



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA

31 marzo 2022

Congiuntura del Commercio al Dettaglio

indagine delle Camere di commercio
dell'Emilia-Romagna
sulle imprese fino a 500 addetti

<http://www.ucer.camcom.it>

congiuntura del dettaglio in emilia - roma gna indagine sulle piccole e medie imprese fino a 500 addetti

L'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio realizzata in collaborazione tra Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna.

La congiuntura del trimestre

L'andamento complessivo

Dopo il potente recupero realizzato tra aprile e giugno 2021, si è andata smarrendo la ripresa delle vendite del commercio al dettaglio.

Nel primo trimestre 2022 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, le vendite a prezzi correnti degli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna sono aumentate nuovamente (+3,0 per cento), ma con un ritmo più contenuto di quello del trimestre precedente che ha permesso solo un ulteriore parziale recupero, tanto che sono risultate ancora inferiori a quelle del primo trimestre 2019 del 6,5 per cento.

Si è ridotta la diffusione della tendenza positiva in atto che ha evidenziato anche delle criticità che sono emerse dai giudizi delle imprese. La quota delle imprese con vendite in aumento rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente si è ridotta di quasi dieci punti scendendo al 39,9 per cento, un livello elevato, ma decisamente più contenuto rispetto ai dati riferiti al periodo da aprile a dicembre dello scorso anno. Ma anche il peso delle imprese che hanno avuto vendite inferiori a quelle dello stesso trimestre dello scorso anno è risalito quasi della stessa misura riportandosi al 36,7 per cento. Il saldo tra le quote delle imprese che hanno rilevato un aumento o una diminuzione tendenziale delle vendite è quindi sensibilmente peggiorato, pur rimanendo positivo, scendendo a +3,2 punti.

Anche i giudizi relativi alle giacenze nel trimestre sono peggiorati riflettendo condizioni simili a quelle della fine del 2019 e non quelle di una fase di ripresa. La quota delle imprese che hanno giudicato le giacenze eccedenti è risalita (12,7 per cento) su valori non così contenuti, mentre si è ridotta lievemente la quota delle imprese che hanno avuto giacenze scarse (4,1 per cento). Nel complesso il saldo dei giudizi è peggiorato scendendo a quota -8,7 sui livelli prevalenti nel 2019.

Complice anche l'effetto della stagionalità, le aspettative paiono essersi orientate in senso positivo. Si è ampliata la quota percentuale delle imprese che si attendono un aumento del fatturato nel corso del prossimo trimestre (al 25,9 dal 12,9 per cento), ma soprattutto è scesa la quota delle imprese che temono una riduzione delle vendite, (al 17,9 dal 36,0 per cento). Si è quindi determinato un ampio

recupero del saldo risalito da -23,2 a +8,0 punti, che è però un livello solo moderatamente positivo.

Le tipologie del dettaglio

La fase di ripresa in corso non è affatto omogenea. La pandemia e la ripresa inflazionistica hanno decisamente accentuato i processi di cambiamento che da anni caratterizzano il settore del commercio e i comportamenti dei consumatori, con effetti che emergono evidenti dalla disaggregazione dei dati.

Nel trimestre in esame la ripresa delle vendite non ha interessato tutte le tipologie del dettaglio, anzi è stata ancora trainata esclusivamente dal boom dei consumi non alimentari precedentemente dilazionati a seguito della pandemia.

Le vendite dello specializzato alimentare si sono ridotte nuovamente e in misura sensibile rispetto allo stesso trimestre del 2021 (-2,6 per cento), certamente appesantite dal risveglio della dinamica inflazionistica anche per questa tipologia di prodotti. Ne è derivato un ulteriore arretramento rispetto al livello delle vendite dello specializzato alimentare dello stesso trimestre del 2019 (-8,8 per cento), ormai molto lontano a testimonianza dei mutamenti di comportamento dei consumatori.

Il peggioramento della tendenza è attestato dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente il cui saldo si è inabissato (-24,4) con un peggioramento di 21,5 punti da attribuire a una variazione della stessa ampiezza sia della quota delle imprese che hanno subito una riduzione delle vendite, sia del peso delle imprese che ne hanno segnalato un aumento, sceso quest'ultimo al minimo degli ultimi 7 anni. Le attese sono risultate orientate a un miglioramento congiunturale. Il saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite attese nel corso del secondo trimestre 2022 con un recupero di 24,8 punti si è solo alleggerito risalendo a quota -2,8.

Al contrario, il dettaglio specializzato non alimentare ha beneficiato di un ulteriore incremento delle vendite (+6,6 per cento), più contenuto di quello del trimestre precedente, ma ugualmente connesso a un parziale recupero dei consumi dilazionati. Comunque, le vendite correnti sono risultate ancora sensibilmente inferiori a quelle dello stesso trimestre del 2019 (-10,7 per cento). La tendenza positiva è stata confermata anche dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto a un anno prima. Il saldo dei giudizi si è ridotto di 14,6 punti ma è rimasto ampiamente positivo collocandosi a quota +25,2. Anche per effetto della stagionalità, il saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite attese è migliorato

di 37,1 punti ed è ritornato positivo (+11,7) sebbene inferiore a quello dello stesso trimestre dello scorso anno.

Tra le tipologie del dettaglio non alimentare prese in esame, le vendite di abbigliamento e accessori sono aumentate decisamente rispetto allo stesso trimestre del 2020 (+10,0 per cento), confermando la tendenza positiva. Ciò nonostante, per effetto della pandemia e delle variazioni dei comportamenti dei consumatori le vendite sono ancora risultate inferiori del 24,4 per cento rispetto a quelle del primo trimestre del 2019.

Le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici hanno avuto una crescita più contenuta (+8,9 per cento) rispetto allo stesso trimestre del 2020, ma grazie alla migliore resilienza mostrata in precedenza sono risultate superiori a quelle dello stesso trimestre del 2019 dell'8,1 per cento.

Infine, nell'insieme la ripresa tendenziale delle vendite di altri prodotti non alimentari è stata sensibilmente più contenuta nel trimestre (+4,4 per cento) rispetto allo stesso periodo del 2021 e non ha ancora permesso di recuperare il livello delle vendite dello stesso periodo del 2019 rispetto al quale risulta inferiore del 9,1 per cento.

Iper, super e grandi magazzini non hanno beneficiato della complessiva ripresa dei consumi anche nel primo trimestre 2022 e dopo più di due anni positivi hanno fatto segnare un deciso peggioramento della tendenza negativa avviata alla fine del 2021 con una più ampia flessione tendenziale delle vendite (-3,0 per cento). Comunque, grazie anche alla capacità di gestire le aperture e di effettuare consegne a domicilio durante la pandemia e ai cambiamenti di comportamento dei consumatori le loro vendite correnti sono risultate superiori a quelle dello stesso periodo del 2019 del 7,3 per cento. L'aggravarsi della tendenza negativa per questa categoria del dettaglio è testimoniato dall'andamento del saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente che è caduto di 29,3 punti scendendo a quota -40,7 un valore superato in negativo solo nel 2016. Al contrario, il saldo dei giudizi sulle aspettative di vendita è migliorato leggermente riportandosi in campo positivo recuperando 9,2 punti e risalendo a 5,3 forse nell'attesa di cogliere una maggiore attenzione ai prezzi da parte dei consumatori.

La dimensione delle imprese

La disaggregazione dei dati economici in funzione della dimensione delle imprese testimonia a favore dell'esistenza di una marcata correlazione positiva dell'andamento delle vendite con la dimensione aziendale, che emerge chiaramente se si considerano le variazioni sia rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno, sia se si effettua il confronto con i dati del 2019, a seguito dell'accelerazione dei processi di cambiamento in corso da anni nel settore del commercio.

Nel primo trimestre dell'anno, le vendite della piccola distribuzione da 1 a 5 addetti sono aumentate leggermente rispetto allo stesso periodo del 2021 (+1,6 per cento),

ma sono risultate decisamente inferiori a quelle dello stesso trimestre del 2019 (-11,9 per cento), sfavorite dal cambiamento di comportamento dei consumatori.

Le imprese di media dimensione da 6 a 19 addetti hanno ottenuto un aumento delle vendite rispetto allo scorso anno (+3,4 per cento) superiore a quello della classe dimensionale minore. Questo, però, non ha permesso loro di ottenere un recupero sostanzialmente più ampio del livello delle vendite di inizio 2019, che è risultato ancora superiore all'attuale del 9,2 per cento. Infine, il ritmo di crescita delle vendite delle imprese di maggiore dimensione con almeno 20 addetti è stato il più elevato (+4,3 per cento), anche se solo leggermente superiore a quello delle medie imprese, ma l'andamento cumulato nel tempo durante la fase della pandemia e la ripresa successiva ha permesso alle vendite delle imprese di questa classe dimensionale di recuperare pienamente e superare lievemente quelle del primo trimestre 2019 (+0,3 per cento).

Per l'effetto della stagionalità e della riduzione delle misure di prevenzione, nonostante l'accelerazione dell'inflazione, le valutazioni positive in merito all'andamento delle vendite nel prossimo trimestre sono generalizzate tra le classi dimensionali delle imprese. Ma anche in questo caso si conferma una correlazione positiva con la dimensione di impresa. Il saldo dei giudizi sulle attese appare decisamente più contenuto per le imprese di piccola dimensione (+1,1), è sensibilmente più elevato per quelle da 6 a 19 addetti (+8,8) e risulta ancora più ampio (+14,5 punti) per le aspettative delle imprese maggiori con almeno 20 dipendenti.

Il registro delle imprese

La tendenza alla riduzione della base imprenditoriale del commercio al dettaglio avviata all'inizio del 2012 era andata accentuandosi decisamente e progressivamente dalla seconda metà del 2016, ma gli effetti delle misure di sostegno a favore delle attività introdotte a seguito della pandemia hanno condotto prima a un progressivo rallentamento di questa tendenza negativa nel corso del 2020 e nel primo trimestre del 2021, poi a una sua inversione in positivo e quindi a un rafforzamento della tendenza crescente nei due trimestri finali del 2021, che è proseguita più contenuta anche nei primi tre mesi di quest'anno.

Al 31 marzo 2022 le imprese attive nel commercio al dettaglio sono risultate 42.635 e rispetto ad un anno prima sono lievemente aumentate (+0,2 per cento (+102 unità)). L'andamento è risultato anche questa volta sensibilmente migliore di quello a livello nazionale che ha visto la base imprenditoriale del settore subire una nuova e sensibilmente più rapida riduzione (-1,4 per cento). In termini di forma giuridica la variazione rilevata in ambito regionale continua a essere frutto della composizione tra due tendenze contrarie.

