



Camera di Commercio
Treviso



CONGIUNTURA & APPROFONDIMENTI

Report n. 10 – Settembre 2014

La congiuntura del commercio al dettaglio in provincia di Treviso nel secondo trimestre 2014

A cura dell'Area Studi e Sviluppo Economico Territoriale

La congiuntura del commercio al dettaglio in provincia di Treviso nel secondo trimestre 2014

La consueta indagine congiunturale condotta da Unioncamere del Veneto ha coinvolto un campione complessivo di 1.046 imprese a livello regionale per un totale di circa 24.000 addetti.

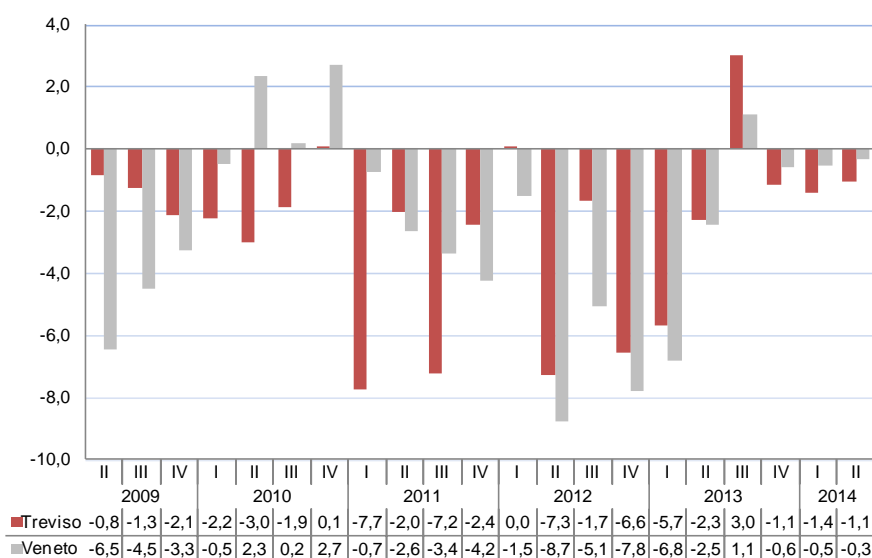
A livello provinciale il campione è composto da 189 imprese per un totale di circa 2.900 addetti. In particolare:

- considerando il settore merceologico, il 67,7% delle imprese trevigiane intervistate (pari a 128 unità) appartiene al commercio al dettaglio di prodotti non alimentari, mentre il rimanente 32,3% è ripartito tra le imprese del commercio al dettaglio di prodotti alimentari (14,8%, pari a 28 unità) e quelle appartenenti al gruppo degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (17,5%, pari a 33 unità);
- considerando invece le superfici di vendita, oltre i due terzi delle imprese (132 unità) è rappresentato dalle piccole superfici di vendita (meno di 400 mq.) mentre il restante 30,2% (57 unità) appartiene alla categoria delle medie e grandi superfici di vendita (400 mq. e più).

Nel secondo trimestre 2014 le vendite al dettaglio delle imprese trevigiane hanno registrato una diminuzione del -1,1% rispetto allo stesso periodo del 2013, mentre risultano sostanzialmente stabili rispetto al trimestre precedente (+0,1%). Anche a livello regionale le vendite hanno registrato una flessione, ma più lieve rispetto al dato provinciale (-0,3%), mentre positiva è la variazione congiunturale (+2,9%).

Congiuntura commercio al dettaglio in provincia di Treviso e in Veneto: FATTURATO

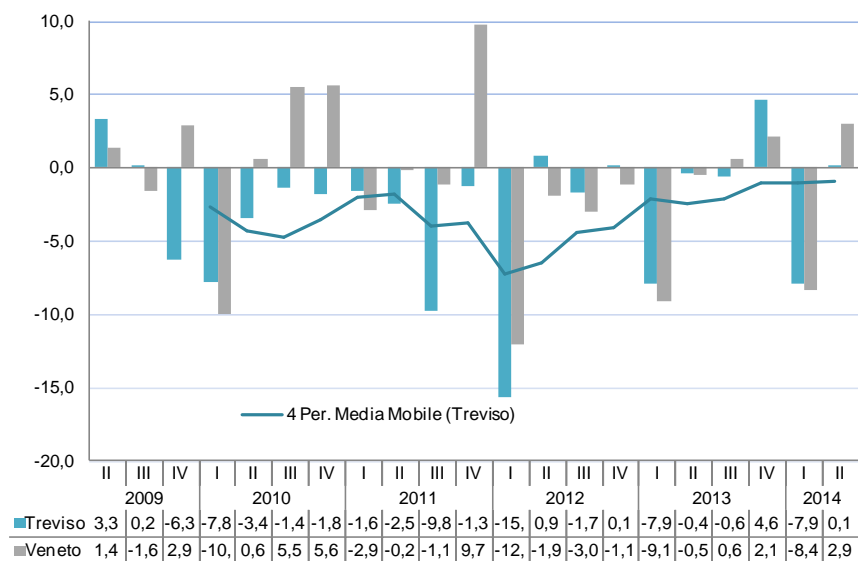
Variazioni percentuali tendenziali trimestrali. Serie storica 2009-2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Congiuntura commercio al dettaglio in provincia di Treviso e in Veneto: FATTURATO

