

4 Economia

Ufficio di statistica

Stabile Torretta

CH-6501 Bellinzona

Tel. +41 (0)91 814 64 16

Fax + 41 (0)91 814 64 19

dfe-ustat.cds@ti.ch

www.ti.ch/ustat

Bellinzona, 05 dicembre 2003

Test KOF commercio al dettaglio: 3. trim. 2003, Ticino

Nessuna ripresa dei consumi

La fiacca dei consumi ha continuato ad atanagliare il settore del commercio al dettaglio ticinese anche nel terzo trimestre dell'anno.

Le previsioni per i prossimi tre mesi segnalano una crescita generalizzata della cifra d'affari, mentre quelle per i mesi a seguire un miglioramento dell'andamento degli affari nel comparto non-food e presso i negozi di grandi dimensioni.

Commercio al dettaglio

La situazione degli affari nel settore del commercio al dettaglio ticinese rimane molto negativa. In calo annuo risultano l'afflusso di clienti, gli utili e pure la cifra d'affari, che nei tre mesi del trimestre ha fatto segnare contrazioni pari a -5,2% in luglio, -4,4% in agosto e -0,3% in settembre. Le scorte e gli occupati in settembre sono ancora giudicati dalla stragrande maggioranza degli intervistati come adeguati, anche se prevalgono saldi leggermente negativi.

Analizzando i dati secondo la dimensione, il quadro che emerge vede i piccoli negozi segnalare una situazione e una performance (in termini di afflusso clienti, variazione della cifra d'affari e utili trimestrali) relativamente migliore, ancorché complessivamente negativa, rispetto ai negozi di medie e grandi dimensioni.

Le previsioni avanzate per i prossimi tre mesi, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, evidenziano un mode-

sto incremento della cifra d'affari. Il fatto però che i pareri degli intervistati al riguardo non creino delle vere e proprie maggioranze, anzi si distribuiscono con poche differenze tra chi ne prospetta un aumento, chi un livello invariato e chi una contrazione, evidenzia l'incertezza che contraddistingue l'attuale situazione del settore. Anche l'acquisto di merci dovrebbe crescere leggermente nei prossimi tre mesi. I punti vendita con prospettive di un effettivo di occupati invariati rispetto ad un anno prima costituiscono la netta maggioranza (72%), anche se prevalgono in numero chi ne prevede una riduzione (22%) su chi ne prevede un aumento (6%). L'andamento degli affari nel prossimo semestre rimarrà invece sugli stessi livelli di un anno prima. In relazione alla dimensione dei negozi, i più pessimisti appaiono i commercianti "medi" che prevedono un'ulteriore peggioramento della situazione nell'immediato futuro. Più ottimisti i pareri dei grandi negozianti che segnalano un incremento della cifra d'affari e un andamento positivo anche per i mesi a venire. Di assoluta stabilità invece il quadro dipinto dai piccoli negozi.

Food

Sempre difficile appare la situazione presso i negozi del comparto alimentare. La situazione degli affari è giudicata insoddisfacente dal 46% degli intervistati, né buona né cattiva dal 37% e buona solo dai restanti 17%. Con variazioni altalenanti nell'afflusso di clienti, la cifra d'affari si è contratta nei primi due mesi del trimestre,

mentre è progredita in settembre. All'unanimità i negozianti del comparto hanno nuovamente segnalato utili in regresso. Complessivamente giudicati adeguati gli occupati e le scorte.

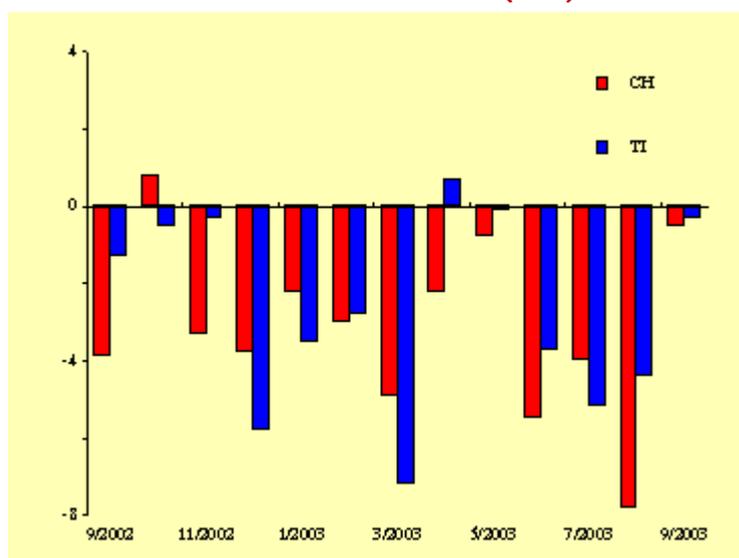
Per i prossimi tre mesi le prospettive parlano di incrementi annui importanti della cifra d'affari e dell'acquisto di merci. Dovrebbero invece tornare a regredire gli occupati. Di stabilità invece il responso sull'andamento degli affari nel prossimo semestre.

