

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Si conferma la tendenza al contenimento delle tensioni sul fronte commerciale, grazie soprattutto al recupero della grande distribuzione organizzata: dopo essere scesa di oltre 3p.p. lo scorso trimestre, nel terzo la perdita si mantiene sugli stessi livelli (-4,2%). Elevata (39%) la quota di imprese che ha subito un calo delle vendite su base congiunturale (contro un 40% di stazionari e un 21% di aumenti); prosegue (sia pur con minor slancio rispetto allo scorso trimestre) il calo della percentuale di imprese (10,7%) con giacenze in eccesso. Si inasprisce (-7,6%) la perdita del comparto alimentare, diversamente dal "non alimentare" dove, mediamente, essa si attesta al 4,6%. Nelle previsioni si trova una timida apertura di fiducia per l'ultimo trimestre dell'anno (+3,2%), mentre migliora il saldo (pur restando di segno negativo) tra aumenti e diminuzioni relative agli ordinativi (-6,3%)\*.

### Quadro generale

Il terzo trimestre segna un mantenimento delle perdite rispetto allo scorso periodo, confermando lo stesso dato del periodo Aprile-Giugno (-4,2%). Siamo in presenza di un tentativo di rientro dalle tensioni di inizio anno che, però, lascia ancora del tutto irrisolti i problemi

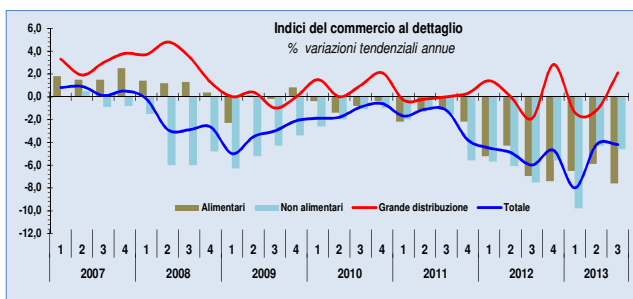
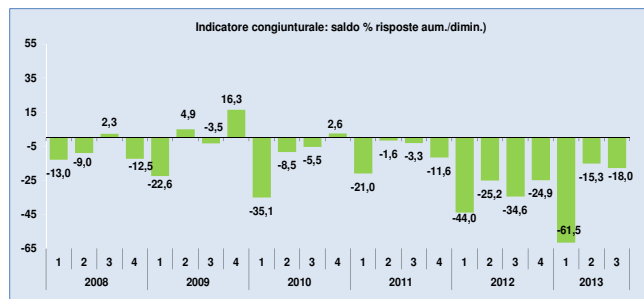
#### Provincia di Firenze - Indice del fatturato al dettaglio in sede fissa per settore merceologico e dimensione d'impresa Variazioni tendenziali 3° trim. 2013 / 3° trim. 2012

<b>Complesso attività al dettaglio</b>	<b>-4,2</b>
<b>Ipermercati, supermercati e grandi magazzini</b>	<b>2,1</b>
<b>Settore di attività</b>	
<b>Alimentari</b>	<b>-7,6</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>-4,6</b>
di cui: - abbigliamento ed accessori	-3,9
- prodotti per la casa ed elettrodomestici	-3,1
- altri prodotti non alimentari	-5,4
<b>Tipo di esercizio</b>	
- Imprese di piccola distribuzione	-6,8
- Imprese di media distribuzione	-3,3
- Imprese di grande distribuzione	-1,0

circa la competitività del settore e la capacità di operare con margini sufficienti di redditività. I dati puntuali per aree merceologiche evidenziano un nuovo peggioramento del comparto alimentare (-7,6% rispetto al -5,9% del secondo trimestre), mentre il comparto non alimentare non acuisce (se non di pochi decimi di punto) la propria posizione (-4,6%). Chi incamera una vera e propria svolta rispetto alle ultime mensilità è il gruppo della grande

distribuzione organizzata: ipermercati, supermercati e grandi magazzini tornano in area positiva con un incremento, rispetto allo stesso periodo del 2012, del 2,1%, recuperando così almeno in parte i due arretramenti della prima metà dell'anno.

