

Osservatorio congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione

Sintesi dei risultati del primo semestre 2017

2016-1770m/Es01; Roma, 25.07.2017

Peggiorano i giudizi delle imprese del dettaglio alimentare con riferimento al livello dei ricavi. La congiuntura risente della situazione dei consumi, fortemente spinti verso il basso specialmente a causa della componente alimentare.

Tra le imprese che hanno visto ridursi i ricavi, oltre la metà è stata costretta a rivedere i propri piani di investimento o ad intervenire sugli organici, contribuendo all'immobilismo del quadro occupazionale, in rallentamento nella prima parte dell'anno.

In questo contesto, non aiutano le recenti disposizioni del Governo in materia di lavoro occasionale (abolizione dell'istituto dei voucher). Tra le imprese del comparto emerge chiaramente un malcontento dovuto, da una parte, all'eliminazione dello strumento, dall'altra alla tipologia di contromisura adottata (i cosiddetti «*nuovi voucher*»).

Ad oggi, solo un'impresa su quattro sembra intenzionata ad utilizzare il nuovo istituto, accompagnato da un'ombra di scetticismo riconducibile alle caratteristiche dello stesso: l'86% delle imprese auspica l'eliminazione del tetto massimo di 5 mila euro annui previsto dalla legge e il 70% spera nell'estensione della possibilità di utilizzo dello strumento a tutte le imprese (al di là della dimensione). Resta stabile la capacità delle imprese del dettaglio alimentare di far fronte al proprio fabbisogno finanziario. La tendenza resta comunque meno performante della media, anche a causa della pressione fiscale, giudicata in aumento dall'85,9% degli operatori.

Torna difficile il rapporto con le banche. Se da una parte è stabile la quota di imprese che si recano in banca per chiedere credito, dall'altra diminuiscono coloro che ricevono risposta positiva (il 68%, ma quasi la metà con un ammontare inferiore a quello desiderato).

Questi, in sintesi, i principali risultati che emergono dalla ricerca sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione, realizzata da Fida - Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione, in collaborazione con Format Research.

Format Research s.r.l.
Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:
04268451004
Cap. Soc. € 10.340,00 i.v.

www.formatresearch.com

info@formatresearch.com

format@pec.formatresearch.com

SEDE LEGALE E OPERATIVA
Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

UNITÀ OPERATIVE:
Circonvallazione Nomentana, 180
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Via Sebastiano Caboto 22/a
33170 Pordenone, Italia - REA 99634/pn



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

IL CALO DEI CONSUMI ALIMENTARI DEPRIME I RICAVI

Peggiorano i giudizi delle imprese del dettaglio alimentare con riferimento al **livello dei ricavi**. L'indicatore scende a quota 36,4 dal precedente 37,9, perdendo 1,5 punti e restando di molto **al di sotto l'area di espansione di mercato** (50).

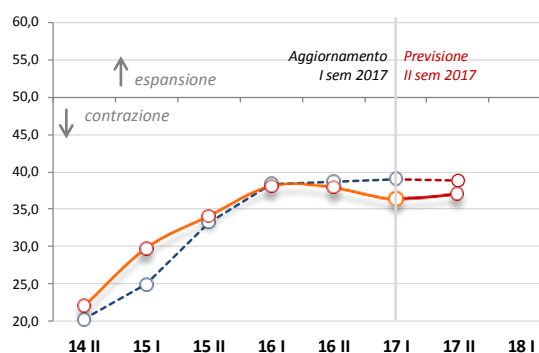
La congiuntura risente della **situazione dei consumi**, fortemente **spinti verso il basso** specialmente a causa della **componente alimentare** (diversamente, i consumi non alimentari sembrano tenere). In questo scenario, non stupisce dunque il calo dello scontrino medio.

Fig.1 Andamento dei ricavi

periodo	percentuali			indicatore
	migliore	uguale	peggiore	saldo
2014 II	7,0	29,9	63,1	22,0
2015 I	5,3	48,9	45,8	29,8
2015 II	9,0	50,0	41,0	34,0
2016 I	13,0	50,0	37,0	38,0
2016 II	12,9	49,9	37,2	37,9
2017 I	12,0	48,8	39,2	36,4
2017 II				37,0

È riportata la serie storica dei SEMESTRI analizzati.

In rosso è riportata la previsione relativa al semestre successivo.



