

4 Economia

Ufficio di statistica

Stabile Torretta

CH-6501 Bellinzona

Tel. +41 (0)91 814 64 16

Fax + 41 (0)91 814 64 19

dfc-ustat.cds@ti.ch

www.ti.ch/ustat

Bellinzona, 02 giugno 2004

Test KOF commercio al dettaglio: 1. trim. 2004, Ticino

Un avvio d'anno in toni positivi

Dopo un 2003 di chiaro segno negativo, l'attività nel commercio al dettaglio ticinese sembra in marcata progressione. Che sia finalmente un indice di ripresa dei consumi?

Guardando le previsioni la risposta sembrerebbe affermativa, ma occorrerà attendere ancora per ottenere delle solide conferme.

Commercio al dettaglio

Dopo un 2003 di chiaro segno negativo i commercianti ticinesi in questo avvio di 2004 hanno cominciato ad evidenziare risultati incoraggianti. Anche se è ancora prematuro parlare di ripresa, si constata un generale miglioramento dei principali indicatori. La situazione degli affari permane in zona di giudizio negativo, anche se meno severo di quello del trimestre precedente (il saldo in gennaio era pari a -31 contro -19 in aprile). L'afflusso di clienti si stabilizza sugli stessi livelli di un anno prima, mentre progredisce la cifra d'affari: +0,6% in febbraio, +3,4% in marzo e stabile in aprile. Evidenziano un certo miglioramento gli utili, che interrompono la loro contrazione; mentre sono sempre giudicati adeguati gli effettivi di occupati.

Dall'analisi secondo la taglia emergono ancora una volta i negozi di grandi dimensioni con cifra d'affari, afflusso di clienti e utili in crescita. Tra i piccoli negozianti prevalgono invece utili ancora in regresso annuo e una situazione degli affari negati-

va, anche se i clienti sono stabili e cresce la cifra d'affari (+1,6%, +3,9% 3 +1,4%).

Nei prossimi mesi, secondo le prospettive espresse in aprile, la cifra d'affari dovrebbe continuare ad aumentare lievemente, come pure l'acquisto di merci. Stabili invece gli occupati. Cresce l'ottimismo relativo. all'andamento degli affari nei sei mesi successivi. Prospettive essenzialmente condivise da piccoli e grandi negozianti, con questi ultimi a dimostrarsi i più ottimisti.

Food

Il quadro che dipingono i commercianti di questo comparto migliora leggermente in questo avvio di 2004, soprattutto grazie al parere relativo alla situazione degli affari, che migliora sensibilmente ed entra nella zona di giudizio né buona né cattiva. Con un afflusso altalenante e un numero adeguato di addetti, il settore evidenzia cifra d'affari e utili trimestrali stabili rispetto ad un anno prima.

Marcatamente positive risultano le prospettive per i prossimi mesi. Solo gli effettivi non subiranno modifiche, mentre acquisto di merci, cifra d'affari e andamento degli affari nei prossimi sei mesi dovrebbero progredire

Non food

Malgrado un netto miglioramento, la situazione degli affari permane leggermente negativa. Unico neo di un quadro che appare in confortante recupero rispetto a

tre mesi orsono. In crescita annua risultano l'afflusso di clienti, la cifra d'affari (tra il 2,5% di febbraio e il 3,3% di aprile) e persino gli utili (fino ad ora in zona negativa). L'effettivo di occupati viene considerato adeguato.

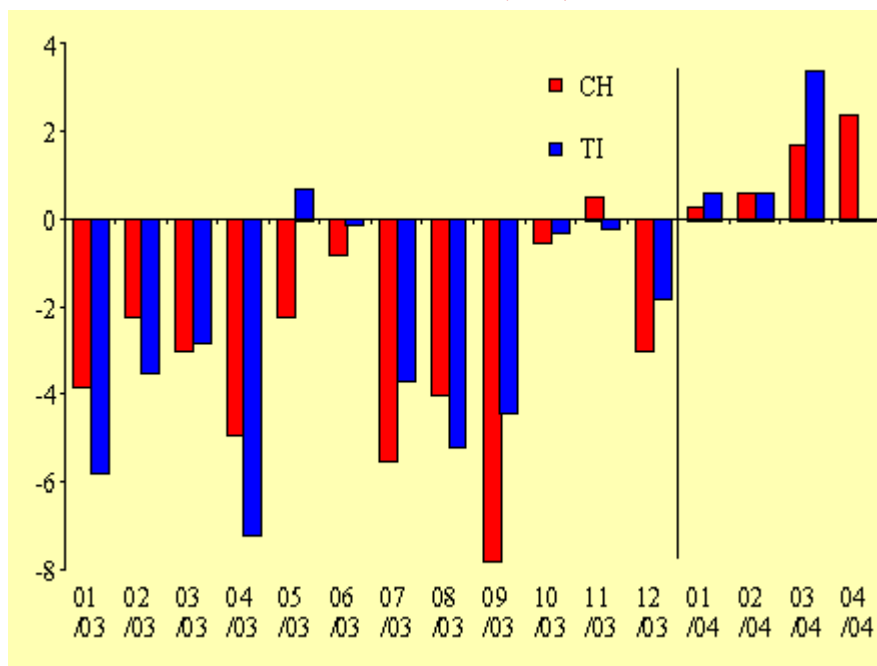
L'ottimismo del trimestre pervade anche le prospettive per i prossimi mesi. A parte l'occupazione, che rimarrà stabile, nei prossimi tre mesi cresceranno in termini annui l'acquisto di merci e la cifra d'affari. L'andamento nei mesi successivi sarà di segno positivo per il 72% degli intervistati, di segno negativo per il 10%, mentre il 18% lo prevede sugli stessi livelli di un anno prima.

Novità ed avvertenze

Da gennaio 2004 le indagini KOF presso l'industria e il commercio al dettaglio hanno subito alcune modifiche:

- Il mese (rispettivamente il trimestre) dell'indagine non è più il mese precedente (trimestre), bensì quello in cui l'inchiesta viene realizzata.
- I risultati relativi alle domande trimestrali appariranno in gennaio, aprile, luglio e ottobre.
- I questionari nell'industria sono leggermente cambiati. ■

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/adequato/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 totalità 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

I dati relativi al sondaggio nel corso del primo trimestre 2004 sono di difficile interpretazione. A fronte di un relativo miglioramento della situazione riscontrato dai partecipanti all'inchiesta KOF vi sono i commenti informali di molti piccoli commercianti che permangono in generale alquanto negativi. Diventa pertanto difficile dare una valutazione generalizzata e oggettiva della situazione. Va comunque sottolineato il fatto che i dati relativi ad un certo miglioramento risultano da un confronto dei dati del 2004 con i dati del 2003 che non può sicuramente essere considerato un punto di riferimento positivo. Il fatto che vi sia un leggero miglioramento rispetto ai dati dell'anno precedente non significa pertanto ancora che la situazione generale sia tornata in zona positiva; il risultato, pur confortante del sondaggio, va sicuramente relativizzato in attesa di maggiori verifiche. Rimangono inoltre ancora forti divergenze di tendenza fra grandi e piccoli commerci e fra centri cittadini e i centri commerciali periferici che complicano il compito della formulazione di un giudizio generalizzato sulla situazione del settore.