

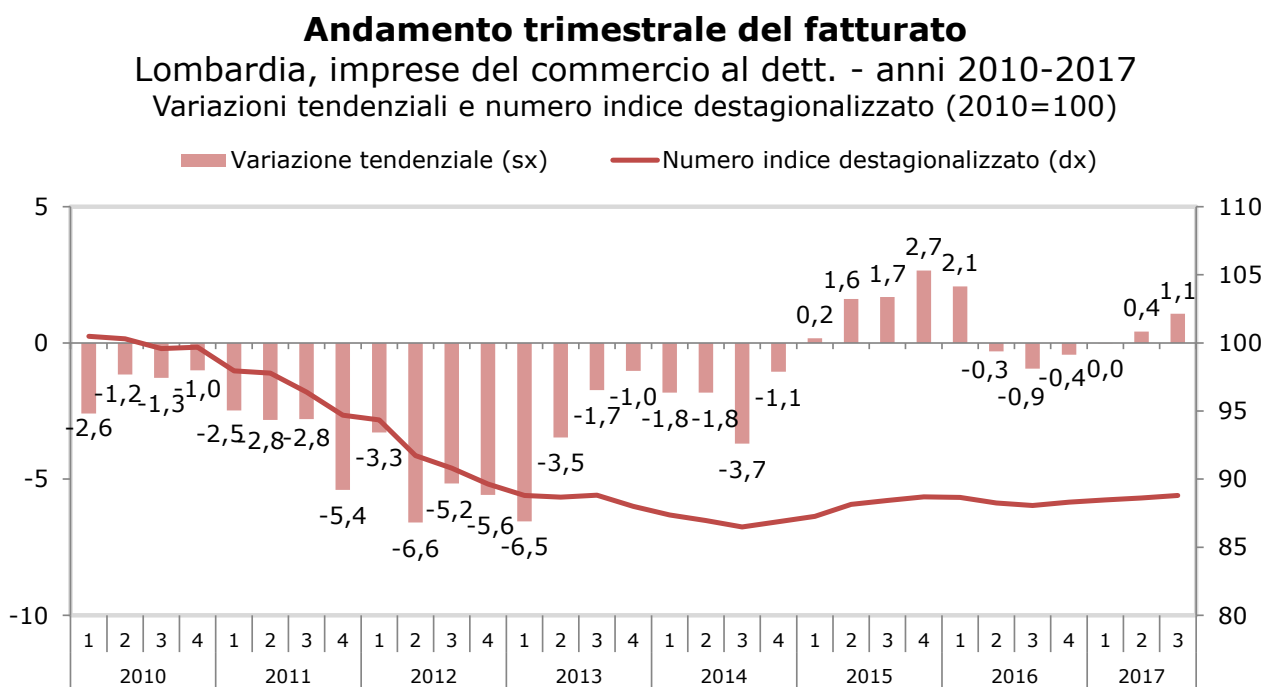
**INDAGINE TRIMESTRALE
SETTORE COMMERCIO
AL DETTAGLIO**

**3° trimestre 2017
Allegato Statistico**

1. Gli indicatori congiunturali

Il terzo trimestre conferma la fase di miglioramento evidenziata nel 2017 dal **fatturato** delle imprese lombarde attive nel commercio al dettaglio: la variazione su base annua è del **+1,1%**, secondo incremento consecutivo dopo quello, più lieve, registrato nel trimestre scorso (+0,4%). Archiviata la battuta d'arresto del 2016 il fatturato ha quindi ripreso a crescere, seppure a un ritmo inferiore a quello evidenziato nel 2015 e complessivamente insufficiente per recuperare in tempi brevi le ingenti perdite causate dalla recessione: considerato pari a 100 il livello del 2010, l'indice destagionalizzato raggiunge quota 88,8, con un incremento di oltre due punti rispetto al minimo toccato tre anni fa, ma rimane ancora molto distante dai livelli pre-crisi.