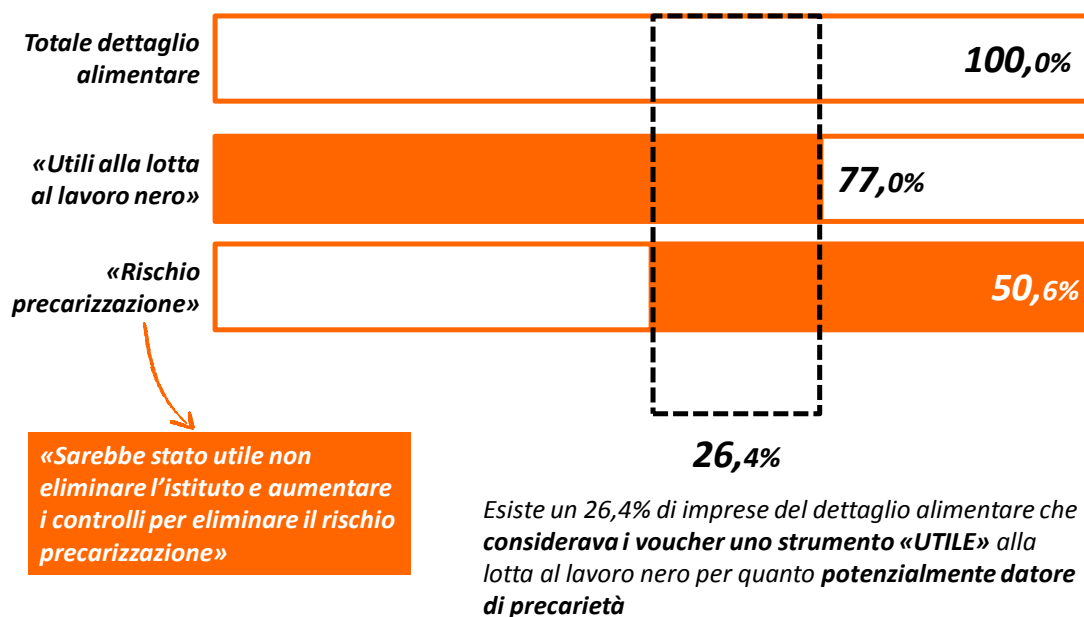
In blu le imprese italiane; in arancione le imprese del commercio al dettaglio alimentare.

I «NUOVI VOUCHER»: QUANDO LA SOLUZIONE SEMBRA PEGGIORE DEL PROBLEMA

Tra le imprese che hanno visto ridursi i ricavi, **oltre la metà** è stata costretta ad **intervenire sui propri programmi di investimento** o sui **propri organici**, contribuendo all'**immobilismo del quadro occupazionale** del settore che, stando alle valutazioni degli operatori del comparto, evidenzia una **preoccupante dinamica di rallentamento** nella prima metà dell'anno.

In questo contesto, **non aiutano le recenti disposizioni del Governo in materia di lavoro occasionale** (*abolizione dell'istituto dei voucher*). L'idea che i **voucher fossero uno strumento utile** per contrastare efficacemente il **lavoro nero** era condivisa dal 77% delle imprese, tra le quali **emerge chiaramente un malcontento** dovuto, da una parte, all'eliminazione del vecchio istituto (**il 26% avrebbe preferito mantenerlo, intensificandone i controlli**), dall'altra alla tipologia di contromisura adottata (i cosiddetti «**nuovi voucher**»).

Fig.2 L'opinione delle imprese circa l'istituto (abolito) dei voucher

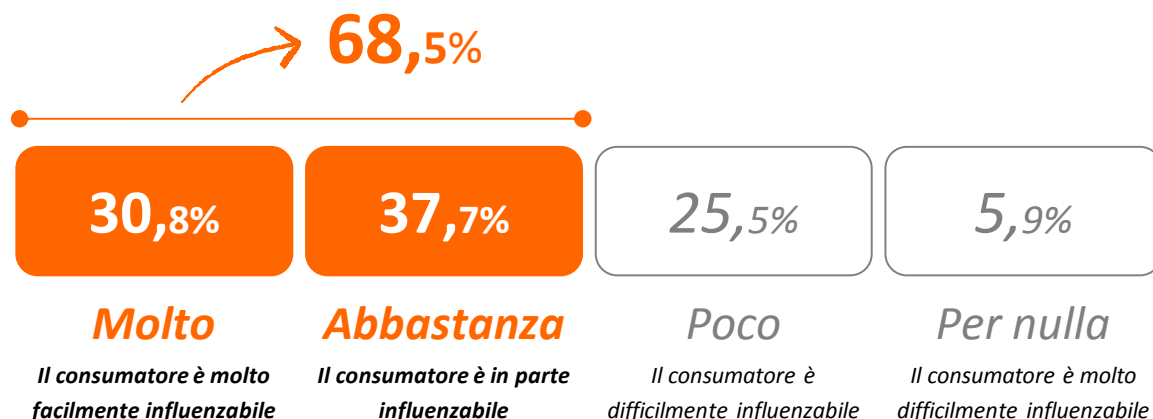


Ad oggi, solo un'impresa su quattro sembra intenzionata ad utilizzare il nuovo strumento, che pare essere accompagnato da un'ombra di scetticismo riconducibile alle caratteristiche peculiari dello stesso: oltre **l'86% delle imprese** auspica infatti **l'eliminazione del tetto massimo di 5 mila euro** annui previsto dalla legge e **sette operatori su dieci** sperano nell'estensione della possibilità di utilizzo dello strumento a tutte le imprese, **a prescindere dalla classe dimensionale.**

SIAMO FUORI DAL PERIODO DI DEFLAZIONE, MA I PREZZI FATICANO A RIPARTIRE

Dopo il **persistente periodo di deflazione** (che ha caratterizzato tutto il 2016), nella prima parte del 2017 si è assistito ad un **rialzo dei prezzi praticati dai fornitori**. Il *trend* è comunque visto in rallentamento nel breve termine (**i prezzi «miglioreranno», quindi si abbasseranno di nuovo**). In ogni caso, sette imprese del comparto ogni dieci ritengono che i comportamenti di spesa dei consumatori siano in qualche modo influenzati dalla dinamica dei prezzi stessi, con conseguenti ricadute sui ricavi delle imprese (es. in momenti di deflazione, il consumatore ritarda gli acquisti in attesa che i prezzi calino ulteriormente).

