



COMUNICATO STAMPA

**Indagine congiunturale Unioncamere del Veneto sulle imprese del commercio e dei servizi
Il trimestre 2008**

**VENDITE AL DETTAGLIO -1,7% MA CRESCE FATTURATO NEI SERVIZI +2,2%
TESSARI (PRESIDENTE UNIONCAMERE):**

**”La crescita dei servizi avanzati alle imprese, +4,2%, è una base solida e
credibile per superare la debolezza dell’attuale congiuntura”**

Venezia, 18 settembre 2008 - È stato un trimestre a due velocità per le imprese del terziario. Secondo l'indagine **VenetoCongiuntura** del **Centro Studi Unioncamere del Veneto**, condotta su un campione di circa 1.000 imprese, **nel secondo trimestre 2008 le vendite del commercio al dettaglio hanno registrato una flessione del -1,7 per cento. Nei servizi¹ il volume d'affari ha mantenuto un trend di crescita, con un incremento su base annua del +2,2 per cento.** Le eccezioni riguardano la filiera turistica e le consulenze informatiche e le telecomunicazioni, che nel trimestre in esame hanno evidenziato una flessione rispettivamente dello 0,7 e del 3,1 per cento su base annua.

Improntate alla prudenza le previsioni degli imprenditori del commercio al dettaglio per i prossimi sei mesi. Il clima di sfiducia è alimentato dalla paura per un rialzo dei prezzi e dagli ordinativi. Migliori le aspettative per le imprese dei servizi.

Sono questi in estrema sintesi i risultati sulla congiuntura delle imprese del commercio e dei servizi, che dal 2007 Unioncamere del Veneto diffonde con cadenza trimestrale, completando il sistema delle indagini congiunturali sullo stato di salute dell'economia regionale e sulle attese future degli imprenditori.

PRINCIPALI RISULTATI

Commercio ad dettaglio

Perdono terreno le **vendite al dettaglio** nel secondo trimestre del 2008, **scese del -1,7 per cento rispetto allo stesso periodo del 2007.** La causa del calo è da attribuire alla performance negativa dei prodotti non alimentari (-3,2%), a fronte di una leggera crescita dei prodotti alimentari (+0,3%).

¹ Il settore dei servizi comprende gli alberghi, ristoranti, bar e servizi turistici, le imprese dei trasporti, magazzinaggio, attività postali e di corriere, le aziende di consulenza informatica, installazione e programmazione software-hardware e delle telecomunicazioni, le imprese che operano nella ricerca e sviluppo, nella pubblicità e gli studi professionali e di consulenza, i servizi formativi, sanitari e sociali privati. Sono escluse le attività connesse al credito e alle assicurazioni, le attività immobiliari e di noleggio.

Sotto il profilo dimensionale segnali negativi si evidenziano sia per le grandi strutture di vendita, oltre 400 mq, con -1,1% che per le piccole strutture, fino a 400 mq, con -3,1%.

Ancora in crescita i prezzi di vendita, che nel secondo trimestre del 2008 hanno segnato un +1,4 per cento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La variazione dei prezzi si è rilevata in forte rialzo soprattutto nelle imprese operanti nelle vendite di prodotti alimentari (+2%), dove hanno pesato maggiormente gli aumenti dei costi di produzione legati ai rincari dell'energia e delle materie prime, mentre è stata meno accentuata nel commercio al dettaglio di prodotti non alimentari (+0,9%).

In diminuzione gli ordini nel secondo trimestre 2008. Nel confronto con il corrispondente periodo del 2007, l'indicatore ha evidenziato un decremento del -1 per cento, per effetto di una pesante flessione del comparto dei prodotti non alimentari (-2,1%). Positiva invece è stata la dinamica degli ordini per i prodotti alimentari, che hanno evidenziato su base tendenziale un +0,4 per cento.

In calo anche l'occupazione, che ha messo a segno un -2,9 per cento su base tendenziale, invertendo la tendenza positiva del primo trimestre 2008.

Altro Commercio²

Nel secondo trimestre 2008, le vendite del commercio all'ingrosso hanno registrato un incremento dell'1,5 per cento rispetto allo stesso periodo del 2007, **mentre negativa è stata la performance del commercio e della manutenzione di autoveicoli e motocicli, in diminuzione del -9 per cento** su base annua.

La variazione dei prezzi si è rilevata in rialzo soprattutto nelle imprese operanti nel commercio all'ingrosso (+3,4%), mentre nel commercio di autoveicoli e motocicli si è attestata sul +1,1 per cento.