Sul piano congiunturale il tono riferito dagli operatori è tuttora volto al negativo, prevalendo le risposte di chi ha subito una diminuzione (39%) rispetto a chi ha incassato un aumento (21%). Quanto meno per poco meno di due terzi degli operatori il terzo trimestre non ha visto un calo del valore delle vendite rispetto al periodo immediatamente precedente. Saldi positivi si ritrovano per la gdo (+ 13,1p.p.) e per le imprese di grande distribuzione (+ 13p.p.), forse perché operanti nel ramo della vendita di prodotti per la casa ed elettrodomestici (+ 15,7p.p.)



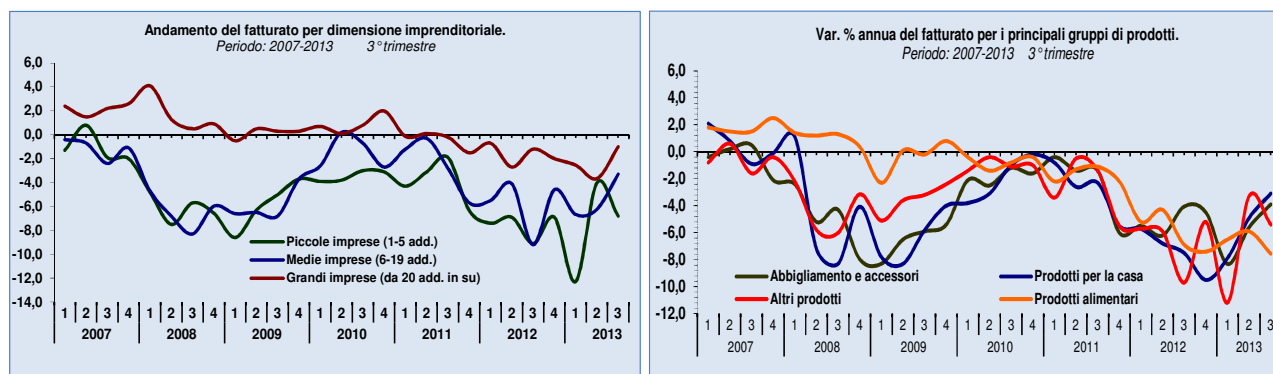
### Dimensione d'impresa e settori merceologici

Torna ad ampliarsi la perdita per le piccole imprese (da -4 a -6,8%), a differenza di medie e grandi realtà aziendali le quali, invece, si mostrano più reattive e pronte a intercettare le (scarse) opportunità offerta dal periodo; le medie scendono da -6,2 a -3,3% e le grandi da -3,7 a -1%.

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Preso atto dell'avanzamento della grande distribuzione organizzata, gli altri settori permangono ancora in un'area recessiva, sia pure con perdite più contenute rispetto a quelle registrate nei mesi scorsi. Costituisce un'eccezione la nuova accelerazione impressa alla discesa dei valori delle vendite dei beni alimentari in esercizi specializzati.

Se si leggono i dati annualizzati a partire dal 2011 (ovvero, per ogni trimestre la media degli ultimi quattro trimestri), si evidenzia una tendenza, che si sta materializzando generalmente a partire dalla fine del 2012, alla moderazione delle tensioni depressive che avevano invece connotato il 2011 e il 2012. Un rientro che non è ancora incisivo per la piccola distribuzione, e che non tocca molto la grande (la quale però ha spesso mantenuto in questi anni tassi di variazione migliori degli altri gruppi). Il rientro dalle punte negative di fine anno ha interessato tutti i settori non alimentari, in particolare quelli dei prodotti per la casa e gli altri beni. In controtendenza il consumo alimentare, con l'indice che sta arretrando sempre più velocemente, con un'accelerazione che si è concentrata nella seconda metà del 2012 e che ancora non pare aver esaurito i propri effetti.