La prima e più rilevante è una tendenza positiva costituita soprattutto da un incremento delle società di capitale (+6,0 per cento, +297 unità) che da sempre più rapido e divenuto poi anche più ampio della tendenza negativa. Infatti, con la ripresa

post pandemia, la tendenza alla riduzione delle ditte individuali che si era avviata alla fine del 2011 si è invertita in positivo dal secondo trimestre 2021. Nel trimestre in esame, caratterizzato da una stagionalità negativa, le ditte individuali hanno mantenuto la loro consistenza (+14 unità) rispetto a un anno prima. La tendenza negativa ha quindi avuto origine sostanzialmente da una veloce e ampia diminuzione delle società di persone (-2,3 per cento, -199 unità), favorita

dall'attrattività della normativa relativa alle società a responsabilità limitata, che sostiene l'aumento delle società di capitali e la riduzione di quelle di persone. A ciò si aggiunge la tendenza alla flessione dell'insieme assai meno numeroso delle cooperative e dei consorzi che si è decisamente accentuata nel trimestre (-4,9 per cento).

Ulteriori approfondimenti

Le analisi: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-commercio>

Dati regionali: <https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd/congiunt/com-det-r>

Dati provinciali: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd/congiunt/provinciali-p>

I nostri feed RSS

Notizie del Centro Studi: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/news>

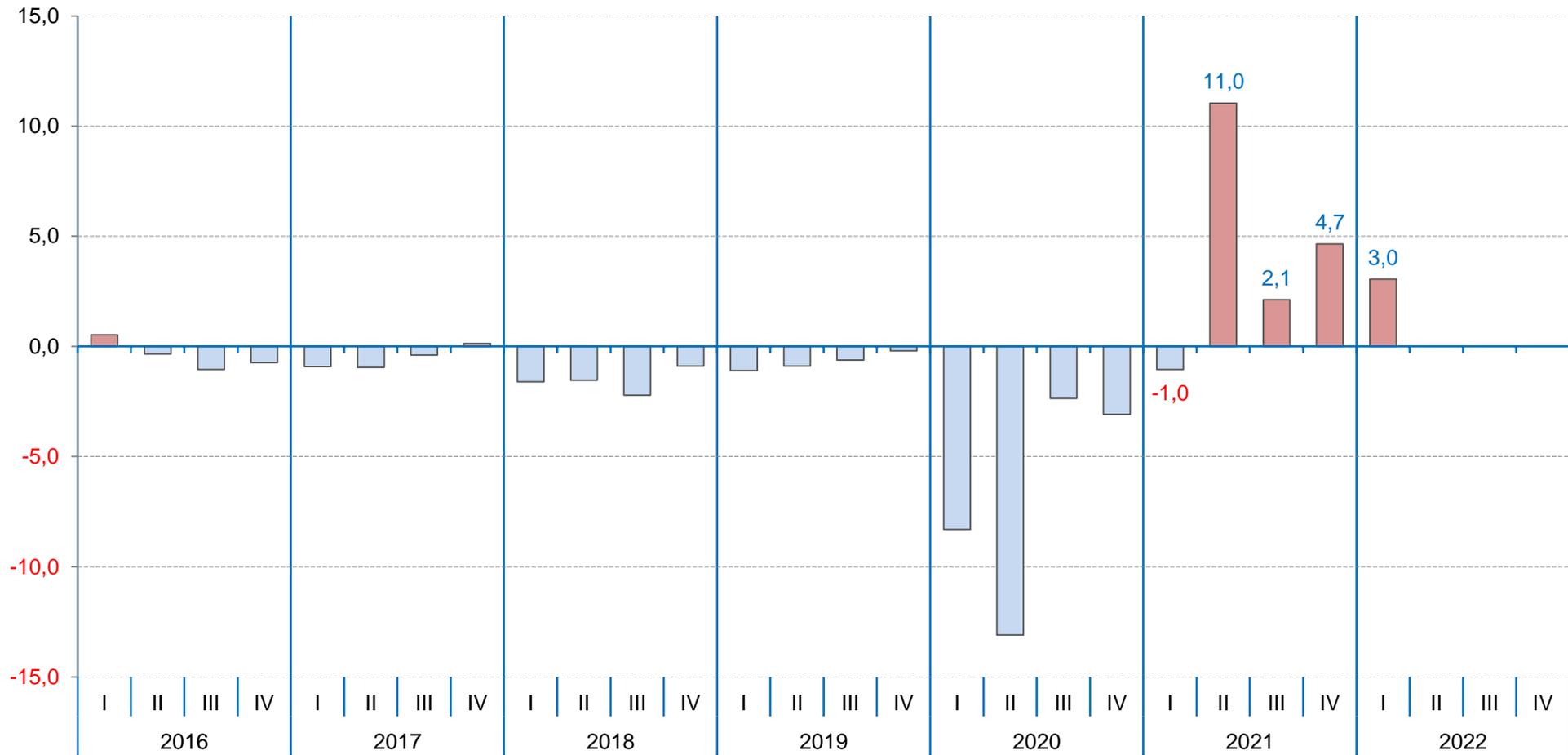
Aggiornamenti della Banca Dati:
<http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/aggiornamenti-banca-dati>

Indice delle tavole

	Pag.
Congiuntura	6
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale	7
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabile o in calo(1)	8
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le giacenze a fine trimestre in aumento, stabile o in calo(1)	9
Andamento delle quote percentuali delle imprese che per il trimestre successivo prevedono vendite in aumento, stabile o in calo(1)	10
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2021 e al 2019	12
Giudizi delle imprese su andamento delle vendite correnti, giacenze e vendite previste per settore e classe dimensionale	14
I settori	15
Specializzato alimentare	16
Specializzato non alimentare	17
Iper, Supermercati, Grandi magazzini	18
- Specializzato non alimentare - Abbigliamento ed accessori	20
- Specializzato non alimentare - Prodotti per la casa ed elettrodomestici	21
- Specializzato non alimentare - Altri prodotti non alimentari	22
La dimensione delle imprese	24
Piccole imprese (da 1 a 5 dipendenti)	25
Medie imprese (da 6 a 19 dipendenti)	26
Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)	27
Demografia delle imprese	29
Imprese attive del commercio al dettaglio: serie storica dello stock e del tasso di variazione tendenziale(1).	30
Imprese attive del commercio al dettaglio e tassi di variazione tendenziali (1) per settori e forma giuridica	31

Congiuntura

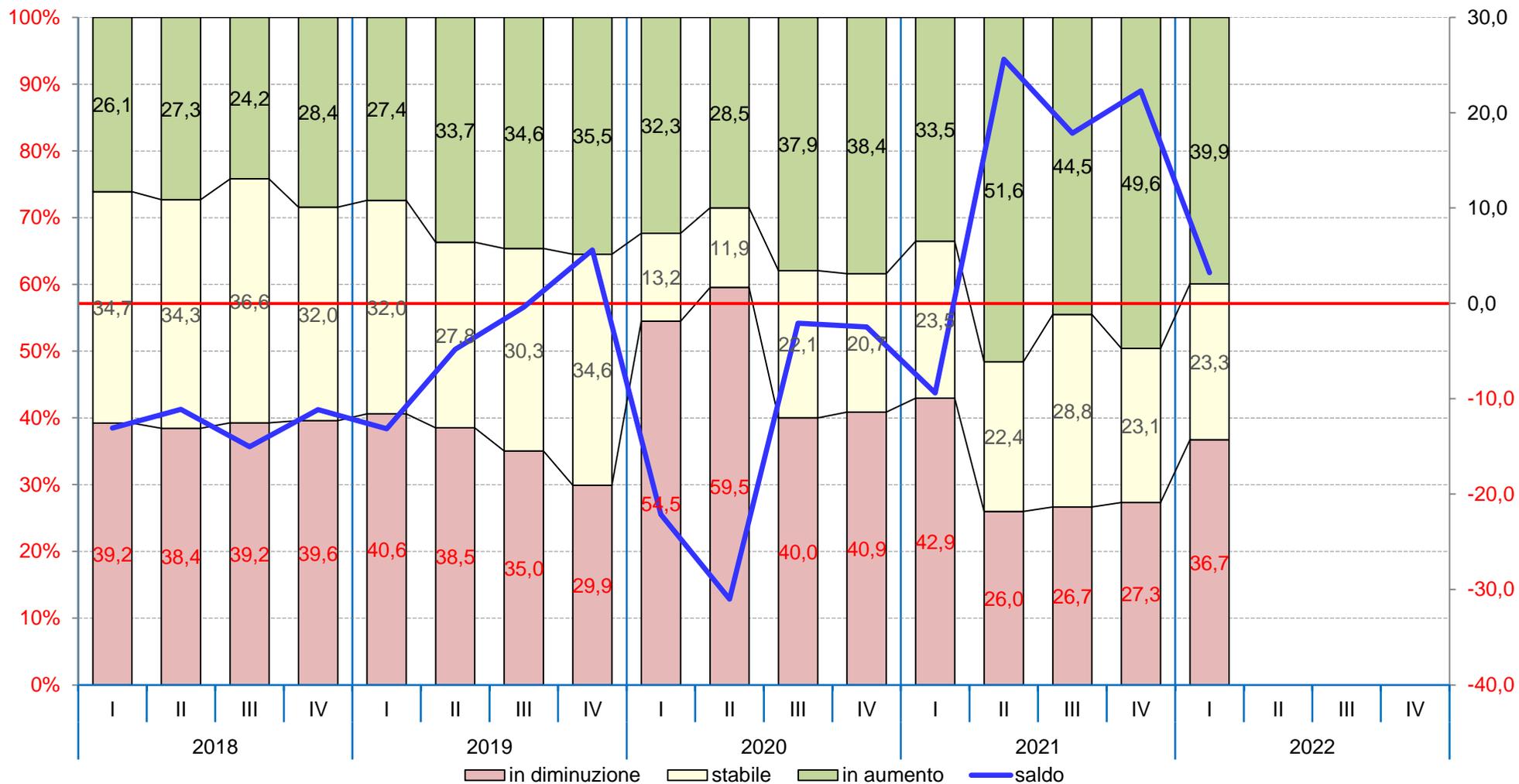
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

