

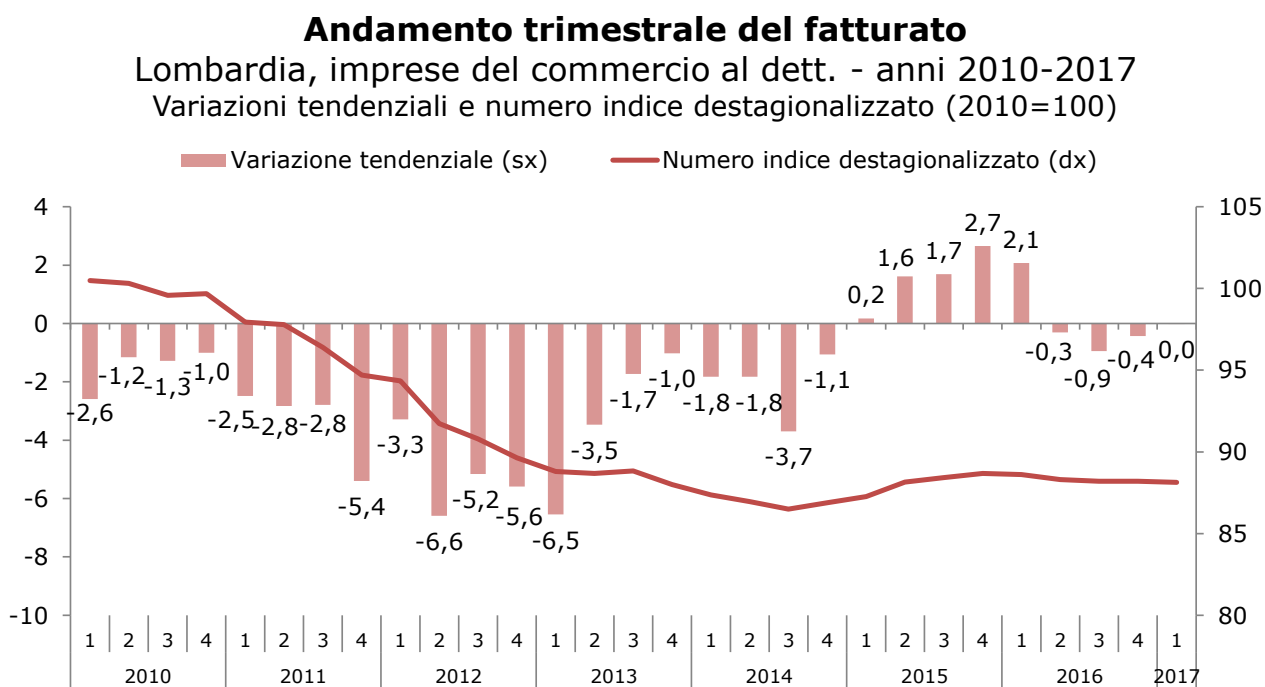
**INDAGINE TRIMESTRALE
SETTORE COMMERCIO
AL DETTAGLIO**

**1° trimestre 2017
Allegato Statistico**

1. Gli indicatori congiunturali

Dopo un 2016 caratterizzato da variazioni negative, i primi tre mesi del 2017 registrano una **stabilizzazione del fatturato** delle imprese lombarde attive nel commercio al dettaglio (+0,0% rispetto al primo trimestre 2016). Le prospettive per il 2017 rimangono incerte, con spinte contrastanti provenienti dal recupero dell'inflazione, che dovrebbe indebolire i consumi, e dal rafforzamento del mercato del lavoro, che concorre invece alla crescita del reddito disponibile. Le attese degli imprenditori, come vedremo, sembrano scommettere sulla prevalenza degli elementi positivi. L'indice destagionalizzato del fatturato (fatto 100 il livello del 2010) conferma la fase di sostanziale stabilità in corso, dopo la ripresa del 2015 e la leggera flessione della prima metà del 2016, attestandosi su quota 88.