Grafico 1.1



Fonte: Unioncamere Lombardia

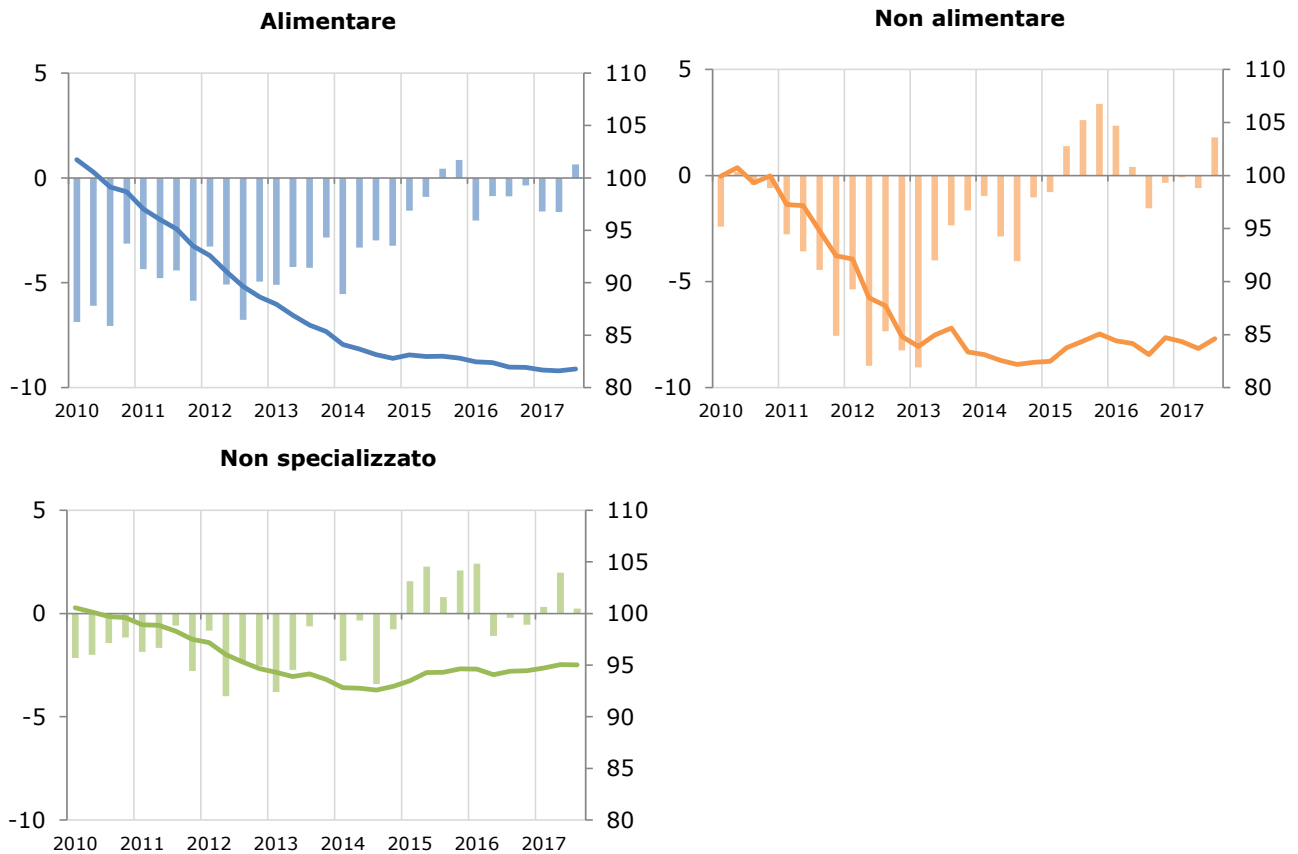
Il segno positivo risulta diffuso a tutti i comparti, evento che non si verificava dalla seconda metà del 2015 e che rappresenta quindi una conferma della maggiore intensità raggiunta dal processo di ripresa. In particolare gli esercizi specializzati **non alimentari**, che avevano sostenuto la ripresa nel 2015, evidenziano nuovamente una crescita significativa (+1,8%), mentre i negozi **non specializzati**, che comprendono la grande distribuzione alimentare, registrano solo un lieve incremento (+0,2%) dopo il risultato rilevante del trimestre scorso; tornano a crescere anche gli esercizi specializzati **alimentari** (+0,6%), negozi prevalentemente di piccole dimensioni che negli ultimi anni sono stati penalizzati dal processo di ristrutturazione in corso nel settore commerciale.

