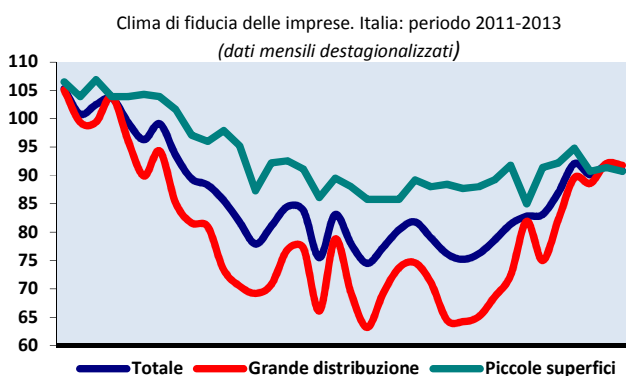


NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

*Col quarto trimestre si archivia un altro anno difficile. Nonostante si stia assistendo al susseguirsi di dati e indicazioni che sembrano muoversi verso una stabilizzazione del ciclo economico, resta invece decisamente negativa la posizione complessiva del comparto che, in tutti i suoi settori e con la parziale eccezione della grande distribuzione organizzata, manifesta evidenti segnali di sofferenza. Nel quarto trimestre si ritrova una variazione negativa (-3,1% rispetto allo stesso periodo del 2012), la quale pur essendo di entità inferiore a quelli precedenti, si inserisce in una lunga scia discendente. Stazionaria (36%) la quota di imprese che ha subito un calo delle vendite su base congiunturale (contrapposta a un 28% di aumenti, gruppo quest'ultimo in crescita rispetto al terzo trimestre); risale la percentuale di imprese (13%) con giacenze in eccesso. Rientra, beneficiando delle vendite natalizie (-3,9%), la perdita del comparto alimentare, seguito – ma non con lo stesso slancio – dal “non alimentare” (-3,1%). Diversamente (come era prevedibile) dallo scorso trimestre, nelle previsioni a 3 mesi sulle vendite prevale di nuovo un saldo negativo (-22%, con una quota di incerti del 64%), seguito da un nuovo ampliamento della forbice tra aumenti e diminuzioni relative agli ordinativi (-15%).**

Quadro generale In ambito nazionale i dati e le indagini sullo stato del commercio fotografano un quadro ancora pervaso da forte cautela. L'indagine Unioncamere vede ancora il commercio perdere, nel



quarto trimestre su base tendenziale annua, il 5,8%, due decimi di punto in più rispetto allo scorso trimestre ma ben al di sotto del dato dello stesso periodo del 2012. Il clima di fiducia delle imprese commerciali italiane si va stabilizzando (sia per le grandi che per le piccole superfici) intorno a 90 punti. Sul lato della domanda, il *sentiment* medio dei consumatori nel 2013 ha dato alcuni spunti di miglioramento in senso generale (da 88,2 a 92,9 per l'Italia e da 87,6 a 93 per la ripartizione dell'Italia Centrale), un apprezzamento che sembra beneficiare, in particolare, di una maggiore apertura di credito verso il clima economico e le

aspettative per il futuro. Restano molte incognite su come e con quale ritmo potranno modificarsi in senso meno restrittivo i comportamenti di spesa dei consumatori.

Quadro provinciale In questo contesto, pur rimanendo comunque molto critiche le condizioni di operatività delle imprese, si nota come nel quarto trimestre si sia materializzata una perdita (-3,1%) che si caratterizza per essere una delle meno ampie dal 4° trimestre 2012, in frenata quindi dai dati degli ultimi due trimestri (4,2%). Da notare che l'effetto delle festività natalizie sull'andamento delle vendite non è stato tale da invertire la direzione della crescita ma ne ha – quantomeno – arginato l'entità, soprattutto per il settore alimentare, mentre il beneficio è stato decisamente meno incisivo per il non alimentare (da -4,6 a -3,1%) e addirittura inesistente per la grande distribuzione organizzata (ipermercati, supermercati e grandi magazzini assieme denunciano un calo di 1,6p.p.); proprio quest'ultimo dato potrebbe essere un indicatore del processo di revisione della spesa da parte dei consumatori. Sul versante congiunturale si registra un saldo negativo di circa 8p.p., uno dei più bassi dell'ultimo biennio; in particolare cresce la quota di soddisfatti (ovvero che hanno dichiarato un aumento del proprio fatturato rispetto al trimestre immediatamente precedente), portandosi su valori anche in questo caso tra i più alti degli ultimi anni. In particolare, saldi positivi si registrano per la vendita di prodotti alimentari, mentre ancora una volta ipermercati, supermercati e grandi magazzini lamentano un forte sbilanciamento negativo (-57p.p.). Forse può aver pesato su questo squilibrio le vendite al di sotto delle previsioni per il comparto alimentare e per alcune fasce di prodotti non alimentari.

