



Camera di Commercio
Treviso



CONGIUNTURA & APPROFONDIMENTI

Report n. 5 – Marzo 2015

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

A cura dell'Area Studi e Sviluppo Economico Territoriale

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

La consueta indagine congiunturale condotta da Unioncamere del Veneto ha coinvolto un campione complessivo di 1.271 imprese a livello regionale per un totale di quasi 20.000 addetti.

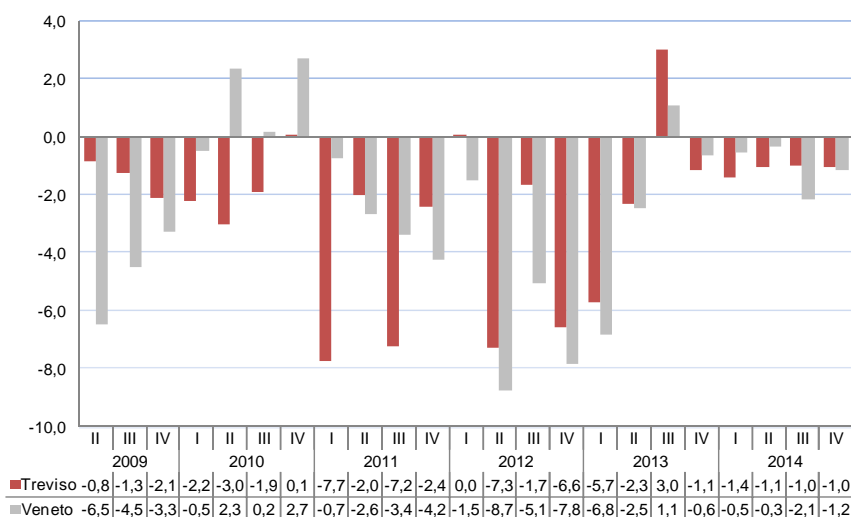
A livello provinciale il campione è composto da 228 imprese per un totale di oltre 3.000 addetti. In particolare:

- considerando il settore merceologico, il 66,7% delle imprese trevigiane intervistate (pari a 152 unità) appartiene al commercio al dettaglio di prodotti non alimentari, mentre il rimanente 33,3% è ripartito in parti uguali tra le imprese del commercio al dettaglio di prodotti alimentari e quelle appartenenti al gruppo degli ipermercati, supermercati e grandi magazzini (16,7%, pari a 38 unità);
- considerando invece le superfici di vendita, il 73,7% delle imprese (168 unità) è rappresentato dalle piccole superfici di vendita (meno di 400 mq.) mentre il restante 26,3% (60 unità) appartiene alla categoria delle medie e grandi superfici di vendita (400 mq. e più).

Nel quarto trimestre 2014, similmente a quanto accaduto il trimestre precedente, le vendite al dettaglio delle imprese trevigiane hanno registrato una diminuzione del -1,0% rispetto allo stesso periodo del 2013; la variazione a livello congiunturale risulta tuttavia positiva, pari a +4,6%. Lo stesso trend viene replicato anche a livello regionale dove le vendite risultano in diminuzione dal confronto annuale (-1,2%), ma in aumento su quello trimestrale (rispettivamente +3,1%).

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

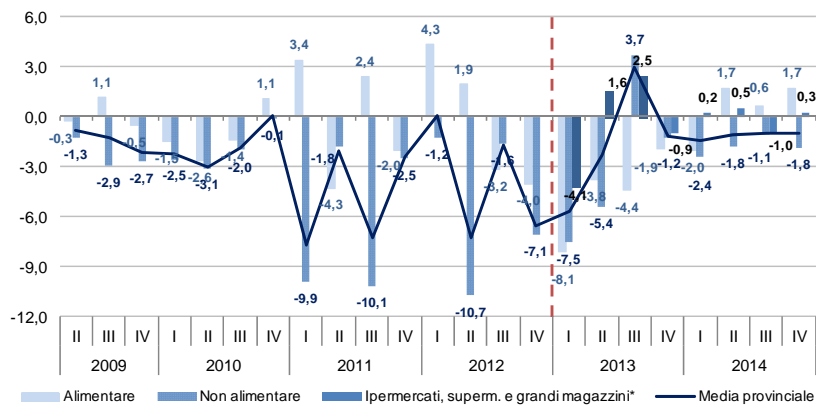
Variazioni percentuali tendenziali trimestrali. Serie storica 2009-2014



