



Unioncamere
Toscana



La congiuntura delle imprese del commercio al dettaglio in Toscana

Consuntivo IV trimestre 2013
Aspettative I trimestre 2014



Firenze, febbraio 2014

Toscana ancora in negativo, ma meglio della media italiana ...



Unioncamere
Toscana

L'ultimo trimestre dell'anno si è chiuso nuovamente in perdita, con una flessione (-4,7%) che è comunque la più contenuta dell'ultimo biennio. La Toscana ha fatto meglio dell'Italia (-5,8%), a livello annuale il *gap* fra i due contesti territoriali è addirittura di due punti percentuali (-5,3% Toscana, -7,3% Italia) a causa, soprattutto, del pessimo inizio anno dell'Italia (-10,3% I° trim., -7,6% II trim.).

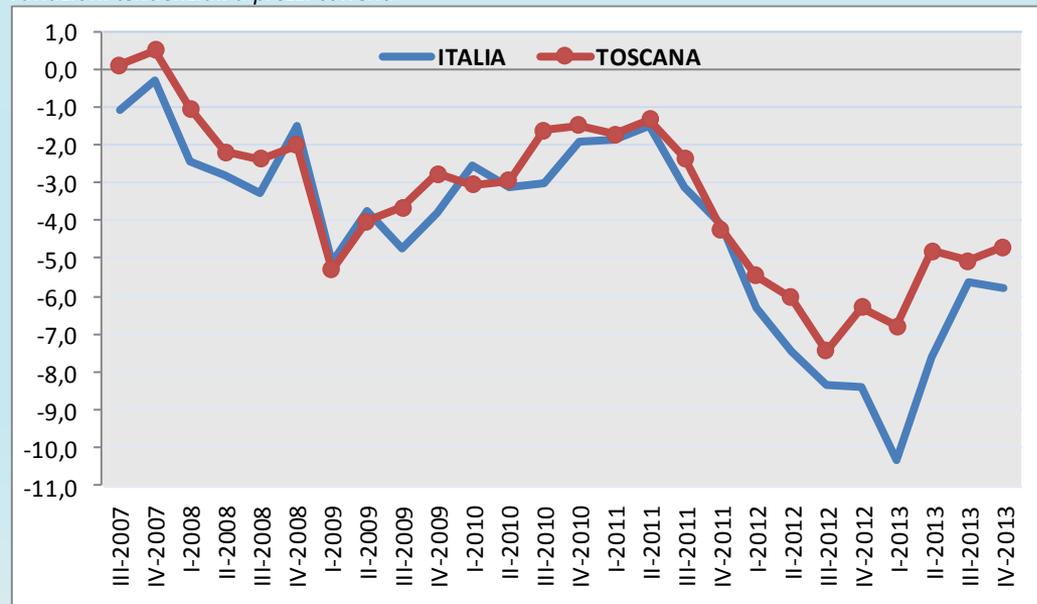
Rispetto al Centro (-7,1%), macro-area di riferimento, la Toscana nel IV trim. è andata molto meglio, così come accade peraltro dall'inizio del 2010, avvicinandosi idealmente, almeno in termini di consumi, ad aree economicamente più avanzate.

Il Centro nel IV trim. ha conseguito il peggior risultato su scala nazionale a fronte di flessioni distribuite su tutto i contesti, ma di minore entità (Nord Ovest -5,5%, Nord Est -4,8%, Sud e Isole -5,7%). Nel 2013 il Centro ha perso l'8,8% sul 2012 dopo il pesante -8,3% del 2012 sul 2011.

GRAFICO 1

Andamento delle VENDITE rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente

Variazioni tendenziali a prezzi correnti



Fonte: elaborazioni su dati Centro Studi Unioncamere



Le medie strutture riportano i migliori risultati trimestrali degli ultimi due anni ...

