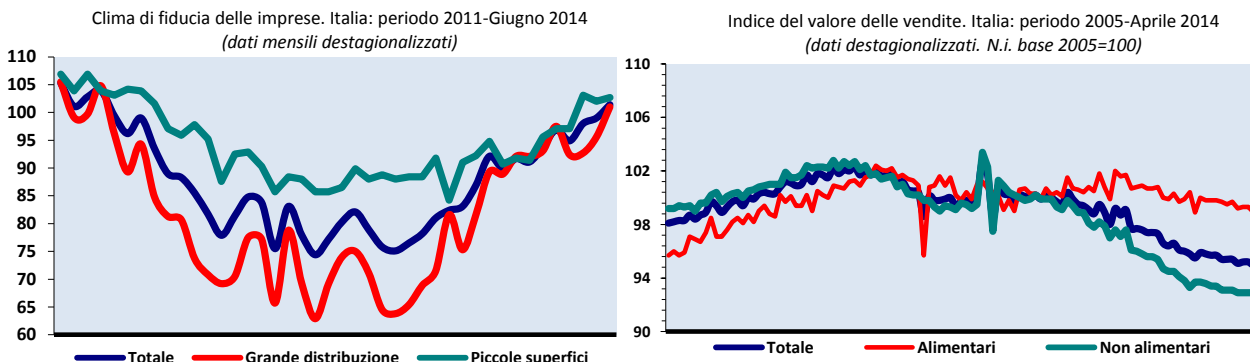


NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

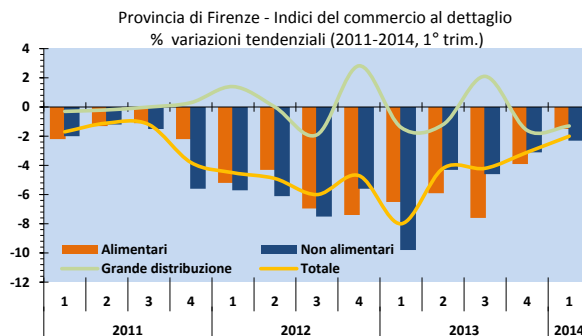
Il primo trimestre si apre all'insegna di un rallentamento nelle perdite su base tendenziale, che passa al -2%. Purtuttavia non si notano ancora segnali positivi nei comparti indagati in maniera specifica dalla rilevazione.*



Quadro generale In ambito nazionale i dati Istat riferiti ai primi 4 mesi dell'indice del valore delle vendite e ai primi 6 mesi per quanto attiene il clima di fiducia delle imprese al commercio, tracciano un quadro che vede un mercato ancora al di sotto dei livelli del 2005 (fatta eccezione il posizionamento appena in linea del ramo alimentare) e un atteggiamento degli operatori in lieve recupero rispetto ai periodi immediatamente precedenti, anche se il miglioramento nel *sentiment* registratosi nei primi mesi del 2014 (soprattutto per le imprese di grande distribuzione) è dovuto più a fattori legati alle aspettative sulle vendite correnti, che non su quelle future, segno che ancora non si colgono elementi sufficientemente forti e stabili da permettere un giudizio positivo sulle prospettive evolutive delle condizioni di mercato nel breve-medio periodo.

Provincia di Firenze - Indice del fatturato al dettaglio in sede fissa per settore merceologico e dimensione d'impresa
Variazioni tendenziali 1° trim. 2014 / 1° trim. 2013

Insieme delle attività al dettaglio	-2,0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	-1,3
Settore di attività	
Alimentari	-1,5
Non alimentari	-2,3
- abbigliamento ed accessori	-2,8
di cui: - prodotti per la casa ed elettrodomestici	-2,0
- altri prodotti non alimentari	-2,1
Tipo di esercizio	
- Imprese di piccola distribuzione	-3,2
- Imprese di media distribuzione	-1,0
- Imprese di grande distribuzione	-0,9