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

La dinamica negativa delle vendite, su base tendenziale, interessa solo la categoria del commercio al dettaglio di prodotti non alimentari (-1,8%); stazionaria la grande distribuzione (+0,3%) e in lieve aumento il commercio di prodotti alimentari (+1,7%).

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

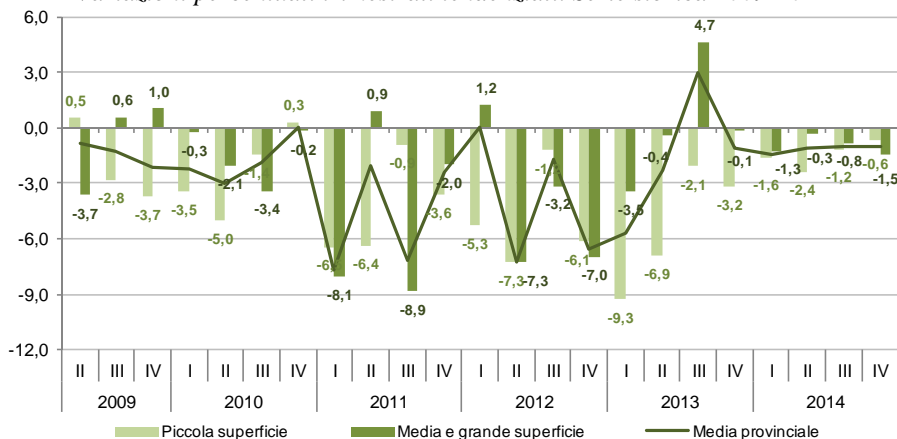


* a partire dal I trimestre 2013 i risultati relativi al “settore merceologico” non sono direttamente confrontabili con quelli della serie storica precedente in quanto, al fine di uniformare le tavole provinciali con quelle regionali, è stato scorporato, dal campione provinciale, il settore relativo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

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

Sotto il profilo dimensionale la dinamica, su base annua, del fatturato rimane negativa per entrambe le tipologie di vendita: -0,6% le piccole superfici (<400mq.) e -1,5% le medio/grandi superfici di vendita (>=400 mq.).

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



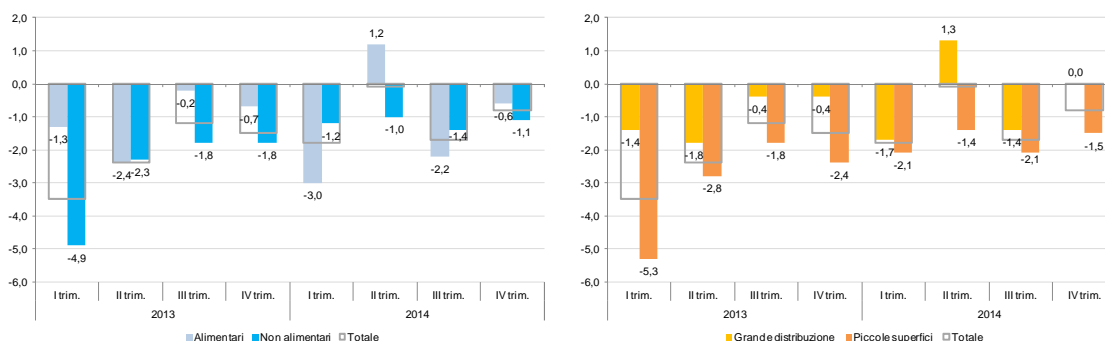
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

La rilevazione mensile sulle vendite del commercio al dettaglio condotta dall’Istat¹ a livello nazionale conferma i dati negativi delle vendite del commercio al dettaglio. Il

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

quarto trimestre registra, su base tendenziale, una contrazione del -0,8% a prezzi correnti, e coinvolge entrambi i settori merceologici: -0,6% il settore alimentare e -1,1% quello non alimentare. Dalla suddivisione per tipologia distributiva in questo trimestre risultano più penalizzate le piccole superfici di vendita (-1,5%) rispetto alla stazionarietà della grande distribuzione (0,0%).