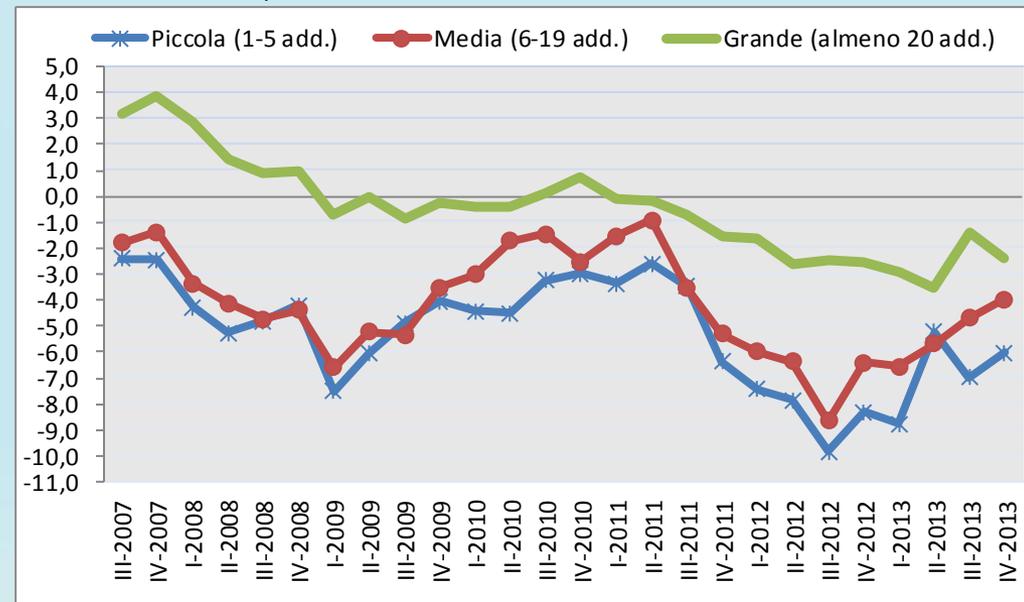


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 2

Andamento delle VENDITE in Toscana per tipologia di esercizio

Variazioni tendenziali a prezzi correnti



Fonte: elaborazioni su dati Centro Studi Unioncamere

La nota migliore del trimestre è data dal recupero della *media distribuzione* (6-19 addetti) che ha perso «solamente» 4 p.p., miglior risultato dalla fine del 2011, a chiusura di un progressivo recupero che ha caratterizzato tutto il 2013 dopo il picco negativo toccato nel III° trim. 2012 (-8,6%).

Le *piccole strutture* (1-5 addetti) hanno rilevato una contrazione pari a sei p.p., migliorando di un p.p. il dato del III° trim. Il fatto che il risultato del periodo ottobre – dicembre rappresenti la seconda miglior *performance* da due anni a questa parte la dice lunga sullo stato di crisi del commercio tradizionale, che non riesce ad intraprendere un percorso continuo e significativo di uscita dalla crisi pluriennale (dal 2005 ad oggi mai un risultato trimestrale positivo).

La *grande distribuzione* (oltre 20 addetti) toscana peggiora di un p.p. il risultato del III° trim. chiudendo al -2,4%, poco al di sotto del dato dell'Italia (-2,2%), mentre mantiene un significativo distacco, in positivo, dal Centro (-4,6%).

Considerando l'intera annualità, le piccole (-6,8%) e le medie (-5,2%) strutture segnano un miglioramento di un punto e mezzo percentuale sul 2012 (-8,3% piccole, -6,8% medie) mentre le grandi strutture (-2,3%), nonostante il buon valore del III° trim., peggiorano, seppur di poco, il dato 2012 (-2,3%).