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

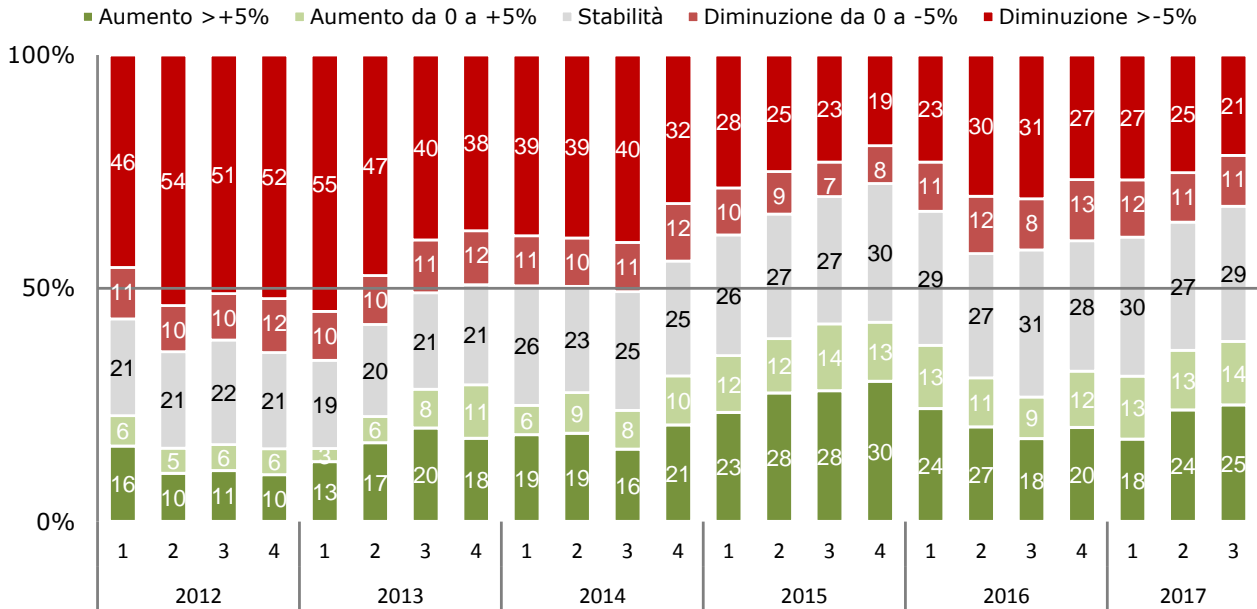
Anche la distribuzione delle risposte all'interno del campione riflette il miglioramento della dinamica congiunturale: si riduce infatti la quota delle imprese che dichiarano una perdita di fatturato su base annua (dal 36% al 32%), mentre si amplia sia la percentuale di imprese stabili (dal 27% al 29%) sia quella relativa alle imprese in crescita (dal 37% al 39%).

Risulta leggermente positiva la variazione dei **prezzi** (+0,1%), con aumenti che si concentrano nel comparto alimentare (+1,4%) e listini stabili per non alimentare (+0,1%) e non specializzato (-0,1%). Le valutazioni sugli **ordini ai fornitori** vedono invece prevalere i giudizi di diminuzione su quelli di aumento, con un saldo (-8,2%) che risulta in linea rispetto a quello misurato il trimestre scorso.