**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 – 4° trim. 2014^(a)



(a): dati provvisori

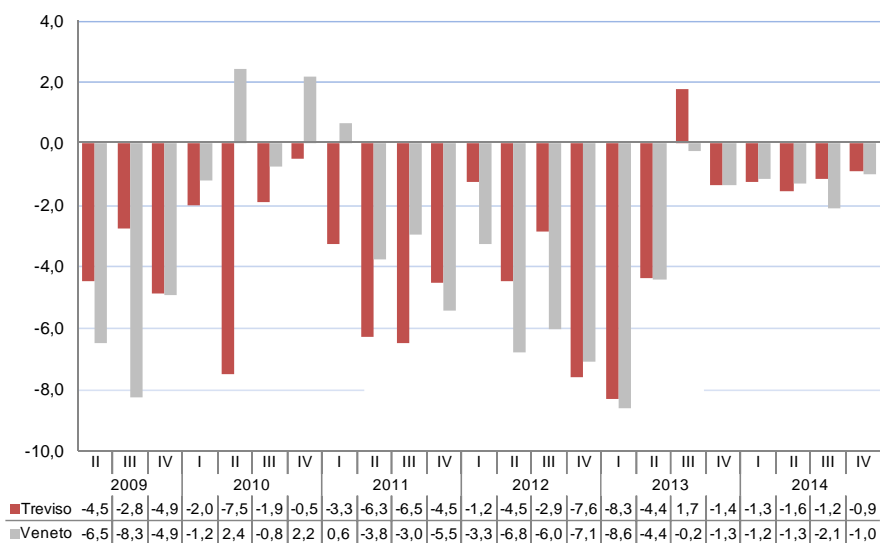
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT (indagine di Febbraio 2015)

Tornando alla provincia di Treviso, risultano in diminuzione anche gli **ordini ai fornitori**, in particolare del -0,9% su base annua, in linea con la performance regionale (-1,0%).

Positivo invece il risultato congiunturale per entrambi i territori: +1,5% per Treviso e +2,5% per il Veneto.

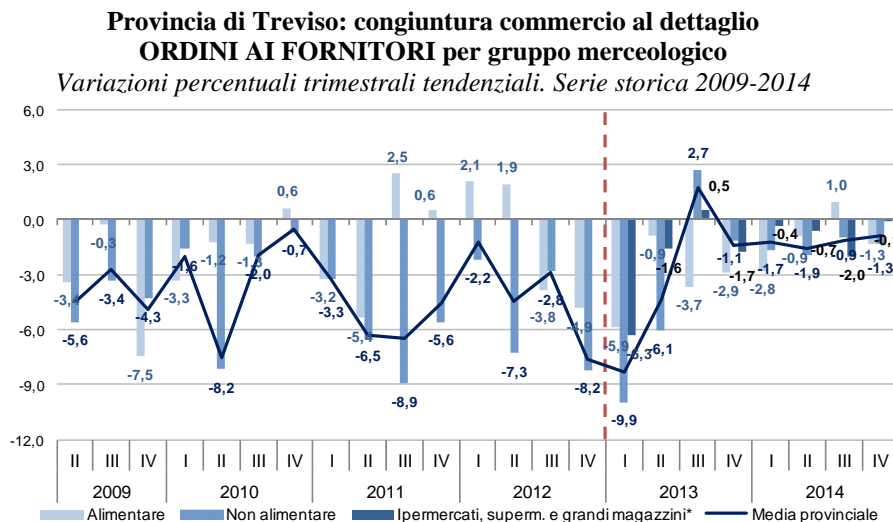
**Congiuntura commercio al dettaglio in provincia di Treviso e in Veneto:
ORDINI AI FORNITORI**

