

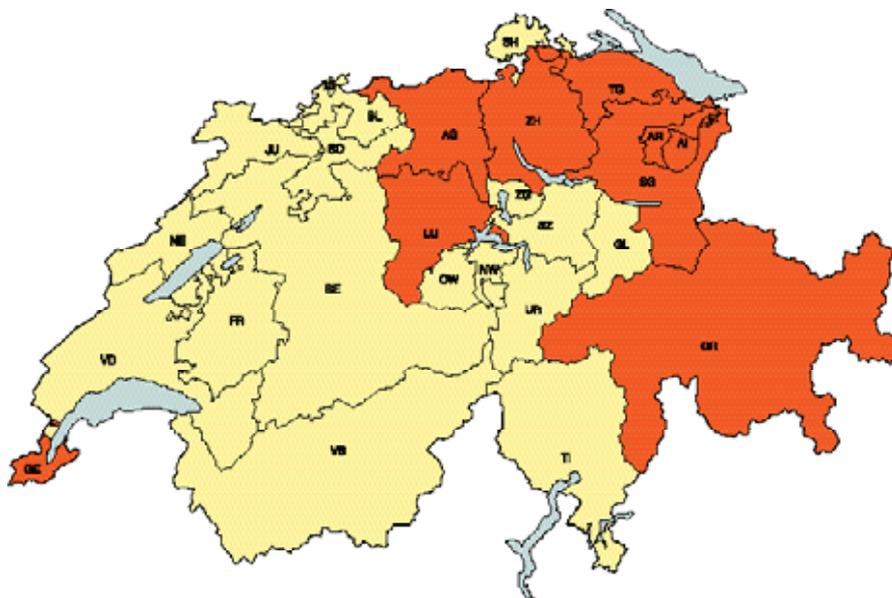
# Il nuovo test congiunturale sul commercio al dettaglio

Dania Poretti, Ustat

Prossimamente l'Ustat, con l'appoggio della Federcommercio e della Camera di commercio, dell'industria e dell'artigianato del Cantone Ticino, e con la collaborazione del Centro di ricerche congiunturali del Politecnico di Zurigo (KOF), intende introdurre a livello ticinese **un test congiunturale presso gli operatori del commercio al dettaglio**. Il KOF svolge questo test su scala nazionale dal 1973 e da allora diversi cantoni (vedi figura A) hanno deciso di partecipare all'indagine, allargando il campione nazionale, per ottenere risultati rappresentativi della loro specifica situazione regionale.

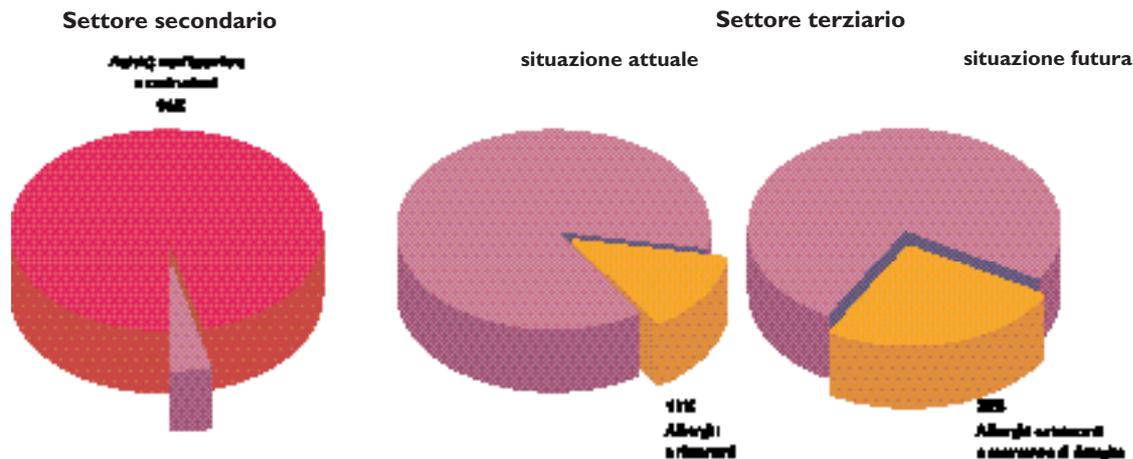
L'Ustat esegue già da alcuni anni, in collaborazione con il KOF, altri tre test congiunturali nei settori industriale (dal 1989), degli alberghi e ristorazione (dal 1994) rispettivamente della costruzione (dal 1997). Grazie a queste tre inchieste si possono ottenere a scadenza mensile o trimestrale, in modo rapido, efficace e con un investimento limitato da parte dei fornitori di dati - i responsabili aziendali devono rispondere praticamente soltanto a delle semplici domande qualitative - importanti indicatori congiunturali di tendenza nei rispettivi settori. Questo genere di rilevamento permette di conoscere l'opinione personale dei dirigenti in merito alla situazione attuale e futura nel campo d'attività in cui operano. L'imprenditore, ad esempio, deve indicare se ritiene il numero delle persone occupate eccessivo, adeguato o insufficiente. O, ancora, sempre per quanto concerne gli addetti, se pensa che nei tre mesi successivi al periodo in esame il personale aumenterà, rimarrà stabile o diminuirà. Altre importanti domande riguardano l'andamento generale degli affari, l'afflusso della clientela, il volume delle scorte, l'entità dei

