

Retail Outlook - luglio 2008

La congiuntura delle imprese commerciali: principali evidenze

Dopo tre mesi consecutivi di segno negativo, il volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro (EA 15 paesi) mostra qualche segnale di ripresa. Rimane, invece, decisamente negativo il trend delle vendite in Italia: ad aprile 2008 il valore tendenziale del fatturato (dato destagionalizzato) è stato pari a -4,7%.

Nel corso del mese di giugno 2008 i prezzi dei beni di largo e generale consumo hanno fatto registrare una crescita su base tendenziale del 5,6% in aumento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, che porta un tasso di inflazione acquisito per questi beni pari al 4,5%. La crescita tendenziale del prezzo dei beni energetici vola al 21,5%.

Miglioramento a giugno 2008 della fiducia delle imprese della distribuzione moderna, e qualche segnale positivo del ciclo commerciale. Rispetto al mese precedente, migliorano le aspettative sul volume futuro del fatturato, e sono favorevoli anche i giudizi sull'andamento delle vendite correnti, con un ridimensionamento delle giacenze di magazzino.

Le vendite delle imprese commerciali in Europa

Dopo tre mesi consecutivi di segno negativo, il volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro (EA 15 paesi) mostra qualche segnale di ripresa. Nel mese di maggio 2008, si registra, infatti, una crescita rispetto al mese precedente pari a 1,2%, centrata soprattutto su una consistente ripresa delle vendite del comparto non alimentare e un andamento positivo di quello alimentare (0,5%). Rispetto allo stesso mese dell'anno precedente si evidenzia una lieve crescita reale delle vendite corretto con i giorni lavorativi pari a 0,2%. Ciò sottolinea un'inversione di tendenza rispetto al recente passato, che testimonia gli sforzi fatti dalle imprese per contrastare le non favorevoli previsioni sui consumi e il loro effetto, anche di natura psicologico, sul comportamento di acquisto. Segnali più negativi per le accresciute difficoltà economiche internazionali caratterizzano, invece, il quadro generale delle vendite nei principali paesi europei Francia, Germania, Spagna, Regno Unito seppur tra luci e ombre. Da evidenziare infatti come, a fronte di un'elevata crescita tendenziale delle vendite rispetto al mese scorso nel Regno Unito (7,2% contro il precedente 2,4%), si assiste a un forte peggioramento della situazione spagnola (-5,1%) e alla permanenza di condizioni negative in Francia e Germania.

- Figura 1 Volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro (dato destagionalizzato)
- Figura 2 Volume delle vendite delle imprese commerciali in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna (dato destagionalizzato)
- Tavola 1 Volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro per comparto (dato corretto con i giorni lavorativi valori percentuali mese su mese precedente)
- Tavola 2 Volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro per comparto (dato destagionalizzato valori percentuali mese su mese dell'anno precedente)

Le vendite delle imprese commerciali in Italia

In Italia l'andamento negativo delle vendite complessive delle imprese commerciali al dettaglio sintetizza le condizioni difficili della situazione economica interna. Ad aprile 2008, confermando la dinamica evidenziatasi già a marzo, il valore tendenziale del volume delle vendite (mese su stesso mese dell'anno precedente) ha registrato, infatti, un'ulteriore diminuzione, pari a -4,7%. La stessa dinamica delle vendite reali del mese di aprile 2008 dato corretto sul numero dei giorni lavorativi mostra una riduzione dei volumi di fatturato (-0,4%): tale riduzione, risultando meno rilevante di quella del mese precedente, potrebbe far intravedere qualche miglioramento per il prossimo futuro.

Anche in aprile 2008, l'andamento negativo del volume delle vendite trova spiegazione in particolare modo nella contrazione del fatturato, che è avvenuta nei comparti dell'Elettronica di consumo e dell'Abbigliamento e calzature, a cui si aggiungono però i risultati non positivi che caratterizzano il comparto dei Libri e quello dell'Alimentare specializzato.