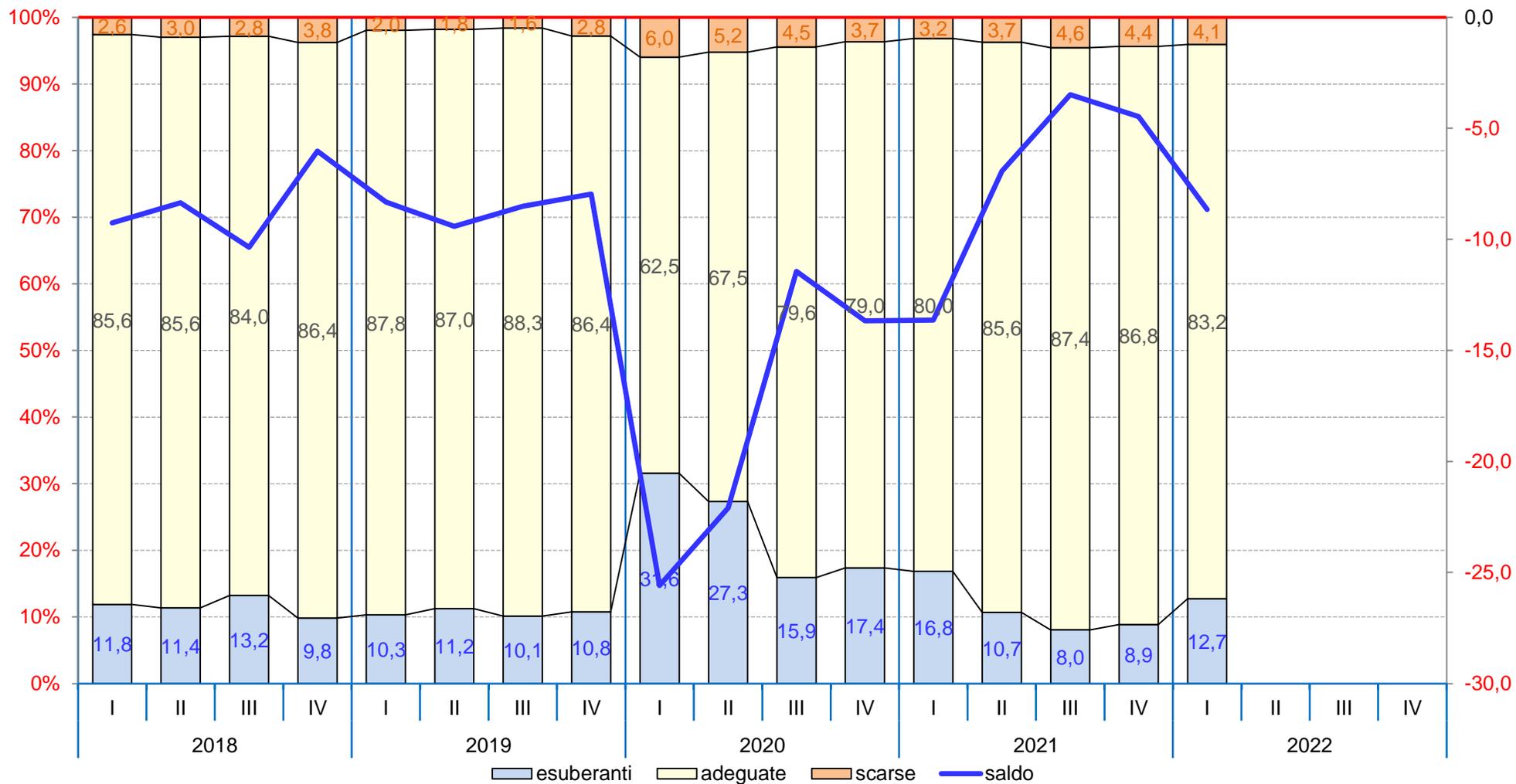
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

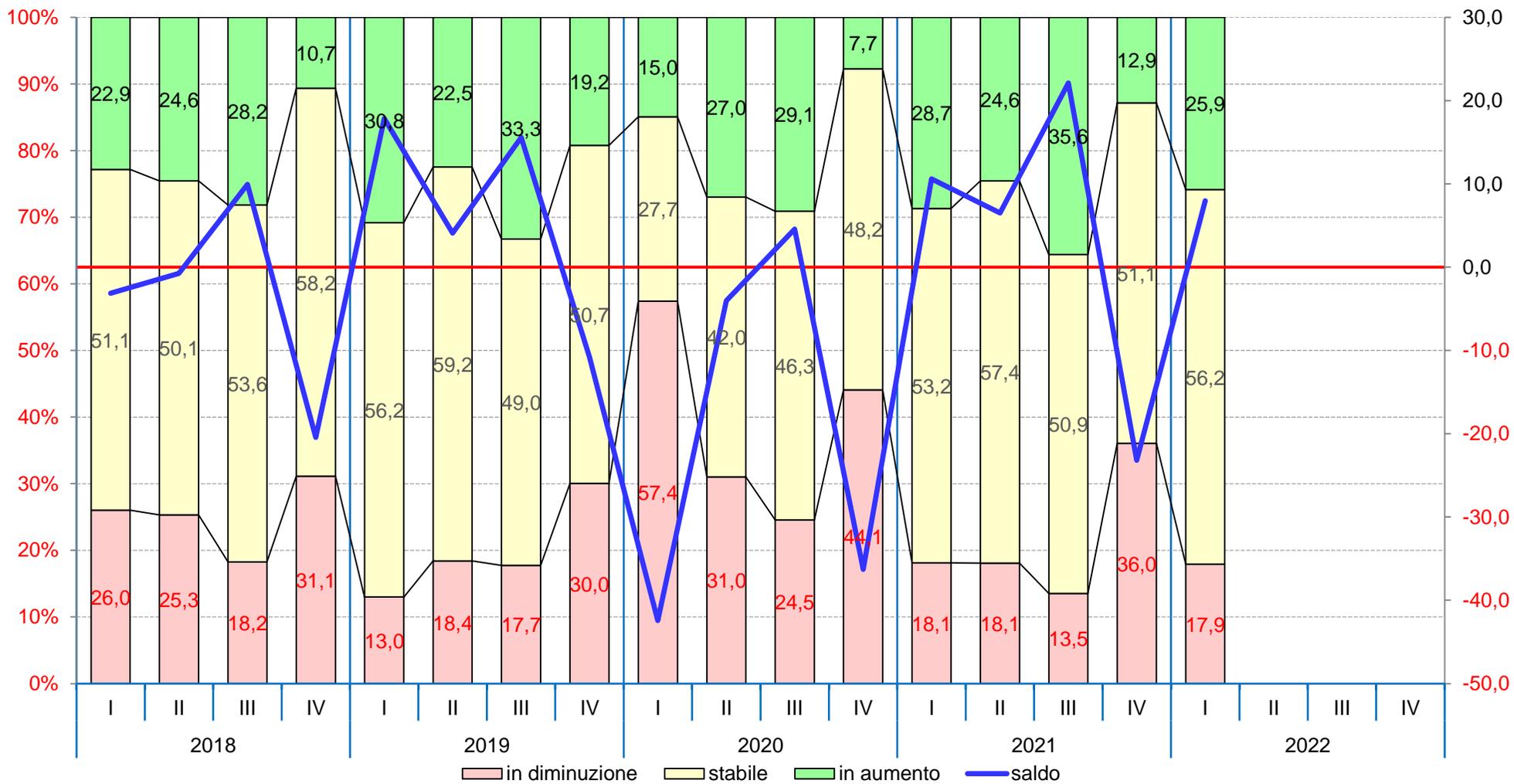
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le giacenze a fine trimestre in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

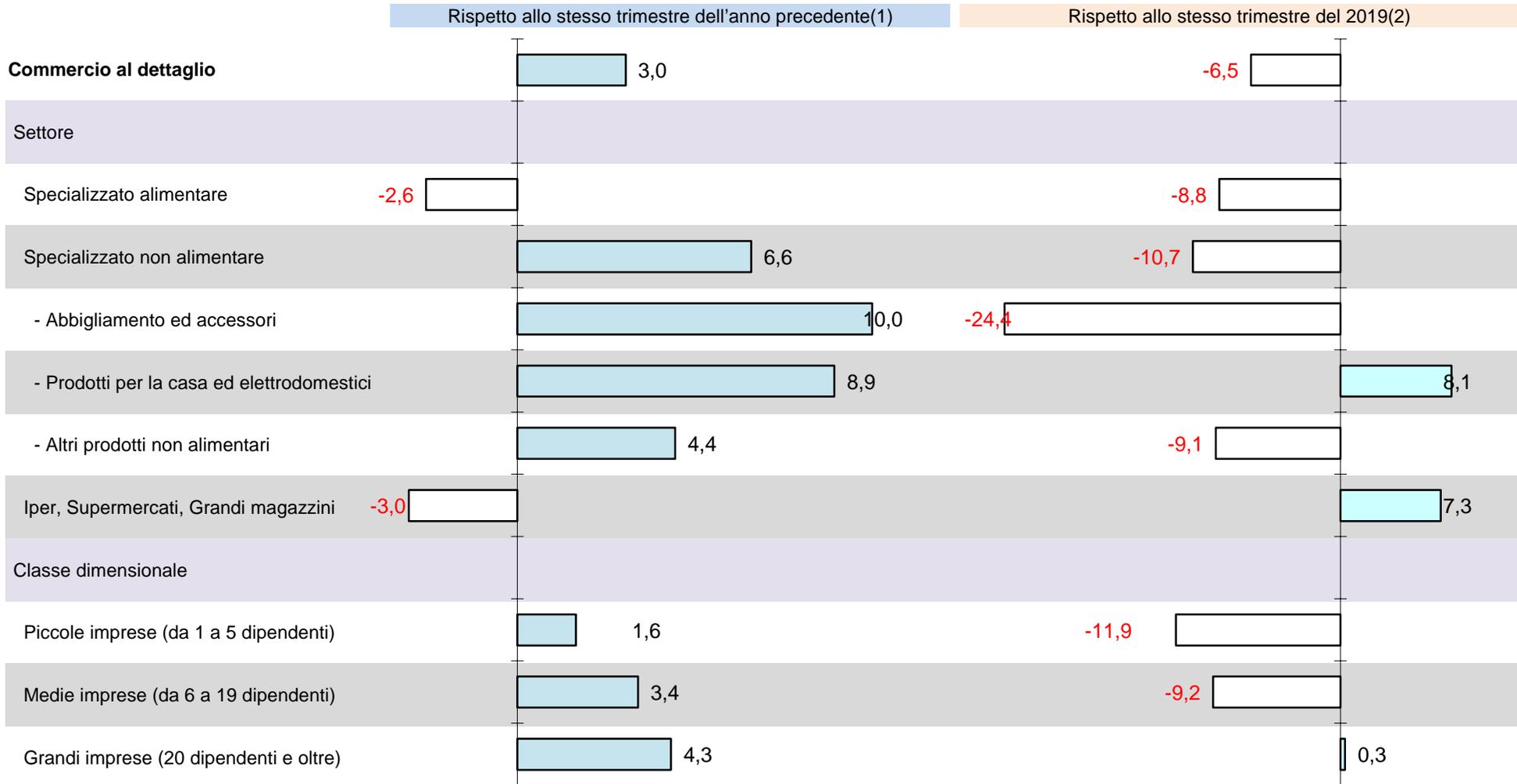
Andamento delle quote percentuali delle imprese che per il trimestre successivo prevedono vendite in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto al trimestre in esame.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