Il **numero degli addetti** registra un calo tra l'inizio e la fine del trimestre (-0,2%), ma al netto degli effetti stagionali la variazione risulta positiva e conferma il trend crescente dell'ultimo anno e mezzo, che ha permesso un recupero di quasi due punti dell'indice destagionalizzato (da 94,8 a 96,7; valore del 2010 pari a 100).

Grafico 1.3

Variazioni tendenziali del fatturato
Lombardia, imprese del commercio al dett. - anni 2012-2017
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. - III trimestre 2017
Dati per comparto merceologico

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

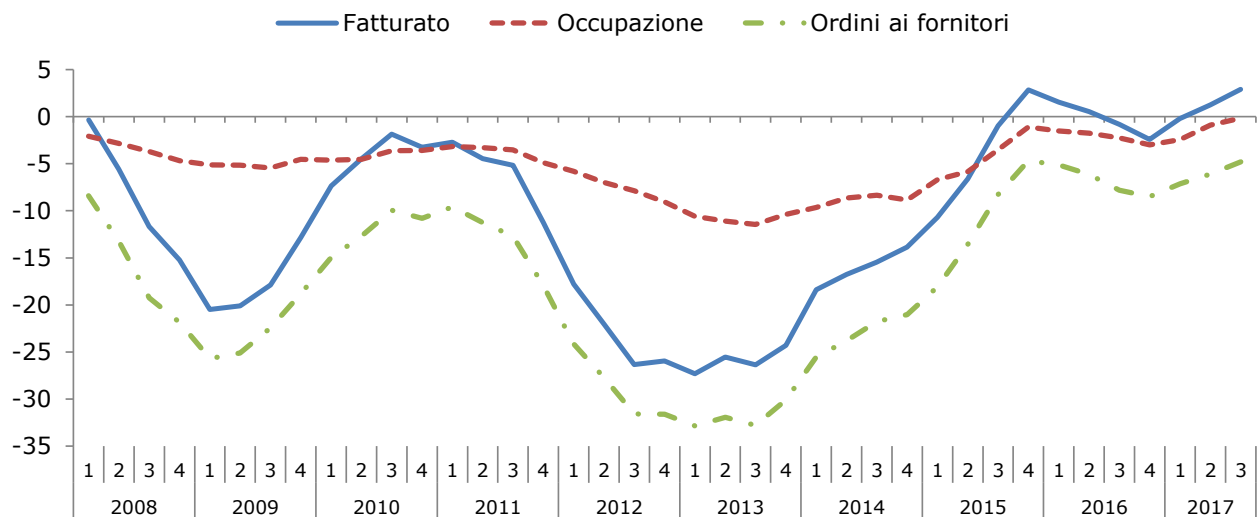
Fonte: Unioncamere Lombardia

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

I risultati incoraggianti del 2017 si riflettono sulle **aspettative degli imprenditori**, che si dichiarano ottimisti per quanto riguarda l'ultimo trimestre dell'anno; i saldi tra previsioni di aumento e diminuzione sono infatti positivi per tutte le variabili, come accade normalmente per le aspettative sul quarto trimestre, e con valori superiori a quelli dell'anno scorso: +21,9% per il fatturato, +10,5% per gli ordini ai fornitori e +3,6% per l'occupazione. Il grafico che riporta l'andamento dei saldi in media mobile evidenzia il proseguimento del trend crescente della fiducia degli operatori dopo la fase di peggioramento evidenziata nel 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

I dati forniti da IRI – Information Resources sulle vendite nei supermercati e ipermercati lombardi di prodotti di largo consumo confezionato evidenziano un rallentamento nel terzo trimestre 2017: la crescita in valore su base annua è pari al +1,8%, mentre considerando i “pezzi” venduti, e quindi le quantità, la variazione è del +1%.