Variazioni percentuali congiunturali trimestrali. Serie storica 2009-2014

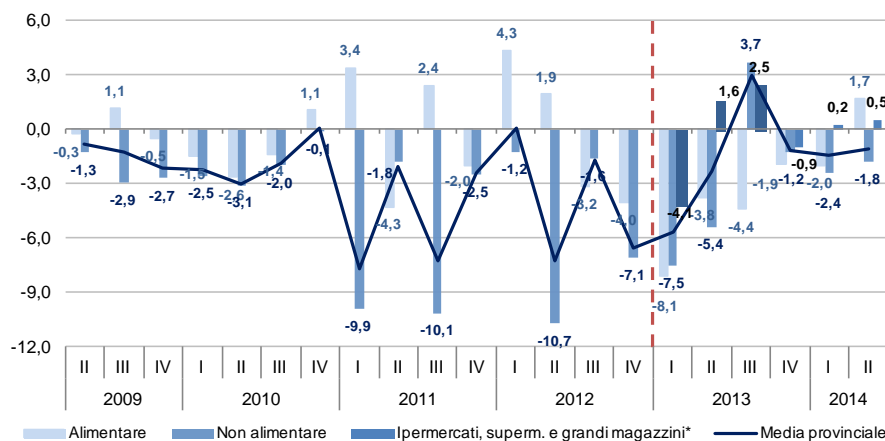


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Su base tendenziale la contrazione delle vendite si spiega con la diminuzione registrata negli esercizi del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari (-1,8%), che non compensa il recupero nell'alimentare (+1,7%, primo valore positivo dopo due anni) e della grande distribuzione (+0,5%).

Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio. FATTURATO per gruppo merceologico

Variazioni percentuali trimestrali tendenziali. Serie storica 2009-2014

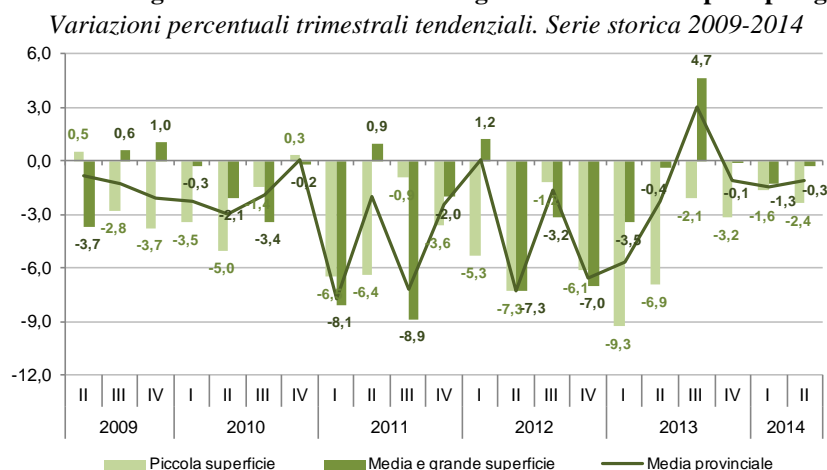


* a partire dal I trimestre 2013 i risultati relativi al "settore merceologico" non sono direttamente confrontabili con quelli della serie storica precedente in quanto, al fine di uniformare le tavole provinciali con quelle regionali, è stato scorporato, dal campione provinciale, il settore relativo a "ipermercati, supermercati e grandi magazzini".

Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Quanto alla superficie di vendita la dinamica su base annua del fatturato rimane negativa per entrambe le tipologie di vendita, anche se si accentua il divario fra di esse: -2,4% le piccole e -0,3% le medio/grandi superfici di vendita.

Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio. FATTURATO per tipologia distributiva

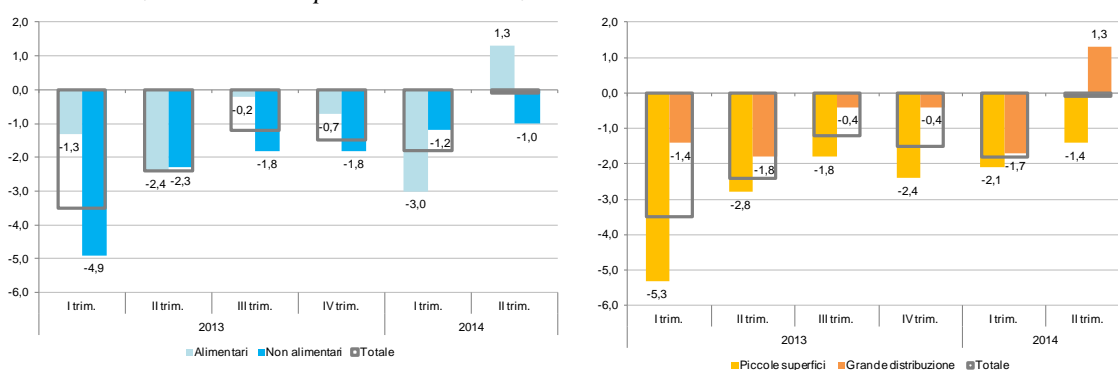


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

A livello nazionale, dalla rilevazione mensile sulle vendite del commercio al dettaglio condotta dall'Istat¹ emerge una sostanziale stabilità delle vendite, su base tendenziale, nel secondo trimestre 2014 (-0,1%, a prezzi correnti), frutto, guardando al settore merceologico, di una compensazione fra la variazione negativa delle vendite registrata nel settore non alimentare (-1,0%) e positiva nell'alimentare (+1,3%). Opposta è la dinamica delle vendite anche guardando alle componenti per forma distributiva: se da un lato le piccole superfici di vendita diminuiscono del -1,4%, dall'altro nella grande distribuzione aumentano del +1,3%.

Valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti per SETTORE MERCEOLOGICO e FORMA DISTRIBUTIVA a livello nazionale

Variazioni trimestrali percentuali tendenziali. Serie storica 1° trim. 2013 – 2° trim. 2014^(a)



(a): dati provvisori

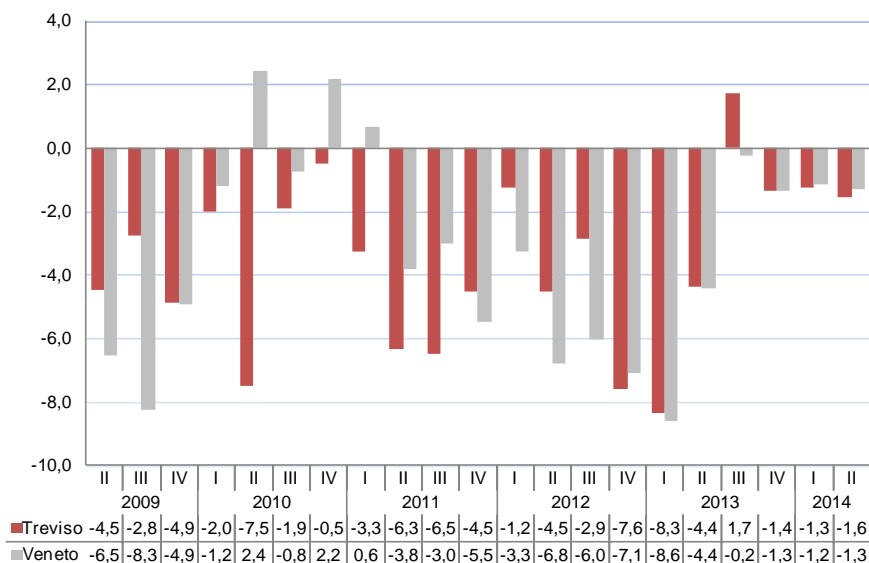
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT (indagine di Giugno 2014)

Tornando alla provincia di Treviso, anche per gli ordini ai fornitori rimane il segno negativo su base tendenziale (-1,6%, in linea con il risultato regionale pari al -1,3%). Opposta è invece la dinamica congiunturale: se per Treviso si registra una flessione del -2,0%, per il Veneto, al contrario, gli ordini aumentano del +1,2%.

¹ Il campione teorico dell'indagine è composto da oltre 8.000 imprese operanti sull'intero territorio nazionale.

**Congiuntura commercio al dettaglio in provincia di Treviso e in Veneto:
ORDINI AI FORNITORI**

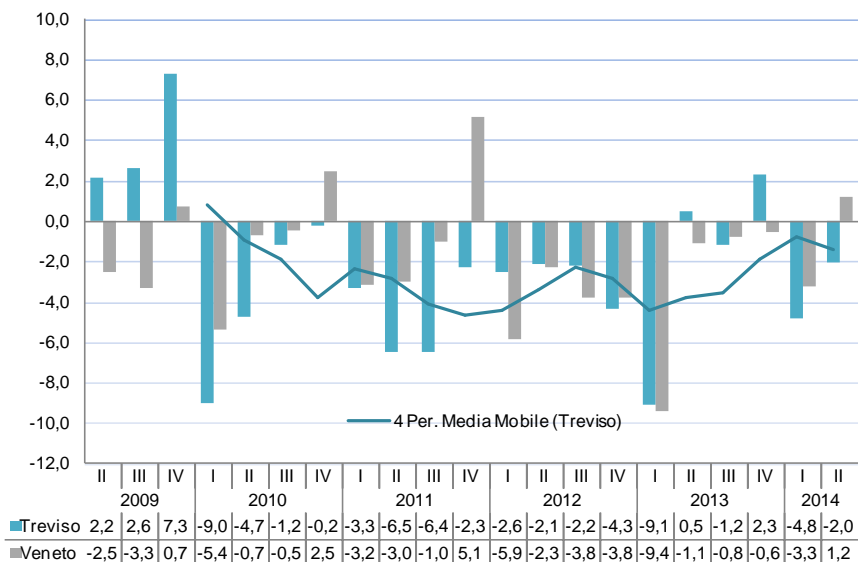
Variazioni tendenziali trimestrali. Serie storica 2009-2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