Grafico 1.1



Fonte: Unioncamere Lombardia

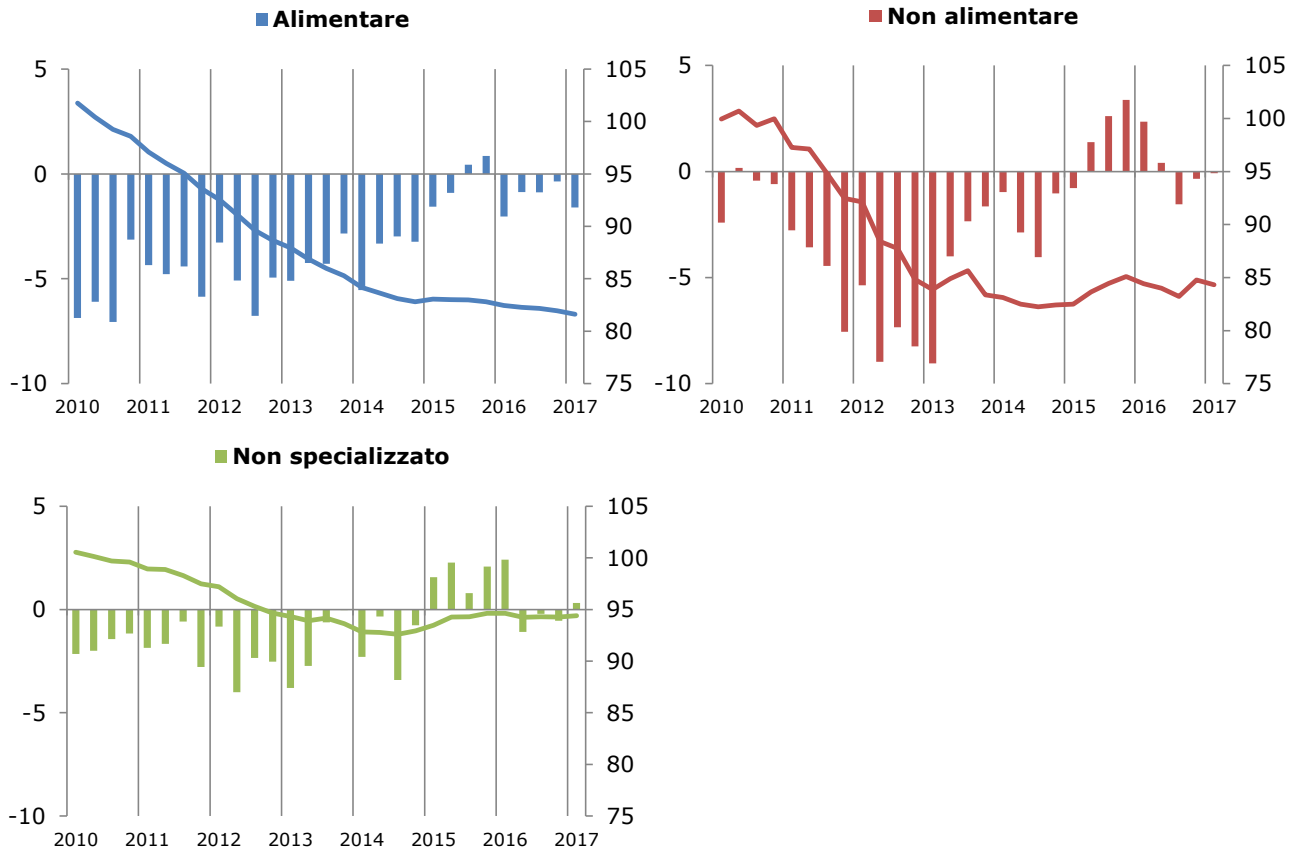
Dal punto di vista settoriale il trimestre è caratterizzato dal miglioramento del quadro relativo ai comparti **non alimentare**, che registra una variazione marginalmente negativa (-0,1%) dopo due trimestri in cui le perdite erano state più rilevanti, e **non specializzato**, che comprende la grande distribuzione e che torna a crescere (+0,3%) dopo tre variazioni trimestrali negative. Diversa invece la situazione per il comparto **alimentare**, dove si assiste a un'ulteriore contrazione del fatturato (-1,6%): si tratta del settore più piccolo e di quello in maggiore difficoltà negli ultimi anni, che non è riuscito a mettere a segno recuperi significativi anche durante la congiuntura favorevole del 2015.

