



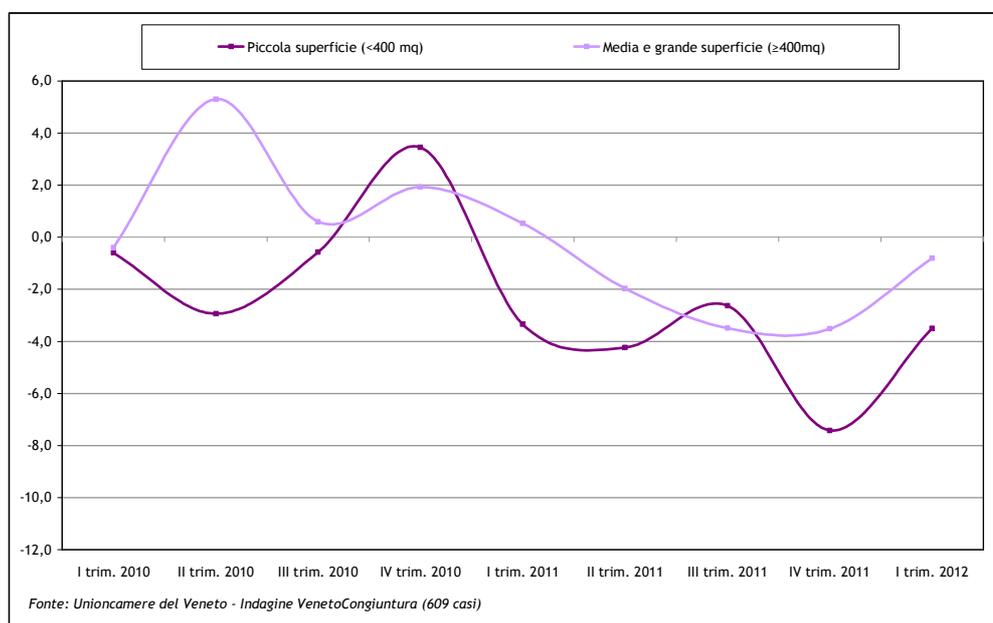
Unioncamere  
Veneto

# Flash Commercio 1.2012

Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia distributiva. I trim. 2010 - I trim. 2012 (var.% su trimestre anno prec.)

Nel primo trimestre 2012, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura*, le vendite al dettaglio hanno evidenziato una **variazione negativa dell'1,5 per cento** rispetto allo stesso periodo del 2011. In peggioramento anche le aspettative degli imprenditori per il prossimo trimestre.

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, realizzata da Unioncamere del Veneto, è stata effettuata su un campione di 609 imprese con almeno 3 addetti.



L'andamento negativo nelle vendite al dettaglio è stato rilevato in tutti settori. In particolare la performance peggiore è stata quella del settore del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari, che ha registrato un calo del -3,6 per cento. Più contenute sono state le variazioni per il commercio al dettaglio di prodotti alimentari (-2,9%) e per i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-0,8%).

Sotto il profilo dimensionale si è evidenziata una flessione maggiore nelle piccole superfici (<400 mq) rispetto alle medie e grandi superfici (≥400 mq), in calo rispettivamente del -3,5 e del -0,8 per cento.

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

## Gli altri indicatori

---

### Prezzi di vendita

I prezzi di vendita sono risultati in crescita del +1,0 per cento su base annua. L'aumento più significativo dell'indicatore, tra i gruppi merceologici, è stato rilevato dai supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+1,3%), e dal commercio al dettaglio alimentare (+0,6%), mentre i prezzi sono rimasti sostanzialmente stabili nel commercio al dettaglio non alimentare (-0,1%). Sotto il profilo dimensionale la crescita è stata più marcata nelle medie e grandi superfici (+1,3%) invariata invece nelle piccole superfici (+0,1%).

### Ordinativi ai fornitori

In linea con il fatturato, gli ordinativi hanno registrato una flessione del -3,3 per cento, rispetto al corrispondente periodo del 2011. La dinamica negativa ha interessato tutti i settori. La performance peggiore è stata rilevata per il commercio al dettaglio non alimentare, che ha segnato un calo del -7,3 per cento. Risultano più contenute le variazioni per i supermercati, ipermercati e grandi magazzini (-2,2%) e per il commercio al dettaglio alimentare (-1,3%). Sotto il profilo dimensionale la diminuzione degli ordinativi è stata più marcata per la piccola superficie (-6,0%), rispetto alla media e grande superficie (-2,2%).

### Occupazione

Nonostante l'andamento negativo delle vendite, l'occupazione ha evidenziato un aumento del +2,7 per cento, confermando la tendenza del trimestre precedente. A livello settoriale, la dinamica occupazionale ha evidenziato una crescita nel comparto alimentare (+3,6%) e nei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+3,1%). Stabile invece nel comparto non alimentare (+0,1%). A livello dimensionale, l'occupazione ha segnato una crescita generale: le medie-grandi superfici (+3,1%), e le piccole superfici (+0,8%).

### Previsioni

Restano negative le attese degli imprenditori del commercio al dettaglio per i prossimi tre mesi. Per quanto riguarda le vendite, il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione è risultato pari a -35,8 punti percentuali. Più sfavorevoli le previsioni per gli ordini -37,2 punti percentuali. La differenza tra giudizi positivi e negativi per l'occupazione si è attestata a -11,3 punti percentuali, mentre sono attesi in rialzo i prezzi di vendita (+12,3 p.p.).

Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.).  
 I trimestre 2012

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

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (609 casi)

Veneto. Previsioni a tre mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte).  
 I trimestre 2012

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordinativi ai fornitori	Occupazione
<b>Gruppi merceologici</b>				
Comm. al dettaglio alimentare	-35,4	23,5	-35,5	-15,3
Comm. al dettaglio non alimentare	-39,9	6,8	-40,3	-11,6
Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-31,2	15,2	-34,1	-9,6
<b>Tipologie distributive</b>				
Piccola superficie (<400 mq)	-39,0	10,5	-39,4	-12,4
Media e grande superficie (≥400 mq)	-30,9	14,9	-33,9	-9,6
<b>Totale</b>	<b>-35,8</b>	<b>12,3</b>	<b>-37,2</b>	<b>-11,3</b>

Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura (609 casi)

#### NOTA INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 5 DELLA DELIBERA N. 256/10/CSP DELL'AUTORITA' PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

L'indagine *VenetoCongiuntura* sulle imprese del commercio al dettaglio è stata promossa e realizzata da Unioncamere del Veneto. Il campione regionale, stratificato per provincia, settore e classe dimensionale, è composto da 609 imprese rispondenti (su 2.494 contatti) ed è statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio con almeno 3 addetti iscritte al Registro Imprese delle CCIAA del Veneto. La rilevazione è stata effettuata mediante utilizzo del sistema CAWI mod\_survey e CATI Yaacs, tra il 5 aprile e l'8 maggio 2012 dalla società di rilevazione Demetra opinioni.net SRL. Il documento completo è disponibile su [www.agcom.it](http://www.agcom.it).