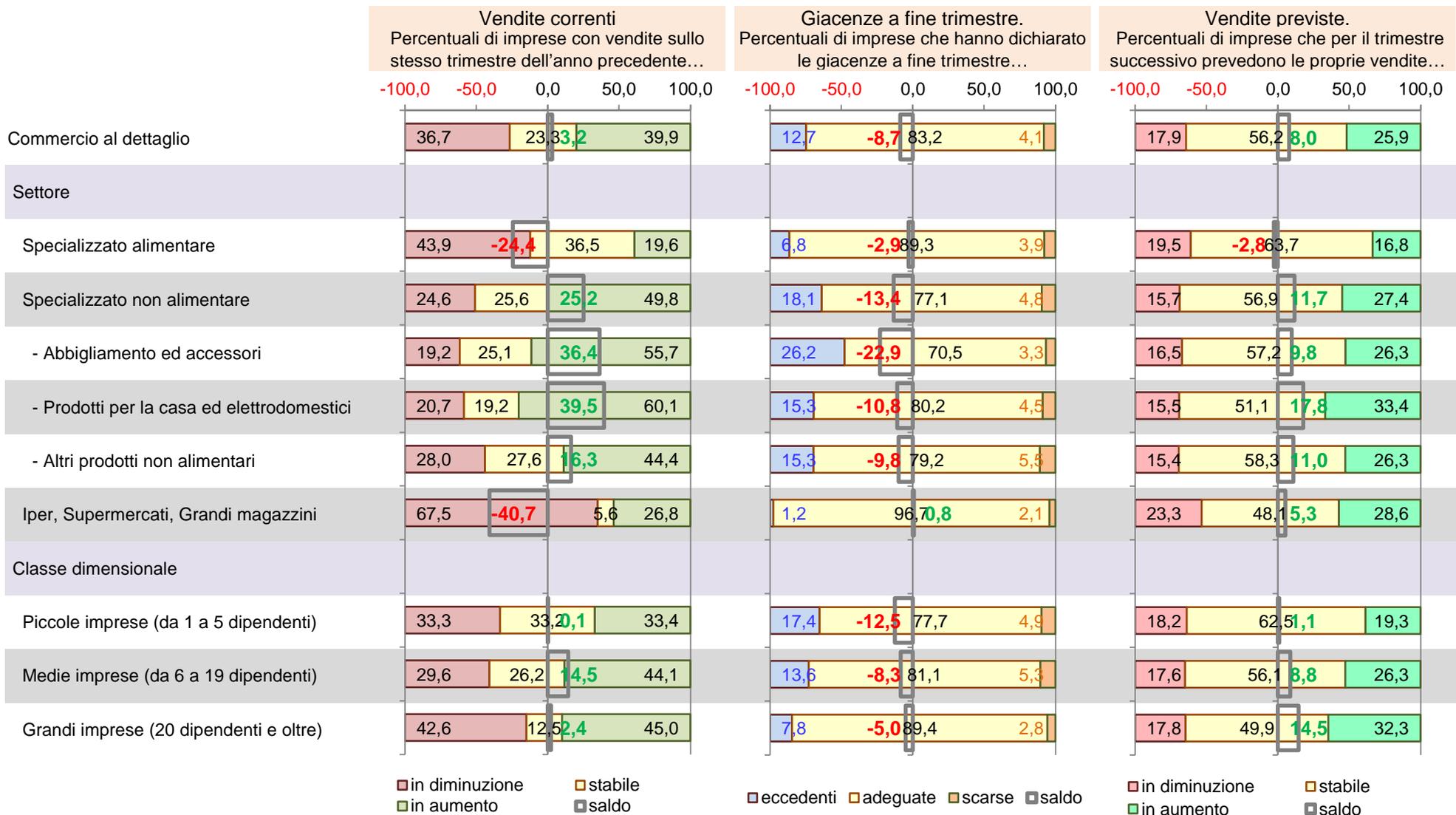
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2021 e al 2019



(1) Tasso di variazione percentuale tendenziale. (2) Tasso di variazione nel biennio.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Giudizi delle imprese su andamento delle vendite correnti, giacenze e vendite previste per settore e classe dimensionale