Grafico 1.2

Andamento trimestrale del fatturato per comparto

Lombardia, imprese del commercio al dett. - anni 2010-2017

Variazioni tendenziali (sx) e numero indice destagionalizzato (dx, 2010=100)



Fonte: Unioncamere Lombardia

La distribuzione delle risposte all'interno del campione mostra l'ampliamento della quota di imprese che dichiarano un fatturato stazionario (dal 28% del trimestre precedente al 30%) e una lieve riduzione sia delle imprese in crescita (dal 32% al 31%) sia di quelle in calo (dal 40% al 39%).

La variazione dei **prezzi** nel trimestre risulta negativa (-0,5%), evidenziando dinamiche opposte tra gli esercizi specializzati alimentari (+1%), condizionati dalle tensioni nei primi mesi dell'anno su molti prodotti ortofrutticoli, e tra quelli non alimentari (-0,5%) e non specializzati (-0,7%). Al di là delle fluttuazioni trimestrali il trend appare orientato al rialzo, in linea con la ripresa dell'inflazione: il numero indice evidenzia un incremento di quasi un punto su base annua.

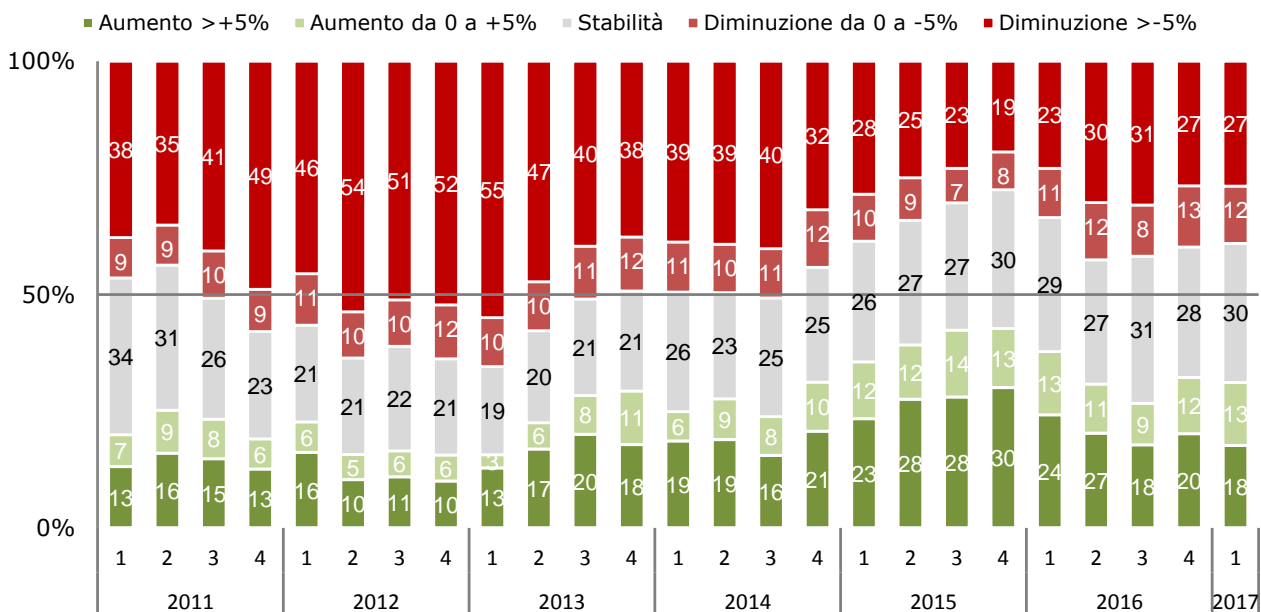
Le valutazioni in merito agli **ordini ai fornitori** vedono saldo tra giudizi di aumento e diminuzione pari al -11,4%, in peggioramento rispetto al -5,6% dello scorso trimestre: l'andamento di questa variabile, che spesso anticipa quello del fatturato, negli ultimi trimestri ha assunto una dinamica altalenante, indicando una situazione di incertezza.