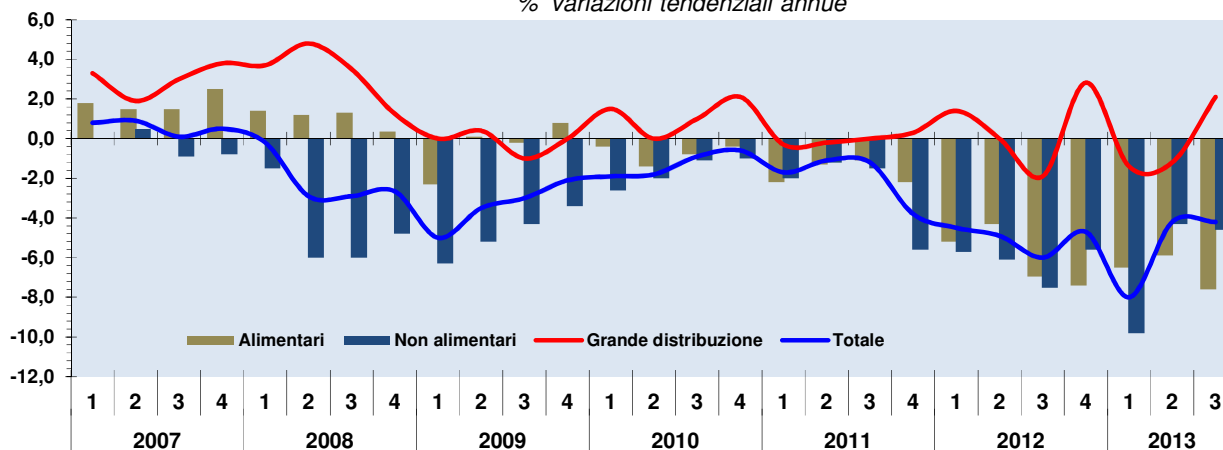
* Redazione a cura di Silvio Calandi

* Su questo tema si sofferma l'aggiornamento quindicinale del 13 Marzo 2014 di “Congiuntura Ref.” (*La congiuntura economica italiana dal punto di vista dei consumatori*). Milano: Ref Ricerche.

NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Indici del commercio al dettaglio

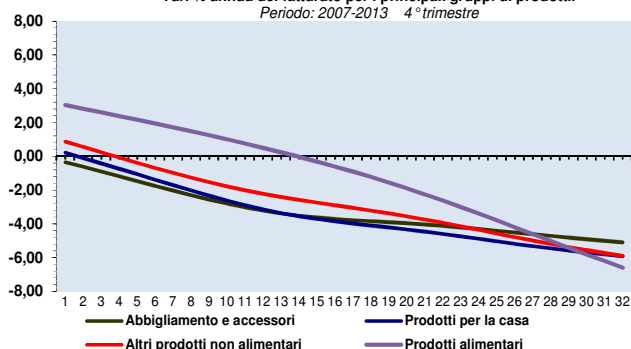
% variazioni tendenziali annue



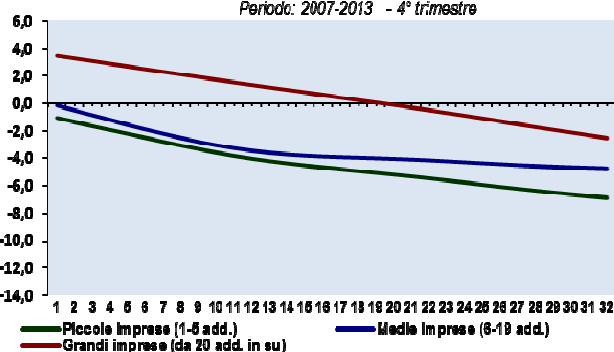
Dimensione d'impresa e settori merceologici

