



congiuntura del commercio in emilia-romagna

indagine sulle piccole e medie imprese

CS 23 - 22/3/2023

L'andamento delle vendite al dettaglio

Il commercio ha chiuso il 2022 con un incremento nel quarto trimestre (+2,1 per cento) a prezzi correnti. Iper, super e grandi magazzini hanno trainato la ripresa dei consumi (+5,7 per cento). Si riduce la consistenza delle imprese (-2,3 per cento)

Nel quarto trimestre 2022, le vendite a prezzi correnti degli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna sono aumentate con un ritmo leggermente più sostenuto **(+2,1 per cento)** rispetto a quello del trimestre precedente, seppur non corrispondente al passo dell'inflazione dei prezzi al consumo. Questo incremento ha comunque consentito di superare decisamente il livello delle vendite dello stesso trimestre del 2019, l'ultimo precedente la pandemia, rispetto al quale le vendite correnti sono risultate superiori del 3,5 per cento. L'indicazione emerge dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio realizzata in collaborazione tra **Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna**.

Le tipologie del dettaglio

La pandemia, la ripresa dell'attività e la fiammata inflazionistica poi hanno decisamente accentuato i processi di cambiamento che da anni caratterizzano il settore del commercio, ma anche le variazioni dei comportamenti dei consumatori, con effetti sui settori del dettaglio.

L'accelerazione delle vendite nel corso del trimestre ha interessato tutte le tipologie del commercio anche se è stata trainata dal boom delle vendite di **iper, supermercati e grandi magazzini**, sostenute anche dalla ricerca di convenienza a fronte della crescita dei prezzi.

Le vendite del dettaglio **specializzato alimentare** sono aumentate dell'1,1 per cento rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno.

Anche le vendite del dettaglio **specializzato non alimentare** sono aumentate dell'1,1 per cento, grazie alla stagionalità favorevole e nonostante la riduzione del potere di acquisto.

Tra le tipologie del **dettaglio non alimentare** prese in esame, le **vendite di abbigliamento e accessori** hanno confermato la recente tendenza negativa e sono diminuite rispetto allo stesso trimestre del 2021 (-2,1 per cento).

Al contrario le vendite **di prodotti per la casa ed elettrodomestici** hanno decisamente accelerato il ritmo della loro crescita con un incremento del 4,6 per cento rispetto allo stesso trimestre del 2021.

Nell'insieme anche il passo della ripresa tendenziale delle **vendite di altri prodotti non alimentari** è apparso in contenuta ripresa nel trimestre (+1,6 per cento).

Lasciando il dettaglio specializzato, sono stati **Iper, super e grandi magazzini** che hanno decisamente trainato la complessiva ripresa dei consumi nell'ultimo trimestre 2022, traendo vantaggio dalla maggiore attenzione dei consumatori verso la convenienza a fronte della notevole accelerazione dell'inflazione, e che hanno fatto segnare una decisa ripresa tendenziale delle vendite **(+5,7 per cento)**.

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 tra l'andamento delle vendite e la dimensione aziendale**.

Nell'ultimo trimestre dello scorso anno, le **vendite della piccola distribuzione (da 1 a 5 addetti)** hanno subito solo una lieve flessione dello 0,2 per cento rispetto allo stesso periodo del 2021.

Al contrario, le **imprese di media dimensione** da 6 a 19 addetti hanno ottenuto un nuovo aumento delle vendite rispetto allo stesso trimestre del 2021 (+1,9 per cento) sostanzialmente della stessa ampiezza di quello del trimestre precedente.

Infine, il ritmo della crescita delle **vendite delle imprese di maggiore dimensione**, ovvero con almeno 20 addetti, è sensibilmente aumentato tanto da risultare il più elevato (+4,4 per cento).

Il registro delle imprese

Al 31 dicembre 2022 le imprese attive nel commercio al dettaglio sono risultate **41.917** e rispetto ad un anno prima sono diminuite di **840 unità** con la discesa più rapida degli ultimi 10 anni (-2,3 per cento) fatta eccezione per quella subita nel 2019.

In termini di forma giuridica la variazione rilevata in ambito regionale continua a essere frutto della composizione tra due tendenze contrarie. Solo le **società di capitale** sono aumentate (+2,5 per cento, +178 unità), mentre hanno accentuato la loro tendenza negativa sia le **ditte individuali** (-791 unità, -2,7 per cento), sia le **società di persone** (-3,6 per cento, -303 unità), per queste ultime la tendenza è stata favorita dall'attrattiva della normativa relativa alle società a responsabilità limitata. A ciò si è aggiunta la rapida tendenza alla flessione dell'insieme assai meno numeroso delle **cooperative e dei consorzi** (-7,5 per cento).

La congiuntura nel 2022

Il commercio al dettaglio è stato duramente colpito dalla pandemia nel 2020 e nel 2021 ha colto solo in parte la successiva ripresa dei consumi. Nonostante la velocità dei cambiamenti nel settore del commercio e nei comportamenti dei consumatori e soprattutto una fiammata inflazionistica senza precedenti, il **2022 si è chiuso con un ulteriore recupero del valore delle vendite del 2,3 per cento**. Questo costituisce il più rapido incremento mai registrato dall'avvio della rilevazione, escludendo quello ottenuto nel 2021, ma non ha ugualmente ancora permesso di recuperare il valore delle vendite effettuate nel 2019, rispetto al quale quelle del 2021 sono risultate ancora inferiori dello 0,6 per cento.

2

Informazioni di maggiore dettaglio sono disponibili nell'analisi completa sul sito di Unioncamere Emilia-Romagna