

Retail Outlook - dicembre 2008

La congiuntura delle imprese commerciali: principali evidenze

- Dopo la crescita zero registrata nei mesi di agosto e settembre, il volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro (EA 15 paesi) a ottobre ha segnato una consistente contrazione. Rispetto al mese di settembre si è registrata, infatti, una riduzione di -0,8%, dovuta prevalentemente all'andamento negativo delle vendite nel comparto non alimentare nell'ultimo mese (-0,9%).
- Si intensifica a novembre la fase di rallentamento della dinamica dei prezzi al consumo iniziata ad agosto dopo undici mesi di aumenti consecutivi: a novembre i prezzi dei beni di largo e generale consumo hanno fatto registrare una crescita su base tendenziale del 4,4%, in riduzione rispetto al dato del mese precedente (4,9%).
- Dopo alcuni mesi di forte incertezza tra il pessimismo delloggi e la speranza del domani, l'andamento del ciclo commerciale che mette in relazione il giudizio sulla situazione attuale degli affari e le aspettative di breve periodo delle imprese sancisce definitivamente l'ingresso in una fase di recessione.

Le vendite delle imprese commerciali in Europa

Dopo la crescita zero registrata nei mesi di agosto e settembre, il volume delle vendite delle imprese commerciali nell'area euro (EA 15 paesi) a ottobre ha segnato una consistente contrazione. Rispetto al mese di settembre si è registrata, infatti, una riduzione di -0,8%, dovuta prevalentemente all'andamento negativo delle vendite nel comparto non alimentare nell'ultimo mese (-0,9%). Anche a livello tendenziale si registra un consistente peggioramento della situazione, con una dinamica delle vendite pari a -2,1% rispetto allo stesso mese del 2007. Tale dinamica negativa riguarda sia il comparto alimentare (-2,1%) sia quello non alimentare (-2,2%) a sottolineare come entrambi i comparti stiano ormai soffrendo a causa della consistente frenata nei consumi da parte delle famiglie.

Questi segnali negativi, che caratterizzano ormai gran parte dei paesi dell'area euro, risultano particolarmente evidenti in Spagna e Germania. In Spagna, si è, infatti, registrato un forte peggioramento congiunturale (-2,3% rispetto al mese precedente), con una variazione tendenziale molto negativa (-7,8%); in Germania si evidenzia una riduzione delle vendite sia nel dato congiunturale (-1,6%) che in quello tendenziale (-1,5%). Più contrastata risulta, invece, la dinamica delle vendite in Francia e Regno Unito, che vede ancora un segno positivo sia nei valori congiunturali che in quelli tendenziali, ma dove i segnali mostrano crescenti difficoltà di tenuta del fatturato.

- 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

Nel mese di settembre le vendite delle imprese commerciali in Italia hanno confermato ancora una volta la difficile situazione congiunturale, mantenendo lo stesso livello di volumi registrato nel mese precedente. La variazione tendenziale su settembre 2008 risulta ancora molto negativa (-3,7%), evidenziando per il secondo mese consecutivo un ampliamento dello scarto tra le performance tendenziali di vendita in Italia e quelle nel resto dell'UE a 15, che testimonia un più forte rallentamento dei consumi nel nostro Paese per effetto della crisi internazionale.

Dal punto di vista merceologico, con la sola eccezione dell'abbigliamento e calzature (+0,5% rispetto al mese precedente), nessun comparto ha registrato a settembre una significativa variazione congiunturale positiva. Come effetto di questa dinamica delle vendite delle imprese commerciali, il dato tendenziale permane negativo in tutti i comparti, con valori che oscillano tra il -3% e il -7%. A differenza di quanto avvenuto nel mese precedente, a settembre anche il dato tendenziale delle vendite di prodotti cosmetici diviene negativo, seppur di poco (-0,8%).

- 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

Si intensifica a novembre la fase di rallentamento della dinamica dei prezzi al consumo iniziata ad agosto dopo undici mesi di aumenti consecutivi: a novembre i prezzi dei beni di largo e generale consumo hanno fatto registrare una crescita su base tendenziale del 4,4%, in riduzione rispetto al dato del mese precedente (4,9%). Ancora più consistente la variazione dei prezzi dei beni non di largo consumo che ha fatto segnare una crescita su base tendenziale del 1,6% in forte diminuzione rispetto al mese precedente (3%).

Per il terzo mese consecutivo si assiste a una diminuzione tendenziale dei prezzi alla produzione (5,1% a ottobre contro il 7,3% del mese precedente), anche grazie alla forte riduzione del prezzo dei beni energetici. Anche per i mesi futuri le aspettative sono di un'ulteriore riduzione dei prezzi, a causa del generale raffreddamento dell'economia internazionale.

- 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

Anche nel mese di novembre si assiste a un calo della fiducia delle imprese della distribuzione moderna, a sottolineare come il sentiment degli operatori sembra decisamente orientato verso un peggioramento. Le previsioni negative sullo sviluppo del Paese e il clima di forte preoccupazione economica delle famiglie - anche e forse soprattutto sul futuro prossimo - rappresentano ormai il dato di fondo attraverso il quale viene scontata dalle imprese la prossima contrazione della domanda di consumo.

Dopo alcuni mesi di forte incertezza tra il pessimismo deloggi e la speranza del domani, landamento del ciclo commerciale che mette in relazione il giudizio sulla situazione attuale degli affari e le aspettative di breve periodo delle imprese sancisce definitivamente l'ingresso in una fase di recessione.

Tra le imprese della distribuzione moderna si rafforza ancora la previsione di un'ulteriore rallentamento nei prezzi di vendita anche nei prossimi mesi, come conseguenza di una sfida competitiva sempre più orientata a stimolare la domanda per quanto possibile puntando sulla convenienza di prezzo.

- 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 dicembre 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