- Figura 3 Volume delle vendite delle imprese commerciali in Italia (dato destagionalizzato)
- Figura 4 Volume delle vendite alimentari e non alimentari delle imprese commerciali in Italia (dato destagionalizzato)
- Figura 5 Volume delle vendite non alimentari delle imprese commerciali in Italia per comparto (dato

destagionalizzato)

- Tavola 3 Volume delle vendite delle imprese commerciali in Italia per comparto (dato corretto con i giorni lavorativi valori percentuali mese su mese precedente)
- Tavola 4 Volume delle vendite delle imprese commerciali per comparto (dato destagionalizzato valori percentuali mese su mese dell'anno precedente)

Prezzi al consumo e prezzi alla produzione

Permane ancora una forte crescita dei prezzi al consumo, e in modo particolare per i prodotti alimentari, sotto la spinta delle forti tensioni esistenti sui mercati internazionali delle materie prime e dei prodotti petroliferi. Nel corso del mese di giugno 2008 i prezzi dei beni di largo e generale consumo hanno fatto registrare una crescita su base tendenziale del 5,6%, in aumento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, che porta un tasso di inflazione acquisito (cioè nell'ipotesi di un mantenimento del livello dei prezzi raggiunto nell'ultimo mese anche per la parte restante dell'anno) per questi beni pari al 4,5%.

Occorre anche sottolineare il forte aumento dei prezzi per i beni non di largo consumo: la crescita in ragione di anno dei prezzi di questi beni a giugno 2008 è stata di 3,8% (rispetto al 3,4% del mese precedente), che conferma ancora una volta come alcuni comparti di beni durevoli, compatibilmente con le difficoltà dei consumi, stiano comunque trasferendo a valle almeno parte degli aumentati costi.

Continuano a crescere in modo sostenuto i prezzi alla produzione e non sembrano evidenziarsi a breve segnali di rallentamento, in modo particolare per quanto riguarda i prodotti energetici. La crescita tendenziale del prezzo di questi ultimi, rispetto al mese di giugno 2007, è volata al 21,5% (contro il 16,8% del mese precedente).

- Figura 6 Dinamica dei prezzi dei beni di largo consumo e non di largo consumo (valori percentuali mese su mese dell'anno precedente)
- Figura 7 Dinamica dei prezzi alla produzione dei beni industriali, di consumo ed energetici (valori percentuali mese su mese dell'anno precedente)

Distribuzione moderna e ciclo commerciale

A maggio la fiducia delle imprese della distribuzione moderna subisce un miglioramento che finisce per riflettersi sul generale *sentiment* delle imprese commerciali. Rispetto al mese precedente, migliorano soprattutto le aspettative sul volume futuro del fatturato, ma risultano favorevoli anche i giudizi espressi sull'andamento delle vendite correnti, che si accompagnano a un ridimensionamento delle giacenze di magazzino.

L'andamento del ciclo commerciale che mette in relazione il giudizio sulla situazione attuale degli affari e le aspettative di breve periodo delle imprese segnala ancora una situazione di incertezza, evidenziando tuttavia come le imprese commerciali abbiano migliorato la loro percezione sull'evoluzione futura delle vendite che, per non trasformarsi in illusoria speranza, dovrà però trovare una conferma nei fatti nel corso dei prossimi mesi.

Occorre, infine, segnalare la presenza di un rallentamento nelle aspettative di aumento dei prezzi di vendita nei prossimi mesi, a testimonianza di come le imprese comunque percepiscano la debolezza dei consumi e agiscano per sostenerli dal lato dei prezzi, anche sacrificando redditività aziendale nel breve periodo.

- Figura 8 Andamento del ciclo commerciale
- Figura 9 Clima di fiducia delle imprese della distribuzione moderna
- Figura 10 Giudizio delle imprese della distribuzione moderna sulla situazione dei prezzi dei fornitori

**Le informazioni riportate sono aggiornate al 15 luglio 2008 e riguardano elaborazioni compiute da TradeLab su dati ufficiali Eurostat, Istat e Isae.*

I dati dell'area euro riguardano i seguenti 15 Paesi: Austria, Belgio, Cipro, Finlandia, Francia, Germania, Irlanda, Italia, Grecia, Lussemburgo, Malta, Olanda, Portogallo, Slovenia, Spagna.

A cura di TradeLab