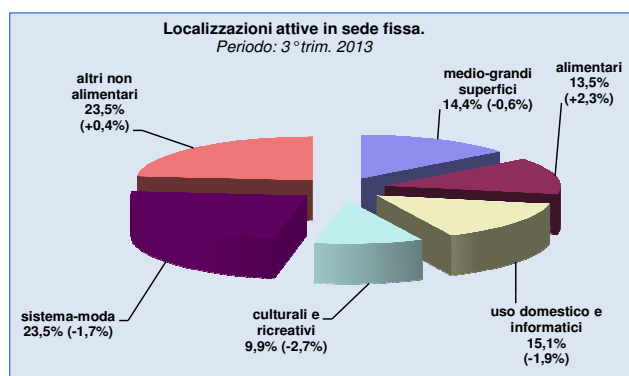


### Giacenze a fine trimestre

Dopo il deciso ridimensionamento dello scorso periodo, continua - ma con molto minor slancio - la discesa della quota di imprese per le quali la dimensione dei magazzini a fine periodo risulta in eccesso; adesso siamo al 10,7%; si è ulteriormente ampliata la fascia di imprese per le quali le giacenze appaiono stabili e adeguate ai volumi di affari correnti. Le rimanenze sono ritenute scarse (o in diminuzione) solo per il 5,2% degli operatori.

### La rete distributiva

Rallenta il calo delle localizzazioni attive nel settore distributivo in sede fissa (dal -1% dello scorso trimestre al -0,6% attuale); si blocca, dopo un lungo periodo di crescita, l'espansione delle medie e grandi strutture di vendita (-0,6%) e ulteriori penalizzazioni interessano i settori del non alimentare (articoli culturali e ricreativi -2,7%, articoli di abbigliamento -2,4%, orologerie -3,3%, ferramenta -2,1%, articoli sportivi -4%). Gli esercizi specializzati alimentari crescono del 2,3%, grazie soprattutto al contributo degli esercizi specializzati in tabacco e altri alimentari.



Ramo merceologico	Valori assoluti	Quota %
<b>Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli</b>	<b>2.690</b>	<b>8,1%</b>
<b>Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)</b>	<b>12.120</b>	<b>36,7%</b>
<b>Dettaglio in sede fissa, ripartiti tra</b>	<b>14.253</b>	<b>43,1%</b>
medio-grandi superfici	2.058	14,4%
alimentari	1.925	13,5%
uso domestico, informatici	2.152	15,1%
culturali e ricreativi	1.415	9,9%
sistema-moda	3.352	23,5%
altri non alimentari	3.351	23,5%
<b>Ambulanti + altre forme di vendita</b>	<b>3.972</b>	<b>12,0%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>33.035</b>	<b>100,0%</b>

## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Il 50,9% delle localizzazioni attive si trova all'interno del comune di Firenze; complessivamente nell'area metropolitana si trovano i 2/3 delle posizioni; seguono Empolese-Valdelsa (15,1%), Mugello-Montagna Fiorentina (9%), Chianti (4,6%) e Valdarno Fiorentino (4%). Rispetto ai dati medi provinciali, gli scostamenti maggiori si trovano per gli esercizi non specializzati e per la vendita di carburanti per autotrazione (più dispersi sul territorio) e per le apparecchiature informatiche e tlc (più presenti sul territorio empolesse).

