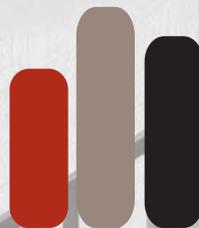


# OSSERVATORIO CONGIUNTURALE PROVINCIALE

Camera di Commercio di Terni  
Ufficio Informazione Economica

## COMMERCIO

1° Trimestre 2012



Camera di Commercio  
Terni

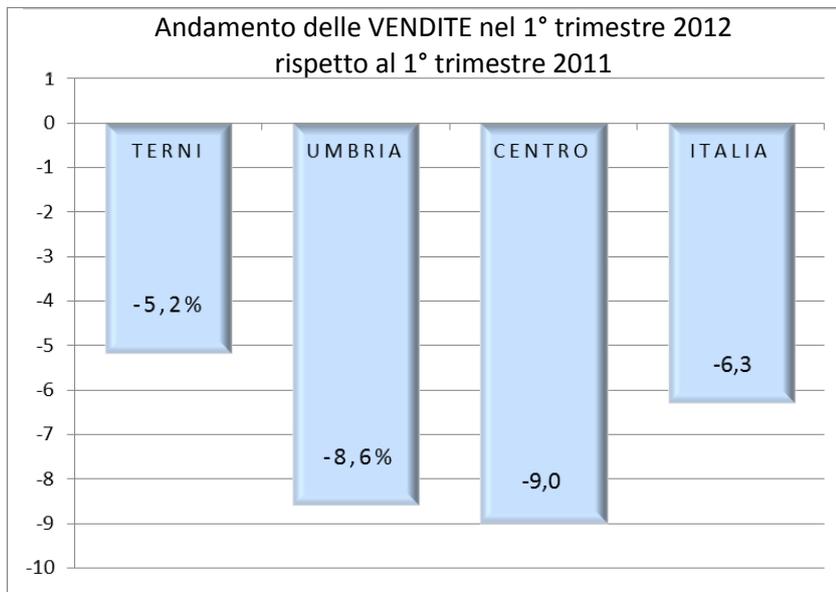


1927.2012  
ottantacinque  
anni di imprese



## SITUAZIONE DEL 1° TRIMESTRE 2012

L'erosione del reddito disponibile e le incertezze sulla situazione economica percepite dai consumatori si riflettono in una consistente contrazione delle vendite della piccola e media distribuzione. In questo contesto si può leggere il peggioramento del clima di business rilevato dalle imprese, espresso in relazione alle vendite attese. L'andamento complessivo delle vendite del commercio al dettaglio in provincia di Terni registra al primo trimestre 2012 su base tendenziale una contrazione del 5,2%. Un dato che si colloca sopra la media regionale che flette dell'8,6% e della media registrata nelle regioni del Centro (-9%). Il divario di performance tra provincia e regione, potrebbe trovare una lettura nel dato che riguarda la Grande distribuzione organizzata (Gdo). Ipermercati, supermercati e grandi magazzini rivelano un aumento delle vendite rispetto all'ultimo trimestre del 2011 (il 46% delle imprese intervistate) e un aumento rispetto al primo trimestre del 2011 dell'1,2%. Un dato che potrebbe pertanto aver "calmierato" l'andamento del commercio provinciale nel suo complesso.



Andamento delle VENDITE nel 1° trimestre 2012 rispetto al trimestre precedente  
quota % di imprese che dichiarano aumento, stabilità, diminuzione

Terni	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>70</b>
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	6	33	61
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	3	21	76
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	46	3	51