... ma tornano a peggiorare gli andamenti nella grande distribuzione

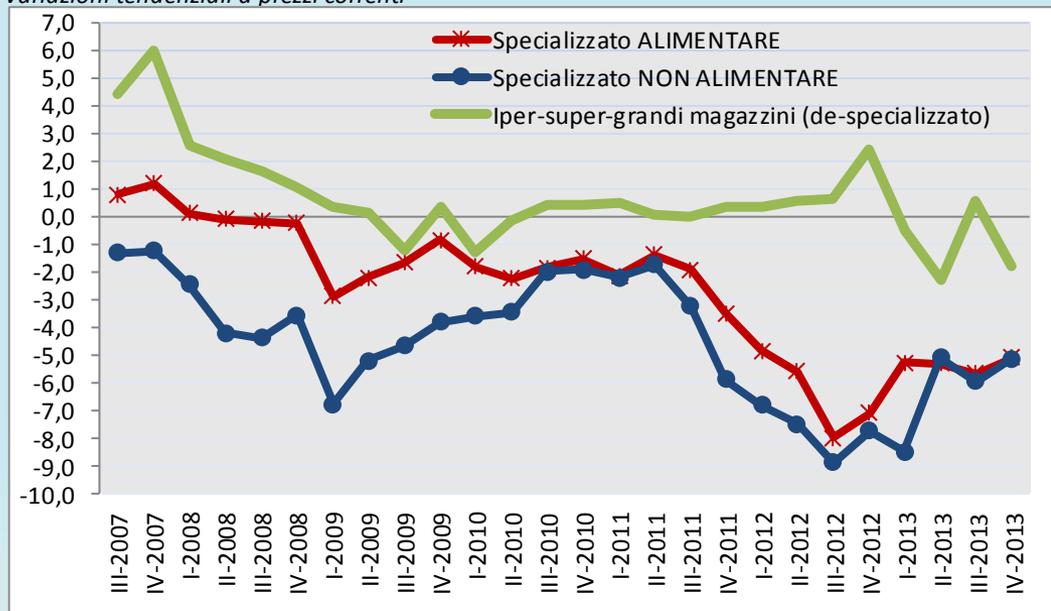


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 3

Andamento delle VENDITE in Toscana per comparto merceologico

Variazioni tendenziali a prezzi correnti



Fonte: elaborazioni su dati Centro Studi Unioncamere

Nel trimestre che coincide con le festività natalizie *ipermercati*, *supermercati* e *grandi magazzini* hanno perso l'1,8% ed annullato il rimbalzo del III° trim. (+0,6%) che aveva interrotto la discesa della prima metà dell'anno. Il dato coincide praticamente con quello dell'Italia.

Gli esercizi specializzati hanno ridotto le vendite di poco più di cinque p.p. negli *alimentari* (-5,1%) così come nei *non alimentari* (-5,1%), si tratta del terzo trimestre consecutivo in cui i due spaccati del commercio tradizionale acquisiscono contrazioni praticamente della stessa entità. Anche in chiusura d'anno la Toscana va meglio dell'Italia, con un *gap* di circa mezzo p.p. per quanto concerne gli *alimentari*, di uno e mezzo p.p. per i *non alimentari*.

Se si considera tutto il 2013, gli *alimentari* hanno ridotto di un p.p. le perdite rispetto al tracollo del 2012 (-6,4%), i *non alimentari*, in questo senso, hanno migliorato di un p.p. e mezzo (-7,7% nel 2012); rispetto all'Italia, la differenza, in positivo per la Toscana, è pari a circa tre p.p. per gli *alimentari* (Italia -8,2%), a poco meno di due p.p. per i *non alimentari* (8,0%). Gli *ipermercati* hanno ottenuto il primo dato marcatamente negativo da quando esiste la rilevazione (-1,0%) dopo le piccole flessioni del 2009 (-0,1%) e del 2010 (-0,2%); il dato nazionale è peggiore di quello toscano (-1,8%).