Il **numero di addetti** registra un incremento nel trimestre (+0,3%), variazione che si conferma positiva anche al netto degli effetti stagionali: prosegue quindi il trend crescente evidenziato nell'ultimo anno.

Grafico 1.3

Variazioni tendenziali del fatturato

Lombardia, imprese del commercio al dett. - anni 2011-2017
Distribuzione di frequenze per classe di variazione, dati trimestrali



Fonte: Unioncamere Lombardia

Tabella 1.1

Variazioni delle principali variabili

Lombardia, imprese del commercio al dett. - I trimestre 2017
Dati per comparto merceologico

	Fatturato (1)	Prezzi (2)	Scorte (3)	Ordini ai fornitori (1) (4)	Addetti (2)
Commercio al dettaglio	0,0	-0,5	6,0	-11,4	0,3
- Alimentare	-1,6	1,0	-7,9	-23,2	0,2
- Non alimentare	-0,1	-0,5	13,8	-11,8	-0,1
- Non specializzato	0,3	-0,7	-2,0	-5,3	0,9

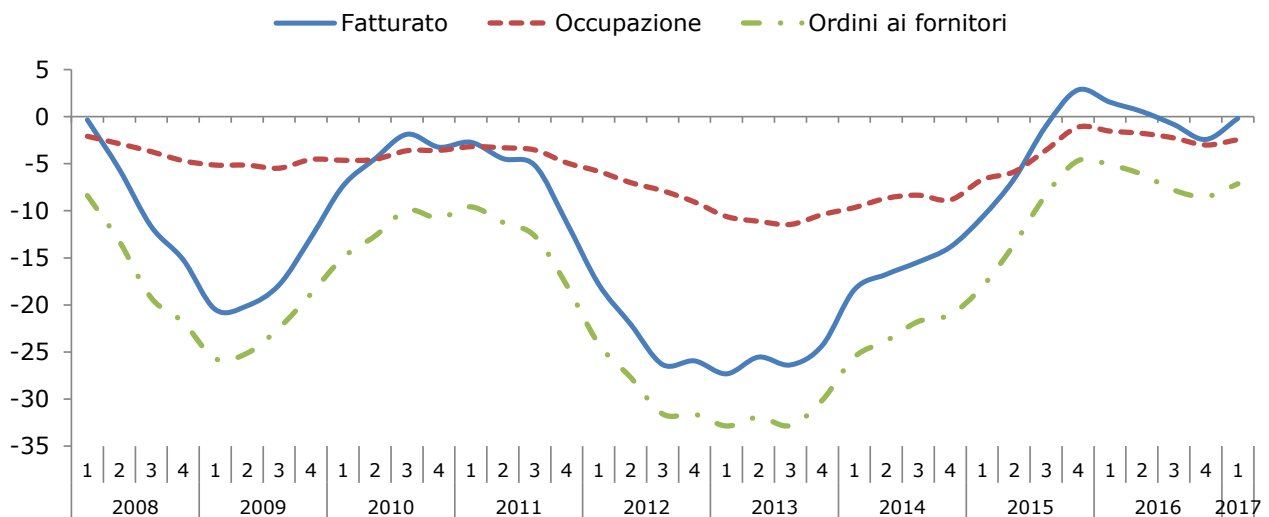
Fonte: Unioncamere Lombardia

- (1) Variazione tendenziale
- (2) Variazione nel trimestre
- (3) Differenza giudizi di esuberanza e scarsità
- (4) Saldo giudizio di aumento e diminuzione

Tornano a migliorare le **aspettative degli imprenditori**: il saldo tra quanti prevedono un incremento di fatturato nel prossimo trimestre (29,1%) e quanti invece si aspettano una diminuzione (16,1%) è positivo e in aumento rispetto al valore registrato nello stesso periodo dell'anno scorso (+13% vs +4,1%); per occupazione (-1,4%) e ordini ai fornitori (-0,1%) i saldi restano invece leggermente negativi, ma comunque in miglioramento su base annua. Il grafico 1.4 riporta l'andamento dei saldi in media mobile, evidenziando l'incremento dell'ultimo trimestre dopo il trend decrescente che aveva caratterizzato il 2016.