### Localizzazioni attive nel settore del commercio al dettaglio in sede fissa. Periodo: 3° trimestre 2013

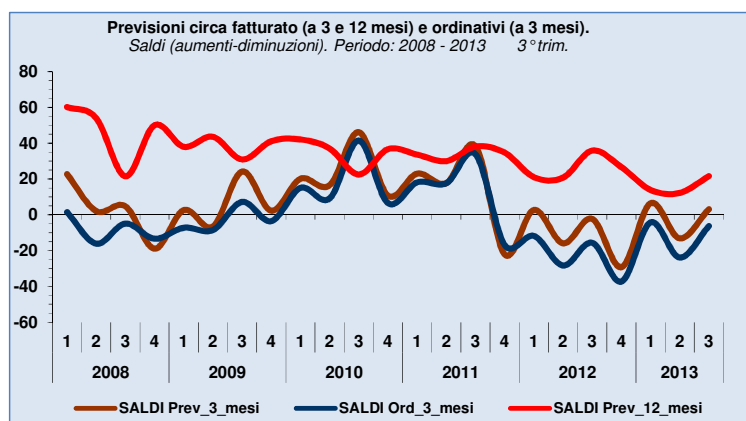
Area territoriale	Non specificato	esercizi non specia.	alimentari bevande e tabacco	carburante per autotrazione	apparecchi informatici e per le tlc	altri prodotti per uso domestico	articoli culturali e ricreativi	Altri prodotti	Totale	Peso %
Valori assoluti										
<b>Empolese-Valdelsa</b>	<b>18</b>	<b>323</b>	<b>279</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>329</b>	<b>186</b>	<b>883</b>	<b>2.152</b>	<b>15,1%</b>
Empolese	12	237	200	50	56	239	147	670	1.611	11,3%
Valdelsa	6	86	79	17	11	90	39	213	541	3,8%
<b>Mugello-Montagna F.na</b>	<b>1</b>	<b>214</b>	<b>175</b>	<b>46</b>	<b>20</b>	<b>207</b>	<b>122</b>	<b>502</b>	<b>1.287</b>	<b>9,0%</b>
Mugello	1	121	102	31	13	119	70	324	781	5,5%
Montagna Fiorentina	0	93	73	15	7	88	52	178	506	3,6%
<b>Chianti</b>	<b>2</b>	<b>107</b>	<b>128</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>111</b>	<b>54</b>	<b>226</b>	<b>656</b>	<b>4,6%</b>
Valdarno Superiore	1	73	99	19	7	93	48	226	566	4,0%
<b>Cintura metropolitana</b>	<b>72</b>	<b>1.247</b>	<b>1.244</b>	<b>222</b>	<b>195</b>	<b>1.117</b>	<b>1.005</b>	<b>4.490</b>	<b>9.592</b>	<b>67,3%</b>
<b>TOTALE PROVINCIA DI FIRENZE</b>	<b>94</b>	<b>1.964</b>	<b>1.925</b>	<b>376</b>	<b>295</b>	<b>1.857</b>	<b>1.415</b>	<b>6.327</b>	<b>14.253</b>	<b>100,0%</b>

L'organizzazione aziendale ha visto, poi, negli ultimi quattro anni una ricomposizione verso il basso (-2,3% le imprese attive con sede legale in provincia di Firenze), che ha penalizzato le società di persone (soprattutto quelle in nome collettivo: -7,8%) ed eroso l'imprenditoria individuale (-1,8%); crescono le società di capitali, ma grazie solo alla dinamica sostenuta delle società a responsabilità limitata, in particolare di quelle a socio unico; nello stesso periodo, si è registrata una forte espansione delle c.d. altre forme (passate da 19 a 81).

### Imprese attive in provincia di Firenze nel settore del commercio al dettaglio in sede fissa

Sedi attive per classe di natura giuridica	3° trimestre 2009		3° trimestre 2013	
	v.a.	comp.%	v.a.	comp.%
<b>Imprese individuali</b>	<b>5.120</b>	<b>55,8%</b>	<b>5.027</b>	<b>56,0%</b>
<b>Società di persone</b>	<b>2.889</b>	<b>31,5%</b>	<b>2.720</b>	<b>30,3%</b>
società in nome collettivo	1.660	57,5%	1.531	56,3%
società in accomandita semplice	1.229	42,5%	1.189	43,7%
<b>Società di capitali</b>	<b>1.098</b>	<b>12,0%</b>	<b>1.148</b>	<b>12,8%</b>
società a responsabilità limitata	1.066	97,1%	1.123	97,8%
società per azioni	32	2,9%	25	2,2%
<b>Altre forme</b>	<b>76</b>	<b>0,8%</b>	<b>81</b>	<b>0,9%</b>
<b>TOTALE (al netto delle società di fatto)</b>	<b>9.183</b>	<b>100,0%</b>	<b>8.976</b>	<b>100,0%</b>