Si riducono le contrazioni all'interno del segmento non alimentare

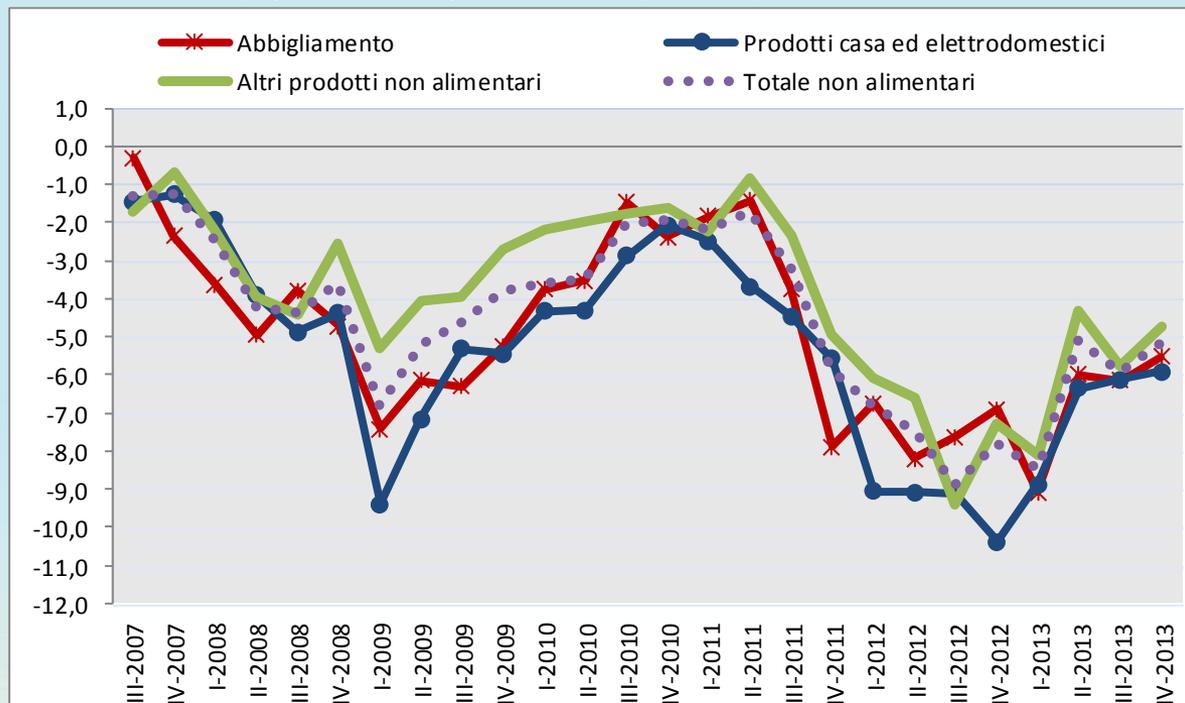


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 4

Andamento delle VENDITE in Toscana per tipologia merceologica dei prodotti non alimentari

Variazioni tendenziali (rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)



Le perdite del IV trimestre sono le meno pesanti da due anni a questa parte per *abbigliamento ed accessori* (-5,5%) e per *prodotti per la casa ed elettrodomestici* (-5,9%), per le due tipologie merceologiche la vera riduzione delle contrazioni è avvenuta fra il I ed il II trimestre, a seguire c'è stato un assestamento con contrazioni di entità più ridotta.

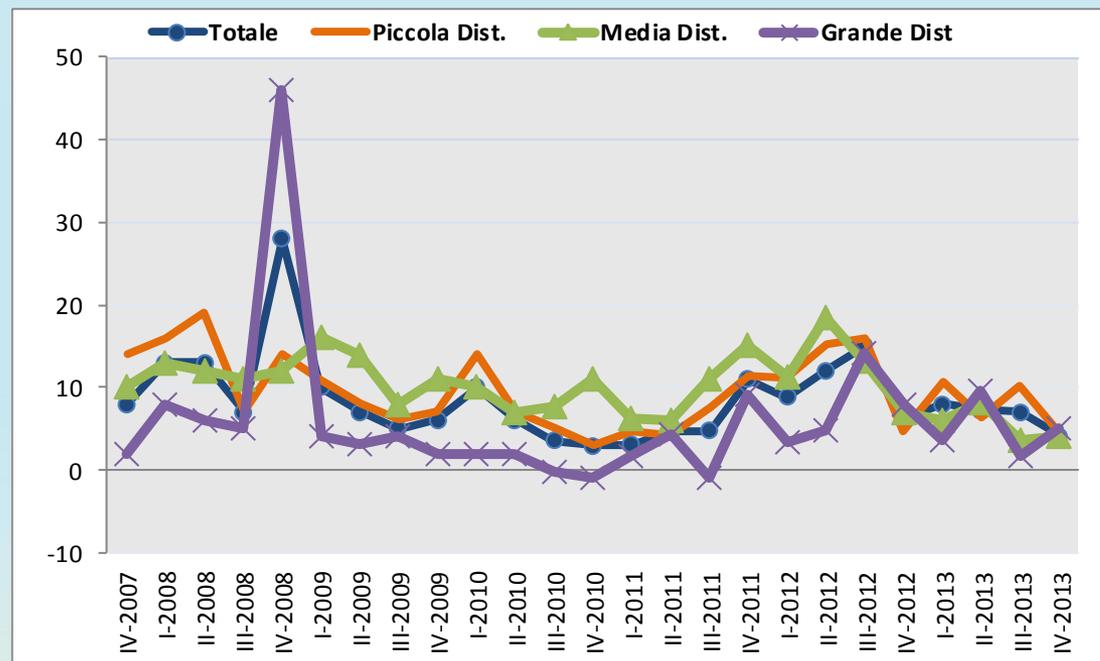
Ancora una volta il risultato migliore è quello degli *altri prodotti non alimentari* (farmaceutici, profumeria, libri, giornali, cartoleria, articoli di seconda mano etc.) che nel IV trimestre 2013 si riducono del 4,7%, un p.p. in meno rispetto al calo del III trimestre.

