

OSSERVATORIO CONGIUNTURALE PROVINCIALE

Camera di Commercio di Terni
Ufficio Informazione Economica

COMMERCIO

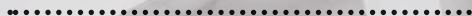
2° Trimestre 2012



Camera di Commercio
Terni



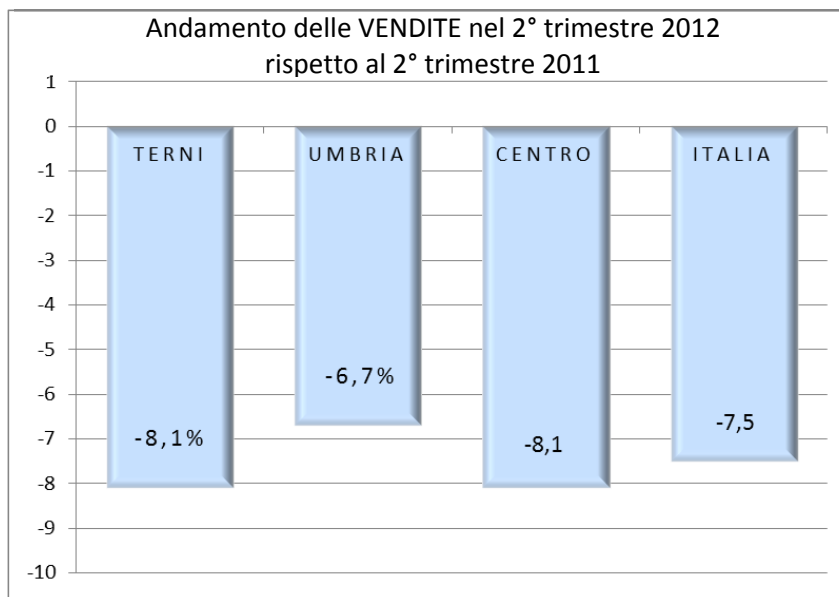
1927.2012
ottantacinque
anni di imprese



SITUAZIONE DEL 2° TRIMESTRE 2012

L'andamento complessivo delle vendite del commercio al dettaglio in provincia di Terni è peggiore rispetto al resto dell'Umbria e all'andamento registrato su scala nazionale. Nel secondo trimestre del 2012 il clima di business rilevato dalle imprese, espresso in relazione alle vendite, crolla al -8,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Un dato che si discosta dal trend a livello regionale (-6,7%) e nazionale (-7,5%) mentre è in linea con quello delle regioni del Centro (-8,1%). L'erosione del reddito disponibile e le incertezze sulla situazione economica percepite dai consumatori si riflettono dunque in provincia di Terni in una consistente contrazione delle vendite della piccola e media distribuzione.

Il 2012 segna invece un trend in salita per la Grande Distribuzione Organizzata (Gdo). L'aumento di vendite già registrato dalle imprese nel primo trimestre, si conferma anche per questo secondo trimestre. Ben il 64% delle aziende intervistate su base congiunturale registra un aumento nelle vendite e nessuna una diminuzione. In sofferenza invece il commercio al dettaglio dei prodotti alimentari. Il 59% delle imprese del settore nel secondo trimestre ha visto diminuire le proprie vendite.



Andamento delle VENDITE nel 2° trimestre 2012 rispetto al trimestre precedente
quota % di imprese che dichiarano aumento, stabilità, diminuzione

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE	13	47	40
SETTORI DI ATTIVITA'			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	6	35	59
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	7	53	40
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	64	36	0