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

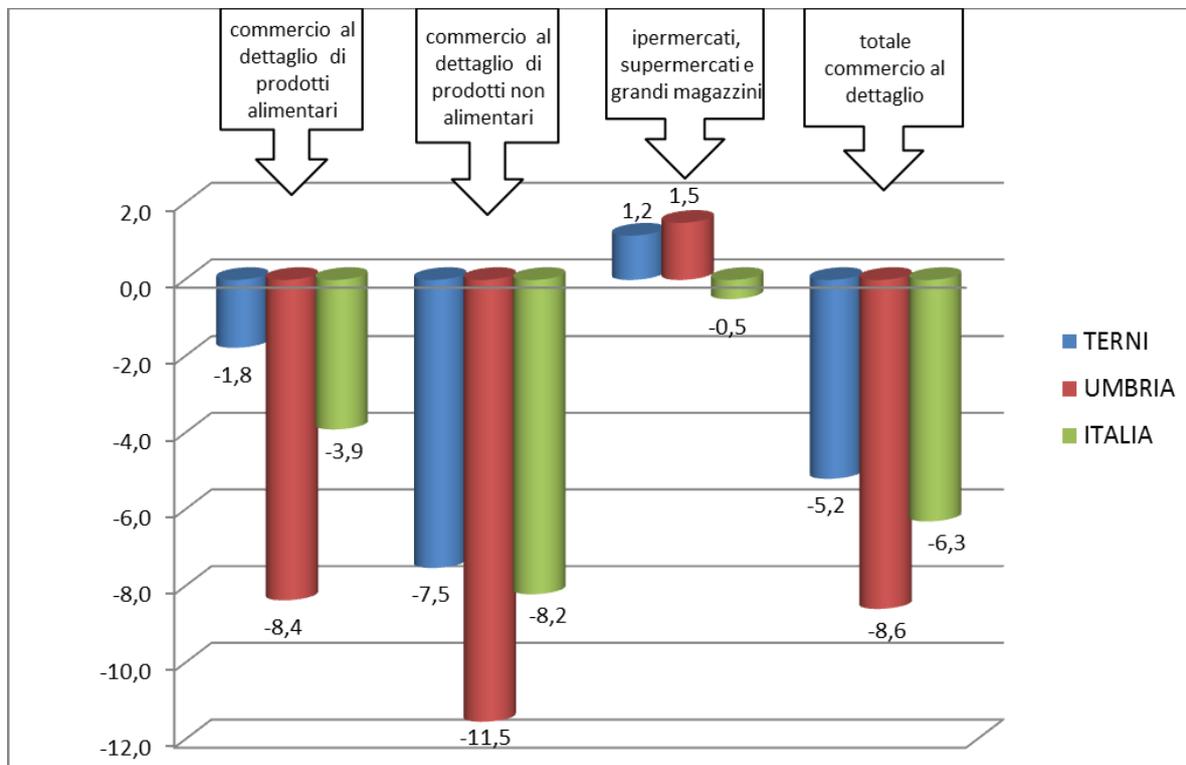
L'analisi dei comparti merceologici rivela una flessione consistente del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari. Dal primo trimestre 2012 allo stesso periodo dell'anno precedente sono diminuite del 7,5%. A livello regionale la flessione è ancor più marcata e raggiunge l'11,5%.

Nel contesto di contenimento delle dinamiche di spesa, si inserisce anche la performance negativa delle imprese del dettaglio alimentare che tuttavia hanno dimostrato, relativamente ad uno scenario già di per sé negativo, una contrazione meno netta delle vendite (-1,8%). Tipologia che registra invece in ambito regionale una pesante flessione (-8,4%). Il segno negativo si ripropone seppur in misura più contenuta anche a livello nazionale (-3,9%).

Relativamente alla Gdo presente nel territorio della provincia di Terni, 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 0,5%.

Per quanto riguarda le giacenze, alla fine del primo trimestre 2012, sono ritenute adeguate dall'87% delle imprese del commercio, il 9% le reputa esuberanti mentre il 4% le considera scarse.

Andamento delle VENDITE PER SETTORE nel 1° trimestre 2012 rispetto al 1° trimestre 2011  
(variazione %)