Nell'insieme, il 2013 in Toscana ha significato un contenimento delle flessioni rispetto al 2012, per tutte le tipologie merceologiche. Le *performance* sono comunque di rilievo, anche peggiori di quelle del 2009, anno di inizio della crisi e della forte caduta dei consumi.



Giacenze allineate e tendenzialmente in calo per tutte le tipologie commerciali

GRAFICO 5
Consistenza delle GIACENZE a fine periodo per tipologia di esercizio
Quota di imprese che dichiarano giacenze esuberanti, adeguate, scarse e saldi (esuberanti-scarse)



Le **GIACENZE** si sono livellate su ordini di valori praticamente identici per tutte le tipologie distributive: il saldo fra quanti in esubero è pari a 4 punti per il totale, per la *piccola* e per la *media distribuzione*, leggermente superiore (5 punti) per la *grande*.

Per tutti gli spaccati dell'indagine prevale largamente la quota di quanti le ritengono adeguate, tale indicatore è pari all'81% se si considera il totale, a percentuali comunque superiori all'80% per i singoli dettagli informativi.

Rispetto al III trimestre, il dato toscano complessivo delle giacenze è sceso di 3 punti per il contributo essenziale della *piccola distribuzione* (il saldo è passato da 10 a 4) mentre per le altre forme distributive ci sono stati dei lievi incrementi (un punto per le *medie*, tre per le *grandi*).



Nonostante i dati restino negativi, fra gli operatori si riduce la prevalenza di pessimisti per le aspettative sulle vendite ...

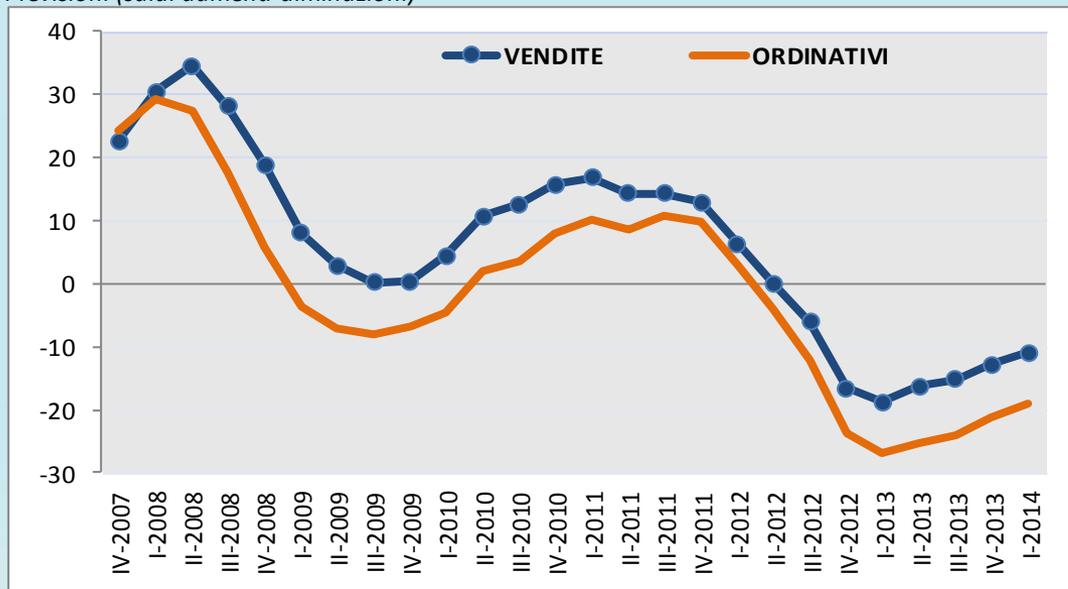


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 6

Le aspettative degli imprenditori su vendite e ordinativi

Previsioni (salda aumenti-diminuzioni)



Fonte: elaborazioni su dati Centro Studi Unioncamere

I risultati comunque non positivi acquisiti nell'ultima frazione dell'anno non hanno stoppato una tendenza rilevata nei precedenti trimestri 2013 che porta ad un aumento del numero di ottimisti fra gli operatori nel prevedere l'andamento futuro delle vendite.

L'indicatore utilizzato è il saldo fra quanti hanno previsto un aumento e quanti una diminuzione, relativamente al I° trim. 2014 il valore (destagionalizzato) sulle aspettative delle **VENDITE** resta negativo (-11) ma comunque in calo rispetto all'ultima rilevazione (-13). Il miglioramento è generalizzato per tutte le tipologie distributive, di entità compresa fra due punti ed uno: la *piccola distribuzione* passa da -17 a -15, la *media* da -11 a -10, la *grande* da -5 a -4.

