

Venezia, 3 marzo 2014

**COMMERCIO: NUOVA FLESSIONE -0,6%, SCENDONO I CONSUMI ALIMENTARI
Giù gli ordinativi (-1,3%), torna negativa la fiducia. Nel 2013 chiusi 3.900 negozi in Veneto
Zilio: «La gente risparmia sul cibo, pesa la pressione fiscale: 53,3% sui contribuenti onesti»**

Nel quarto trimestre 2013, sulla base dell'indagine *VenetoCongiuntura* condotta su un campione di 1.178 imprese con almeno 3 addetti, **le vendite al dettaglio hanno registrato una flessione del -0,6%** (+1,1% nel trimestre precedente) **rispetto allo stesso periodo del 2012.**

Fernando Zilio, presidente Unioncamere del Veneto:

«Nell'ultimo scorcio del 2013 le vendite sono tornate a calare, alimentari compresi. Le famiglie venete hanno acquistato meno, risparmiando anche sul cibo, tanto che a dicembre non è scattato neanche l'effetto Natale: negli esercizi specializzati infatti le vendite di prodotti alimentari sono diminuite dell'1,8% rispetto allo stesso trimestre del 2012. La contrazione della spesa alimentare rappresenta un segnale estremamente indicativo delle condizioni di difficoltà vissute dalle famiglie, in quanto è l'ultima ad essere intaccata in una situazione di crisi. Pesa sulle famiglie una pressione fiscale pari al 44,3% nel 2013, che si colloca ben al di sotto del livello realmente percepito: per i contribuenti onesti la pressione fiscale 'effettiva' ha raggiunto nel 2013 il 53,3%. Una soglia insostenibile. La causa va ricercata nell'incapacità del sistema pubblico di tagliare la spesa pubblica in alcune aree del Paese e a livello centrale, senza prendere a modello la virtuosità di aree più risparmiatrici come Veneto e Lombardia. Questa incapacità impedisce non solo la riduzione delle tasse, ma blocca la crescita e lo sviluppo economico. Inoltre pesa la situazione della finanza pubblica. Il debito pubblico ha registrato durante i governi dei tecnici un aumento dal 120% al 133% del Pil e nel contempo le spending review ha colpito quasi esclusivamente gli enti locali, senza intaccare le amministrazioni centrali e colpendo con manovre lineari le regioni più virtuose. Tutti i nostri sforzi devono essere quindi indirizzati ad un contenimento dei conti pubblici basato sui costi standard e sui costi ottimali. Continua inoltre a preoccupare la tenuta del sistema commerciale in Veneto. Tra gennaio e dicembre 2013 le chiusure di esercizi commerciali hanno interessato quasi 3.900 negozi, oltre 10 al giorno considerando i sabati, domeniche e altri festivi, con un saldo tra nuove aperture e chiusure negativo per quasi 1.400 unità. È fondamentale che le prime misure varate dal nuovo Governo siano rivolte al rilancio del potere d'acquisto delle famiglie a reddito fisso ed all'avvio di un serio piano per la ripresa occupazionale».

La dinamica negativa dei consumi è ascrivibile alle categorie del commercio al dettaglio specializzato sia nella vendita non alimentare (-2,5%) che alimentare (-1,8%). L'unica variazione positiva, in linea con lo scorso trimestre, è stata registrata nei supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+1,1%). Sotto il profilo dimensionale, le medie e grandi superfici di vendita hanno continuato a mostrare una variazione positiva (+0,7% contro il +2,6% del trimestre precedente), mentre gli esercizi di piccola dimensione una flessione del -3,3% contro il -2,9% precedente.

Lieve la crescita dei prezzi di vendita (+0,5%) con variazioni più marcate per supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,8%), mentre il commercio al dettaglio alimentare e non alimentare hanno registrato una sostanziale stabilità (+0,1%). Sotto il profilo dimensionale +0,6% per le medie e grandi aree commerciali. **Gli ordinativi hanno evidenziato una situazione di decrescita con una variazione pari a -1,3% (-0,2% nel trimestre precedente) su base annua.** Dinamica positiva per supermercati, ipermercati e grandi magazzini (+0,6%), mentre la flessione



Venezia, 3 marzo 2014

maggiore è stata registrata nel commercio al dettaglio non alimentare (-3,1%). Migliore, seppur negativo, l'andamento del commercio alimentare (-1,9%). Sotto il profilo dimensionale, segnale di stabilità (-0,2%) per le medie e grandi superfici, mentre l'indicatore è risultato particolarmente negativo (-3,3%) per le aree commerciali di piccola dimensione. **L'occupazione, in crescita nello scorso trimestre (+1,4%), ha subito un'inversione di tendenza annullando l'incremento precedente (-1,4%),** ascrivibile all'andamento registrato dalle imprese del commercio al dettaglio non alimentare (-3,2%). Negativo anche il commercio al dettaglio alimentare (-0,9%), mentre è risultata stabile la dinamica occupazionale nei supermercati, ipermercati e grandi magazzini.

Previsioni

Torna negativo il clima di fiducia degli imprenditori per i prossimi tre mesi. **Il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione del volume d'affari e degli ordinativi è rispettivamente -42,5 punti percentuali e -37,9 p.p.** (contro il -22,1 p.p. e -23,5 p.p. del trimestre precedente). In lieve crescita le previsioni sui livelli occupazionali che toccano il -11,8 p.p. contro il -12,7 p.p. del trimestre precedente, come per i prezzi di vendita attesi in ribasso (-1,5 p.p. contro il +5,1 p.p. del trimestre precedente).

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 1.178 imprese rispondenti (su 2.702 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 7 gennaio e il 29 gennaio 2014 dalla società di rilevazione Questlab srl. Il documento completo è disponibile su www.agcom.it.

Per informazioni:

Ufficio Stampa Unioncamere del Veneto – Eurosportello

Giacomo Garbisa

Tel.: 041 0999305 – Cell.: 349 8625001

ufficio.stampa@ven.camcom.it