**Aspettative** Gli operatori aprono cautamente all'ottimismo, lasciando prevalere, per 3,2p.p. gli aumenti sulle diminuzioni. Siamo ancora ben lontani dai saldi a due cifre registrati solo nel 2011 e negli anni passati, con riferimento al periodo natalizio, ma si tratta comunque di un segnale che va colto con favore e auspicio; guardando nel dettaglio, il contributo maggiore a questo orientamento non proviene né dal commercio di beni alimentari né dalla gdo, bensì dagli



## NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

operatori di articoli di abbigliamento (+17,9p.p) e dei prodotti per la casa ed elettrodomestici (+12,4p.p). Dovrebbe essere soprattutto la media distribuzione a beneficiare dell'incremento delle vendite previsto per fine anno. In recupero anche il saldo sugli ordinativi, che passa dal -23,9 di Giugno al -6,3 attuale, che attesta un miglioramento rispetto anche al dato dell'anno scorso (-15,7p.p.): certo anche in questo caso siamo però lontano dai saldi positivi a due cfire del 2010 o del 2011, ma è da apprezzare il tentativo di guardare con aspettative diverse al futuro prossimo. Per i prossimi dodici mesi, infine, il 27,6% degli operatori prevede di aumentare il proprio fatturato, distaccando di 21p.p. coloro che invece ne ipotizzano una diminuzione. Se, come in precedenza, andiamo ad osservare i dati annualizzati, vediamo che siamo al punto di minimo della fiducia a medio termine e che il cupo pessimismo dei primi due trimestri ha esercitato un potente effetto depressivo sulle aspettative del settore.

### COMMERCIO ALL'INGROSSO

*Le dinamiche dell'altro ramo del commercio, quello all'ingrosso, non sempre coincidono con quelle del dettaglio; in termini meramente numerici, il comparto ha tenuto nel corso degli ultimi quattro anni; può essere interessante vedere come sono andate le diverse specializzazioni; il calo maggiore lo hanno avuto le attività di vendita di altri macchinari, attrezzature e forniture (-6,7%), il legname e altri materiali da costruzione (-7,9%), i prodotti tessili (-9,6%), elettrodomestici, elettronica di consumo (-20,3%); tengono (nel loro insieme a livello di gruppo) le attività di ingrosso di prodotti alimentari, bevande e prodotti del tabacco (+2,9%), di beni di consumo finale (+1,1%) e di apparecchiature ict (+1%).*

#### Localizzazioni attive nel commercio all'ingrosso. Provincia di Firenze

Classe	Descrizione	3° trim.	3° trim.	Distr. % al 3° trim. 2013	Var. tendenziali
		2009	2013		
	MATERIE PRIME, AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI	200	207	3,8%	3,5%
	PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO	736	757	13,8%	2,9%
	BENI DI CONSUMO FINALI	2.642	2.671	48,9%	1,1%
	APPARECCHIATURE ICT	200	202	3,7%	1,0%
	ALTRI MACCHINARI, ATTREZZATURE E FORNITURE	638	595	10,9%	-6,7%
	SPECIALIZZATO DI ALTRI PRODOTTI	948	930	17,0%	-1,9%
	NON SPECIALIZZATO	68	104	1,9%	52,9%
<b>Totale attività commercio all'ingrosso</b>		<b>5.432</b>	<b>5.466</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,6%</b>

**NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO**
**APPENDICE STATISTICA**
**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
III trim.	-6,8	-3,3	-1,0	-3,9	-3,1	-5,4	-7,6	-4,2

**Previsioni sull'andamento degli ordinativi per il trimestre successivo e sull'andamento delle vendite nei dodici mesi successivi a quello di riferimento**