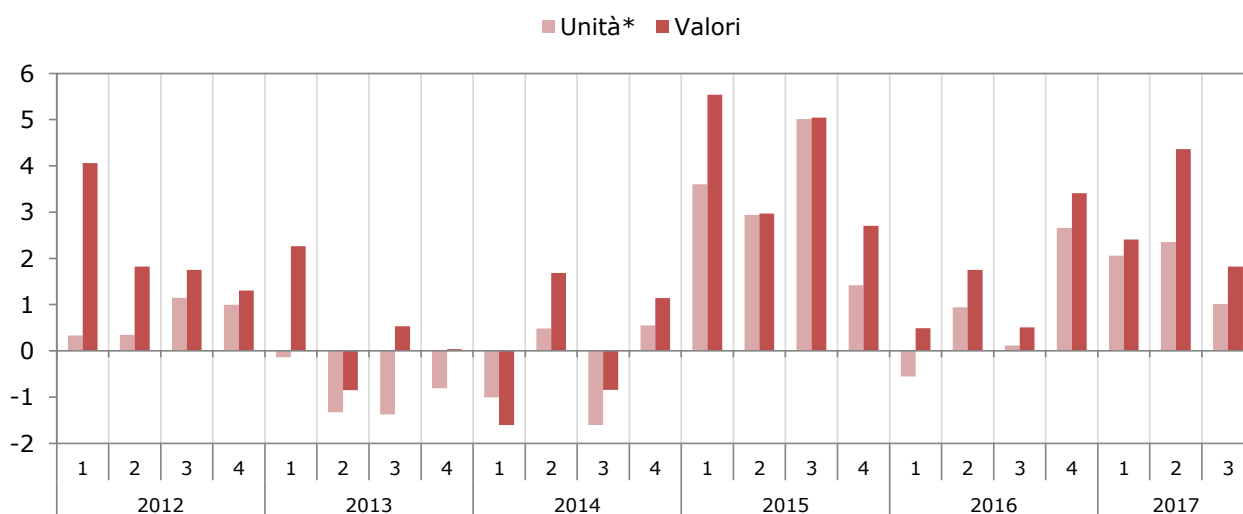
Si tratta degli incrementi minori tra quelli registrati nell’ultimo anno, sebbene rimangano superiori alle variazioni evidenziate nei primi nove mesi del 2016. Il rialzo dell’inflazione e la conseguente riduzione del potere d’acquisto, che non avevano avuto effetti negativi nella prima parte dell’anno, potrebbero quindi aver condizionato gli acquisti dei consumatori nel terzo trimestre, forse per un ritardo nella percezione dei rincari da parte delle famiglie. Tali tensioni sui prezzi sono previste comunque in rientro nei prossimi mesi, portando l’inflazione nel 2018 a un livello nuovamente ridotto, previsione che insieme al proseguimento della dinamica positiva nel mercato del lavoro lascia comunque piuttosto ottimisti sull’evoluzione futura dei consumi.

A livello italiano il rallentamento rispetto al trimestre precedente si è verificato in valore (+3,2%) ma non in quantità (+3,5%), confermando l’andamento più brillante rispetto alle vendite lombarde già evidenziato nel trimestre scorso.

Grafico 2.1

Variazioni tendenziali dei valori e delle unità 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

* Da questo trimestre le quantità vengono valutate in unità, “pezzi” venduti, e non più in volume, per evitare le distorsioni derivanti dalle diverse unità di misura dei prodotti: i dati non sono quindi confrontabili a quelli precedentemente pubblicati

Durante l'estate il clima caratterizzato da temperature superiori alla media ha sostenuto i consumi, come già avvenuto nel secondo trimestre, favorendo gli acquisti di prodotti stagionali nel comparto del *freddo* (+3,6% in valore e +2,5% in quantità) e in quello delle *bevande* (+1,7% in valore e +2,8% in quantità). Il *fresco* registra una crescita ancora più significativa in valore (+4,4%), accompagnata però da una sostanziale stabilità delle quantità (-0,2%), mentre nella *drogheria alimentare* crescono sia i valori (+2,4%) che le unità vendute (+0,8%). Contributi negativi provengono ancora una volta dai prodotti per la *cura della casa* (-3,1% in valore e -2,5% in quantità) e *della persona* (-3% in valore e -2,3% in quantità), comparti che negli ultimi anni hanno subito forti perdite anche per la concorrenza crescente dei drugstore.