Variazioni tendenziali trimestrali. Serie storica 2009-2014



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

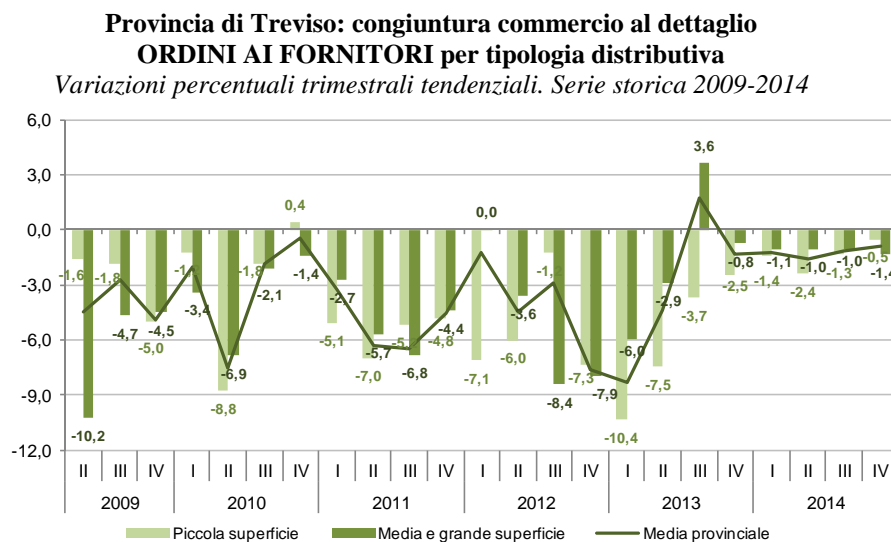
Come per il fatturato anche negli ordinativi la contrazione tendenziale interessa tutti i settori merceologici ad eccezione della grande distribuzione: -1,3% sia per il commercio di prodotti alimentari che per quello dei prodotti non alimentari, mentre per il comparto “ipermercati, supermercati e grandi magazzini” ci si ferma al -0,1%.



* 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

Sotto il profilo dimensionale anche per gli ordini, come per il fatturato, risultano penalizzate sia le piccole superfici di vendita (-0,5%), che le medio/grandi (-0,9%).



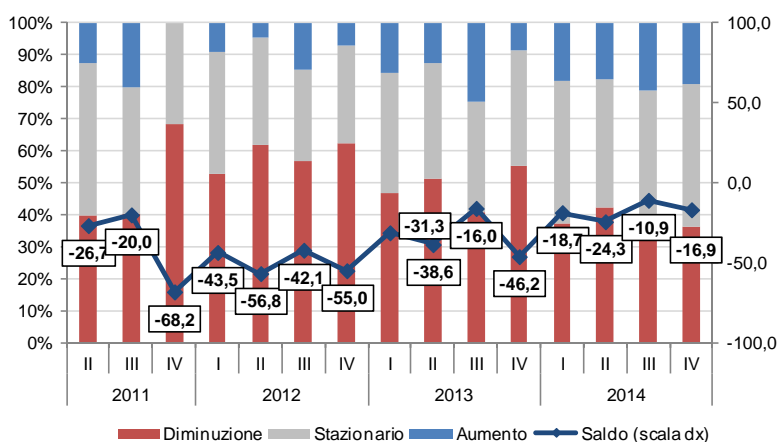
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Le **previsioni degli imprenditori trevigiani del commercio al dettaglio** rimangono negative anche per il primo trimestre dell'anno e continuano ad evidenziare un quadro di attese molto conservativo. I saldi tra giudizi positivi e negativi risultano in peggioramento, rispetto a quelli del trimestre precedente, per l'indicatore delle vendite e degli ordini ai fornitori ma è in diminuzione, per tutti gli indicatori monitorati, la quota di coloro che si attesta sulla stazionarietà.