**Congiuntura commercio al dettaglio in provincia di Treviso e in Veneto:
ORDINI AI FORNITORI**

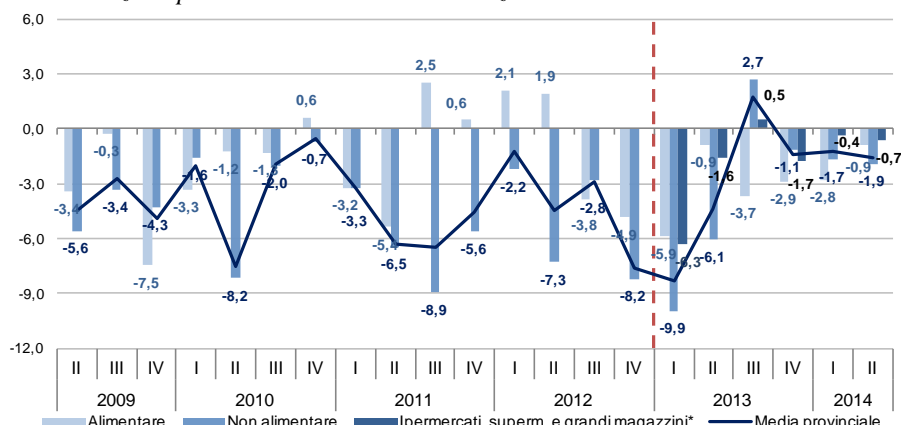
Variazioni congiunturali trimestrali. Serie storica 2009-2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

A differenza del fatturato la contrazione tendenziale degli ordinativi riguarda tutti i settori merceologici: a partire dagli esercizi del commercio al dettaglio non alimentare, dove la flessione, rispetto al secondo trimestre del 2013, è stata del -1,9%, per arrivare agli alimentari (-0,9%) e alla grande distribuzione (-0,7%).

Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
ORDINI AI FORNITORI per gruppo merceologico
 Variazioni percentuali trimestrali tendenziali. Serie storica 2009-2014

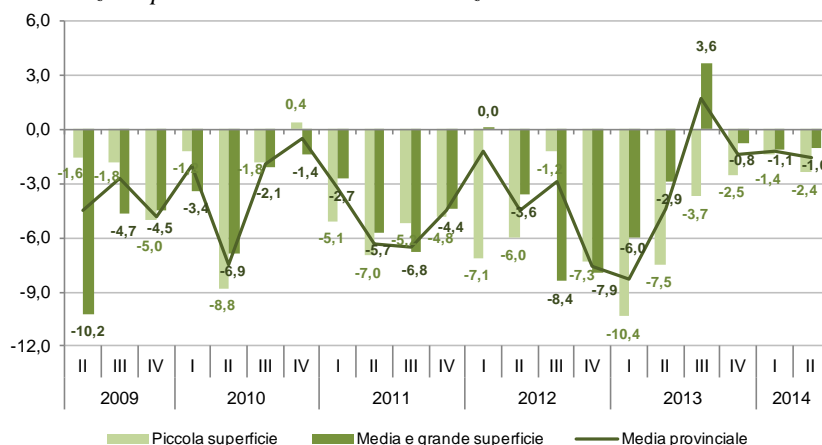


* a partire dal I trimestre 2013 i risultati relativi al “settore merceologico” non sono direttamente confrontabili con quelli della serie storica precedente in quanto, al fine di uniformare le tavole provinciali con quelle regionali, è stato scorporato, dal campione provinciale, il settore relativo a “ipermercati, supermercati e grandi magazzini”.

Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Anche sotto il profilo dimensionale gli ordini, come il fatturato, penalizzano sia le piccole superfici di vendita (-2,4%), che le medio/grandi (-1,0%).

Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
ORDINI AI FORNITORI per tipologia distributiva
 Variazioni percentuali trimestrali tendenziali. Serie storica 2009-2014



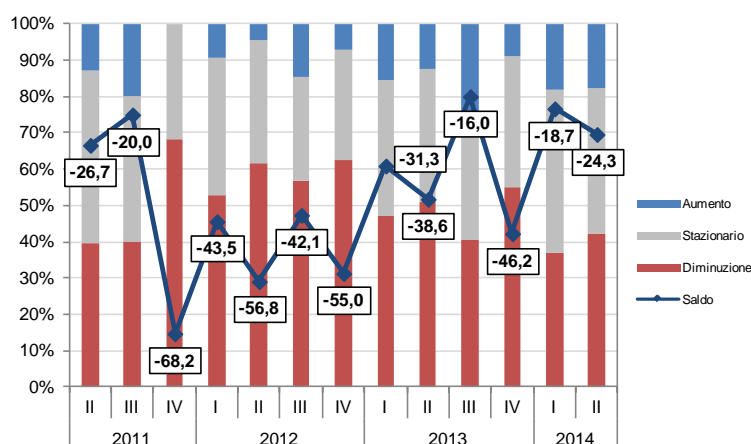
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Le previsioni, per i prossimi tre mesi, degli imprenditori provinciali del commercio al dettaglio rimangono negative e in lieve peggioramento rispetto a quanto rilevato nel trimestre scorso.

Per quanto riguarda le prospettive di **fatturato** diminuisce, rispetto al trimestre precedente, la quota di coloro che propende per la stazionarietà delle vendite (dal 44,7% al 39,8%), mentre si accentua il saldo negativo fra giudizi di aumento e di diminuzione (da -18,7 a -24,3 punti percentuali).

**Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
PREVISIONI sul FATTURATO per i prossimi tre mesi**

Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014

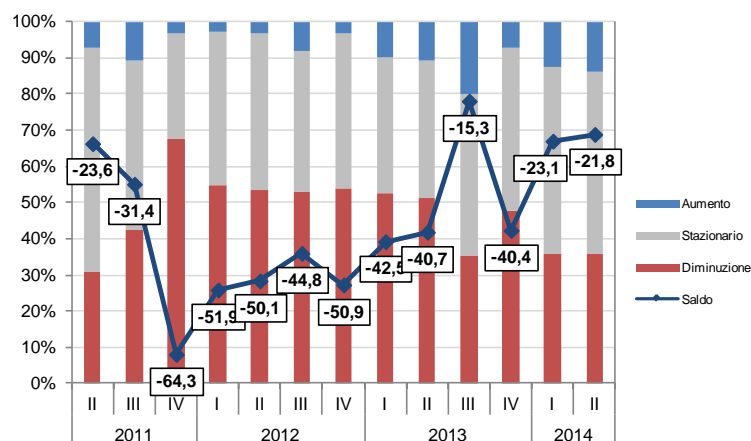


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Circa la metà degli intervistati propende per la stabilità dei nuovi **ordinativi** per il trimestre a venire, anche se la quota è in lieve diminuzione (da 51,7% a 50,2%). Il saldo fra giudizi di aumento e di diminuzione passa, invece, dai -23,1 punti percentuali dello scorso trimestre a -21,8 p.p.

**Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
PREVISIONI sugli ORDINI AI FORNITORI per i prossimi tre mesi**

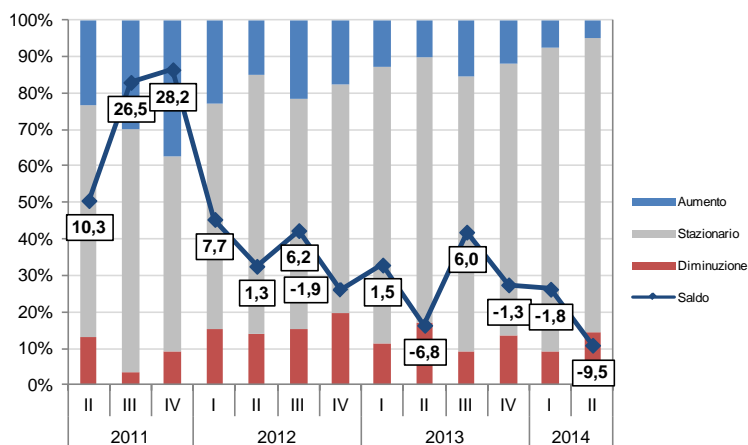
Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Quanto ai **prezzi di vendita** diminuisce all'80,5% la quota di coloro che li prevede stabili e il saldo tra giudizi positivi (5,0%) e negativi (14,5%) continua a far propendere gli imprenditori per una diminuzione dei prezzi di vendita.

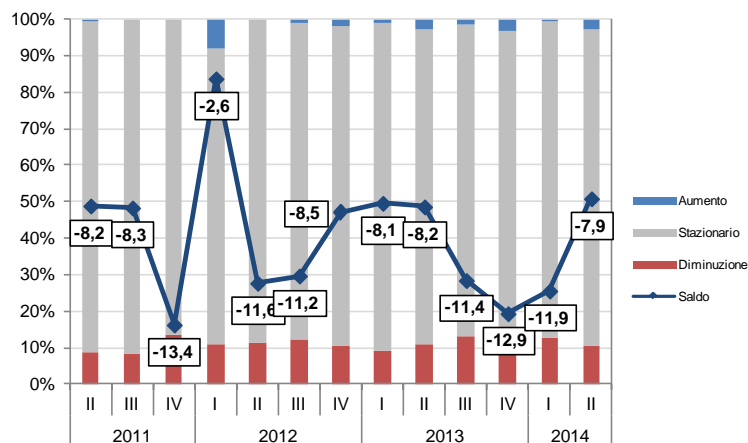
Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
PREVISIONI sui PREZZI DI VENDITA per i prossimi tre mesi
Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Rimane stabile, rispetto al trimestre precedente, la quota di coloro che prevede una stazionarietà dei livelli occupazionali (da 86,7% a 86,5%), mentre il saldo fra chi propende per un aumento e chi per una diminuzione si porta da -11,9 a -7,9 punti percentuali.

Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
PREVISIONI sull'OCCUPAZIONE per i prossimi tre mesi
Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014

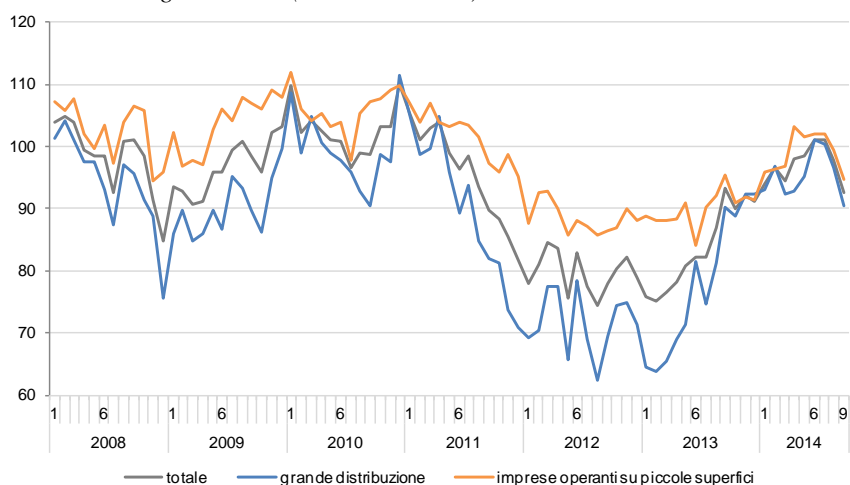


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

A livello nazionale l'indagine mensile condotta dall'Istat sul clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio, mostra, dopo un progressivo miglioramento fino alla prima metà dell'anno, una stabilità nel mese di luglio e un deciso peggioramento nei mesi di agosto e settembre 2014 (l'indice composito scende infatti da 101,1 del mese di luglio a 97,7 e 92,5 dei mesi di agosto e settembre rispettivamente). Guardando alla tipologia distributiva, la fiducia peggiora sia nella grande distribuzione (dal 96,5 di agosto a 90,5 di settembre), sia in quella tradizionale (da 99,3 di agosto a 94,8 di settembre).

**Clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio a livello nazionale
Totale e per tipologia distributiva**

Indici destagionalizzati (Base 2005=100). Gennaio 2008 – Settembre 2014

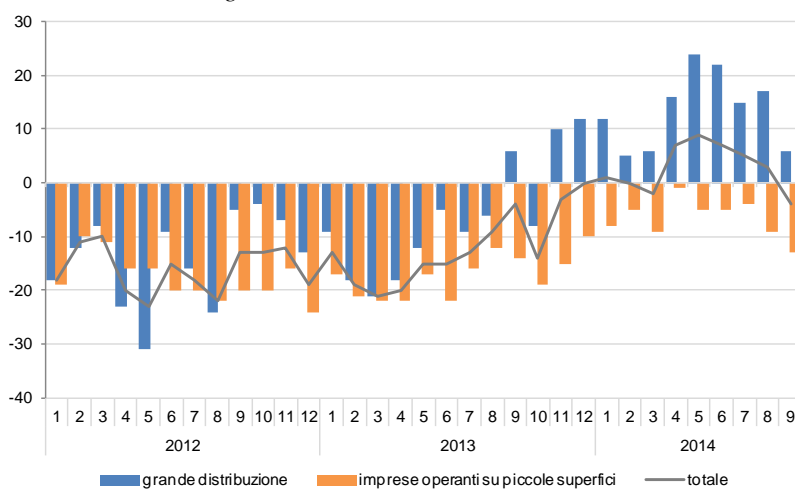


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT – Dati estratti il 26/09/2014

Analizzando, invece, le attese di vendita per i prossimi tre mesi continua il divario fra la grande distribuzione che esprime un saldo positivo fra giudizi di aumento e diminuzione (pari a 6 punti percentuali per il mese di settembre) e le imprese operanti su piccole superfici di vendita che invece esprimono un saldo negativo (-13 p.p.). Torna di conseguenza negativo il saldo complessivo fra chi propende per un aumento delle vendite e che invece ne prevede una diminuzione (da +3 punti percentuali ad agosto a -4 p.p. a settembre).

**Attese a 3 mesi sull'andamento delle vendite
delle imprese del commercio al dettaglio a livello nazionale
Totale e per tipologia distributiva**

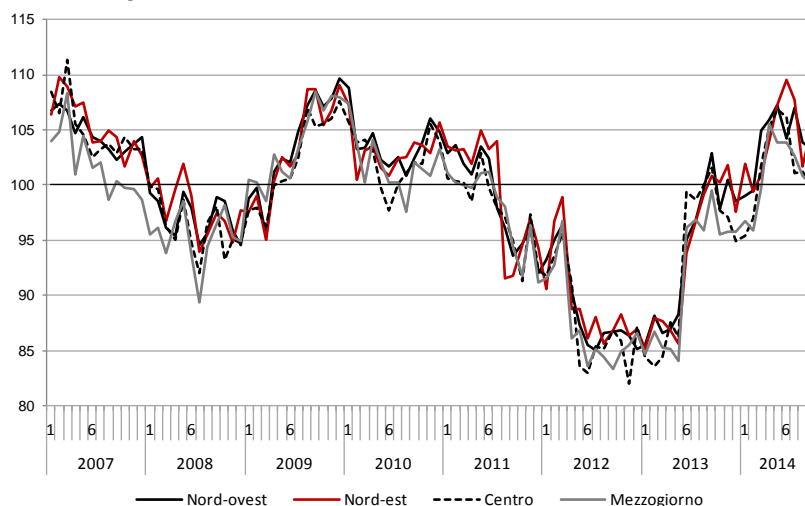
Saldi destagionalizzati. Gennaio 2012 – Settembre 2014



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT – dati estratti il 26/09/2014

Diversamente dal clima di fiducia delle imprese, quello dei consumatori² aumenta lievemente nel mese di settembre 2014 (102,0 rispetto a 101,9 di agosto), grazie al sensibile aumento nelle regioni del Nord-Est (dove l'indice passa da 101,7 di agosto a 104,8 di settembre), mentre le altre ripartizioni territoriali conoscono, nello stesso periodo, una lieve flessione. Per il Nord-Est risultano in aumento tutte le componenti che compongono l'indice: quella economica (da 107,7 a 110,1) quella personale (da 100,4 a 103,9), quella corrente (da 102,9 a 106,5) e quella futura (da 101,5 a 104,4). Tornando al clima nazionale peggiorano lievemente i giudizi sulla situazione economica della famiglia (il saldo passa da -55 a -56), così come i giudizi sul bilancio familiare (da -12 a -14, per effetto dell'aumento della quota di coloro che “usano i propri risparmi” e della diminuzione di coloro che “risparmiamo abbastanza”). Quanto alle attese future permane invariato, al negativo, il saldo sulla situazione economica della famiglia (-13)³.