Dinamiche della stessa entità si osservano nello spaccato per settore di attività con gli *specializzati alimentari* e *non alimentari* che si attestano, rispettivamente, a -11 (da -13) e a -10 (da -12), *ipermercati*, *supermercati* e *grandi magazzini* a -18 (-19 nel IV trimestre 2013).



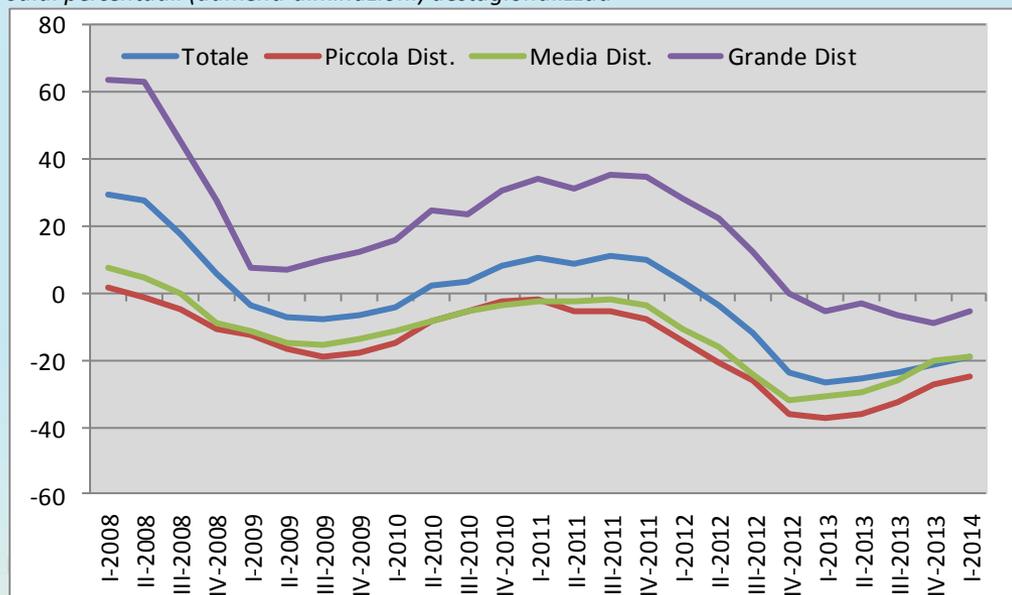
... e per le aspettative sugli ordinativi ...



Unioncamere
Toscana

GRAFICO 7

Le aspettative sugli **ORDINATIVI** ai **FORNITORI** degli imprenditori per tipologia di esercizio
Saldi percentuali (aumenti-diminuzioni) destagionalizzati



Quanto anticipato per le aspettative sulle vendite, in termini di miglioramento del *sentiment* degli operatori, vale anche per gli **ORDINATIVI** per i quali il saldo fra ottimisti e pessimisti in Toscana scende in un trimestre di due punti (da -21 a -19), su livelli che pur restando negativi non si vedevano dal III trimestre 2012.

Il valore più elevato di pessimisti è nella *piccola distribuzione* (-25), sei punti in meno delle *medie* strutture (-19) e venti in meno rispetto alle *grandi* (-6).

Gli specializzati *alimentari* si attestano a -18 (da -19 del IV trimestre 2013), i *non alimentari* a -20 (da -23), il dato migliore è degli *ipermercati supermercati e grandi magazzini* che con un -13 si riavvicinano ai valori sempre positivi acquisiti a partire dal 2005 fino al II trimestre 2013.