Quadro provinciale In questo contesto, pur rimanendo comunque assai difficili le condizioni in cui si trovano a operare molte piccole e piccolissime imprese di questo settore, si è attenuata la perdita su base tendenziale registrata globalmente (da -3,1% del quarto trimestre 2013 al -2% del primo trimestre 2014); si tratta della quarta discesa consecutiva, segno che si sta andando in direzione di una certa stabilizzazione che viene, però, dopo una serie pluriennale di cali. Il settore alimentare sembra aver superato le forti recessioni del 2013, scendendo da -3,9% a -1,5% (nello stesso periodo del 2013 l'arretramento era stato di 6,5p.p.). In rientro dalle tensioni negative di inizio 2013 anche il settore non alimentare (da -9,8% a -2,3%), mentre diversa appare la situazione per gli esercizi della grande distribuzione organizzata che ancora perdono 1,3p.p, beneficiando solo in parte della decelerazione nelle perdite del comparto. Il motivo può essere rintracciato da una parte, nel fatto che le perdite di questo settore erano state in passato assai più contenute rispetto agli operatori specializzati e, dall'altra, nell'atteggiamento di spesa dei consumatori, le cui politiche di spesa e la composizione dei carrelli di vendita si erano già abbastanza strutturati e orientati verso un atteggiamento più cauto. Migliora, pur rimanendo negativo, il saldo tra aumenti e diminuzioni espressi

NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

dagli operatori rispetto all'andamento su base congiunturale del trimestre (-12,5, rispetto a -61,5 del primo trimestre 2013).

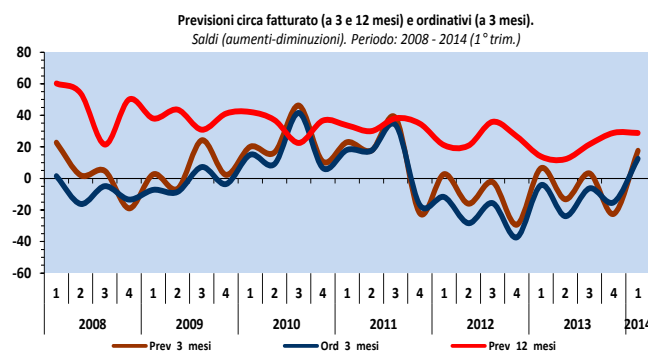
Dimensione d'impresa e settori merceologici Nel primo trimestre non si è interrotta la diminuzione delle perdite per media e grande impresa di distribuzione, diversamente dalla piccola che invece "ruba" solo sei decimi di punto al -3,8% di fine anno, segno che le condizioni di mercato appaiono ancora avverse a un rientro su binari di 'normalità'. Sul versante settoriale si registrano ovunque cali superiori ai 2 p.p. (abbigliamento e accessori: -2,8%, prodotti per la casa ed elettrodomestici: -2%, altri prodotti: -2,1). La decelerazione maggiore ha riguardato proprio i beni durevoli legati al sistema casa.

Giacenze a fine trimestre Quasi come in un moto ondulatorio, cala di nuovo al 10,6% la quota di imprese per le quali le giacenze sono in aumento; allo stesso tempo cresce di 10p.p. la fetta di imprese per le quali esse restano stabili, riducendosi al 2,2% la quota per le quali sono in calo. In generale il primo trimestre ha permesso quindi di non aggravare il quadro delle scorte; probabilmente si è fatto ricorso ai magazzini attingendo alle riserve che si erano create a fine anno coi resti delle vendite natalizie.

La rete distributiva Grazie alla crescita in termini numerici delle attività di commercio svolte sotto altre forme (ambulante e al di fuori dei negozi), il commercio al dettaglio tiene complessivamente i propri livelli rispetto allo stesso periodo dello scorso anno (+0,2%). Per quanto attiene la rete distributiva, a un lieve calo su base annua (-0,4%), si affianca una flessione di 1,1p.p. rispetto allo scorso trimestre. Su base annua si conferma la battuta d'arresto delle medie e grandi strutture di vendita (-1,7%), mentre arretrano anche gli esercizi specializzati in prodotti informatici e di uso domestico (-1,6%) e di natura culturale-ricreativa (-4%); in crescita il numero di esercizi specializzati in beni alimentari (+2,8%), incremento che è trainato soprattutto dagli esercizi che commercializzano prodotti in tabacco (generi di monopolio) e altri alimentari.