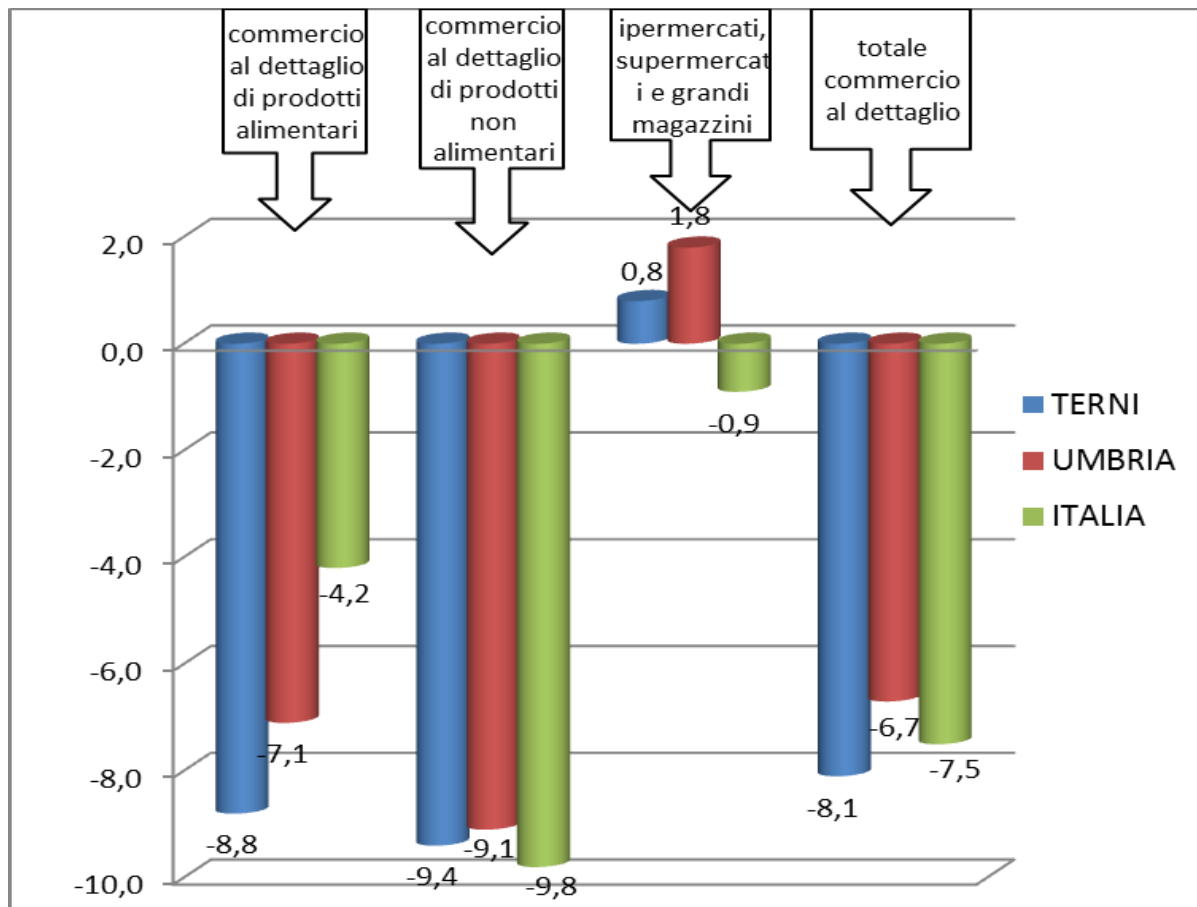
Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio al dettaglio per la provincia di Terni

L'analisi dei comparti merceologici rivela una flessione consistente del commercio al dettaglio di prodotti "food" e "no food". Dal secondo trimestre 2012 allo stesso periodo dell'anno precedente sono diminuite rispettivamente dell' 8,8% e del 9,4%. Performance in provincia di Terni peggiore di quella registrata dall'Umbria. A livello regionale infatti le vendite registrano su base tendenziale perdite più contenute (-7,1% e -9,1%).

Per quanto riguarda la Gdo presente nel territorio della provincia di Terni, su base annua le rilevazioni effettuate evidenziano un dato sopra lo zero sia per la provincia di Terni che a livello regionale, mentre in un quadro nazionale la flessione è contenuta allo 0,9%.

Per quanto riguarda le giacenze, alla fine del secondo trimestre 2012, sono ritenute adeguate dal 71% delle imprese del commercio, il 16% le reputa esuberanti mentre il 12% le considera scarse.