Grafico 1.4

Aspettative degli imprenditori
 Imprese del commercio al dett. - anni 2008-2017
 Medie mobili dei saldi trimestrali giudizi aumento-diminuzione



Fonte: Unioncamere Lombardia

2. Le vendite della grande distribuzione

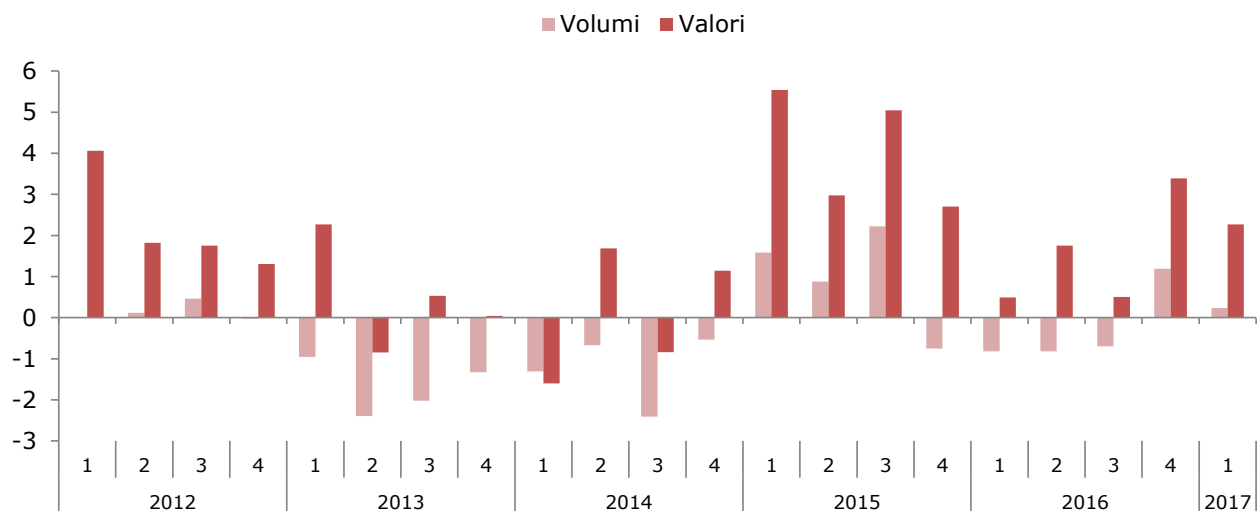
Le vendite dei supermercati e ipermercati lombardi confermano la **variazione positiva** riscontrata alla fine del 2016, sebbene gli incrementi in valore (+2,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso) e ancor più in volume (+0,2%) risultino inferiori a quelli registrati lo scorso trimestre. Per la grande distribuzione a prevalenza alimentare si delinea quindi un quadro in miglioramento rispetto alla situazione fotografata tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, che aveva visto una contrazione dei volumi di vendita, ma la crescita in quantità risulta comunque esigua. La variazione in valore rimane invece su livelli significativi non solo per il risveglio dell'inflazione, ma anche grazie alla modifica delle abitudini di acquisto dei consumatori, che sembrano più attenti alla qualità dei prodotti evidenziando un *upgrading* del carrello della spesa; questo processo ha permesso ai fatturati di continuare a crescere anche nel 2016 nonostante la debolezza dei prezzi. Si tratta di un fenomeno più sviluppato in Lombardia, che continua a mostrare incrementi in valore superiori a quelli registrati in media nazionale, nonostante la dinamica delle quantità risulti invece da diversi trimestri più favorevole a livello italiano.