Come avvenuto spesso in questi ultimi trimestri, torna a restringersi la forbice tra piccola, media e grande impresa di distribuzione. La perdita maggiore è della prima (-3,8%, ma nettamente in frenata rispetto tanto allo scorso trimestre, quanto allo stesso periodo dello scorso anno), seguita dalla grande (-2,3%) e dalla media (-2,1%). Il riallineamento delle tre forme d'impresa è parte di un processo che ha visto nel corso degli ultimi anni la perdita di competitività della grande impresa a fronte di una maggiore tenuta della media e a una maggiore vulnerabilità della piccola, partendo queste ultime, però, da posizioni generalmente più sfavorevoli. Questo effetto si ricava se si depurano le variazioni trimestrali a partire dal 2007. I settori merceologici chiudono in chiaroscuro; tiene l'abbigliamento (-3,9%), frena la caduta (ma non inverte la direzione del segno) il composito gruppo degli altri prodotti non alimentari (-2,3%, era -5,4% lo scorso trimestre), cala ancora una volta il ramo dei prodotti per la casa ed elettrodomestici (-4,3%), anche se si tratta comunque di una variazione assai più contenuta di quello dell'anno scorso, ma che fa seguito a una lunga scia di perdite e arretramenti. L'analisi del trend di fondo porta alla luce una bipartizione tra rami non alimentari, da una parte e alimentare dall'altra: il primo sta lentamente frenando la sua discesa, mentre l'alimentare ha invece imboccato una traiettoria discendente, che si è accentuata soprattutto negli ultimi trimestri.

Var. % annua del fatturato per i principali gruppi di prodotti.
Periodo: 2007-2013 - 4° trimestre



Andamento del fatturato per dimensione imprenditoriale.
Periodo: 2007-2013 - 4° trimestre



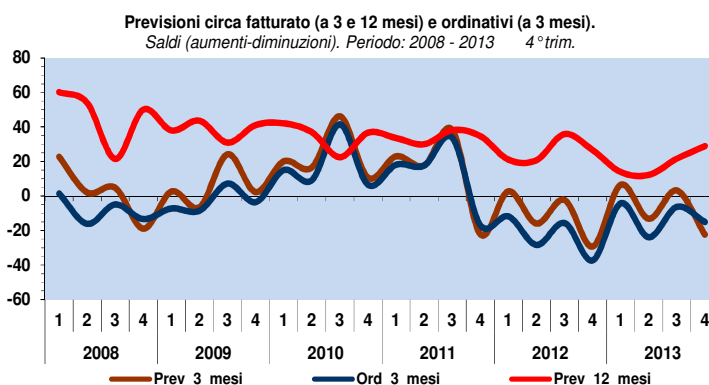
Giacenze a fine trimestre

Riprende a crescere la quota di imprese per le quali le giacenze sono in aumento (13,1%) ma, al contempo, si è allargata la fascia di imprese per le quali le giacenze appaiono in calo (9,3%). I dati medi annui registrano un lieve miglioramento con la quota di imprese con giacenze in aumento in calo dal 16% del 2012 al 12,3% del 2013. Quest'ultimo dato segnala ancora una certa criticità, sebbene lontana da quella del 2008 (21,4%).