Andamento delle VENDITE PER SETTORE nel 2° trimestre 2012 rispetto al 2° trimestre 2011
(variazione %)



Quota % di imprese che dichiarano GIACENZE esuberanti, adeguate, scarse
a fine 2°trimestre 2012

Terni	Totale imprese		
	esuberanti	adeguate	scarse
TOTALE	16	71	12
SETTORI DI ATTIVITA'			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	13	81	6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	20	63	17
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio al dettaglio per la provincia di Terni

LE PREVISIONI PER IL 3° TRIMESTRE 2012

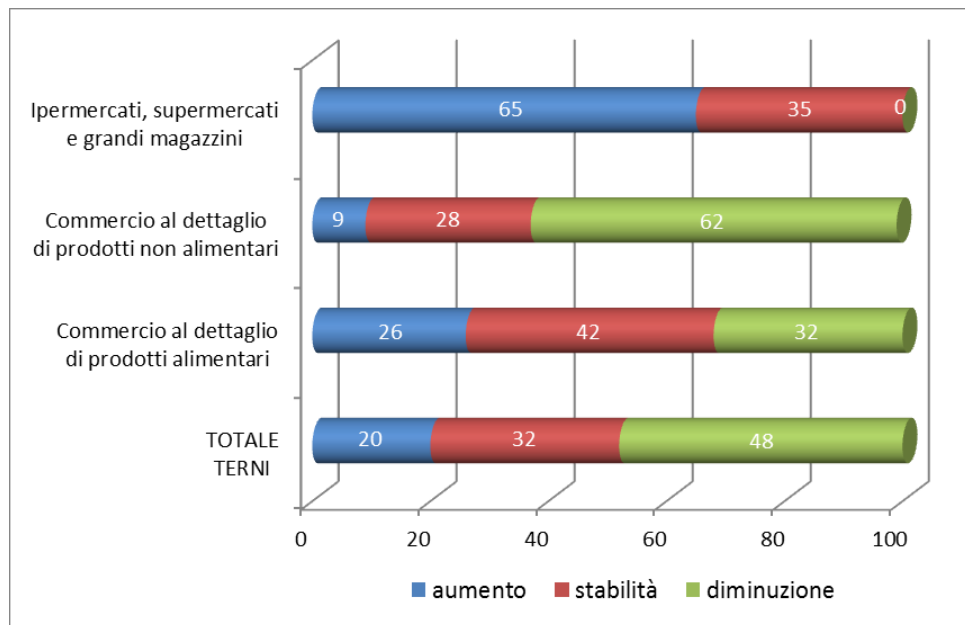
Lo scenario nel breve periodo vede il perdurare della crisi del comparto nel suo complesso ad eccezione della Gdo. Tra ipermercati, supermercati e grandi magazzini, il 65% delle aziende intervistate infatti prevede di aumentare le proprie vendite tra luglio e settembre a fronte di appena il 26% del settore al dettaglio alimentare e del 9% che opera nel "no food".

Le previsioni ottimistiche per la grande distribuzione non riescono tuttavia a far decollare il comparto del commercio nel suo complesso. Per il 48% delle imprese intervistate il terzo trimestre dell'anno coinciderà infatti con una flessione delle vendite, in particolare per chi opera nel settore non alimentare. In totale, appena il 20% prevede di crescere.

Le previsioni degli ordinativi rivolti ai fornitori confermano il trend registrato dai dati sulle vendite e un ciclo recessivo dunque che proseguirà anche nei prossimi mesi. Stabili le previsioni per il 30% delle aziende, ordinativi in calo per il 54%, crescita prevista solo per il 16% delle imprese. In forte sofferenza restano anche in questa seconda parte dell'anno le piccole aziende del commercio al dettaglio.

In particolare, è il segmento del piccolo commercio non alimentare quello che prevede le maggiori contrazioni e evidenzia la situazione più problematica. L'indicatore degli ordinativi segna "meno" infatti per il 66% delle imprese, stabile per il 28% e in crescita per appena il 6% delle aziende del settore. Sul lungo periodo, lo scenario si modifica con previsioni più ottimistiche da parte delle aziende del commercio. Una situazione di miglioramento è prevista da circa un terzo delle imprese (28%), stabile per il 64%, in diminuzione per il 4%. La situazione più complessa potrà essere per il commercio al dettaglio di prodotti alimentari.