Tabella 2.1

Variazioni tendenziali di volumi e valori di vendita

Lombardia, GDO - III trimestre 2017

Dati per comparto merceologico

	Lombardia		Italia	
	Unità	Valori	Unità	Valori
Totale Largo Consumo Confezionato	1,0	1,8	3,5	3,2
- Drogheria alimentare	0,8	2,4	1,9	2,9
- Bevande	2,8	1,7	7,6	5,4
- Freddo	2,5	3,6	4,7	5,7
- Fresco	-0,2	4,4	1,6	5,2
- Cura persona	-2,3	-3,0	-0,8	-2,3
- Cura casa	-2,5	-3,1	-0,2	-1,4

Fonte: elaborazioni Unioncamere Lombardia su dati IRI - Information Resources

3. La demografia d'impresa

Nel terzo trimestre 2017 si conferma il **calo del numero di imprese** lombarde attive nel commercio al dettaglio: secondo le anagrafi camerali le posizioni attive sono 91.701, con una **diminuzione** su base annua **dell'1%**, la stessa registrata nello scorso trimestre. La causa di tale trend decrescente è da ricercarsi nell'andamento delle iscrizioni, che dalla metà del 2016 hanno evidenziato variazioni negative nell'ordine dei venti punti percentuali (-19,5% il dato dell'ultimo trimestre), a fronte di una riduzione solo marginale delle cessazioni. Il tessuto imprenditoriale commerciale della regione si riporta così sui livelli precedenti alla fase espansiva compresa tra la seconda parte del 2014 e la prima metà del 2016.

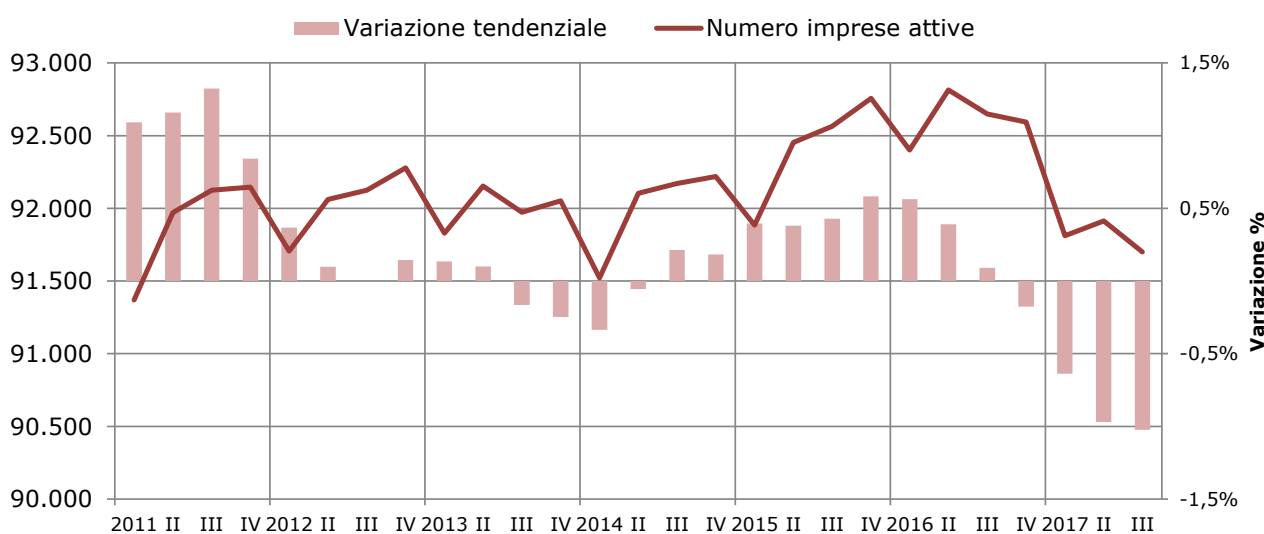
Una delle cause della riduzione delle imprese nel commercio è legata al rallentamento dell'imprenditoria straniera, che continua a crescere (+1,6%) ma a ritmi molto più ridotti che in passato: un anno fa la variazione era pari al +5% e nel terzo trimestre 2015 raggiungeva il +10,2%; nonostante tale frenata, la quota di imprese controllate in prevalenza da stranieri sale al 21,3%, una percentuale superiore rispetto a quella registrata in Italia (19,8%). Prosegue invece il calo delle imprese femminili (-1,4%) e giovanili (-5,1%), le cui quote in Lombardia risultano inferiori a quelle nazionali (31,3% vs 33,1% per le prime e 10,6% vs 12,9% per le seconde).