Per quanto riguarda le prospettive di **fatturato** è in aumento la quota dei giudizi negativi (da 32,4% a 36,2%) ed in lieve diminuzione quella dei giudizi positivi (da 21,4% a 19,3%): ne consegue un saldo in peggioramento (da -10,9 p.p. a -16,9 p.p.) a fronte di una quota leggermente in flessione che propende per la stazionarietà (da 46,2% a 44,5%).

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

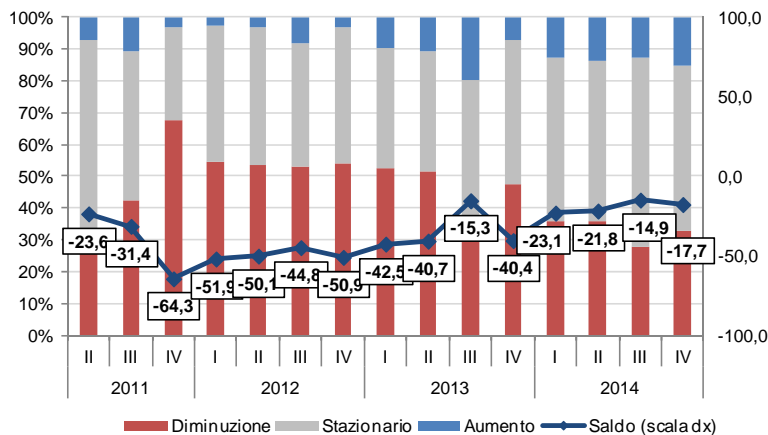


Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati Indagine Congiunturale Unioncamere del Veneto

Oltre il 50% degli intervistati propende per la stabilità dei nuovi **ordinativi** per il trimestre a venire (era quasi al 60% il trimestre precedente). Il saldo fra giudizi in aumento e in diminuzione passa, invece, dai -14,9 p.p. di settembre ai -17,7 p.p di dicembre.

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

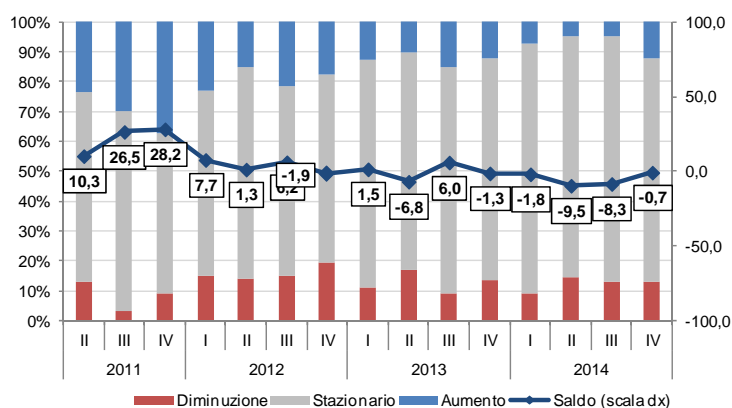
Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014



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

Quanto ai **prezzi di vendita**, scende al 74,5% la quota di coloro che li prevede stabili, dopo tre trimestri consecutivi con valori sopra all'80%, mentre migliora il saldo (da -8,3 p.p. a -0,7 p.p.) tra giudizi positivi (12,4%) e negativi (13,1%).

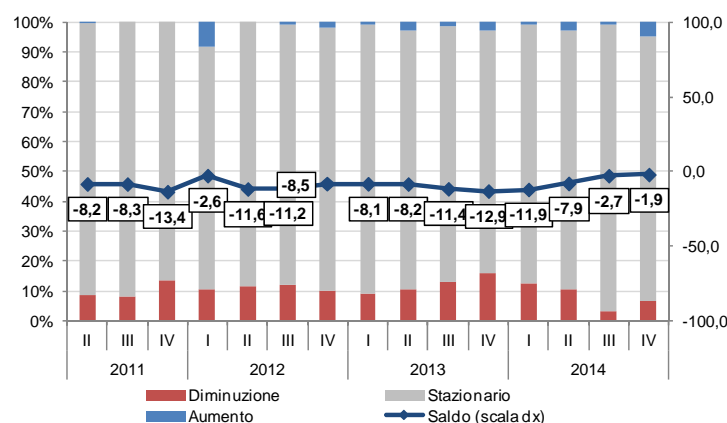
Provincia di Treviso: congiuntura commercio al dettaglio
PREVISIONI sui PREZZI DI VENDITA per i prossimi tre mesi
 Confronto giudizi positivi, negativi e saldi. Serie storica trimestrale anni 2011-2014