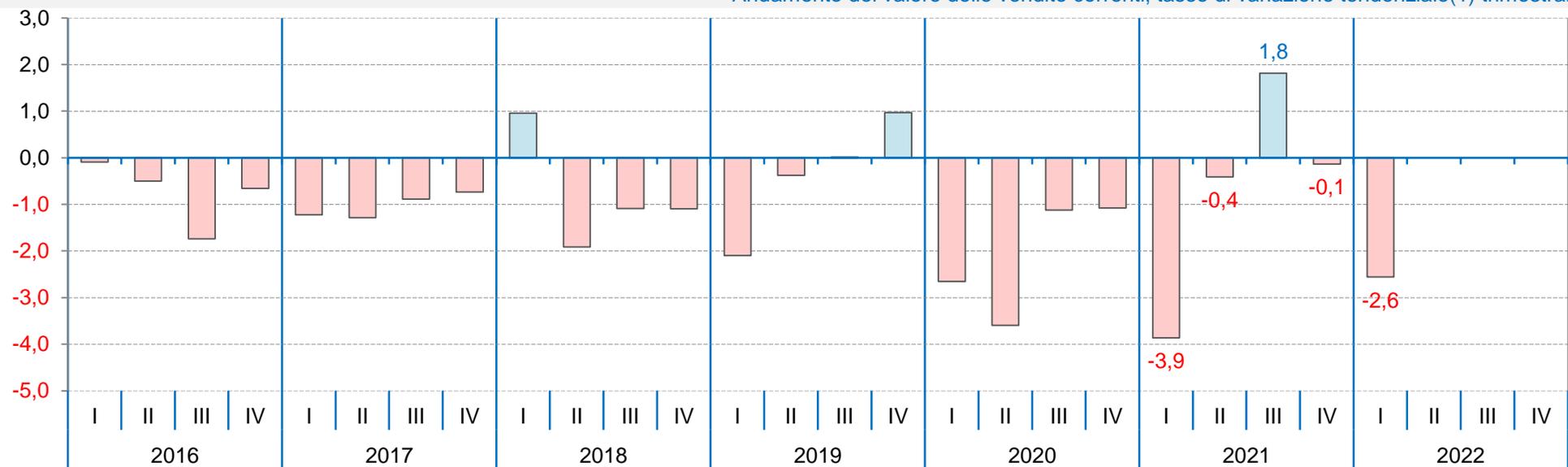


Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

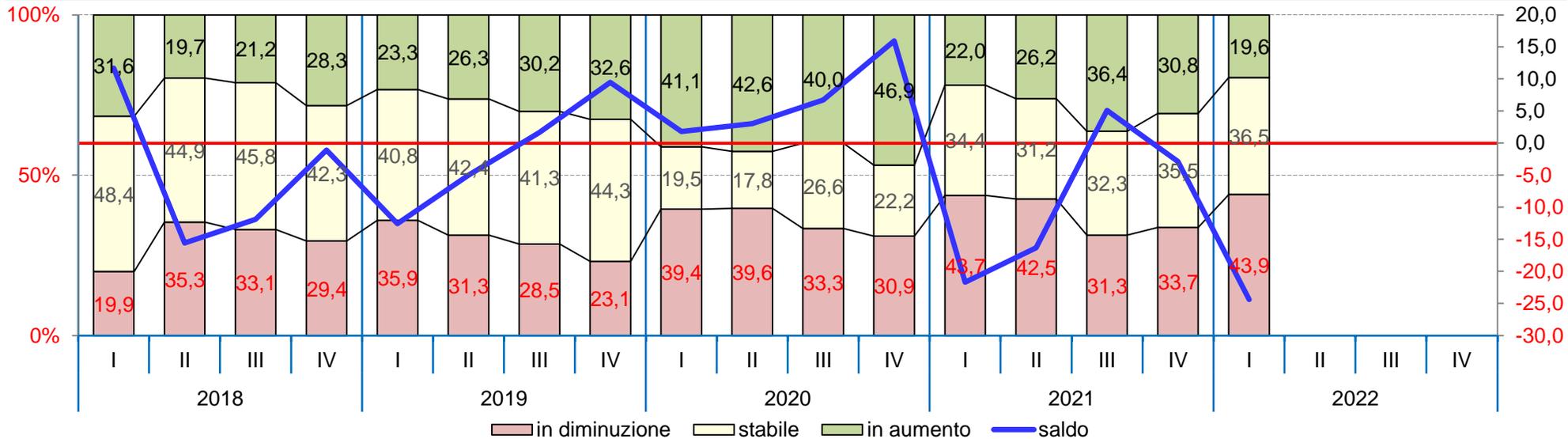
I settori

Specializzato alimentare

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

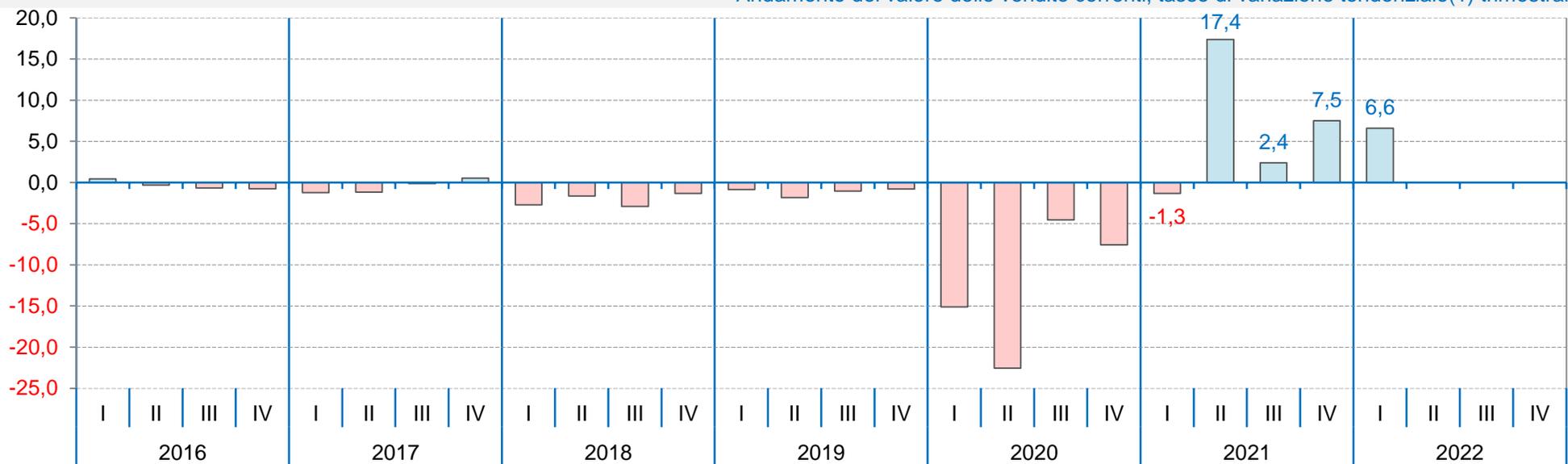


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

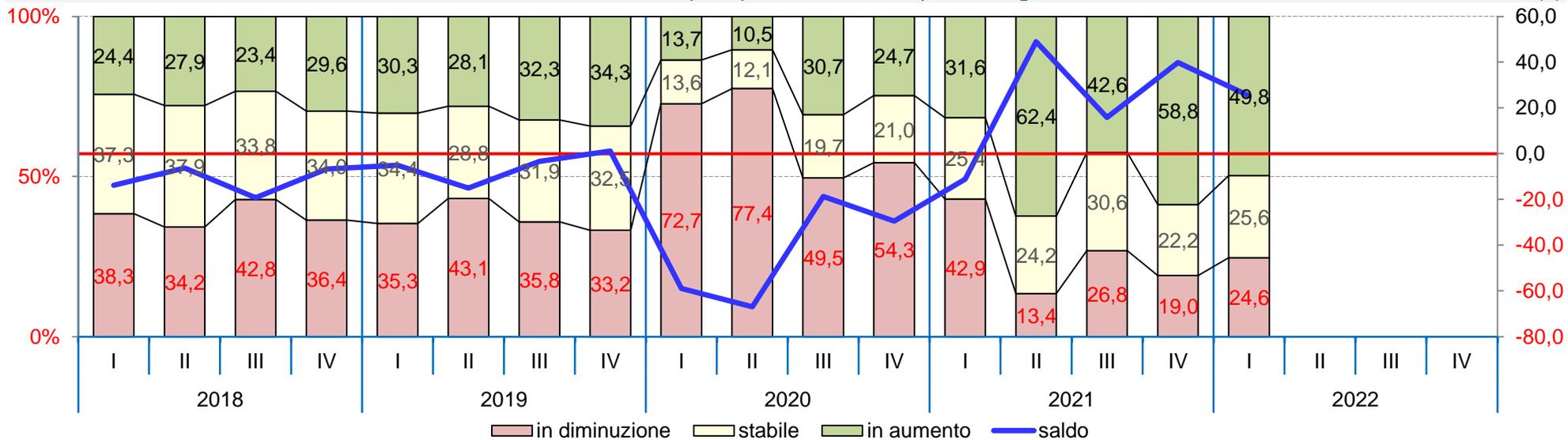
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

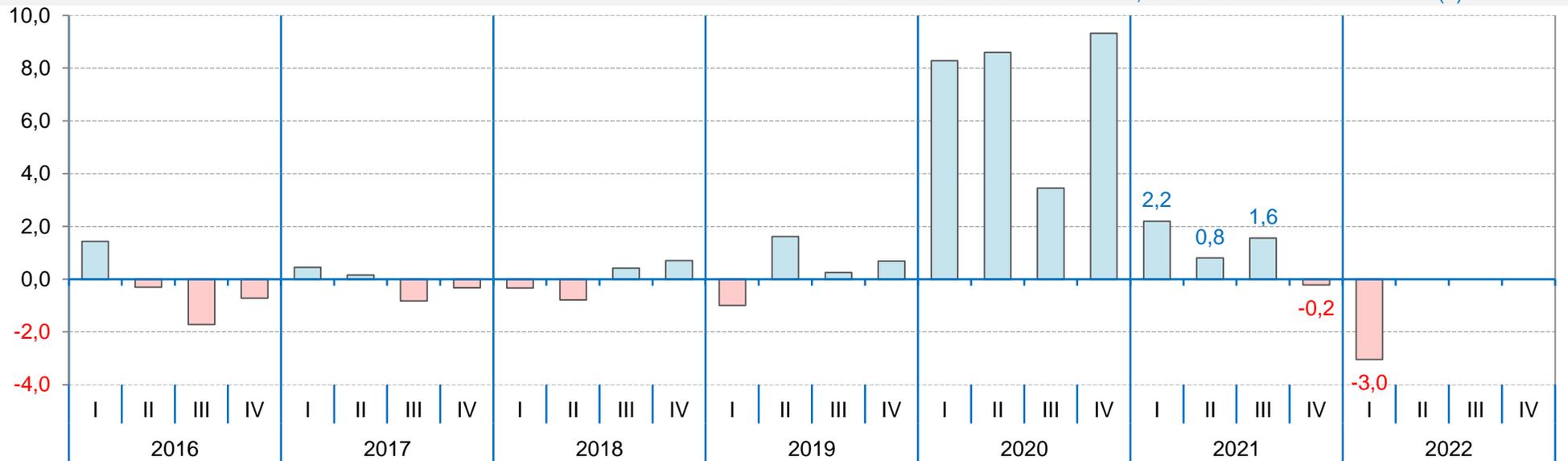


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

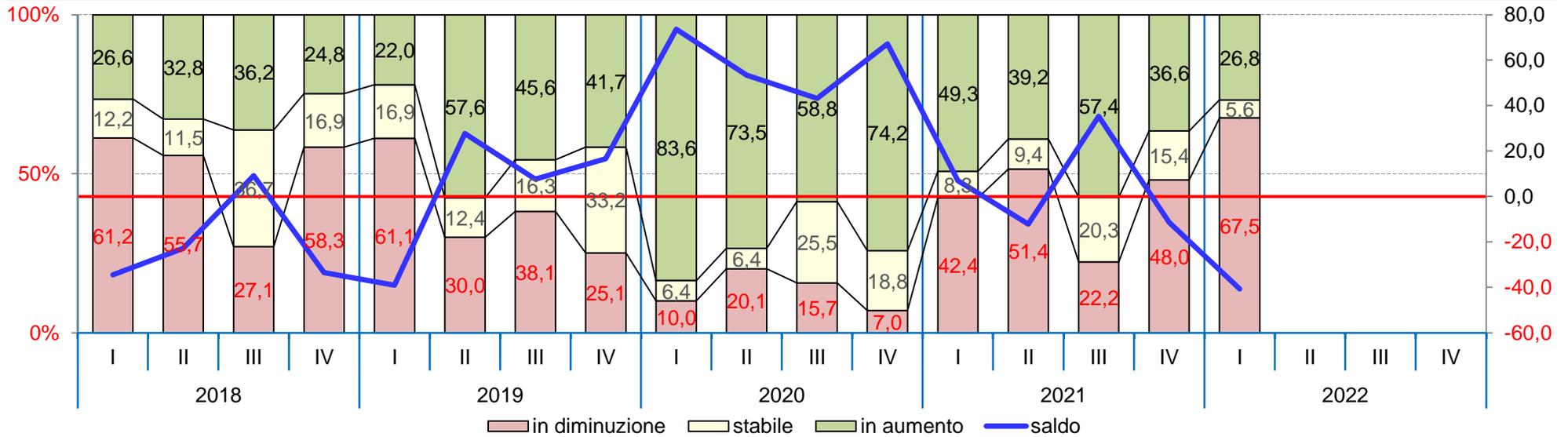
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Iper, Supermercati, Grandi magazzini

