

Focus n. 6/2015

VENEZIA INDICATORI
*Il cruscotto di indicatori congiunturali
della provincia di Venezia*
Approfondimento tematico

ANDAMENTO CONGIUNTURALE delle IMPRESE del COMMERCIO al DETTAGLIO in provincia di Venezia

Aggiornamento al I trimestre 2015

A cura di:

Camera di Commercio di Venezia
Servizio Studi e Statistica

Sede operativa di Mestre

Via Forte Marghera, 151 - 30173 Venezia Mestre

tel. 041 786.232/222 - fax 041 786.203

e-mail: statistica@ve.camcom.it

www.ve.camcom.gov.it

L'opuscolo è stato chiuso il 17 luglio 2015

*La riproduzione e/o diffusione, anche parziale, delle tavole contenute
nel presente fascicolo è consentita con citazione espressa della fonte.*



**Camera di Commercio
Venezia**

Il settore del commercio al dettaglio è monitorato trimestralmente dall'indagine *VenetoCongiuntura*, svolta da Unioncamere del Veneto su un campione di circa 1.270 imprese a livello Veneto di cui più di 230 localizzate in provincia di Venezia.

I dati, relativi al I trimestre dell'anno in corso, restituiscono in media uno scenario in miglioramento rispetto all'anno precedente per fatturato ordini e occupazione, ma vi sono forti differenze tra grandi e piccole strutture di vendita; queste ultime, infatti, risultano ancora in sofferenza. Migliora anche il clima di fiducia del settore per il secondo trimestre 2015.

Scendendo nel dettaglio, le **vendite** hanno registrato variazione di segno positivo pari al +1,7 per cento rispetto allo stesso periodo del 2014. Il fatturato è risultato in aumento del +3,6% per ipermercati, supermercati e grandi magazzini, mentre si sono registrate diminuzioni per il settore del commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari. Sotto il profilo dimensionale, le vendite al dettaglio hanno mostrato una performance positiva negli esercizi medio-grandi (>400 mq) che hanno raggiunto un +2,8% tendenziale, a fronte di una stabilità mostrata da quelli più piccoli.

I **prezzi di vendita** sono diminuiti, nel complesso, del -0,7% con differenze in base al settore e dimensione: rimangono invariati negli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (+0,2%) e in lieve incremento nel settore alimentare (+0,5%), mentre diminuiscono soprattutto nelle imprese operanti nel commercio al dettaglio di prodotti non alimentari (-2,2%). La differenza più marcata si nota in base alla dimensione: per le piccole superfici di vendita i prezzi segnano un -3,4%, a fronte di un +0,3% annotato per gli esercizi medi e grandi.

Con riferimento agli altri indicatori, gli **ordini ai fornitori** hanno evidenziato un andamento positivo (+0,5% su base annua) per il complesso delle imprese intervistate, con andamenti in diminuzione, però, per gli esercizi con meno di nove addetti.

Sul fronte dell'**occupazione**, per il campione complessivo delle imprese si rileva un +1% su base annua, con variazioni positive per gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini e le medie e grandi superfici, e negative per il settore non alimentare e le piccole superfici di vendita.

Nonostante le difficoltà del settore, gli imprenditori stentano ad adattarsi alle innovazioni tecnologiche: l'88,2% delle imprese intervistate, infatti, ha dichiarato di non vendere i propri prodotti o servizi anche attraverso il commercio elettronico.

Le **previsioni** per il II trimestre 2015 sono in netto miglioramento rispetto ai trimestri precedenti. Per quanto riguarda i prezzi di vendita le aspettative sono per l'83,7% di stabilità ma il saldo tra quanti si attendono aumenti e coloro, invece, una diminuzione è pari a +5,6 punti percentuali. Con riferimento all'occupazione la maggior parte degli imprenditori non prevede variazioni (87%). Per il fatturato e ordini ai fornitori vi sono, invece, attese di aumento con saldi tra aumento e diminuzione rispettivamente di +15,1 p.p. e +0,9 p.p. Con riferimento ad entrambi gli indicatori, i più ottimisti sono gli imprenditori che gestiscono medie e grandi superfici di vendita.

LE IMPRESE DEL COMMERCIO in Provincia di Venezia.