Si raffredda ulteriormente l'andamento dei prezzi al consumo, in particolare nel comparto alimentari

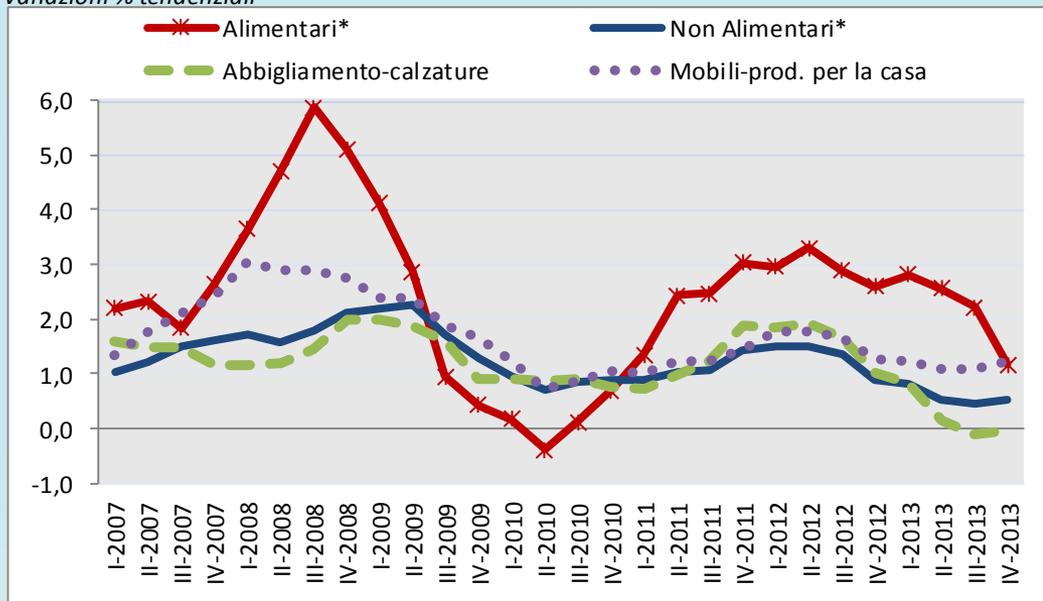


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 8

Andamento dell'indice dei prezzi al consumo in Toscana

Variazioni % tendenziali



(*) Variazione stimata sulla base della Spesa per consumi

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

I consumi continuano a calare a fronte di prezzi che crescono di poco, addirittura di nulla, in alcuni settori.

La dinamica complessiva per la Toscana nel IV° trim. è del +0,7% per il totale dei *beni e servizi*, valore minimo dalla fine del 2009, identico a quello dell'Italia. Considerando il paniere dei soli beni considerati nella presente indagine, l'andamento dei prezzi è invece appena superiore (+0,8%), e coincide sostanzialmente con la traslazione sul prezzo finale dell'incremento dell'IVA (dal 21 al 22%) occorso dal 1° ottobre 2013.

A livello regionale, i *beni alimentari* in un trimestre hanno dimezzato il proprio ritmo di crescita (da +2,2% III° trim. a +1,2%), i non alimentari hanno una dinamica positiva (+0,5%) esclusivamente per il traino di *mobili e prodotti per la casa* (+1,2%) mentre *abbigliamento e calzature* e *altri prodotti non alimentari* sono praticamente fermi.

Nell'intero 2013 l'inflazione per *beni e servizi in Toscana* si è attestata intorno ad un p.p., la componente dei *beni del commercio al dettaglio* registra un +1,4% di cui +2,2% gli *alimentari*, +0,6% i *non alimentari*. Su scala nazionale, il dato annuale 2013 è appena più alto (+1,2%) di quello toscano, ciò è dovuto al maggior impatto dei *beni non alimentari* (+0,9%) fra cui crescono di più *abbigliamento e calzature* (+0,8%) ed *altri prodotti non alimentari* (+0,4%).