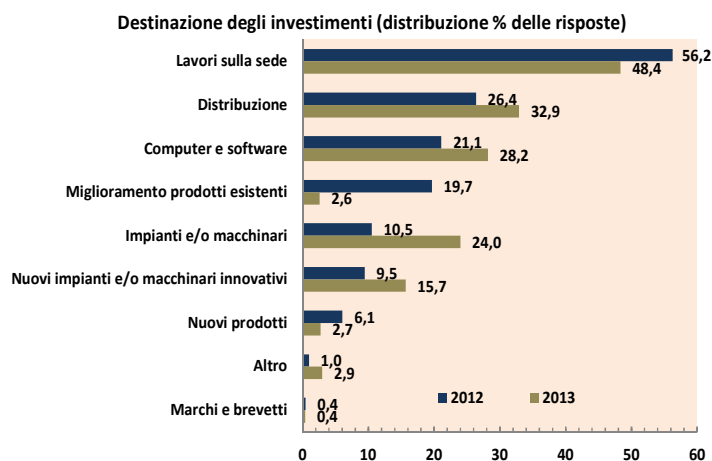
NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

La rete distributiva Prosegue la stabilizzazione della rete distributiva, con una tenuta dell'insieme delle localizzazioni attive nel settore distributivo in sede fissa (dal -0,3%); si conferma la battuta d'arresto delle medie e grandi strutture di vendita (-1,7%); gli unici macrosettori a reggere il confronto con i dati dello scorso anno sono gli alimentari (+2,2%) e gli esercizi di vendita di altri prodotti (+0,5%), mentre si registra – nello specifico – un incremento delle attività dedite alla vendita di articoli di seconda mano (+5,5%).

Aspettative I giudizi espressi risentono del trimestre appena trascorso e, quindi, non lasciano ampi spazi all'ottimismo anche se si percepiscono timidi segnali di attenuazione rispetto alle valutazioni espresse durante lo stesso periodo dell'anno scorso che, se venissero confermati, potrebbero essere l'inizio di un percorso di miglioramento. Il saldo tra aumenti e diminuzioni per quanto attiene l'andamento del fatturato nei primi tre mesi del 2014 vede i secondi prevalere sui primi per oltre 22p.p., un valore in linea con quello del 2011, ma in flessione rispetto a quello del 2012. Lo stesso posizionamento si ricava per le previsioni circa l'evoluzione degli ordinativi nel primo trimestre 2014. Lo squilibrio negativo di 15p.p. segnala una chiusura della forbice rispetto al quarto trimestre 2012, quando lo squilibrio era stato di circa 37p.p. Si conferma in crescita (da 21,6 a 28,9p.p.) la prevalenza degli ottimisti rispetto all'evoluzione del fatturato nel corso dei prossimi dodici mesi.



Spesa per investimenti Il dato annuale relativo agli investimenti evidenzia una flessione della quota di imprese che, nel corso del 2013, hanno destinato parte delle loro risorse a spese in conto capitale. In generale questa percentuale passa dal 38,3% al 29,6%, calo che però è da ascrivere in larga parte alla diminuzione della quota della grande distribuzione organizzata (dal 91,3 al 65,2%) e degli esercenti il commercio non alimentare (dal 29,3 al 20%), mentre quelli operanti nel settore alimentare passano dal 28,6 al 37,4%. Cambiano, soprattutto, l'entità e la causa degli investimenti. Per il 51,3% di chi li ha effettuati, essi sono superiori a quelli dell'anno precedente (per un saldo di +31p.p. rispetto a coloro per i quali gli investimenti effettuati sono stati inferiori a quelli dell'anno precedente). Se nel 2012, poi, la destinazione degli investimenti aveva visto prevalere i lavori sulle sedi e il miglioramento della catena distributiva sugli altri motivi, nel 2013 questa gerarchia rimane ma si nota una ricomposizione delle motivazioni che tende a privilegiare, oltre che gli aspetti strutturali, anche quelli legati al miglioramento complessivo delle condizioni di lavoro dell'impresa e al tentativo di apportare innovazioni o upgrading informatici (28,2%) o tecnologici (15,7% per l'acquisizione di nuovi o innovativi macchinari, 24% per la sostituzione di quelli esistenti con altri simili). Cala repentinamente invece, e non è un buon segno, l'attenzione verso la ricerca di nuovi prodotti (da 6,1 a 2,7%) o il miglioramento di quelli esistenti (da 19,7 a 2,6%).