**A** Cantoni che partecipano all'indagine KOF sul commercio al dettaglio (in arancione)



Fonte: KOF, Zurigo

## B Proporzione di addetti nei rami coperti dai test sul totale degli addetti nei rispettivi settori



propri acquisti, le prospettive di smercio dei prodotti, la sovra o sotto capacità produttiva della ditta. Dai giudizi espressi in relazione alle domande poste si può dedurre la propensione, immediata o futura, ad investire o meno in risorse umane, infrastrutture, sviluppo di nuovi prodotti, ecc.. Le scelte aziendali, aggregate a livello di ramo e di settore, influenzeranno in seguito l'andamento economico della regione. I risultati di questi test rappresentano quindi un'informazione fondamentale per una corretta interpreta-

foto Ti-press



zione del momento economico e dei suoi possibili sviluppi futuri.

In particolare, con il **lancio del test sul commercio al dettaglio** si intende rispondere alla necessità, sempre più diffusa, di disporre di indicazioni a carattere congiunturale sul settore dei consumi. Se da un lato a livello nazionale si può accedere a dati di natura quantitativa e qualitativa che permettono di seguire l'andamento in questo comparto, su scala regionale non esistono infatti praticamente -ad eccezione dei dati mensili sull'immatricolazione di autoveicoli- cifre o valutazioni che ci permettano di individuare delle tendenze nell'importante contesto della domanda legata ai consumi. In questo caso, quindi, contrariamente agli altri tre test che rivestono un carattere complementare rispetto alle informazioni fornite dalla statistica classica, l'indagine supplisce la carenza di dati specifici. Con l'introduzione di questa inchiesta si estenderebbe inoltre ad un altro ambito di attività del terziario -rappresentato finora soltanto dall'albergheria e dalla ristorazione- l'esecuzione di indagini congiunturali. Se gli addetti occupati nelle aziende dei rami inclusi nei test (attività manifatturiere e costruzione) coprono infatti, nel caso del secondario, oltre il 96% del totale degli effettivi attivi nel settore (vedi figura B), per i servizi questa proporzione si aggira attualmente attorno al 13%. Grazie all'esecuzione del test

sul commercio al dettaglio il grado di copertura dovrebbe raggiungere il 25% circa.

Il successo di questo progetto comune dipenderà essenzialmente dalla **disponibilità dei responsabili delle ditte** a partecipare alla realizzazione di questo test anche per il nostro Cantone. A dipendenza della dimensione del campione, quindi dell'effettivo di aziende che si dichiareranno interessate a collaborare all'indagine, potremo usufruire di indicazioni relative non solo all'andamento globale nel settore e nei due comparti "food" e "non food", bensì pure, per il secondo gruppo, di informazioni a livello di sotto-prodotti (abbigliamento, arredamento interno, apparecchi per la casa, prodotti per l'igiene). Dal numero delle risposte dipenderà pure la possibilità di elaborare i risultati in funzione della dimensione delle aziende (piccolo commercio e grande distribuzione).

Le informazioni che scaturiscono da queste indagini sono utili non solo per chi è tenuto a prendere delle decisioni a livello politico o (macro)economico, ma pure per gli stessi responsabili aziendali che possono disporre di un quadro costantemente aggiornato dell'andamento nel proprio settore, in relazione sia alla situazione nazionale, sia all'evoluzione negli altri tre comparti coperti da questi test. Da parte nostra non possiamo quindi che augurarci un'adesione massiccia, anche per il Ticino, alla nuova inchiesta. ■

Per un'informazione tempestiva e di qualità  
la collaborazione dei capienza è fondamentale.