

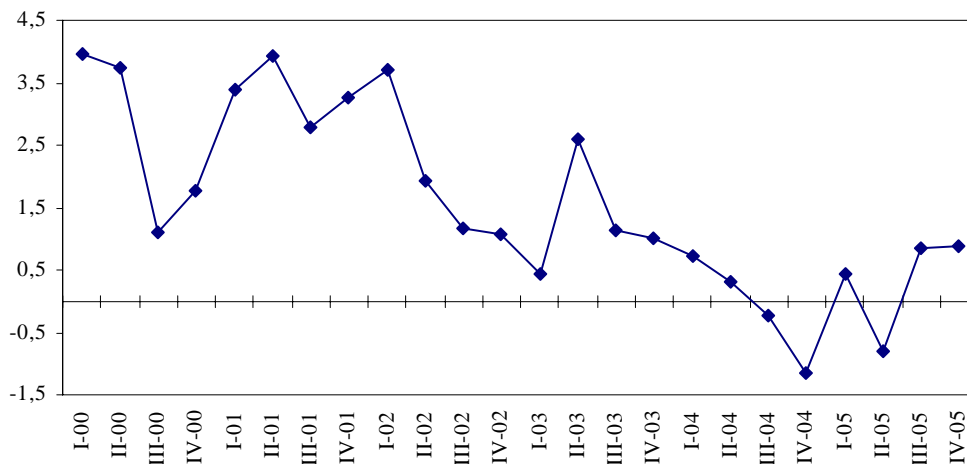
Indice del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio della Toscana
4° trimestre 2005

Considerazioni generali

Nel quarto trimestre del 2005 l'indice generale del *valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio della Toscana*, con base 2000=100, è risultato pari a 133,1 registrando un aumento dello 0,9% rispetto allo stesso periodo del 2004. L'andamento delle vendite della Toscana è risultato comunque più contenuto rispetto alle accelerazioni registrate sia a livello nazionale (+1,9%) che della macroarea Centro (+2,2%).

L'aumento tendenziale dello 0,9% registrato dalle vendite regionali nell'ultimo trimestre 2005 è analogo a quello del trimestre precedente (+0,8%), il tasso annuale torna ad essere di nuovo positivo (+0,4%, mentre nel 2004 era stato pari a -0,2%) come pure il dato relativo al secondo semestre del 2005 (+0,9 contro il -0,8% del secondo semestre 2004), e conferma la fase di ripresa delle vendite.

Indice trimestrale del valore delle vendite della Toscana dal 2000 al 2005
base 2000=100 - variazioni percentuali tendenziali



Analisi per forma distributiva e settore merceologico

Nel quarto trimestre 2005, sia le vendite di prodotti alimentari che quelle di prodotti non alimentari nel complesso sono risultate positive e hanno segnato un'inversione di tendenza rispetto all'andamento dell'ultimo trimestre 2004: le vendite di *prodotti non alimentari* sono passate da una diminuzione dello 0,9% ad una crescita dello 0,9% e quelle di *prodotti alimentari* sono risalite dal -1,6% al +0,8%.

La *grande distribuzione* ha registrato un buon incremento delle vendite (+1,9%) migliorando la performance rispetto al quarto trimestre del 2004 quando si era fermata a un +0,3%, ma la sorpresa del trimestre è rappresentata dalla *piccola distribuzione* (+0,6%) che segnala finalmente una crescita dopo ben sette trimestri di risultati negativi (l'ultimo dato positivo era stato registrato nel quarto trimestre del 2003) e recupera il pesante -1,6% dell'ultimo trimestre 2004, peraltro il peggior risultato dal 1999 ad oggi.

Le imprese della *grande distribuzione* hanno evidenziato un incremento delle vendite di *prodotti alimentari* dell'1,0%, risultato questo che appare più positivo se confrontato con il -0,8% registrato nello stesso periodo del 2004. Decisamente migliore è stato l'andamento delle vendite di *prodotti non alimentari* che, con un incremento del +3,7%, hanno registrato il tasso di crescita più elevato del trimestre in esame.

Il comparto *alimentare* della *distribuzione tradizionale* evidenzia, per la prima volta dopo quasi due anni di sofferenza, un aumento delle vendite dello 0,6%, che ribalta completamente il pessimo risultato del quarto

trimestre 2004 quando registrava un -2,2%. Stessa performance per le vendite di *prodotti non alimentari* (+0,6%), che pure recuperano rispetto al negativo -1,3% dell'ultimo trimestre del 2004.