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
2009								
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
2010								
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
2011								
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
2012								
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
2013								
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
IV trim.	-3,8	-2,1	-2,3	-3,9	-4,3	-2,3	-3,9	-3,1

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

Periodo	Orientamento delle imprese circa l'evoluzione della propria attività nei dodici mesi successivi a quello di riferimento			
	In sviluppo	Stabile	In diminuzione	Ritiro dal mercato
2011				
I trim.	34,3	65,1	0,7	0,0
II trim.	32,2	65,5	2,2	0,2
III trim.	39,1	59,5	1,0	0,3
IV trim.	37,7	58,1	3,0	1,3
2012				
I trim.	26,5	67,0	5,5	1,0
II trim.	31,2	56,6	10,4	1,8
III trim.	42,7	48,7	6,8	1,9
IV trim.	36,3	52,5	9,7	1,5
2013				
I trim.	23,0	66,0	9,1	1,9
II trim.	19,6	72,7	7,4	0,4
III trim.	27,2	65,9	5,6	1,3
IV trim.	31,0	64,2	2,1	2,8

Previsioni relative agli ordinativi nel trimestre successivo a quello di riferimento		
in sviluppo	stabili	in calo
2011		
29,2	59,7	11,1
31,5	54,6	13,9
47,0	39,9	13,1
15,6	51,8	32,6
2012		
15,7	56,8	27,5
11,5	48,6	39,9
22,9	38,5	38,6
8,6	45,4	46,0
2013		
15,7	64,5	19,9
11,5	53,1	35,4
23,0	47,6	29,3
6,5	71,8	21,6

NOTIZIE FLASH SUL COMMERCIO AL DETTAGLIO

Localizzazioni attive nel commercio al dettaglio – periodo: 4° trimestre 2013

Sezione e divisione ATECO	Descrizione della categoria	Valori assoluti	Var. a/a
G 45	Commercio, manutenzione e riparazione auto e motocicli	2.688	-2,5%
G 46	Commercio all'ingrosso e interm. del commercio (escl. autoveicoli)	12.176	-0,2%
	COMMERCIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI		
	comm. dett. non specificato	89	-6,3%
	esercizi non spec.	1.957	-1,5%
	esercizi non spec.	4	-
	alimentari	1.521	-1,9%
	altri esercizi non spec.	432	-0,2%
	COMMERCIO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI		
	alimentari, bevande e tabacco	1.930	2,2%
	esercizi specializzati	59	-6,3%
	frutta e verdura	260	2,8%
	carni	427	0,9%
	pesci	43	2,4%
	pane e past.	202	0,5%
	bevande	175	-3,8%
	tabacco	544	2,3%
	altri alimentari	220	14,6%
	carburante per autotrazione	374	-0,5%
	apparecchiature informatiche e per le tlc	295	6,1%
	computer, unità periferiche...	117	-3,3%
	apparecchiature per le tlc	168	14,3%
	apparecchiature audio e video	10	0,0%
	altri prodotti per uso domestico	1.859	-1,7%
	attività nca	17	0,0%
	prodotti tessili	352	-1,9%
	ferramenta, vernici, vetro piano e materiale per costr.	680	-1,6%
	tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti	34	-10,5%
	elettrodomestici - TV	27	12,5%
	mobili e articoli per l'illuminazione e altri art.per la casa	749	-1,7%
	articoli culturali e ricreativi	1.411	-2,8%
	attività nca	23	-8,0%
	libri	174	1,2%
	giornali e articoli di cartoleria	794	-2,6%
	registrazioni musicali e video	20	0,0%
	articoli sportivi	263	-5,1%
	giochi e giocattoli	137	-3,5%
	Altri prodotti	6.362	0,2%
	attività nca	15	-21,1%
	articoli di abbigliamento	2.579	-1,7%
	calzature e articoli in pelle	792	0,1%
	medicinali	364	2,8%
	articoli medicali e ortopedici	79	-1,3%
	cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	411	0,0%
	fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici...	420	0,5%
	orologi e articoli di gioielleria	44	0,0%
	altri prodotti	1.039	3,6%
	articoli di seconda mano	249	5,5%
	ALTRE FORME		
	Ambulanti	3.353	2,4%
	Al di fuori di negozi, banchi e mercati	653	9,6%
	TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	18.283	0,5%
	Comm. settore motoristico + ingrosso + dettaglio	33.147	0,0%

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