Grafico 2.1

Variazioni tendenziali dei volumi e dei valori di vendita

Lombardia, GDO - anni 2012-2017

Dati trimestrali relativi ai prodotti del Largo Consumo Confezionato



Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati IRI Information Resources

I comparti merceologici che conseguono i risultati migliori sono quello del *freddo* (+4,4% in volume e +7,2% in valore) e delle *bevande* (+5,7% in volume e +2,2% in valore), mentre le due categorie che nel 2016 avevano fornito i contributi positivi maggiori registrano in questo trimestre performance meno brillanti: il *fresco* evidenzia un incremento significativo in valore (+4,1%) a fronte però di una diminuzione in volume (-0,5%), la *drogheria alimentare* vede calare le vendite sia in volume (-0,3%) che in valore (-0,7%). I reparti del *cura casa* e *cura persona*, i più penalizzati negli scorsi anni anche per la concorrenza crescente del canale *drugstore*, evidenziano entrambi una ripresa in valore (+0,3%), che per la *cura persona* si affianca a un incremento anche delle quantità (+1,7%), mentre nel *cura casa* si verifica ancora una contrazione dei volumi (-2,1%).

Tabella 2.1

Variazioni tendenziali di volumi e valori di vendita
Lombardia, GDO - I trimestre 2017
Dati per comparto merceologico

	Lombardia		Italia	
	Volumi	Valori	Volumi	Valori
Totale Largo Consumo Confezionato	0,2	2,3	1,4	0,6
- Drogheria alimentare	-0,3	-0,7	-0,5	-3,0
- Bevande	5,7	2,2	4,3	1,5
- Freddo	4,4	7,2	6,0	7,3
- Fresco	-0,5	4,1	-1,5	2,6
- Cura persona	1,7	0,3	2,0	-0,5
- Cura casa	-2,1	0,3	1,1	-0,2

Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati IRI - Information Resources

3. La demografia d'impresa

Nel primo trimestre 2017 si registra una significativa **riduzione del numero di imprese attive** nel commercio al dettaglio con sede in Lombardia: rispetto allo stesso periodo del 2016 la variazione è del -0,6%, che segue al calo del -0,2% già registrato nel trimestre precedente. Lo stock scende a 91.812 posizioni, un livello inferiore a quello del primo trimestre 2015, annullando buona parte degli incrementi verificatisi a partire dalla seconda metà del 2014. La riduzione del numero di imprese è dovuta non tanto alla leggera crescita delle cessazioni (+2,8% su base annua), quanto al brusco calo delle iscrizioni (-22,9%).