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'imprenditoria straniera è legato al calo del commercio ambulante (-1%), che rappresenta un canale di attività privilegiato per le imprese controllate in prevalenza da persone nate fuori dall'Italia. L'ambulantato negli ultimi anni è stata una delle componenti più dinamiche del commercio al dettaglio, compensando l'andamento decrescente dei negozi in sede fissa: la svolta evidenziata nel 2017 dallo stock di imprese ambulanti attive, anticipata da un calo delle iscrizioni già nel 2016, ha quindi condizionato negativamente la dinamica di natimortalità imprenditoriale di tutto il comparto commerciale lombardo.

Continua a crescere invece il commercio al di fuori di negozi, banche e mercati (+3,8%), che grazie alla diffusione dell'e-commerce in questi anni ha registrato tassi di espansione costanti, passando da una quota del 4% nel 2009 al 6,3% dell'ultimo trimestre.

Si conferma l'andamento negativo dei negozi in sede fissa: i non specializzati mostrano una variazione del -2% dovuta alla diminuzione dei piccoli negozi a prevalenza alimentare e dei minimarket, mentre tra gli specializzati calano i negozi di articoli culturali e ricreativi (-3,3%), in particolare edicole e cartolerie, quelli di altri prodotti per uso domestico (-3,1%), soprattutto tessili, i rivenditori di carburante (-1,6%) e i negozi di altri prodotti (-1,0%), in particolare di abbigliamento. Risultano stabili gli esercizi specializzati di alimentari, bevande e tabacco (-0,2%), mentre prosegue la crescita degli esercizi di prodotti per l'informatica e le telecomunicazioni (+3,6%) grazie alla crescita dei negozi di telefonia.

Tabella 3.1

Imprese attive nel commercio al dettaglio

Lombardia, III 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	8.153	-168	-2,0%
472	Alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati	11.763	-21	-0,2%
473	Carburante per autotrazione in esercizi specializzati	2.129	-35	-1,6%
474	Prodotti per l'informatica e Ict in esercizi specializzati	1.398	49	3,6%
475	Altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati	8.190	-258	-3,1%
476	Articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati	6.712	-230	-3,3%
477	Altri prodotti in esercizi specializzati	24.715	-259	-1,0%
478	Commercio al dettaglio ambulante	22.700	-226	-1,0%
479	Al di fuori di negozi, banche e mercati	5.760	212	3,8%
	Esercizi non classificati a tre cifre Ateco	181	-12	-6,2%
47	Totale	91.701	-948	-1,0%

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 terzo trimestre 2017 per l'indagine congiunturale del commercio sono state realizzate 1.163 interviste, così distribuite per settore e classe dimensionale:

	3-9 addetti	10-49 addetti	50-199 addetti	200 addetti e più	Totale
Alimentare	119	19	1	0	139
Non alimentare	404	216	43	8	671
Non specializzato	142	131	45	35	353
Totale	665	366	89	43	1.163

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.