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

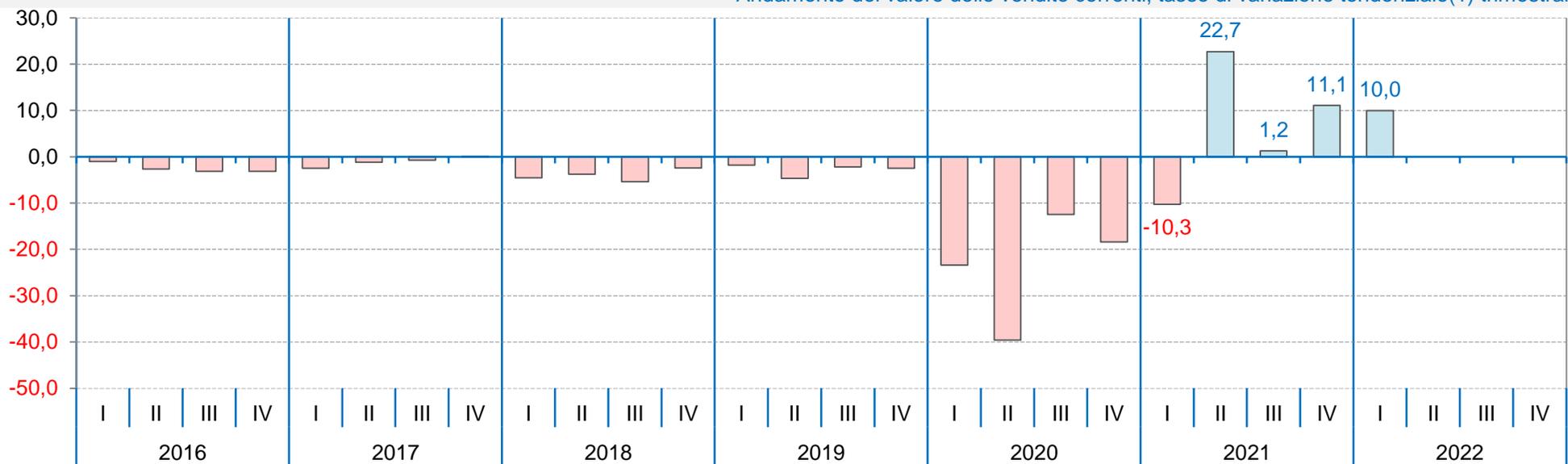


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

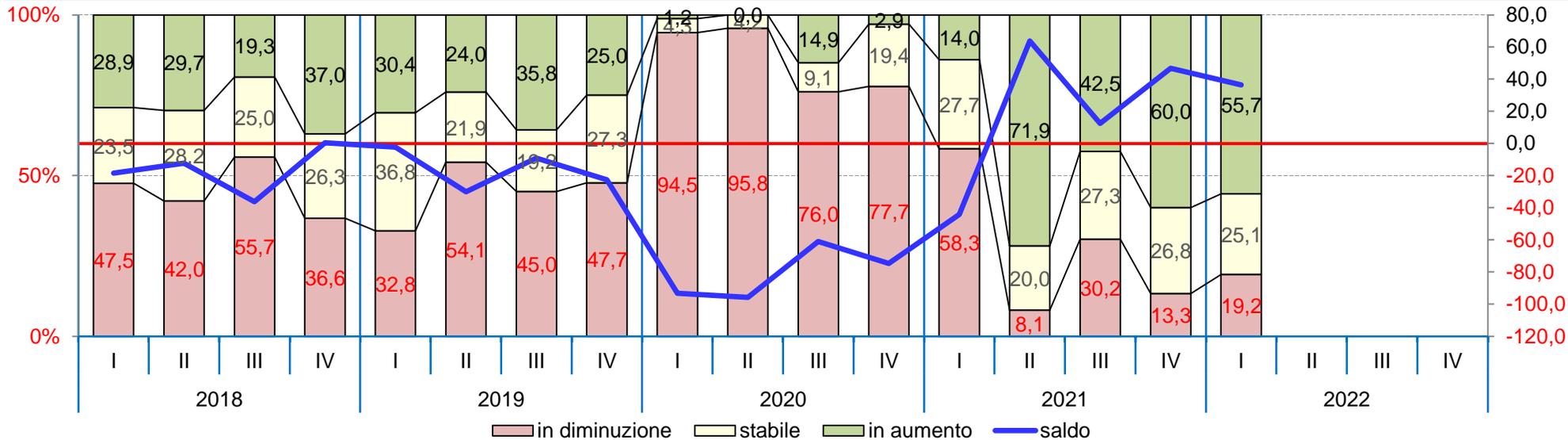
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Abbigliamento ed accessori

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

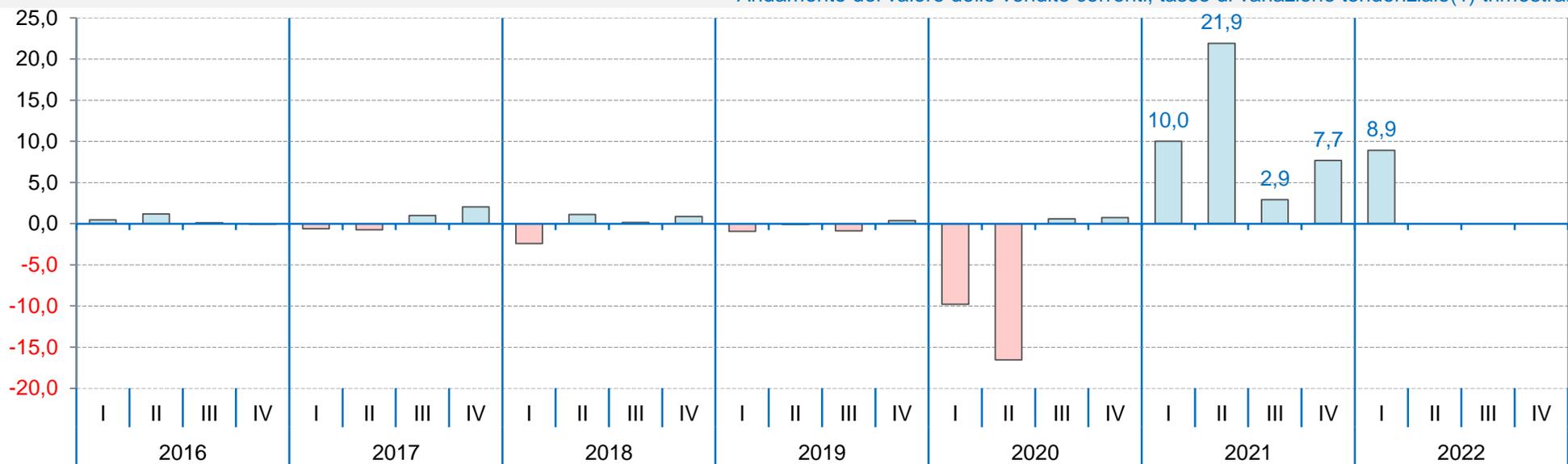


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

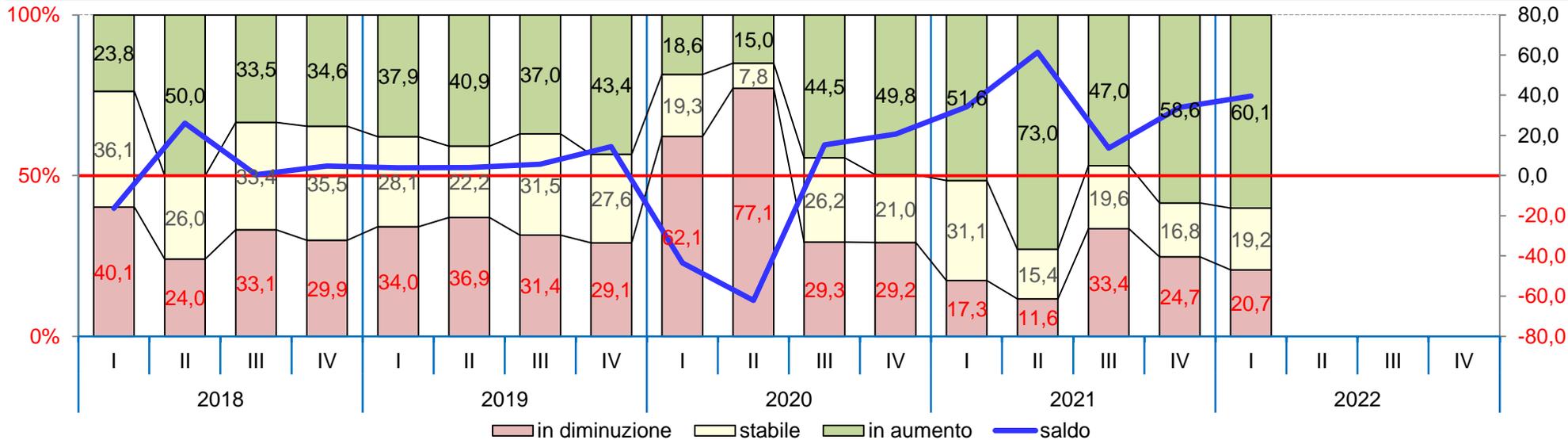
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Prodotti per la casa ed elettrodomestici

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

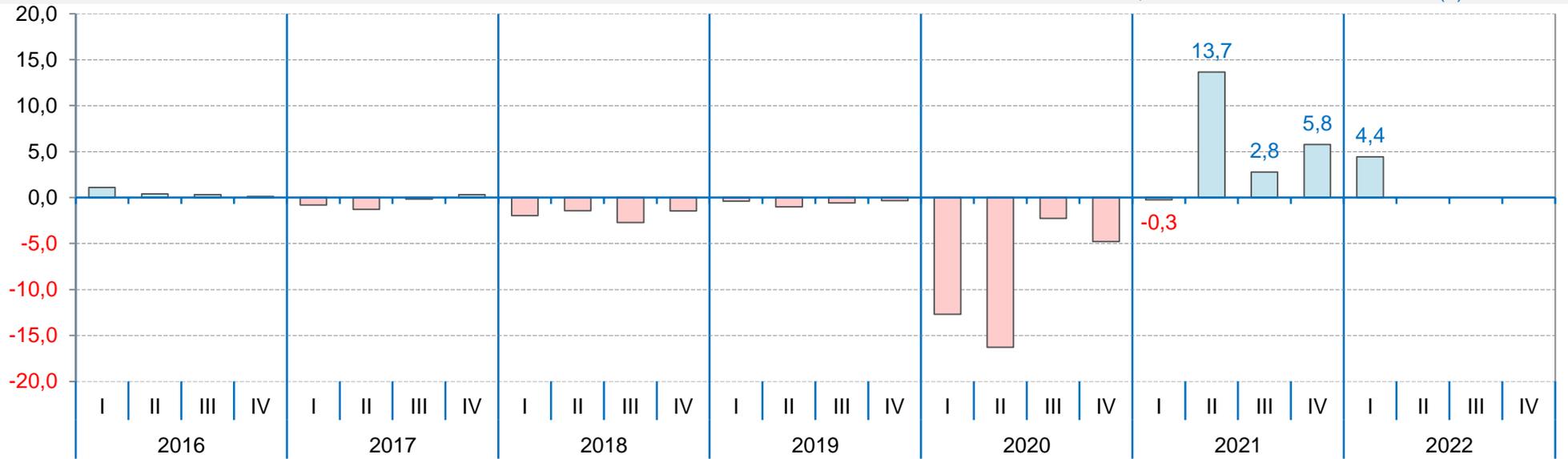


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

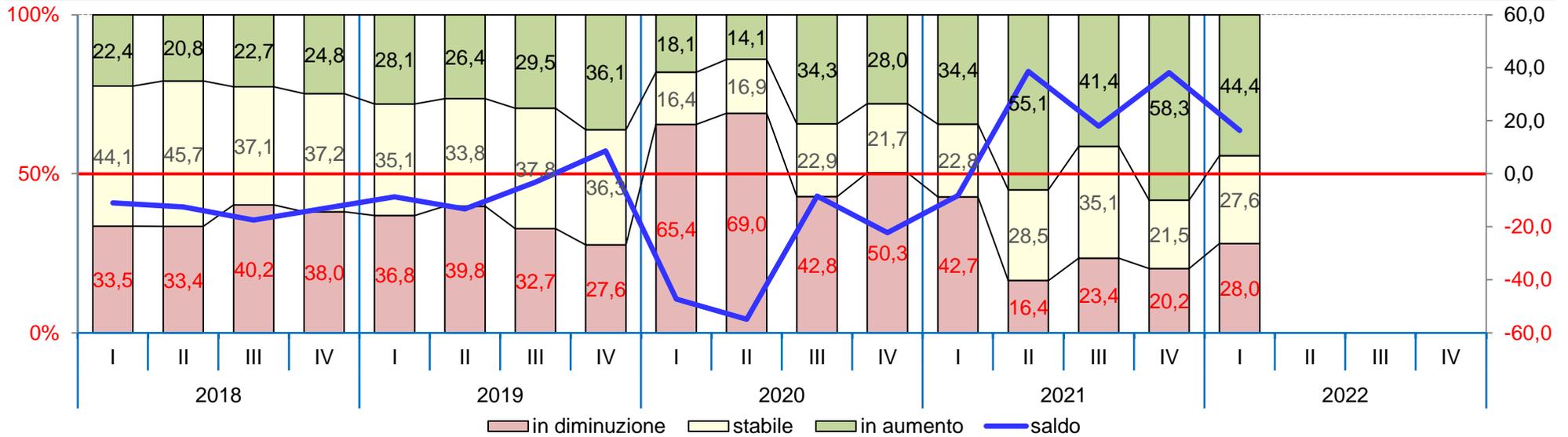
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Altri prodotti non alimentari