ITALIA: Clima di fiducia dei consumatori per ripartizione territoriale
Indici destagionalizzati (Base 2005=100). Gennaio 2007 – Settembre 2014^(*)



(*) A partire dal mese di giugno 2013 sono state introdotte innovazioni riguardanti il campione e le tecniche di rilevazione che potrebbero causare discontinuità nel confronto con i risultati dell'indagine relativi ai mesi precedenti.

Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT- dati estratti il 24/09/2014

² L'indagine congiunturale sul clima di fiducia dei consumatori viene svolta mensilmente dal 1982 sulla base di uno schema metodologico armonizzato a livello europeo. Il campione, pari a circa 2.000, unità è rappresentativo della popolazione adulta italiana. Le opinioni sono richieste nella forma di giudizi riguardanti il recente passato (i precedenti dodici mesi) oppure nella forma di attese sull'evoluzione futura a breve termine (nei successivi dodici mesi). In dettaglio l'indagine comprende domande mensili sui seguenti aspetti: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; giudizi sul bilancio familiare; giudizi e attese sull'andamento dei prezzi; opportunità attuale e futura di risparmio; opportunità attuale e intenzioni future di acquisto di beni durevoli. Per ogni domanda i risultati sono espressi in termini di frequenze relative delle singole modalità di risposta e di saldi, calcolati come differenza fra le frequenze percentuali delle modalità favorevoli e di quelle sfavorevoli. Il clima di fiducia è un indicatore sintetico complessivo dei risultati dell'indagine ed è finalizzato a valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori italiani; esso può essere disaggregato sia nei climi economico e personale, sia, alternativamente, nei climi presente e futuro. Tutti gli indicatori del clima di fiducia sono espressi come numeri indici destagionalizzati in base 2005=100. Per ulteriori dettagli si veda la nota metodologica integrale dell'Istat <http://www.istat.it/it/archivio/132011>.

³ “Clima di fiducia dei consumatori”, *Istat Statistiche flash*, 24 Settembre 2014.

Tav. 1 - SETTORE COMMERCIO AL DETTAGLIO
Indicatori congiunturali per territorio – Serie storica 1° trim. 2010 – 2° trim. 2014
(variazioni congiunturali e tendenziali)

PRINCIPALI INDICATORI	2010				2011				2012				2013				2014		
	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	
TREVISO																			
FATTURATO																			
variazione rispetto:	trimestre precedente	-7,8	-3,4	-1,4	-1,8	-1,6	-2,5	-9,8	-1,3	-15,7	0,9	-1,7	0,1	-7,9	-0,4	-0,6	4,6	-7,9	0,1
	stesso trim.anno preced.	-2,2	-3,0	-1,9	0,1	-7,7	-2,0	-7,2	-2,4	0,0	-7,3	-1,7	-6,6	-5,7	-2,3	3,0	-1,1	-1,4	-1,1
ORDINI AI FORNITORI																			
variazioni rispetto:	trimestre precedente	-9,0	-4,7	-1,2	-0,2	-3,3	-6,5	-6,4	-2,3	-2,6	-2,1	-2,2	-4,3	-9,1	0,5	-1,2	2,3	-4,8	-2,0
	stesso trim.anno preced.	-2,0	-7,5	-1,9	-0,5	-3,3	-6,3	-6,5	-4,5	-1,2	-4,5	-2,9	-7,6	-8,3	-4,4	1,7	-1,4	-1,3	-1,6
PREZZI DI VENDITA																			
variazioni rispetto:	stesso trim.anno preced.	-0,5	-3,7	-0,5	0,8	2,9	3,5	3,9	1,3	0,8	1,6	0,2	-0,5	0,3	0,3	0,6	0,3	-0,3	-1,1
VENETO																			
FATTURATO																			
variazioni rispetto:	trimestre precedente	-10,0	0,6	5,5	5,6	-2,9	-0,2	-1,1	9,7	-12,0	-1,9	-3,0	-1,1	-9,1	-0,5	0,6	2,1	-8,4	2,9
	stesso trim.anno preced.	-0,5	2,3	0,2	2,7	-0,7	-2,6	-3,4	-4,2	-1,5	-8,7	-5,1	-7,8	-6,8	-2,5	1,1	-0,6	-0,5	-0,3
ORDINI AI FORNITORI																			
variazioni rispetto:	trimestre precedente	-5,4	-0,7	-0,5	2,5	-3,2	-3,0	-1,0	5,1	-5,9	-2,3	-3,8	-3,8	-9,4	-1,1	-0,8	-0,6	-3,3	1,2
	stesso trim.anno preced.	-1,2	2,4	-0,8	2,2	0,6	-3,8	-3,0	-5,5	-3,3	-6,8	-6,0	-7,1	-8,6	-4,4	-0,2	-1,3	-1,2	-1,3
PREZZI DI VENDITA																			
variazioni rispetto:	stesso trim.anno preced.	0,4	-0,9	0,0	1,4	4,1	2,0	1,2	1,9	1,0	0,5	0,5	0,2	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5	-0,2

Fonte: Indagine congiunturale Unioncamere del Veneto - CCIAA Treviso

Tav. 2 - SETTORE COMMERCIO AL DETTAGLIO
Serie storica 1° trimestre 2010 – 2° trimestre 2014
% di giudizi di previsione sui principali indicatori per territorio per i prossimi 3 mesi