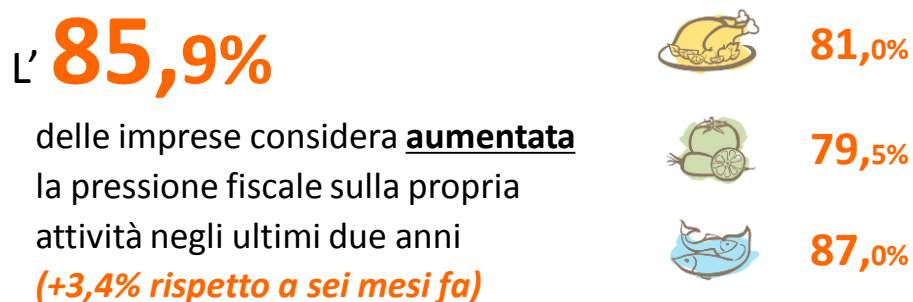
Fig.3 Incidenza dei prezzi del settore sull'andamento dei ricavi delle imprese



STABILE LA SITUAZIONE DELLA LIQUIDITA', MA LA PRESSIONE FISCALE NON SEMBRA DARE TREGUA

Resta stabile la capacità delle imprese del dettaglio alimentare di **far fronte al proprio fabbisogno finanziario**, sebbene la tendenza sia ancora **meno performante della totalità delle imprese del terziario** e ancora al di sotto dell'area di espansione di mercato. Ad incidere sulla liquidità delle imprese la **crescente pressione fiscale**, giudicata in aumento dall'85,9% degli operatori.

Fig.4 Percezione del livello della pressione fiscale negli ultimi due anni



|| **12,0%**
ritiene che sia rimasta **invariata**

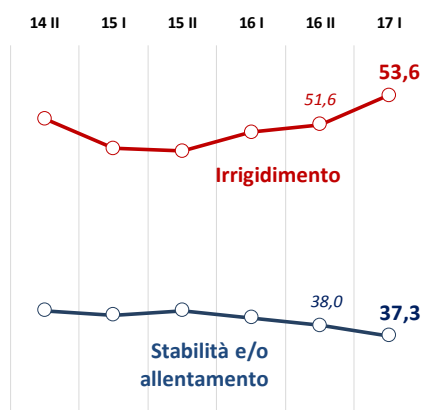
|| **2,1%**
ritiene che sia **diminuita**

TORNA DIFFICILE IL RAPPORTO CON LE BANCHE DAL PUNTO DI VISTA DELL'OFFERTA DI CREDITO

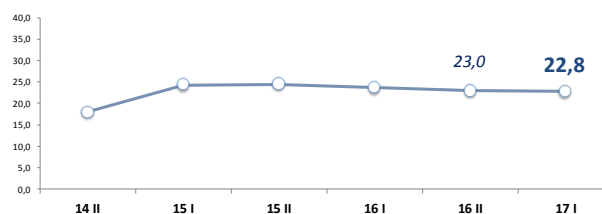
Invariata la quota di imprese che si recano in banca per chiedere un fido, un finanziamento o la rinegoziazione di un fido o di un finanziamento. In lieve decrescita la quota di coloro che ricevono una risposta positiva (il 37,3% ottiene l'ammontare richiesto, il 30,6% una somma inferiore).

Fig.5 Domanda e offerta di credito

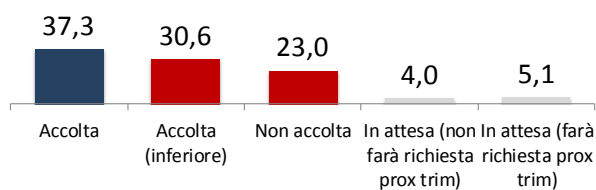
Esito della domanda di credito nel corso dei semestri (DETTAGLIANTI ALIMENTARI)



Percentuali di imprese che hanno chiesto credito al sistema bancario nel corso dei semestri



Esito della domanda di credito nel I semestre 2017



In questo contesto, **le condizioni alle quali il credito viene concesso** subiscono un **leggero inasprimento**, al di là dei tassi di interesse (ormai quasi al minimo storico) che restano sostanzialmente invariati.

Nota metodologica - L'Osservatorio congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione è basato su un'indagine continuativa a cadenza semestrale effettuata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione (2.000 interviste in totale). Margine di fiducia: $\pm 2,2\%$. L'indagine è stata effettuata dall'Istituto di ricerca Format Research, tramite interviste telefoniche (sistema Cati), nel periodo 15-30 giugno 2017.

www.agcom.it www.formatresearch.com