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



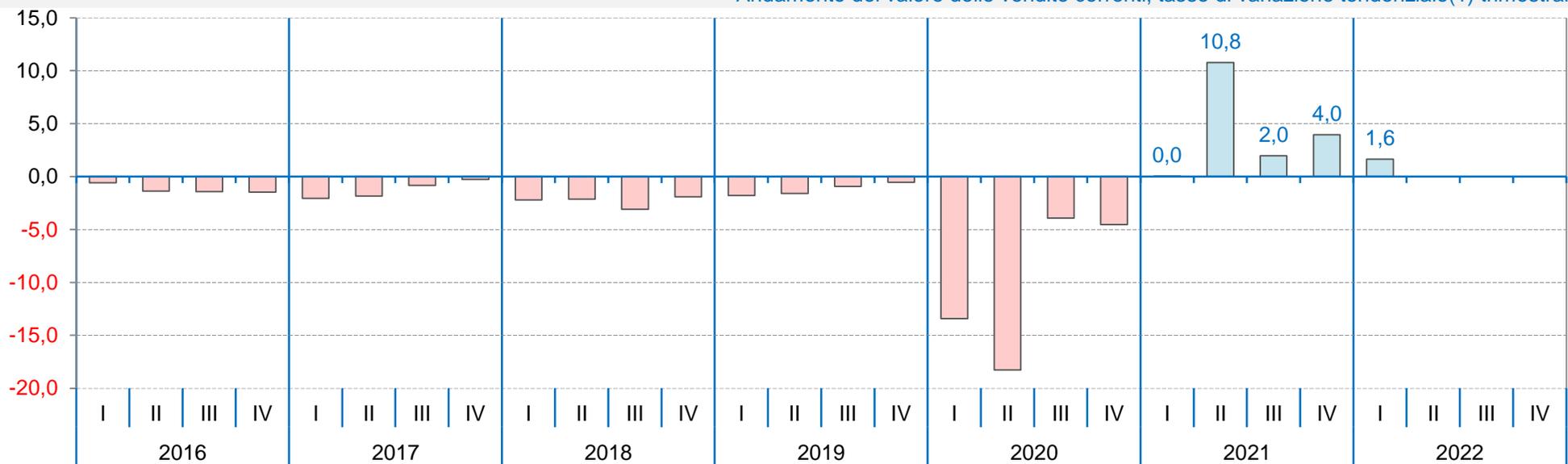
(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

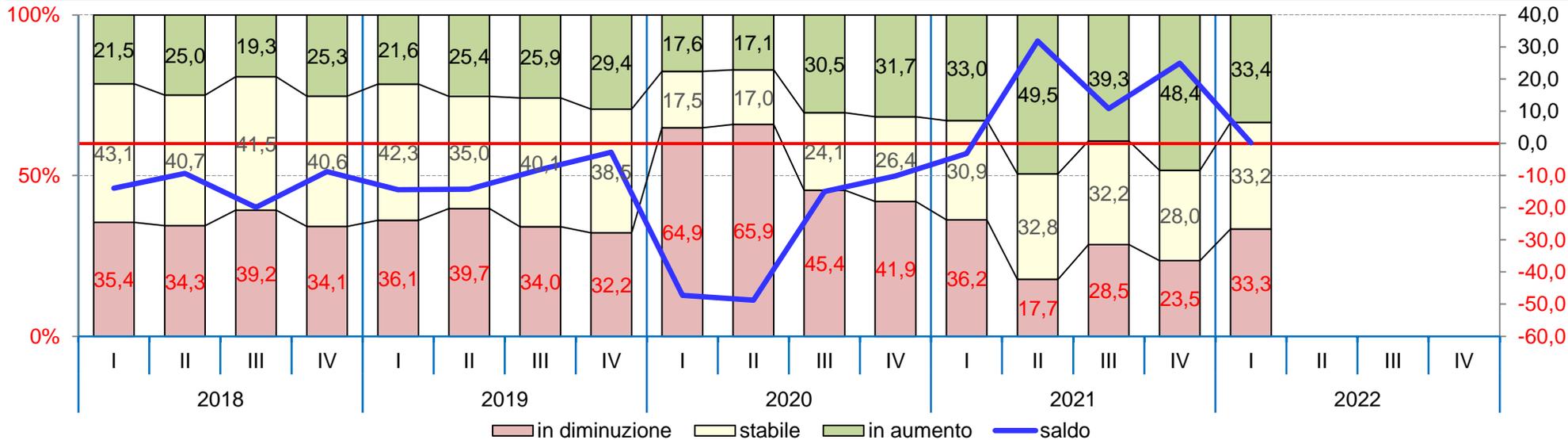
La dimensione delle imprese

Piccole imprese (da 1 a 5 dipendenti)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

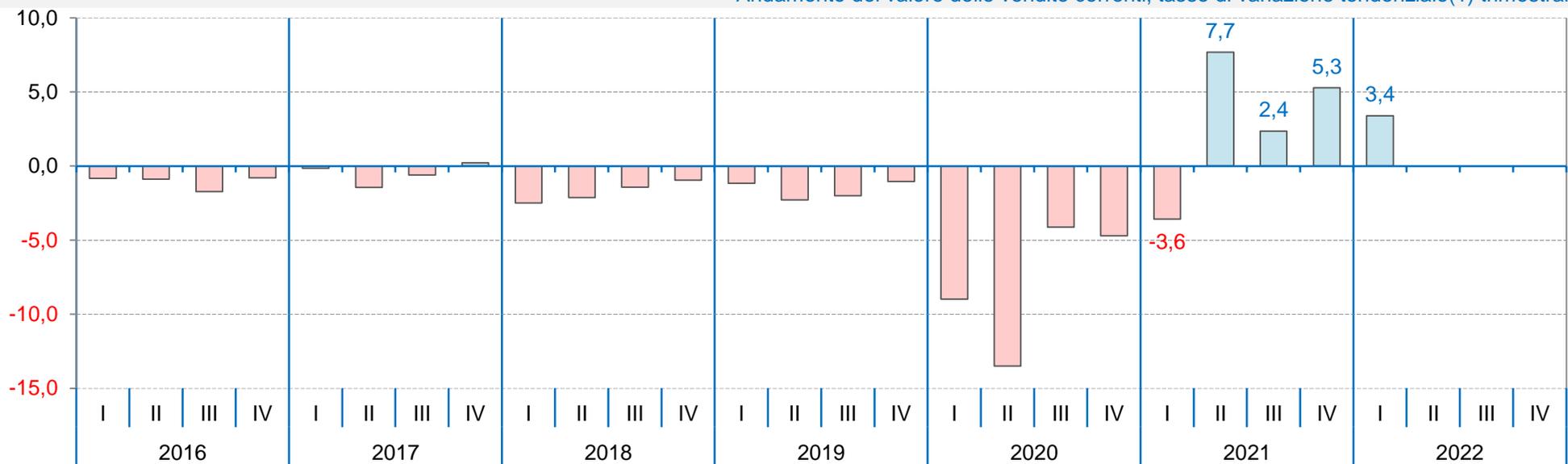


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

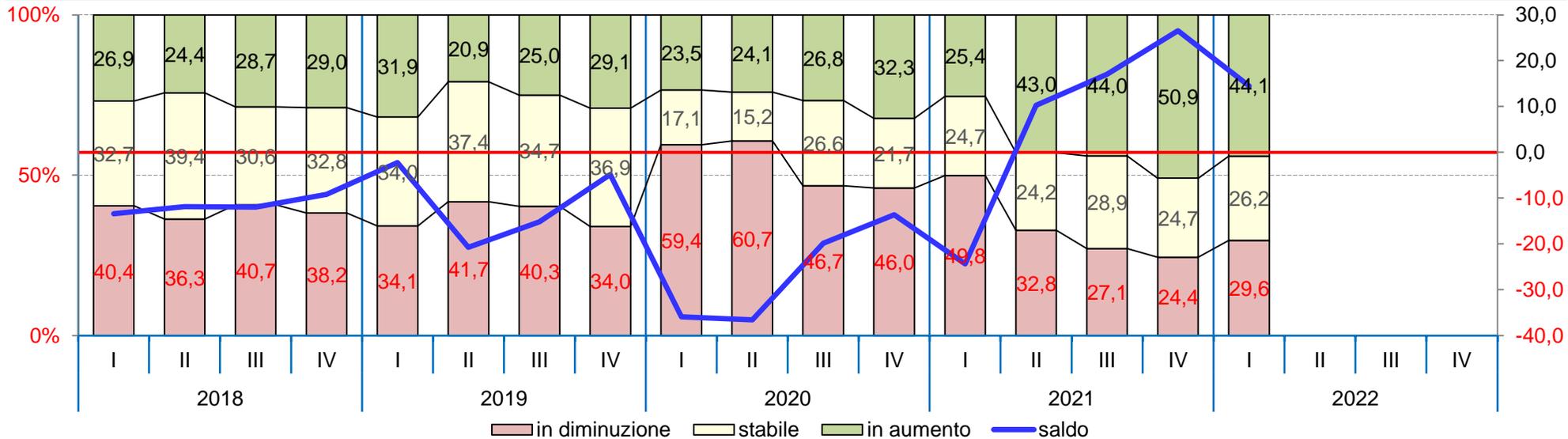
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Medie imprese (da 6 a 19 dipendenti)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