A livello annuale le vendite regionali sono cresciute complessivamente dello 0,4% (il primo semestre ha registrato una contrazione dello 0,2%, il secondo semestre una crescita dello 0,9%). Nel 2005 le vendite della grande distribuzione sono aumentate dell'1,9%, mentre quelle delle imprese operanti su piccole superfici sono diminuite dello 0,2%. Il comparto alimentare è risultato nel complesso in diminuzione (-0,2%) a causa del risultato negativo della distribuzione tradizionale (-1,2%). Le vendite di prodotti no food hanno invece segnato un incremento dello 0,7%, soprattutto grazie alla buona performance della grande distribuzione (+4,0%).

Tabella 1. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) della Toscana per settore merceologico e forma distributiva. 4° trimestre 2005

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	INDICI	VARIAZIONI % <i>rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente</i>			
		4° trim. 2005	4° trim. 2004	4° trim. 2005	Anno 2005
Alimentari					
<i>Grande distribuzione</i>	121,4	-0,8	1,0	0,9	
<i>di cui solo supermercati</i>	113,5	-1,0	3,0	1,1	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	130,5	-2,2	0,6	-1,2	
Totale	126,0	-1,6	0,8	-0,2	
Non alimentari					
<i>Grande distribuzione</i>	125,3	2,7	3,7	4,0	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	138,8	-1,3	0,6	0,2	
Totale	137,1	-0,9	0,9	0,7	
Totale					
<i>Grande distribuzione</i>	122,6	0,3	1,9	1,9	
<i>Imprese operanti su piccole superfici</i>	136,7	-1,6	0,6	-0,2	
Totale	133,1	-1,1	0,9	0,4	

Analisi per dimensione delle imprese

L'ultima parte del 2005 ha registrato un aumento delle vendite nelle *piccole imprese* (fino a due addetti, +0,4%) e nelle *grandi imprese* (almeno 6 addetti, +1,7%), mentre nelle *medie imprese* (da 3 a 5 addetti) si continua a registrare una contrazione (-0,3%). Le *grandi imprese* segnalano un trimestre decisamente positivo sia per le aziende più strutturate (con almeno 20 addetti, +1,9%) che per quelle di dimensioni inferiori (+1,3% nelle imprese con 10-19 addetti e nelle imprese da 6 a 9 addetti).

Dal confronto con il quarto trimestre del 2004 appare evidente l'inversione di tendenza delle piccole imprese che passano dal -2,5% al +0,4%, e delle aziende più grandi che salgono dal -0,2% al +1,7%. Ancora negative invece le vendite delle medie imprese che risultano in diminuzione oramai da dieci trimestri consecutivi, l'ultimo dato positivo risale al secondo trimestre del 2003.

I valori medi dell'anno 2005 evidenziano una flessione delle vendite nelle *piccole e nelle medie imprese* (rispettivamente -0,5% e -0,7%) ed un aumento nelle *grandi imprese* (+1,3%) determinato esclusivamente dalla buona performance delle aziende con almeno 20 addetti, che hanno registrato una crescita del +2,3%.

Tabella 2. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) della Toscana per dimensione delle imprese. 4° trimestre 2005

DIMENSIONI DELLE IMPRESE	INDICI	VARIAZIONI % <i>rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente</i>		
		4° trim. 2005	4° trim. 2004	4° trim. 2005
Piccole imprese (fino a 2 addetti)	138,1	-2,5	0,4	-0,5
Medie imprese (da 3 a 5 addetti)	119,8	-1,5	-0,3	-0,7
Grandi imprese (almeno 6 addetti)	136,5	-0,2	1,7	1,3
- da 6 a 9 addetti	128,5	-0,9	1,3	-0,2
- da 10 a 19 addetti	125,5	-0,5	1,3	0,1
- con almeno 20 addetti	144,1	0,2	1,9	2,3
Totale	133,1	-1,1	0,9	0,4

Analisi secondo la tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Per quanto riguarda il valore delle vendite di *prodotti non alimentari*, nel quarto trimestre 2005 la crescita maggiore è stata registrata dal gruppo *farmaceutici, medicali cosmetici e articoli di profumeria* (+1,5%) che risulta sullo stesso livello del quarto trimestre del 2004 (+1,7%).

In aumento anche le vendite del gruppo *mobili, articoli per la casa, elettrodomestici, radio-tv e ferramenta* (+0,6) che segnalano un'inversione di tendenza rispetto al risultato decisamente negativo dell'anno precedente (-1,9% nel quarto trimestre del 2004). Andamento analogo si registra per le vendite di *tessili, abbigliamento, calzature e articoli di cuoio* che crescono del +0,4% e ribaltano la situazione del quarto trimestre 2004 quando segnalavano una diminuzione del -1,8%.