Non food

I negozi del comparto non-food evidenziano complessivamente una situazione simile a quella descritta per il comparto alimentare. L'unica eccezione riguarda gli utili, ritenuti si in trend annuo negativo, ma da una maggioranza decisamente meno importante rispetto a quanto emerso presso i negozianti di alimentari.

Il quadro delle prospettive rivela un certo ottimismo sia a tre che a sei mesi. La cifra d'affari dovrebbe progredire rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, anche se in misura relativamente minore rispetto al comparto alimentare. Anche gli acquisti di merci cresceranno, mentre stabili dovrebbero rimanere gli occupati. Per il prossimo semestre il 56% degli intervistati si attende un andamento migliore, il 21% uguale e il 24% peggiore rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. ■

Variatione annua della cifra d'affari (in %)



Cenni metodologici

Il Centro di ricerche congiunturali (KOF) del Politecnico federale di Zurigo realizza, a livello nazionale, dei test congiunturali presso le aziende di diversi settori economici (attività manifatturiere, costruzioni, alberghieri e ristoranti, commercio al dettaglio, ...). Ogni test è fatto sulla base di un campione di aziende che rispondono, mensilmente e/o trimestralmente, a diverse domande. Le principali riguardano l'entrata di ordinazioni; la produzione; lo stock; l'occupazione; i prezzi.

Quasi tutte le domande delle indagini KOF sono di carattere qualitativo. Gli operatori esprimono un'opinione relativa all'evoluzione, oppure allo stato di una variabile significativa dell'andamento dell'azienda nel proprio mercato, secondo in genere tre modalità di risposta (+, =, -). Nel caso, ad esempio, della domanda sull'evoluzione della cifra d'affari nel trimestre d'analisi, la risposta potrà essere aumentata/invariata/diminuita; nel caso, invece, della domanda sul giudizio relativo all'effettivo di occupati, essa potrà essere eccessivo/adeguato/insufficiente. Aggregando con pesi relativi alla dimensione delle aziende (numero di addetti), è possibile calcolare tre percentuali relative alle opinioni +, = e - del settore.

L'evoluzione di queste percentuali nel tempo è congiunturalmente significativa in quanto indica lo spostarsi degli operatori verso un'opinione più o meno positiva in riferimento al fenomeno osservato. Oltre all'evoluzione delle percentuali, è consuetudine utilizzare il saldo di opinione tra le due modalità estreme (+ e -). Trascurando la modalità neutra (=), infatti, il saldo tende a descrivere sinteticamente il senso preponderante di variazione della variabile analizzata. Nel caso di un saldo significativamente positivo (negativo) alla domanda circa la variazione della cifra d'affari si potrà concludere che verosimilmente tale variabile nel trimestre di riferimento è aumentata (diminuita). È fondamentale, comunque, considerare che questa conclusione sarà tanto più robusta quanto maggiore risulterà il saldo, in quanto esso e le sue variazioni sono sempre da intendere quali indicatori di tendenza e non quali variabili quantitative discrete.

In Ticino, attraverso la collaborazione tra Ustat, associazioni di categoria e KOF, si può contare su quattro indagini: il test nel settore attività manifatturiere, dal 1989, quello presso gli alberghi e i ristoranti (1994), quello nel settore delle costruzioni (1987) e quello nel comparto del commercio al dettaglio (2002). Complessivamente, le quattro indagini, che si basano su campioni teorici comprendenti 660 aziende, forniscono un quadro rappresentativo della quasi tota-

lità del secondario ticinese (industria e costruzioni) e di all'incirca un quarto del terziario (in termini di occupati).

Con l'avvio del Nuovo modello di analisi e di presentazione dei test KOF (v. Dati, statistiche e società No.3, 2002) l'analisi e i commenti statistici sono curati dall'Ustat, mentre approfondimenti tematici sono forniti di volta in volta dai responsabili di settore (AITI, Ticino Turismo, SSIC, Ccia-TI e Federcommercio).



Paolo Poretti
Presidente
Federcommercio

Anche il terzo trimestre dimostra le difficoltà del momento attraversato dal commercio al dettaglio ticinese. Purtroppo rispetto alla situazione dei trimestri precedenti non ci sono sostanziali variazioni. L'atteggiamento del consumatore rimane molto prudente ed in generale l'acquisto viene ponderato attentamente. I risultati negativi del trimestre possono anche in parte essere motivati dal calo registrato nel settore turistico. Pur non dipendendo completamente dall'apporto del turista, il commercio locale ha sicuramente risentito della minore presenza di ospiti e della loro minore propensione al consumo. Per quanto concerne le previsioni per i prossimi mesi le opinioni possono essere molto divergenti. L'impressione generale però fa tendere piuttosto verso una stabilizzazione che non verso un miglioramento sostanziale della situazione che, a dipendenza dell'evolversi dell'economia generale, potrebbe intervenire a partire dalla seconda metà del prossimo anno. Non necessariamente però gli effetti saranno i medesimi per tutti i commercianti presenti sul mercato con differenze che possono anche essere molto marcate a dipendenza della dimensione del negozio, della sua ubicazione e della merceologia trattata.