PRINCIPALI INDICATORI	2010				2011 ^(*)				2012				2013				2014	
	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim.	1° trim.	2° trim.
TREVISO																		
VENDITE																		
in aumento	15,5	21,8	14,8	17,7	32,9	12,8	20,0	0,0	9,3	4,2	14,8	7,4	15,6	12,5	24,5	8,8	18,3	17,9
stazionario	49,6	31,2	61,4	52,7	37,3	47,7	40,0	31,8	37,8	32,9	28,6	30,2	37,4	36,4	35,0	36,1	44,7	39,8
in diminuzione	34,9	46,9	23,9	29,6	29,8	39,5	40,0	68,2	52,9	62,8	56,6	62,4	46,9	51,1	40,5	55,0	37,0	42,3
ORDINI AI FORNITORI																		
in aumento	14,0	15,4	12,7	16,8	17,4	7,4	10,8	3,1	2,8	3,3	8,2	3,1	9,8	10,7	20,0	7,3	12,6	14,0
stazionario	55,9	48,3	61,4	54,9	51,7	61,6	47,0	29,5	42,5	42,7	39,0	42,9	37,8	37,8	44,6	45,1	51,7	50,2
in diminuzione	30,1	36,3	25,9	28,3	30,9	31,0	42,2	67,4	54,7	53,9	52,7	54,0	52,3	51,4	35,4	47,6	35,7	35,8
PREZZI DI VENDITA																		
in aumento	7,9	22,1	16,2	40,5	28,6	23,4	29,8	37,4	23,0	15,6	21,5	17,7	12,8	10,2	15,3	12,2	7,4	5,0
stazionario	74,6	65,2	76,0	52,7	58,7	63,5	66,9	53,4	61,7	70,8	63,1	62,6	75,8	72,8	75,4	74,4	83,3	80,5
in diminuzione	17,5	12,6	7,8	6,8	12,7	13,1	3,3	9,2	15,3	13,6	15,3	19,6	11,4	17,0	9,3	13,4	9,3	14,5
OCCUPAZIONE																		
in aumento	4,5	8,3	1,8	0,0	6,6	0,5	0,0	0,0	8,1	0,0	1,0	1,8	1,1	2,7	1,5	3,1	0,7	2,8
stazionario	82,6	86,2	88,7	85,0	83,9	90,8	91,7	86,6	81,2	88,2	86,6	87,9	89,7	86,5	85,6	81,0	86,7	86,5
in diminuzione	12,9	5,5	9,5	15,0	9,5	8,7	8,3	13,4	10,7	11,8	12,3	10,3	9,2	10,9	12,9	16,0	12,6	10,7
VENETO																		
VENDITE																		
in aumento	21,4	25,1	23,8	17,3	26,1	15,5	26,2	9,7	16,6	11,2	16,1	8,7	16,6	12,3	20,6	9,8	23,0	18,1
stazionario	43,3	41,4	49,1	54,0	46,7	46,2	37,0	31,6	31,1	29,4	28,7	27,2	32,4	38,1	36,7	38,0	45,3	42,5
in diminuzione	35,2	33,5	27,0	28,7	27,2	38,2	36,8	58,6	52,3	59,4	55,2	64,0	51,0	49,6	42,7	52,2	31,7	39,4
ORDINI AI FORNITORI																		
in aumento	14,6	18,9	12,0	11,1	16,4	9,4	13,8	7,1	10,8	7,7	9,8	5,8	11,2	9,4	13,3	7,8	16,1	11,9
stazionario	54,8	50,3	64,8	64,2	57,4	60,6	52,1	39,4	41,2	38,8	38,3	37,8	36,3	44,2	49,9	46,5	52,5	53,0
in diminuzione	30,6	30,7	23,1	24,7	26,1	30,0	34,1	53,5	48,0	53,4	51,9	56,3	52,4	46,4	36,8	45,7	31,4	35,1
PREZZI DI VENDITA																		
in aumento	12,6	19,7	23,0	30,0	36,9	22,8	25,3	32,5	24,3	19,4	23,9	22,6	9,4	9,5	14,9	13,5	9,1	6,1
stazionario	75,2	71,4	69,4	62,0	56,6	67,7	66,1	54,7	63,8	65,7	62,8	62,0	75,8	75,1	75,2	71,5	81,9	80,8
in diminuzione	12,2	8,9	7,6	7,9	6,5	9,4	8,6	12,9	11,9	14,9	13,3	15,4	14,7	15,4	9,9	15,0	9,0	13,1
OCCUPAZIONE																		
in aumento	6,7	4,0	1,8	3,6	3,5	0,7	2,9	2,0	3,1	1,3	1,3	1,6	2,4	1,8	1,7	2,7	4,5	3,2
stazionario	81,5	87,5	88,0	83,1	86,4	92,9	86,3	79,6	82,6	84,8	83,7	84,4	86,1	87,5	83,9	82,8	87,2	85,8
in diminuzione	11,8	8,5	10,2	13,3	10,1	6,4	10,7	18,5	14,3	13,9	15,0	13,9	11,5	10,7	14,4	14,5	8,3	11,0

^(*) dal secondo trimestre 2011 l'orizzonte temporale della domanda è stato modificato da 6 a 3 mesi.

Fonte: Indagine congiunturale Unioncamere del Veneto - CCIAA Treviso