Stazionarie le vendite di *libri, giornali e articoli di cartoleria* che chiudono il trimestre con un esiguo +0,1% (contro il -2,1% del quarto trimestre 2004).

Da gennaio a dicembre 2005 sono cresciute le vendite di *prodotti farmaceutici-articoli di profumeria* (+1,5%) e in maniera più contenuta quelle del gruppo *libri-giornali* (+0,4%). Le vendite di *mobili-elettrodomestici* registrano una diminuzione dello 0,8% ed il bilancio è leggermente negativo anche per il comparto *moda* che registra un -0,2%.

Tabella 3. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) della Toscana per gruppo di prodotti. 4° trimestre 2005

GRUPPI DI PRODOTTI	INDICI	VARIAZIONI % <i>rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente</i>		
		4° trim. 2005	4° trim. 2004	4° trim. 2005
Alimentari	126,0	-1,6	0,8	-0,2
Non alimentari	137,1	-0,9	0,9	0,7
- Farmaceutici, medicali cosmetici e articoli di profumeria	128,9	1,7	1,5	1,5
- Tessili, artic. di abbigliamento, calzature e artic. di cuoio	147,2	-1,8	0,4	-0,2
- Mobili, articoli per la casa, elettrodomestici, radio-tv, ferramenta	137,3	-1,9	0,6	-0,8
- Libri, giornali, articoli di cartoleria e altri prodotti specializzati	138,3	-2,1	0,1	0,4
Totale	133,1	-1,1	0,9	0,4



NOTA INFORMATIVA

La rilevazione sulle vendite al dettaglio viene condotta mensilmente dall'Istat sia a livello nazionale che per la Toscana e si riferisce alle imprese commerciali operanti tramite punti di vendita al minuto in sede fissa, autorizzati alla vendita di prodotti nuovi, con esclusione dei generi di monopolio, delle rivendite di autoveicoli e combustibili e delle riparazioni. Sono altresì fuori del campo di osservazione i punti vendita di beni usati, gli ambulanti, i mercati e ogni altra vendita al dettaglio realizzata attraverso canali di vendita diversi da quelli tradizionali (vendite telematiche, via Internet, ecc.), mentre vengono rilevate le imprese che effettuano vendite per corrispondenza (Ateco 52610), come previsto dal Regolamento delle Statistiche Congiunturali (Regolamento (CE) n.1165/98)

La rilevazione sulle vendite al dettaglio ha come dominio di riferimento le imprese commerciali aventi sede legale all'interno della regione Toscana, che operano tramite punti vendita al minuto in sede fissa. Ciò implica che sono fuori del dominio di osservazione tutti i punti vendita al minuto che, pur situati all'interno della regione, fanno capo ad imprese aventi sede legale al di fuori della regione; di contro, la dinamica del valore delle vendite tiene conto del fatturato realizzato, anche al di là dei confini regionali, da punti vendita afferenti ad imprese aventi sede legale in Toscana. Ciò è conseguenza dell'approccio "per impresa", seguito nella rilevazione delle vendite al dettaglio sulla base dei vincoli imposti dal Regolamento dell'Eurostat sulle Statistiche Congiunturali

Gli indici sono calcolati su base 2000=100, e sono a **prezzi correnti**, cioè si riferiscono al valore corrente delle vendite e quindi riflettono sia la dinamica delle quantità che quella dei prezzi. Gli indici trimestrali sono calcolati come media semplice degli indici mensili.

In questa indagine le imprese vengono classificate in base a tre criteri: la dimensione (numero di addetti), la forma distributiva (imprese operanti con punti di vendita propri della grande distribuzione ed imprese operanti su piccole superfici) e la tipologia merceologica (alimentari, non alimentari, specializzati, non specializzati).

Legenda:

Indice generale del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio: è ottenuto dalla sintesi degli indici della grande distribuzione e delle imprese della piccola distribuzione.

Grande distribuzione: è identificata dalle imprese che possiedono punti vendita operanti nella forma di supermercato, ipermercato, hard discount, grande magazzino, altra grande superficie specializzata.

Impresa operante su piccola superficie: punto di vendita specializzato, non appartenente alla grande distribuzione, caratterizzato da una superficie inferiore ai 400 mq per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti non alimentari, o ai 250 mq per gli esercizi che attuano in prevalenza vendita di prodotti alimentari.

Informazioni e chiarimenti:

UNIONCAMERE TOSCANA

Ufficio Studi

Firenze, Via della Scala 85 – 50123

Lauretta Ermini tel. 055 27.72.214

Andrea Cardosi tel. 055 27.72.216