

# ECONERRE - La ripresa delle vendite si indebolisce, ma prosegue



*Nel primo trimestre 2022 rimane la tendenza positiva delle vendite (+3,0 per cento), anche se con un ritmo inferiore. Tra le tipologie, la flessione ha interessato il dettaglio specializzato alimentare, mentre cresce il non alimentare. Sale la base imprenditoriale (+0,2 per cento).*

Segnali di rallentamento nel settore del commercio. L'analisi dell'indagine congiunturale realizzata in collaborazione tra **Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna** relativa al **primo trimestre 2022** evidenzia che le vendite a prezzi correnti degli esercizi al dettaglio in sede fissa sono aumentate ancora (+3,0 per cento), anche se con un ritmo più contenuto rispetto ai tre mesi precedenti. Ciò ha permesso un ulteriore ma parziale recupero per i livelli delle vendite che sono ancora inferiori del 6,5 per cento rispetto al primo trimestre 2019.

## I giudizi sull'andamento delle vendite

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. Al tempo stesso, il peso delle imprese che hanno avuto vendite inferiori a quelle dello stesso trimestre del 2021 è risalito 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 peggiorato, pur ancora positivo, scendendo a +3,2 punti.

## Le aspettative delle imprese

Complice anche l'effetto della stagionalità, le **aspettative** paiono essersi orientate in senso positivo. Si è ampliata la quota 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 percentuale delle aziende 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 delle vendite



La pandemia e la ripresa inflazionistica hanno accentuato i processi di cambiamento che da anni caratterizzano il settore del commercio e i comportamenti dei consumatori.

Nel primo trimestre 2022 la ripresa delle vendite non ha interessato tutte le tipologie del dettaglio, anzi è stata ancora trainata dal boom dei **consumi non alimentari** che erano stati 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), appesantite dal risveglio della dinamica inflazionistica anche per questa tipologia di prodotti.

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.

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).

Più contenuta la crescita per i prodotti casa ed elettrodomestici (+8,9 per cento) rispetto allo stesso trimestre 2021.

Nell'insieme la ripresa tendenziale delle vendite di altri prodotti non alimentari è stata minore (+4,4 per cento) rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Al contrario, **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 peggioramento con una flessione tendenziale delle vendite (-3,0 per cento). Questo anche perché le loro vendite erano molto aumentate durante la pandemia. Ne risulta infatti che le vendite correnti sono superiori del 7,3 per cento rispetto al 2019.

## Dimensione di impresa per il commercio

L'aumento delle vendite è esteso, ma con una marcata correlazione rispetto alla dimensione aziendale.

Le **vendite della piccola distribuzione**, da 1 a 5 addetti, sono cresciute leggermente rispetto allo stesso periodo del 2021 (+1,6 per cento). Le imprese di **media dimensione**, da 6 a 19 addetti, hanno ottenuto un incremento superiore (+3,4 per cento), che per le **imprese di maggiore dimensione** con almeno 20 addetti è stato ancora più elevato (+4,3 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.

### Registro delle imprese

Al 31 marzo 2022 le **imprese attive** nel commercio al dettaglio erano **42.635**. Rispetto a un anno prima la loro consistenza è lievemente aumentata (+0,2 per cento, +102 unità).

**Riguardo alla forma giuridica, l'andamento rilevato in ambito regionale è frutto della composizione tra due tendenze.**

**La prima, positiva e più rilevante**, è costituita soprattutto da un incremento delle società di capitale (+6,0 per cento, +297 unità) e delle ditte individuali che hanno mantenuto la loro consistenza (+14 unità) pur in un trimestre di stagionalità negativa.

**La seconda, negativa**, ha origine dalla diminuzione delle società di persone (-2,3 per cento, -199 unità), favorita dall'attrattiva 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 delle cooperative e dei consorzi (-4,9 per cento).

**La precedente rilevazione qui**

**ECONERRE**

ECONOMIA EMILIA-ROMAGNA

Direttore responsabile: Claudio Pasini. Segreteria di redazione c/o Unioncamere

Viale Aldo Moro, 62 - 40127 Bologna (BO) - Tel. 051 637 70 26 - Fax. 051 637 70 50 - Email: [comunicazione@rer.camcom.it](mailto:comunicazione@rer.camcom.it)

"Econerre-economia Emilia-Romagna" (Autorizzazione del Tribunale di Bologna n. 6285 del 27 aprile 1994 - Iscrizione ROC - Registro Operatori Comunicazione n. 26898)