In leggero calo gli ordini nel commercio all'ingrosso (-0,5%), mentre hanno subito una pesante contrazione nel commercio di autoveicoli e motocicli (-3,3%), lasciando prevedere cattive prospettive anche per i prossimi mesi del 2008. Per quanto riguarda **l'occupazione**, l'indicatore ha evidenziato una situazione di **stabilità** per entrambi i settori.

Servizi

Tra aprile e giugno 2008, **il volume d'affari dei servizi è cresciuto del +2,2 per cento rispetto allo stesso periodo del 2007**, evidenziando una variazione superiore a quella registrata nel primo trimestre 2008 (+0,9%). Il bilancio positivo del macrosettore è da attribuire principalmente al settore residuale (che include le imprese di pulizie e di manutenzione verde), che ha segnato nel confronto con lo stesso periodo del 2007 un incremento del +7,5 per cento.

Crescite superiori alla media del settore si sono evidenziate anche nei servizi formativi, sanitari, smaltimento e sociali privati e nei servizi di ricerca e sviluppo, pubblicità, studi professionali e consulenza, che rispettivamente hanno registrato un +4,9 per cento e un +4,2 per cento su base annua.

Più contenuto, invece, è stato l'incremento nel settore dei trasporti, magazzinaggio, postali e di corriere (+1,7%), mentre negativa è risultata la dinamica del settore turistico (-0,7%) e del settore dell'informatica e delle telecomunicazioni (-3,1%).

In crescita, anche se più contenuti rispetto al commercio, i prezzi di vendita che hanno segnato un +0,7 per cento su base annua

Prosegue il trend di crescita dell'occupazione, che ha segnato un +1,6 per cento rispetto al corrispondente periodo del 2007, trainata dal settore residuale (+5,5%), dai servizi di ricerca e

² L'altro Commercio comprende il commercio all'ingrosso e il commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli.

sviluppo, pubblicità, studi professionali e consulenza (+3,7%) e dai servizi formativi, sanitari, smaltimento e sociali privati (+3%).

Previsioni

Ancora negativo il clima di fiducia degli imprenditori del commercio al dettaglio per la seconda metà del 2008.

Anche le previsioni per l'andamento dei prezzi non sono rosee: il saldo si è attestato al +21,8 per cento e solo l'8 per cento delle imprese ne stima una diminuzione. Peggiorano anche le aspettative per gli ordinativi, dove il saldo scende al -28,3 per cento a fronte del -18,9 per cento dello scorso trimestre, e per l'occupazione (-7,4%, -2,1% nel primo trimestre 2008).

Più incoraggianti invece i giudizi degli imprenditori che operano nei servizi, dove il saldo tra attese di incremento e previsioni di decremento del fatturato è risultato pari a -4,7 per cento.

DICHIARAZIONE: FEDERICO TESSARI PRESIDENTE UNIONCAMERE DEL VENETO

*"I dati emersi dall'indagine VenetoCongiuntura - commenta **Federico Tessari, Presidente di Unioncamere del Veneto** - relativi alle imprese del commercio e dei servizi, confermano la dinamica negativa dei consumi che sta interessando la nostra regione e l'intero Paese. In questo momento, purtroppo, non abbiamo segnali che inducano ad un consistente ottimismo per quanto riguarda i consumi. Nel secondo trimestre 2008, secondo le ultime stime diffuse dall'Istat, il Pil italiano è diminuito dello 0,3% rispetto al trimestre precedente e dello 0,1% rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno, con previsioni poco confortanti per la seconda parte dell'anno. La congiuntura internazionale, oltre che prolungata e complicata, contribuisce a frenare ulteriormente la domanda interna condizionata, a sua volta, da continui incrementi del tasso dell'inflazione, oggi al +4,1%, e da retribuzioni e salari sostanzialmente fermi. Il dato positivamente in controtendenza è quello dei servizi che si consolida ed in questo momento traina l'intera economia veneta. In particolare cresce del 4,2% il comparto dei servizi avanzati alle imprese: ricerca e sviluppo, pubblicità, consulenza e studi professionali. E' un segnale forte che rileva la volontà di reagire presente in tutte le imprese. Questa può essere una base solida e credibile per riavviare la crescita e realizzare un ulteriore riposizionamento strategico".*

Portavoce Presidente Unioncamere del Veneto
Giovanni Scomparin
Tel. 041 0999311 - Cell. 334 3238100
unione@ven.camcom.it

Centro Studi Unioncamere del Veneto
Serafino Pitingaro
Tel. 041 0999335
centrostudi@ven.camcom.it

Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.). Il trimestre 2008

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordini	Occupazione
Gruppi merceologici				
Alimentare	0,3	2,0	0,4	-3,1
Non alimentare	-3,2	0,9	-2,1	-2,8
Tipologie distributive				
Piccole strutture di vendita (fino a 400 mq)	-3,1	1,6	-3,3	-2,9
Grande distribuzione (oltre 400 mq)	-1,1	1,3	-0,3	-3,0
Totale	-1,7	1,4	-1,0	-2,9

Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (171 casi)

Veneto. Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte). Il trimestre 2008

	Fatturato	Prezzi di vendita	Ordini	Occupazione
Gruppi merceologici				
Alimentare	-13,9	18,2	-33,1	-8,3
Non alimentare	-22,7	23,3	-26,1	-7,0
Tipologie distributive				
Piccole strutture di vendita (fino a 400 mq)	-26,4	17,7	-35,1	-6,1
Grande distribuzione (oltre 400 mq)	-2,8	33,6	-12,7	-10,7
Totale	-20,2	21,8	-28,3	-7,4

Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (171 casi)

**Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali dei servizi (var. % su trim. anno prec.).
Il trimestre 2008**

	Fatturato	Prezzi di vendita	Occupazione
Settori di attività			
Alberghi, ristoranti, bar e serv. turistici	-0,7	0,4	-0,3
Trasporti, magazz., attività postali e di corriere	1,7	0,7	-1,3
Cons. informatica, inst. e prog. sw-hw, telecom.	-3,1	-0,1	-1,1
Ric. e svil., pubbl., collaudi, studi prof. e consul. soc.	4,2	0,9	3,7
Servizi formativi, sanitari, smaltimento e sociali privati	4,9	1,0	3,0
Altri servizi	7,5	2,4	5,5
Totale	2,2	0,7	1,6

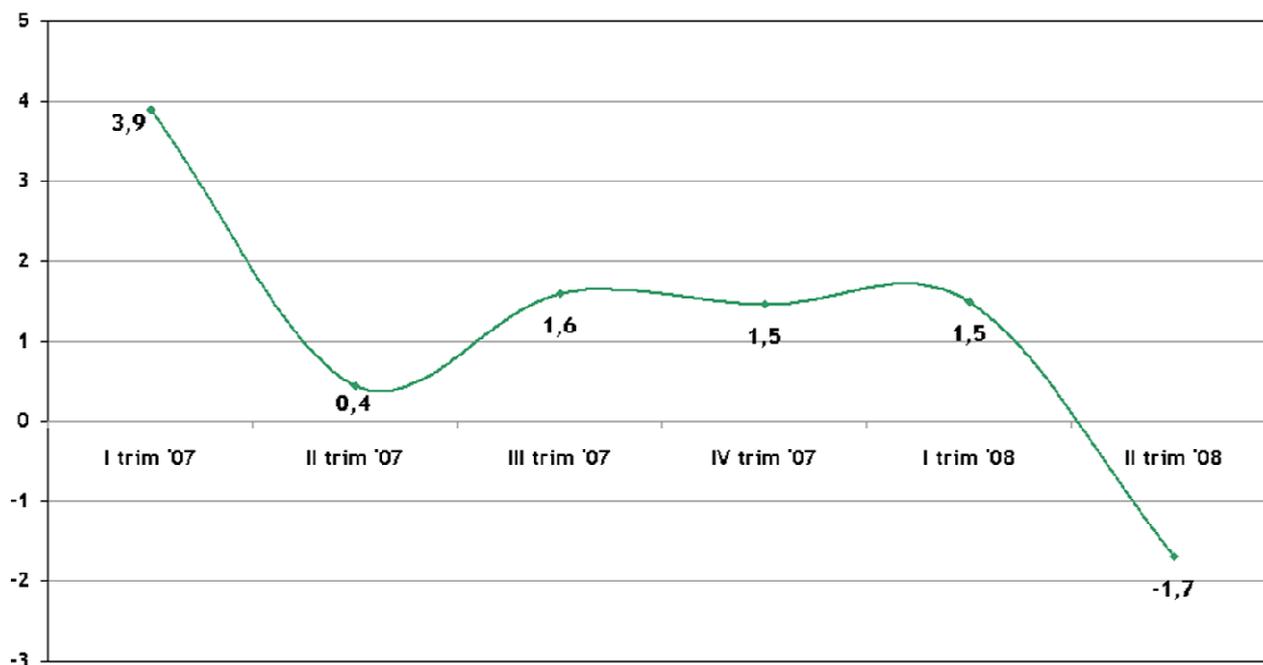
Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (586 casi)

**Veneto. Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali dei servizi (saldi % risposte).
Il trimestre 2008**

	Fatturato	Prezzi di vendita	Occupazione
Settori di attività			
Alberghi, ristoranti, bar e serv. turistici	-19,9%	14,7%	-10,0%
Trasporti, magazz., attività postali e di corriere	-18,5%	13,0%	-5,1%
Cons. informatica, inst. e prog. sw-hw, telecom.	3,8%	-6,5%	9,3%
Ric. e svil., pubbl., collaudi, studi prof. e consul. soc.	15,3%	4,3%	0,3%
Servizi formativi, sanitari, smaltimento e sociali privati	2,0%	14,7%	5,6%
Altri servizi	15,2%	5,2%	9,5%
Totale	-4,7%	10,4%	-1,8%

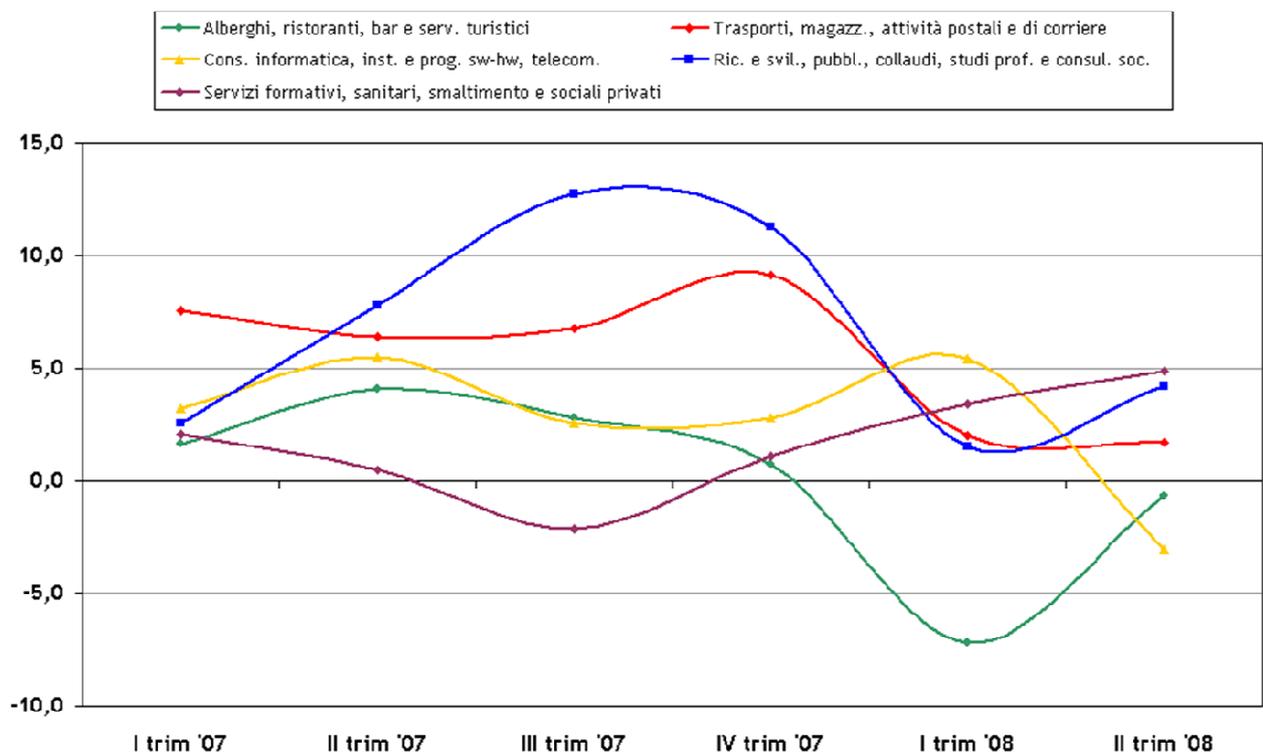
Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (586 casi)

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.). I trimestre 2007 - II trimestre 2008



Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura

Veneto. Andamento del fatturato nelle imprese dei servizi (var. % su trim. anno prec.). I trimestre 2007 - II trimestre 2008



Fonte: Unioncamere del Veneto - Indagine VenetoCongiuntura