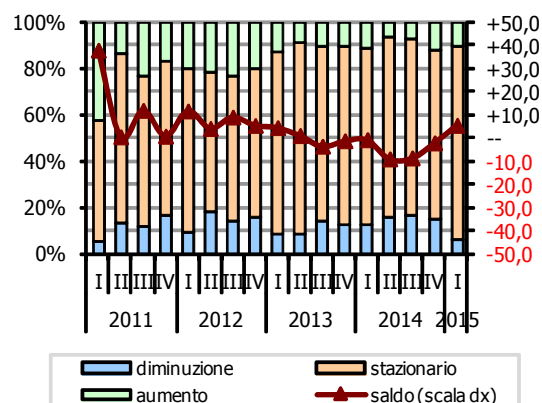
Andamento dei principali indicatori congiunturali. I trimestre 2015 (var. % tendenziali)

	Fatturato	Ordini ai fornitori	Prezzi di vendita	Occupazione
Settore	t-4	t-4	t-4	t-4
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	-0,5	-0,1	+0,5	-0,2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	-0,2	+0,2	-2,2	-1,2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	+3,6	+0,8	+0,2	+3,1
Superficie di vendita				
Piccole superfici di vendita (<400 mq)	-0,1	+0,7	-3,4	-1,5
Medie e grandi superfici di vendita (>= 400 mq)	+2,8	+0,3	+0,3	+2,6
Classe dimensionale				
3-9 addetti	-2,1	-2,0	-3,0	-1,8
10-49 addetti	+2,1	+2,8	+0,1	+2,0
50 e più addetti	+5,1	+1,0	+0,5	+3,2
Totale provincia di Venezia	+1,7	+0,5	-0,7	+1,0
Totale Veneto	+1,7	+0,6	-0,5	+1,7

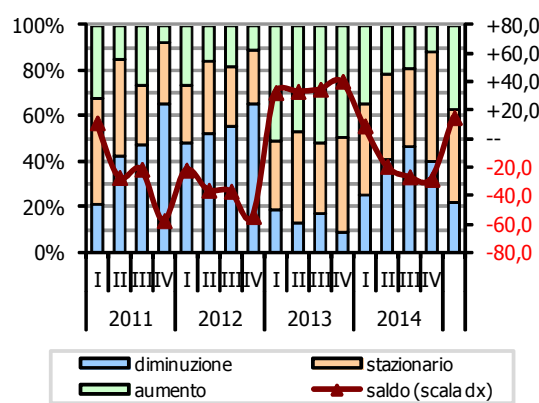
Fonte: Elab. Servizio Studi e Statistica CCIAA Venezia su dati VenetoCongiuntura

IL COMMERCIO AL DETTAGLIO in Provincia di Venezia. Previsione a 3 mesi per il TOTALE ADDETTI. I trim 2011 - I trim 2015

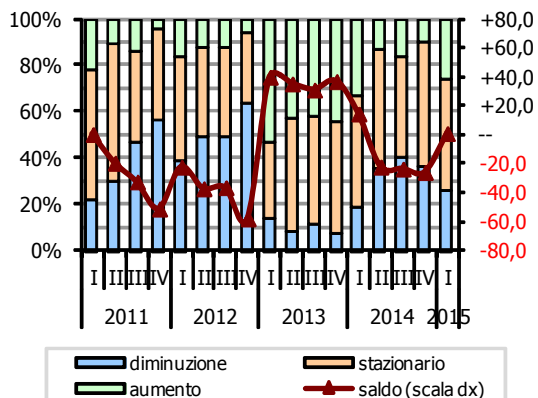
Prezzi di vendita



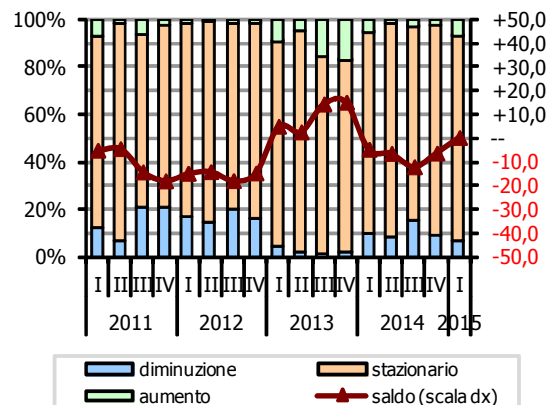
Fatturato



Ordinativi



Occupazione



Fonte: Elab. Servizio Studi e Statistica CCIAA Venezia su dati Unioncamere del Veneto-Indagine VenetoCongiuntura