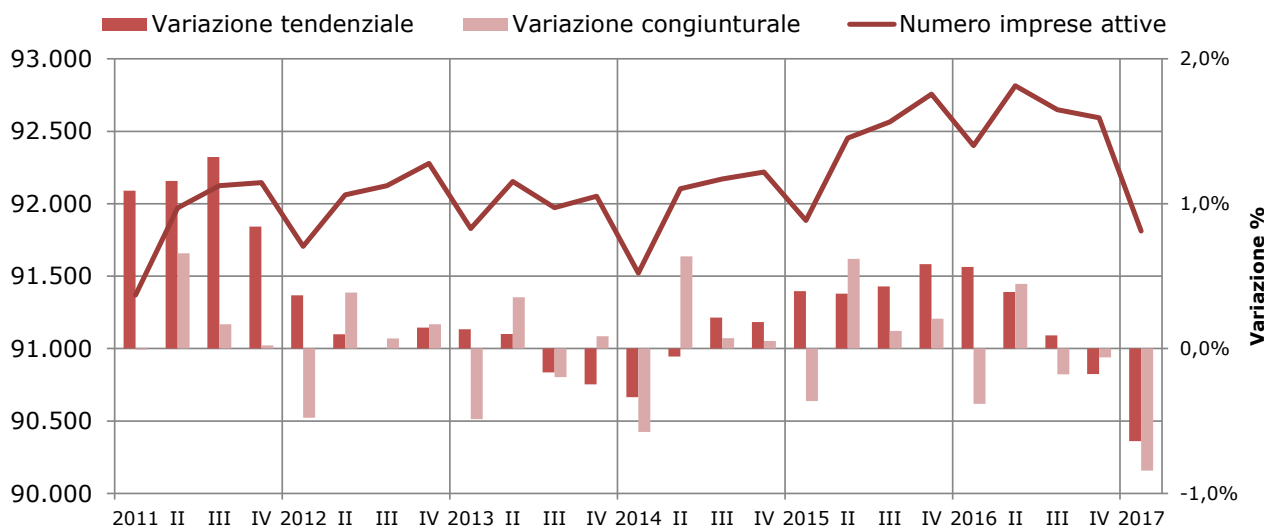
Come già segnalato, una delle principali cause della battuta d'arresto della natalità delle imprese commerciali risiede nel rallentamento dell'impresitoria straniera, evidente in termini di stock (+3% la crescita delle imprese attive rispetto al +8% di un anno fa) ma soprattutto di nuove iscrizioni (-31,3% su base annua). Nonostante ciò la quota di imprese controllate in prevalenza da stranieri continua a salire, raggiungendo il 21,1% contro il 19,8% a livello nazionale. Si intensifica inoltre il calo dell'impresitoria giovanile (-4,6% il numero di imprese attive), dopo la variazione negativa già evidenziata lo scorso trimestre; diminuisce anche la quota di imprese giovanili sul totale, che si attesta al 10,1% (vs 12,5% nazionale). Anche le imprese controllate in prevalenza da donne registrano una diminuzione (-1,4%), confermando il trend decrescente degli ultimi anni; la quota di impresitoria femminile rimane comunque considerevole (31,3%), anche se inferiore al dato italiano (33,2%).

Grafico 3.1

Imprese attive del commercio al dettaglio

Lombardia - anni 2011-2017

Dati trimestrali, valori assoluti e variazioni %



Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati Movimprese

Il rallentamento dell'impresitoria straniera procede parallelamente a quello del commercio ambulante, uno dei settori dove la componente non italiana è più forte: l'aumento di questi esercizi su base annua è pari al +0,4%, mentre un anno fa gli incrementi raggiungevano i 4 punti percentuali. L'ambulantato negli anni scorsi aveva fornito un contributo determinante alla crescita delle imprese del commercio al dettaglio e la sua frenata condiziona quindi significativamente la dinamica complessiva. Procede invece l'andamento positivo del commercio al di fuori di negozi, banche e mercati (+4,4%), altro comparto in forte espansione negli ultimi anni grazie allo sviluppo dell'e-commerce.

Per quanto riguarda gli esercizi in sede fissa è confermato il trend decrescente in corso, con l'eccezione di quelli specializzati in prodotti per l'informatica e le telecomunicazioni (+3%) grazie alla crescita dei negozi di telefonia; i deflussi più significativi riguardano gli esercizi di articoli culturali e ricreativi (-3,3%), in particolare edicole e cartolerie, di altri prodotti di uso domestico (-2,9%), soprattutto negozi di prodotti tessili, e di altri prodotti (-0,8%), in gran parte di abbigliamento. Risultano in calo anche gli esercizi non specializzati (-2,2%) per la diminuzione dei piccoli negozi a prevalenza alimentare e dei minimarket.

Tabella 3.1

Imprese attive nel commercio al dettaglio

Lombardia, I trimestre 2017

Consistenze, variazioni annue assolute e percentuali per gruppi ATECO 2007

ATECO 2007	Descrizione	Attive	Var. annua assoluta	Var. annua %
471	Esercizi non specializzati	8.222	-181	-2,2%
472	Alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati	11.728	-8	-0,1%
473	Carburante per autotrazione in esercizi specializzati	2.129	-66	-3,0%
474	Prodotti per l'informatica e Ict in esercizi specializzati	1.365	40	3,0%
475	Altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati	8.245	-248	-2,9%
476	Articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati	6.766	-231	-3,3%
477	Altri prodotti in esercizi specializzati	24.762	-212	-0,8%
478	Commercio al dettaglio ambulante	22.810	93	0,4%
479	Al di fuori di negozi, banche e mercati	5.598	238	4,4%
	Esercizi non classificati a tre cifre Ateco	187	-15	-7,4%
47	Totale	91.812	-590	-0,6%

Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati Movimprese

Note metodologiche:

L'indagine sulla congiuntura economica di Unioncamere Lombardia si svolge ogni trimestre su quattro campioni: imprese industriali, imprese artigiane, imprese commerciali e imprese dei servizi. Il campione industria comprende imprese con più di 10 addetti, mentre i campioni artigianato, commercio e servizi comprendono imprese con più di 3 addetti. Per la selezione delle imprese da intervistare è stata utilizzata la tecnica del campionamento stratificato proporzionale secondo l'attività economica (in base alla codifica delle attività economiche ATECO 2007), la dimensione d'impresa e la provincia di appartenenza. Alcuni degli strati sono stati sovracampionati per garantire una maggiore significatività dei dati disaggregati per classe dimensionale, provincia o settore. Le interviste vengono realizzate tramite tecnica CATI (Computer Assisted Telephone Interview) o CAWI (Computer Assisted Web Interview). Nel primo trimestre 2017 per l'indagine congiunturale del commercio sono state realizzate 1.127 interviste, così distribuite per settore e classe dimensionale:

	3-9 addetti	10-49 addetti	50-199 addetti	200 addetti e più	Totale
Alimentare	129	22	0	0	151
Non alimentare	413	179	30	10	632
Non specializzato	146	127	39	32	344
Totale	688	328	69	42	1.127

Al fine di ottenere la stima della variazione media delle variabili quantitative, si procede alla ponderazione dei dati in base alla struttura dell'occupazione, aggiornata periodicamente in modo da recepire significative modifiche nella struttura dell'universo.

Le informazioni ottenute dall'indagine sul settore del commercio sono disaggregabili per 4 classi dimensionali (3-9 addetti, 10-49 addetti, 50-199 addetti, oltre 200 addetti), 3 settori di attività economica (specializzato alimentare, specializzato non alimentare, non specializzato) e 12 province lombarde.

Le serie storiche sono destagionalizzate con la procedura TRAMO-SEATS, che è correntemente impiegata dai principali istituti di ricerca nazionali e internazionali. La procedura opera ogni trimestre su tutta la serie storica e non solo sull'ultimo dato inserito, quindi ad ogni aggiornamento possono verificarsi piccole correzioni dei dati dei trimestri precedenti in base alle nuove informazioni acquisite.

Le informazioni sulle vendite della grande distribuzione sono acquisite da IRI Information Resources tramite il servizio "Tracking di mercato", che rileva via scanner i dati dei prodotti di Largo Consumo Confezionato (LCC) di Ipermercati e Supermercati.

Il servizio garantisce la copertura di circa l'80% del fatturato LCC realizzato da tutto l'universo Iper + Super in Italia; di conseguenza solamente il 20% viene stimato sulla base del campione.

I dati vengono elaborati a "rete corrente", includendo quindi gli effetti di eventuali aperture o chiusure di punti vendita, e vengono forniti in valore e quantità. Sono inoltre disponibili dettagli per canale distributivo (ipermercati e supermercati), comparto merceologico (drogheria alimentare, bevande, freddo, fresco, cura persona, cura casa) e provincia (con l'esclusione di Sondrio e Monza-Brianza, inclusa nella provincia di Milano).



I dati sulla consistenza dello stock di imprese provengono da Movimprese, l'analisi statistica trimestrale della nati-mortalità delle imprese condotta da InfoCamere, per conto dell'Unioncamere, sugli archivi di tutte le Camere di Commercio italiane. L'archivio sul Web, attivo dal 1997, consente l'accesso ai dati in formato elettronico a partire dal primo trimestre 1995.