Previsioni delle VENDITE per il 3° trimestre 2012 per settore di attività
quota % di imprese che dichiarano aumento, stabilità, diminuzione



Previsioni degli ORDINATIVI per il 3° trimestre 2012 per settore di attività
quota % di imprese che dichiarano aumento, stabilità, diminuzione

Terni	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE	16	30	54
SETTORI DI ATTIVITA'			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	26	40	34
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	6	28	66
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	50	22	28

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio al dettaglio per la provincia di Terni

Orientamento delle imprese circa l'EVOLUZIONE della propria attività nei dodici mesi
successivi al 2° trimestre 2012 per settore di attività – (valore %)

Terni	Totale imprese			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
TOTALE	28	64	4	4
SETTORI DI ATTIVITA'				
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	69	11	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	30	63	2	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	36	64	0	0

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio al dettaglio per la provincia di Terni

NOTA METODOLOGICA

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio, realizzata dal Centro Studi Unioncamere per conto della Camera di Commercio di Terni, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 70 aziende con dipendenti. L'indagine è rappresentativa della totalità delle imprese con dipendenti, interessando, a differenza dell'indagine condotta sull'industria, anche le imprese con più di 500 dipendenti.

I dati sono disaggregati per 3 settori di attività economica (ipermercati, supermercati e grandi magazzini, commercio al dettaglio di prodotti alimentari e commercio al dettaglio di prodotti non alimentari). Per tutti i settori la numerosità campionaria è calcolata in modo da garantire, per ognuno dei domini di indagine, un errore massimo del 10% ed una significatività del 85%. L'universo di riferimento è costituito dalle imprese con dipendenti desunto dal Registro Imprese integrato con i dati ottenuti da altre fonti (in particolare INPS e ISTAT). Anche l'indagine Unioncamere si basa sul principio che nelle rilevazioni campionarie condotte a cadenza periodica è opportuno non rinnovare completamente il campione ogni volta, ma mantenere nel campione per due o più interviste una predeterminata quota delle unità (panel), utilizzando la tecnica dei campioni ruotati.

Per questo motivo, tenendo conto anche della necessità di ridurre il fastidio statistico per i rispondenti e il tasso di caduta delle interviste, si è scelto di ricorrere una domanda diretta in cui al termine di ogni contatto positivo si chiede la disponibilità dell'intervistato a essere

contattato anche per il successivo trimestre. Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, viene chiesto alle imprese di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici (tra i quali l'andamento delle vendite e la consistenza delle giacenze di magazzino), nonché la previsione per i tre mesi (ad es. del volume degli ordini emessi nei confronti dei fornitori) e i dodici mesi successivi al trimestre di indagine. Alcuni dei dati tendenziali sono di tipo quantitativo (variazioni registrate nel trimestre rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente), mentre i dati congiunturali (rispetto al trimestre precedente) e previsionali (riferiti al trimestre successivo e a 4 trimestri) sono di tipo qualitativo (aumento, stabilità, diminuzione). L'unità di riporto è costituita dalle unità provinciali d'impresa (anche se la classe dimensionale è quella dell'impresa nel suo complesso).

Le ponderazioni infra-dominio e inter-dominio delle risposte vengono effettuate, a partire dal 1° trimestre 2012, sulla base del numero di addetti di ciascuna impresa / cluster d'appartenenza (sempre desunto dal Registro Imprese opportunamente integrato), abbandonando pertanto le procedure di ponderazione utilizzate fino al 4° trimestre 2011, che facevano riferimento alle variabili di bilancio.

Le interviste relative al 2° trimestre 2012 sono state realizzate nel mese di luglio 2012.

Realizzato dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Terni

Segretario Generale dr.ssa Giuliana Piandoro

Ufficio Informazione Economica

Marco Guerrini - Claudio Valeriani - Chiara Damiani

0744 489262 - 265 - 267

E-mail: studi@tr.camcom.it

Web: www.tr.camcom.gov.it