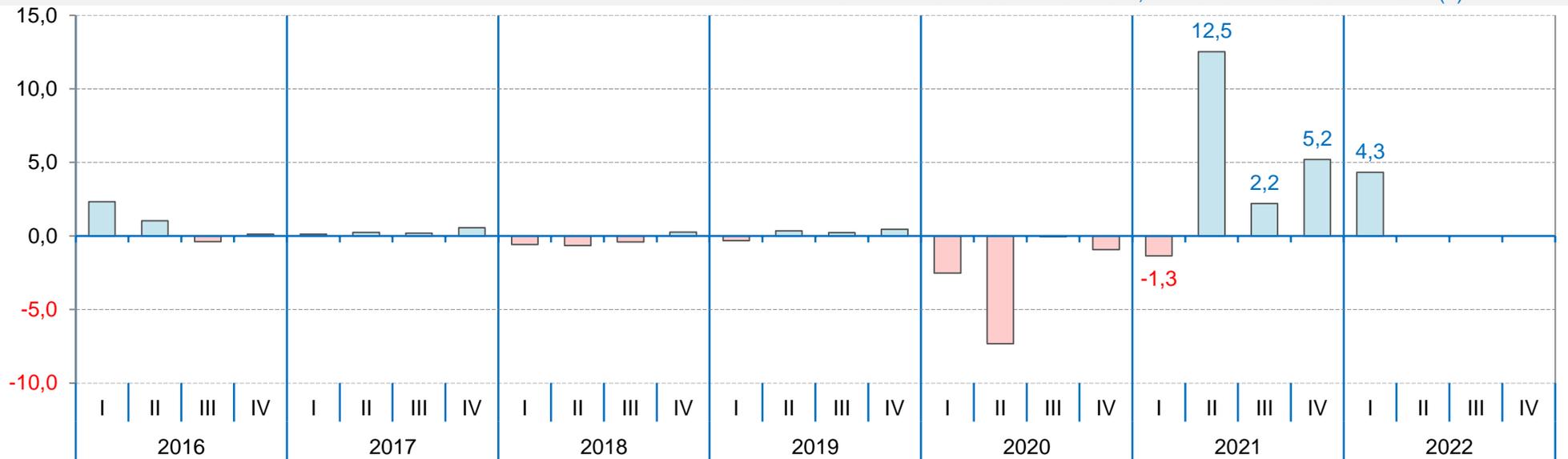


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

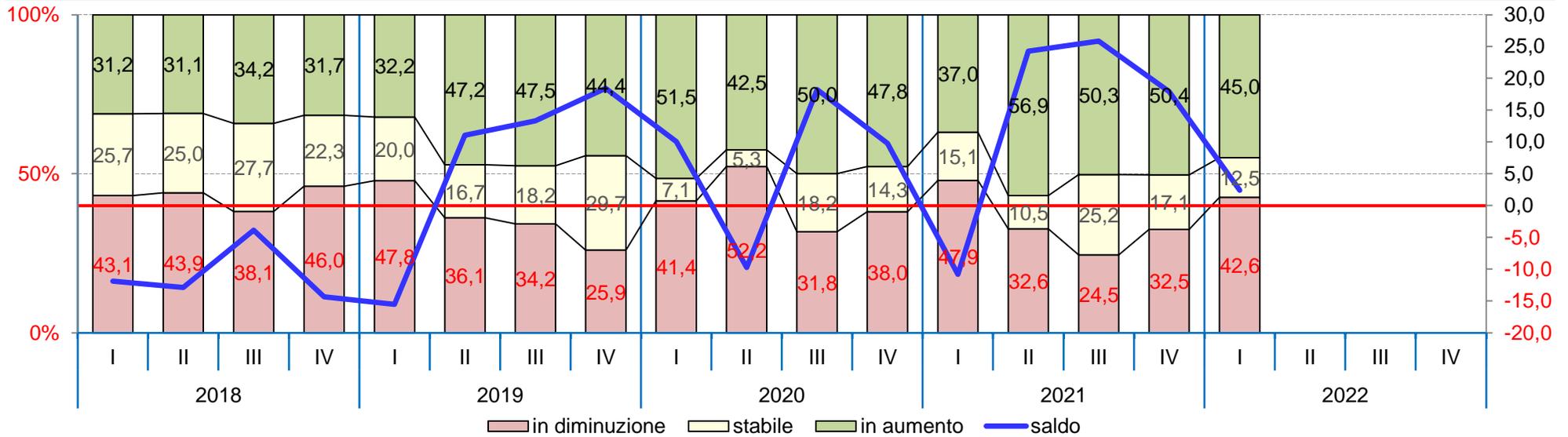
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

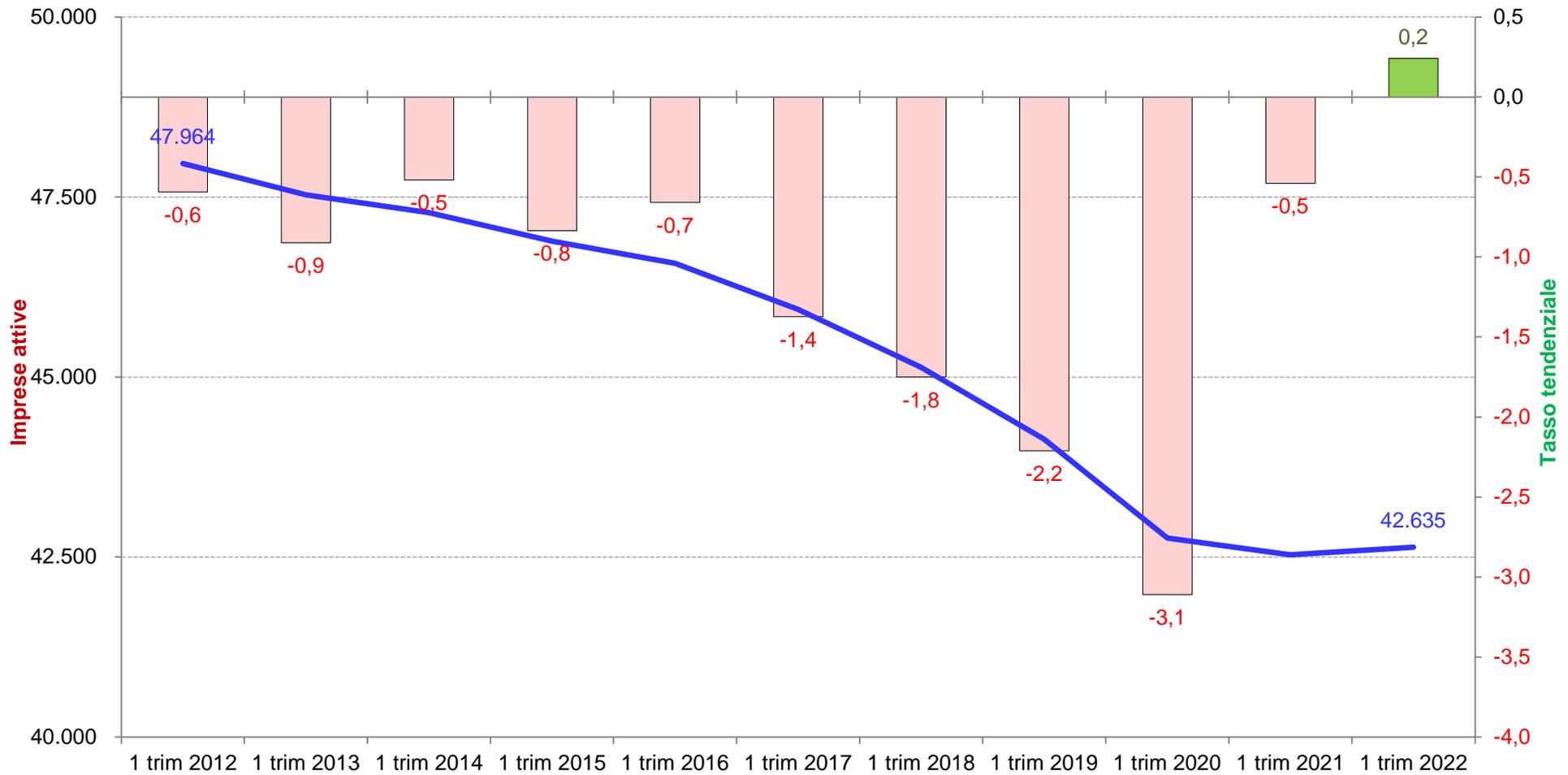


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Demografia delle imprese

Imprese attive del commercio al dettaglio: serie storica dello stock e del tasso di variazione tendenziale(1).



(1) Tasso di variazione sullo stesso periodo dell'anno precedente.

Elaborazioni Unioncamere Emilia-Romagna su dati InfoCamere Movimprese

Imprese attive del commercio al dettaglio e tassi di variazione tendenziali (1) per settori e forma giuridica

	Stock		Variazione	
		Numero		Tasso(1)
Commercio al dettaglio	42.635	102		0,2
Forma giuridica				
- società di capitale	5.247	297		6,0
- società di persone	8.344	-199	-2,3	
- ditte individuali	28.850	14		0,0
- altre forme societarie	194	-10	-4,9	

(1) Tasso di variazione sullo stesso periodo dell'anno precedente.

Elaborazioni Unioncamere Emilia-Romagna su dati InfoCamere Movimprese

Unioncamere Emilia-Romagna distribuisce dati statistici attraverso banche dati on line e produce e diffonde analisi economiche. Ecco le principali risorse che distribuiamo on line



Analisi trimestrali congiunturali

La situazione congiunturale dell'economia dell'Emilia-Romagna

In sintesi la situazione della congiuntura dell'economia regionale.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/scecoer>

Congiuntura industriale

Fatturato, esportazioni, produzione, ordini per settori e dimensione delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura>

Congiuntura dell'artigianato

Fatturato, esportazioni, produzione, ordini dell'artigianato.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-artigianato>

Congiuntura del commercio al dettaglio

Vendite e giacenze per settori e classi dimensionali delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-commercio>

Congiuntura delle costruzioni

Volume d'affari e produzione aggregati e per classi dimensionali delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-costruzioni>

Demografia delle imprese - Movimprese

La demografia delle imprese, aggregata e per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/demografia-imprese>

Demografia delle imprese - Imprenditoria estera

Stato e andamento delle imprese estere, per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-estera>

Demografia delle imprese - Imprenditoria femminile

attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-femminile>

Demografia delle imprese - Imprenditoria giovanile

Stato e andamento delle imprese giovanili, per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-giovanile>

Addetti delle localizzazioni di impresa

L'andamento degli addetti delle localizzazioni di impresa sulla base dei dati Inps.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/addetti-localizzazioni/>

Esportazioni regionali

L'andamento delle esportazioni emiliano-romagnole sulla base dei dati Istat.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/esportazioni-regionali>

Scenario di previsione Emilia-Romagna

Le previsioni macroeconomiche regionali a medio termine. Prometeia.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/scenario-previsione>

Analisi semestrali e annuali

Rapporto sull'economia regionale

approfondimenti.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/rapporto-economia-regionale>

Banche dati

Banca dati on-line di Unioncamere Emilia-Romagna

Free e aggiornati dati nazionali, regionali e provinciali su congiuntura economica, demografia delle imprese e altro ancora

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd>