

14 dicembre 2010

## Vendite del commercio al dettaglio III trimestre 2010

Nel terzo trimestre 2010, sulla base dell'indagine VenetoCongiuntura, le vendite al dettaglio hanno registrato **una sostanziale stabilità rispetto allo stesso periodo del 2009 (+0,2%)**.

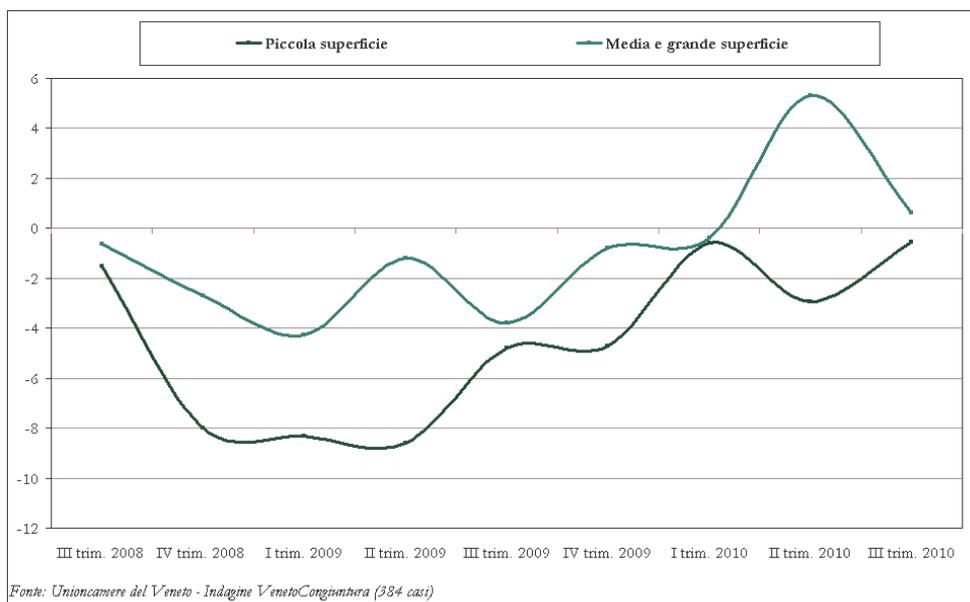
Le previsioni degli imprenditori per i prossimi sei mesi risultano in miglioramento.

La rilevazione trimestrale sulle imprese del commercio al dettaglio in sede fissa, condotta da Unioncamere del Veneto, è stata effettuata su un campione di 384 imprese con almeno 3 addetti.

### Veneto. Andamento delle vendite al dettaglio per tipologia distributiva.

III trim. 2008- III trim. 2010

(var.% su trimestre anno precedente)



Il bilancio positivo delle vendite è ascrivibile soprattutto al volume d'affari dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini, che hanno evidenziato un incremento del +2,4 per cento su base tendenziale. Il commercio al dettaglio di prodotti alimentari ha segnato una leggera crescita (+0,3%), mentre le vendite di prodotti non alimentari hanno messo a segno un -0,3 per cento.

Sotto il profilo dimensionale le vendite al dettaglio hanno mostrato performance peggiori nelle piccole superfici (<400 mq) (-0,6%) rispetto alle medie e grandi superfici (≥400 mq) (+0,6%).

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](mailto:centrostudi@ven.camcom.it)



Unioncamere  
Veneto

## Gli altri indicatori

---

### Prezzi di vendita

Nel confronto con il corrispondente periodo del 2009 l'indicatore ha evidenziato una totale stazionarietà su base annua.

La dinamica dei prezzi ha rilevato performance di stabilità in tutti i gruppi merceologici, mentre sotto il profilo dimensionale nelle piccole superfici di vendita si è evidenziata una lieve flessione (-0,4%), a cui si contrappone nelle medie e grandi superfici un aumento (+0,3%).