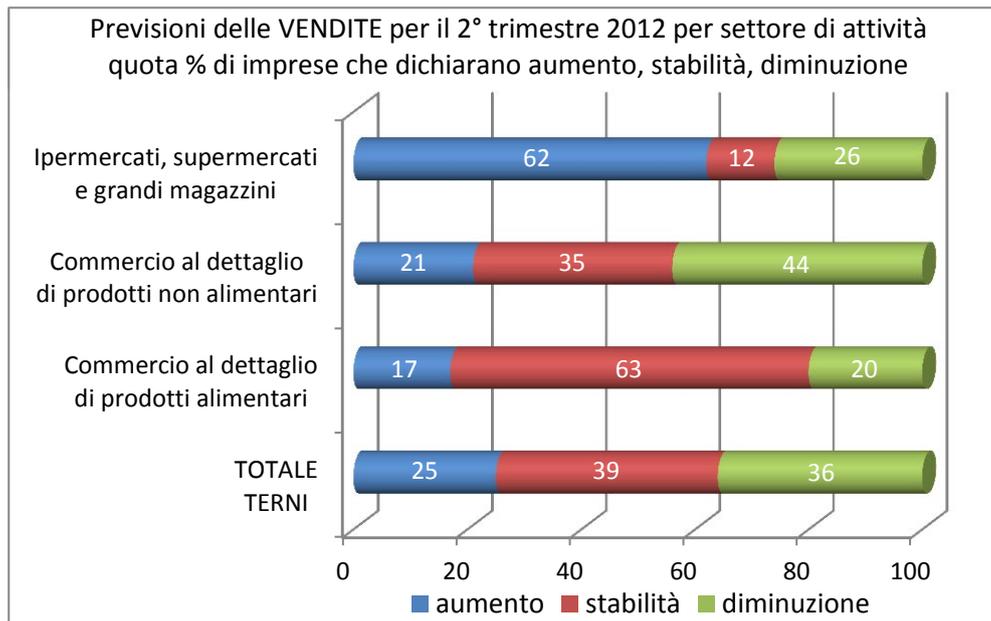
Quota % di imprese che dichiarano GIACENZE esuberanti, adeguate, scarse  
a fine 1°trimestre 2012

Terni	Totale imprese		
	esuberanti	adeguate	scarse
<b>TOTALE</b>	<b>9</b>	<b>87</b>	<b>4</b>
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	0	100	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	81	6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	2	98	0

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

## LE PREVISIONI PER IL 2° TRIMESTRE 2012

Lo scenario nel breve periodo vede il perdurare della crisi del comparto nel suo complesso. Secondo le previsioni delle vendite, le aziende che si attendono un decremento sono superiori (36%) a quelle che prevedono un aumento (25%). Il saldo sarebbe ancor più negativo se non ci fosse la performance in ripresa del comparto della grande distribuzione organizzata che contribuisce fortemente alla crescita del settore. Ben il 62% delle imprese intervistate prevede infatti, nel secondo trimestre 2012, di aumentare le proprie vendite a fronte di un 26% che nel proprio orizzonte di previsione vede una contrazione.



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 43% delle aziende, ordinativi in calo per il 34%. In forte sofferenza sono le piccole imprese del commercio al dettaglio, mentre una forte iniezione di energia arriva dalla Gdo. Tra gli ipermercati, supermercati e grandi magazzini prevedono una crescita quantitativa degli ordini il 61% delle imprese, il restante 39% stabilità. Il segmento del piccolo commercio non alimentare è quello che prevede le maggiori contrazioni e evidenzia la situazione più problematica. L'indicatore degli ordinativi segna "meno" infatti per il 44% delle imprese, stabile per il 37% e in crescita per appena il 18% delle aziende del settore. Sul lungo periodo, lo scenario di previsione evidenzia un miglioramento delle aspettative solo per il 17% delle aziende. Le stime fotografano per la quasi totalità delle aziende, nei prossimi 12 mesi, una situazione di stabilità (81%). Nessuna delle imprese del commercio al dettaglio intervistate prevede l'uscita dal mercato.

Previsioni degli ORDINATIVI per il 2° trimestre 2012 per settore di attività  
quota % di imprese che dichiarano aumento, stabilità, diminuzione

Terni	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
<b>TOTALE</b>	<b>23</b>	<b>43</b>	<b>34</b>
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>			
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	61	23
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	37	44
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	61	39	0

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 1° trimestre 2012 per settore di attività – (valore %)

Terni	Totale imprese			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
<b>TOTALE</b>	<b>17</b>	<b>81</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>				
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	4	94	3	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	82	2	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	48	52	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 dalla Camera di Commercio di Terni in collaborazione con il Centro Studi Unioncamere, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 80 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 (1-ipermercati, supermercati e grandi magazzini; 2-commercio al dettaglio di prodotti alimentari; 3-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 1° trimestre 2012 sono state realizzate nel mese di aprile 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](mailto:studi@tr.camcom.it)

Web: [www.tr.camcom.gov.it](http://www.tr.camcom.gov.it)