Aspettative Non si registrano variazioni particolari sull'evoluzione nei dodici mesi, salvo la quasi totale scomparsa di coloro che prevedono di uscire dal mercato. Rispetto a come evolveranno, invece, gli ordinativi nel corso del secondo trimestre, si percepisce un profilo moderatamente più ottimista rispetto a quello emerso nello stesso periodo dell'anno scorso, con un saldo tra aumenti e diminuzioni che passa da -4,2p.p a +12,5p.p. In recupero anche il saldo aumenti/diminuzioni inerente le prospettive per il trimestre successivo (+17,6p.p.), dato che evidenzia un sensibile miglioramento rispetto ai dati riferiti allo stesso periodo dello scorso anno.

Periodo	Saldi aumenti/diminuzioni		
	Previsioni a 3 mesi	Ordinativi a 3 mesi	Previsioni a 12 mesi
2011			
I trim.	23,0	18,1	33,6
II trim.	17,6	17,6	30,0
III trim.	38,4	33,8	38,1
IV trim.	-22,2	-16,9	34,7
2012			
I trim.	2,7	-11,8	21,1
II trim.	-16,0	-28,4	20,7
III trim.	-2,3	-15,7	35,9
IV trim.	-29,3	-37,3	26,6
2013			
I trim.	6,5	-4,2	13,9
II trim.	-13,2	-23,9	12,2
III trim.	3,2	-6,3	21,6
IV trim.	-22,4	-15,1	28,9
2014			
I trim.	17,6	12,5	28,8



NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO
APPENDICE STATISTICA
Localizzazioni attive nel commercio al dettaglio – periodo: 1° trimestre 2014

Sezione e divisione ATECO	Descrizione della categoria	Valori assoluti	Var. a/a
G 45	Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli	2.658	-1,9%
G 46	Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)	11.979	-0,2%
	COMMERCIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI		
	comm. dett. non specificato	88	-8,3%
	esercizi non spec.	1.941	-1,4%
	esercizi non spec.	4	-
	alimentari	1.512	-0,5%
	altri esercizi non spec.	425	-4,5%
	COMMERCIO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI		
	alimentari, bevande e tabacco	1.925	2,8%
	esercizi specializzati	57	-12,3%
	frutta e verdura	250	0,8%
	carni	422	0,7%
	pesci	44	-4,3%
	pane e past.	204	1,5%
	bevande	175	0,0%
	tabacco	549	4,4%
	altri alimentari	224	16,1%
	carburante per autotrazione	378	0,0%
	apparecchiature informatiche e per le tlc	288	1,1%
	computer, unità periferiche...	116	-3,3%
	apparecchiature per le tlc	162	4,5%
	apparecchiature audio e video	10	0,0%
	altri prodotti per uso domestico	1.829	-2,0%
	attività nca	16	-5,9%
	prodotti tessili	338	-4,2%
	ferramenta, vernici, vetro piano e materiale per costr.	668	-3,3%
	tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti	34	-5,6%
	elettrodomestici - TV	31	47,6%
	mobili e articoli per l'illuminazione e altri art.per la casa	742	-0,9%
	articoli culturali e ricreativi	1.373	-4,0%
	attività nca	22	-4,3%
	libri	171	-1,2%
	giornali e articoli di cartoleria	782	-3,1%
	registrazioni musicali e video	20	5,3%
	articoli sportivi	246	-9,6%
	giochi e giocattoli	132	-2,9%
	Altri prodotti	6.297	0,3%
	attività nca	15	-25,0%
	articoli di abbigliamento	2.548	-1,8%
	calzature e articoli in pelle	787	1,4%
	medicinali	365	2,0%
	articoli medicali e ortopedici	77	-3,8%
	cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	403	-0,2%
	fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici...	414	0,7%
	orologi e articoli di gioielleria	412	1,0%
	altri prodotti	1.035	3,9%
	articoli di seconda mano	241	3,4%
	ALTRE FORME		
	Ambulanti	3.321	1,3%
	Al di fuori di negozi, banchi e mercati	652	8,1%
	TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	18.092	0,2%
	Comm. settore motoristico + ingrosso + dettaglio	32.729	-0,2%
G 47 commercio al dettaglio			

PER INFORMAZIONI:

 UO STATISTICA E STUDI - Volta dei Mercanti, 1 c/o Palazzo Borsa Merci
 50122 - FIRENZE

www.fi.camcom.gov.it - statistica@fi.camcom.it silvio.calandi@fi.camcom.it

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