Prosegue il processo di razionalizzazione della rete distributiva regionale

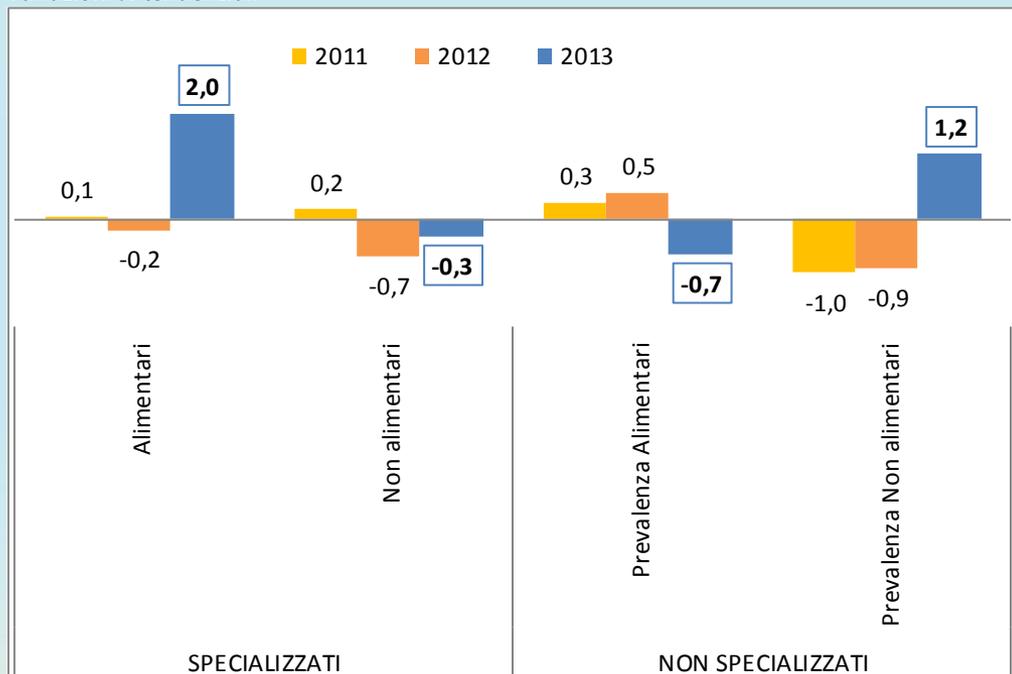


Unioncamere
Toscana

GRAFICO 9

Commercio al dettaglio in sede fissa: unità locali registrate in Toscana

Variazioni % tendenziali



Fonte: elaborazioni su dati Infocamere, banca dati StockView

Per quanto riguarda la rete commerciale, nel IV trimestre 2013 in Toscana sono cresciuti gli *specializzati alimentari* (+2,0), dopo due anni in cui erano rimasti praticamente fermi, e i *non specializzati* con prevalenza di *non alimentare* (+1,2%).

Si confermano in calo gli *specializzati non alimentari* (-0,3%, -0,7% nel 2012) ed i *non specializzati* con prevalenza di *alimentari* (-0,7%).

Complessivamente, la rete commerciale è ferma e si tratta già di una buona notizia, dopo sette trimestri in cui sono state rilevate contrazioni di entità contenute fra lo 0,2% e lo 0,5%.





- ✓ Il trimestre in cui tradizionalmente le famiglie spendono di più, in coincidenza con le festività natalizie, non ha portato i risultati attesi; i consumi non ripartono, né in Toscana né in Italia, nonostante prezzi con dinamiche praticamente azzerate per più categorie di beni non alimentari.
- ✓ La crisi occupazionale, gli stipendi che non crescono, le incertezze sugli scenari futuri hanno un impatto profondo sulla propensione al consumo, per cui non si spende, o per mancanza di disponibilità di reddito, o per volontà di accantonare risorse nella prospettiva di una uscita dalla crisi che appare ancora lontana. Se si osservano gli indicatori sulla fiducia dei consumi di Istat, che ha classificato il 2013 come il peggior anno dal 1990 ad oggi in termini di andamento delle vendite al dettaglio a livello nazionale, non si riscontra un consolidamento di un clima di fiducia più ottimista, anzi, mese dopo mese si succedono rimbalzi continui fra il miglioramento ed il peggioramento.
- ✓ Ipermercati-supermercati-grandi magazzini raccolgono il terzo risultato trimestrale negativo dell'anno, dopo il piccolo rimbalzo positivo del trimestre estivo. Ciò non incide troppo sulla fiducia degli operatori, che denotano un pessimismo sempre meno diffuso in termini di aspettative sulle vendite e sulla programmazione degli ordinativi; in tal senso, la dinamica è tendente al miglioramento, sebbene in maniera molto graduale, anche fra le piccole e le medie strutture.





Redazione: Andrea Cardosi

Elaborazioni: Laretta Ermini

Coordinamento: Riccardo Perugi

Analisi condotta nell'ambito dell'Osservatorio Regionale sul Commercio della Toscana, realizzato da Regione Toscana e Unioncamere Toscana.

Per informazioni:

Unioncamere Toscana – Ufficio Studi

Via Lorenzo il Magnifico, 24

50129 Firenze

Tel. 055-4688.1

Mail studi@tos.camcom.it

Web www.tos.camcom.it

Il presente materiale è disponibile anche sul sito www.starnet.unioncamere.it nell'area territoriale Toscana, dove è scaricabile anche l'**appendice statistica** e la **nota metodologica**.