### Ordinativi ai fornitori

Gli ordinativi hanno mostrato un lieve peggioramento. L'indicatore ha registrato una diminuzione del -0,8 per cento su base annua.

La dinamica negativa è stata determinata dalle commissioni dei prodotti alimentari (-2,9%), seguita dai non alimentari (-1,1%). Gli ordinativi dei supermercati, ipermercati e grandi magazzini hanno invece segnato un aumento del +2,7 per cento.

Rispetto alla dimensione d'impresa l'andamento è risultato negativo nelle piccole superfici di vendita (-3,2%); nelle medie e grandi superfici si è registrato invece un incremento del +0,7 per cento.

### Occupazione

Torna negativa l'occupazione. Rispetto allo stesso trimestre del 2009 il numero di occupati ha evidenziato una flessione del -0,7 per cento.

La diminuzione ha riguardato principalmente il commercio al dettaglio di prodotti non alimentari (-2,1%) e alimentari (-1,9%), mentre nei supermercati, ipermercati e grandi magazzini si è registrato un aumento pari al +3 per cento. Per quanto riguarda l'occupazione in rapporto alla dimensione d'impresa, l'indicatore ha segnato una performance peggiore nelle piccole superfici (-1,2%) rispetto alle medie e grandi superfici (-0,4%).

### Previsioni

Migliora ulteriormente il clima di fiducia degli imprenditori, anche se permangono incertezze sull'occupazione. Per quanto riguarda le vendite, il saldo tra chi prevede un aumento e chi una diminuzione è risultato pari al -3,2 per cento (-8,3% nel trimestre precedente). Invariate invece le previsioni per gli ordinativi (-11,1% a fronte del -11,8%), mentre l'occupazione ha registrato un -8,5 per cento a fronte del -4,4 per cento del trimestre precedente.

**Veneto. Andamento dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (var. % su trim. anno prec.). III trimestre 2010**

	<b>Fatturato</b>	<b>Prezzi di vendita</b>	<b>Ordinativi ai fornitori</b>	<b>Occupazione</b>
<b>Gruppi merceologici</b>				
Comm. al dettaglio alimentare	0,3	-0,1	-2,9	-1,9
Comm. al dettaglio non alimentare	-0,3	0,0	-1,1	-2,1
Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	2,4	-0,1	2,7	3,0
<b>Tipologie distributive</b>				
Piccola superficie (<400 mq)	-0,6	-0,4	-3,2	-1,2
Media e grande superficie (≥400 mq)	0,6	0,3	0,7	-0,4
<b>Totale</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,7</b>

Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (384 casi)

**Veneto. Previsioni a sei mesi dei principali indicatori congiunturali del commercio al dettaglio (saldi % risposte). III trimestre 2010**

	<b>Fatturato</b>	<b>Prezzi di vendita</b>	<b>Ordinativi ai fornitori</b>	<b>Occupazione</b>
<b>Gruppi merceologici</b>				
Comm. al dettaglio alimentare	-4,8	20,2	-14,4	-12,8
Comm. al dettaglio non alimentare	-2,2	15,0	-9,4	-6,3
Supermercati, Ipermercati e Grandi Magazzini	-12,6	8,3	-25,5	-27,9
<b>Tipologie distributive</b>				
Piccola superficie (<400 mq)	-6,0	12,9	-12,0	-7,2
Media e grande superficie (≥400 mq)	3,1	20,7	-9,0	-11,3
<b>Totale</b>	<b>-3,2</b>	<b>15,4</b>	<b>-11,1</b>	<b>-8,5</b>

Fonte: Unioncamere del Veneto – Indagine VenetoCongiuntura (384 casi)

**NOTA INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 2 DELLA DELIBERA N. 153/02/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 384 imprese rispondenti (su 1.301 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 12 e il 27 ottobre 2010 dalla società di rilevazione Demetra sas. Il documento completo è disponibile su [www.agcom.it](http://www.agcom.it).