Orientamento delle imprese circa l'evoluzione della propria attività nei dodici mesi successivi a quello di riferimento					Previsioni relative agli ordinativi nel trimestre successivo a quello di riferimento		
Periodo	In sviluppo	Stabile	In diminuzione	Ritiro dal mercato	in sviluppo	stabili	in calo
<b>2011</b>							
I trim.	34,3	65,1	0,7	0,0	29,2	59,7	11,1
II trim.	32,2	65,5	2,2	0,2	31,5	54,6	13,9
III trim.	39,1	59,5	1,0	0,3	47,0	39,9	13,1
IV trim.	37,7	58,1	3,0	1,3	15,6	51,8	32,6
<b>2012</b>							
I trim.	26,5	67,0	5,5	1,0	15,7	56,8	27,5
II trim.	31,2	56,6	10,4	1,8	11,5	48,6	39,9
III trim.	42,7	48,7	6,8	1,9	22,9	38,5	38,6
IV trim.	36,3	52,5	9,7	1,5	8,6	45,4	46,0
<b>2013</b>							
I trim.	23,0	66,0	9,1	1,9	15,7	64,5	19,9
II trim.	19,6	72,7	7,4	0,4	11,5	53,1	35,4
III trim.	27,2	65,9	5,6	1,3	23,0	47,6	29,3

## 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
<b>G 45</b>	<b>45 Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli</b>	<b>2.690</b>	<b>-2,4%</b>
<b>G 46</b>	<b>46 Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)</b>	<b>12.120</b>	<b>-0,6%</b>
	47 comm. dett. non specificato	94	6,8%
	<b>471 esercizi non spec.</b>	<b>1.964</b>	<b>-1,0%</b>
	471 esercizi non spec.	4	-
	4711 alimentari	1522	-0,8%
	4719 altri esercizi non spec.	438	-1,6%
	<b>COMMERCIO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI</b>		
	<b>472 alimentari, bevande e tabacco</b>	<b>1.925</b>	<b>2,3%</b>
	472 esercizi specializzati	61	-7,6%
	4721 frutta e verdura	259	0,8%
	4722 carni	421	0,5%
	4723 pesci	47	14,6%
	4724 pane e past.	205	1,0%
	4725 bevande	176	-3,3%
	4726 tabacco	542	3,4%
	4729 altri alimentari	214	12,6%
	<b>473 carburante per autotrazione</b>	<b>376</b>	<b>-0,5%</b>
	<b>474 apparecchiature informatiche e per I</b>	<b>295</b>	<b>5,4%</b>
	4741 computer, unità periferiche...	119	-3,3%
	4742 apparecchiature per le tlc	166	12,9%
	4743 apparecchiature audio e video	10	0,0%
	<b>475 altri prodotti per uso domestico</b>	<b>1.857</b>	<b>-2,9%</b>
	475 attività nca	17	-10,5%
	4751 prodotti tessili	350	-4,1%
	4752 ferramenta, vernici, vetro piano e materiale p	689	-2,1%
	4753 tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavime	33	-21,4%
	4754 elettrodomestici - TV	25	8,7%
	4759 mobili e articoli per l'illuminazione e altri art.p	743	-2,2%
	<b>476 articoli culturali e ricreativi</b>	<b>1.415</b>	<b>-2,7%</b>
	476 attività nca	23	-8,0%
	4761 libri	170	0,0%
	4762 giornali e articoli di cartoleria	807	-1,9%
	4763 registrazioni musicali e video	19	-9,5%
	4764 articoli sportivi	266	-4,0%
	4765 giochi e giocattoli	130	-6,5%
	<b>477 Altri prodotti</b>	<b>6.327</b>	<b>-0,4%</b>
	477 attività nca	17	-10,5%
	4771 articoli di abbigliamento	2.569	-2,4%
	4772 calzature e articoli in pelle	783	0,6%
	4773 medicinali	360	2,3%
	4774 articoli medicali e ortopedici	81	3,8%
	4775 cosmetici, articoli di profumeria ed erborister	408	-0,7%
	4776 fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domest	417	-0,2%
	4777 orologi e articoli di gioielleria	412	-3,3%
	4778 altri prodotti	1039	3,8%
	4779 articoli di seconda mano	241	0,4%
	<b>ALTRE FORME</b>		
	<b>478 Ambulanti</b>	<b>3.335</b>	<b>2,2%</b>
	<b>479 Al di fuori di negozi, banchi e mercat</b>	<b>637</b>	<b>7,2%</b>
	<b>TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>18.225</b>	<b>0,2%</b>
	<b>Comm. settore motoristico + ingrosso + dettaglio</b>	<b>33.035</b>	<b>-0,4%</b>

G 47 commercio al dettaglio

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