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

Rispetto al trimestre precedente si riporta su valori sotto al 90% la quota di coloro che prevede una stazionarietà dei livelli occupazionali (da 95,7% a 88,1%), mentre rimane negativo, seppur quasi invariato, il saldo fra chi propende per un aumento e chi per una diminuzione degli stessi (da -2,7 p.p. a -1,9 p.p.).

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 partire dal 2015 i risultati dell'indagine mensile condotta dall'Istat sul clima di fiducia delle imprese e dei consumatori sono stati unificati in un unico report "Fiducia dei consumatori e delle imprese"², con lo scopo di fornire un'informazione integrata e favorire una lettura sul clima di fiducia nel Paese dai diversi punti di vista.

Con riferimento al **clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio** si evidenzia un miglioramento tra novembre e dicembre (da 95,1 a 101,3); l'indice tuttavia scende a gennaio 2015 (97,7) per poi risalire nel corso dei mesi di febbraio (101) e marzo (103). Guardando alla tipologia distributiva, la fiducia migliora nella grande distribuzione (dal 99,4 di gennaio a 101 di marzo), ma soprattutto in quella tradizionale (rispettivamente da 94,6 a 106,7).

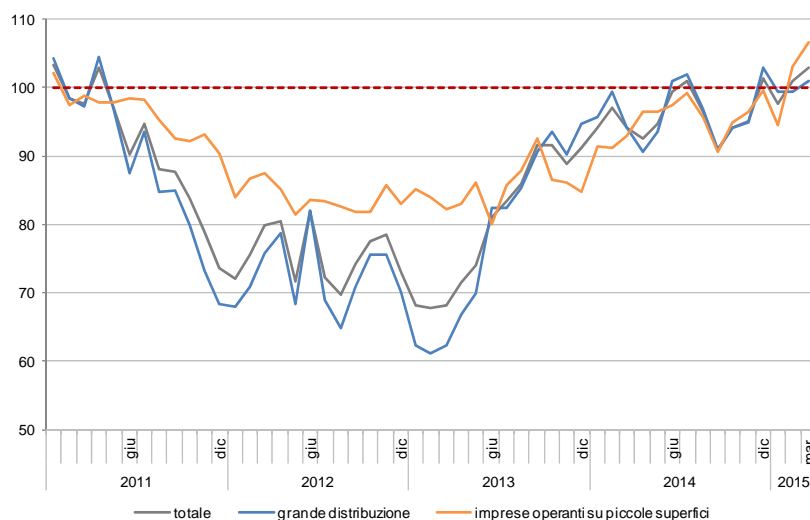
Guardando, invece, le attese di vendita future per i prossimi tre mesi risulta in aumento anche il saldo positivo fra chi esprime giudizi in aumento e in diminuzione (da +18 p.p. di gennaio 2015 a +19 p.p. di febbraio e +28 p.p. di marzo). Accanto alla grande distribuzione, che evidenzia un saldo positivo e in aumento (da +24 p.p. di gennaio a +25 p.p. di febbraio e +35 p.p. di marzo), migliorano le previsioni di vendita a tre mesi anche in quella tradizionale (da +4 p.p. di gennaio a +3 p.p. di febbraio e +12 p.p. di marzo).

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 2010=100. Per ulteriori dettagli si veda la nota metodologica integrale dell'Istat [Fiducia dei consumatori e delle imprese](#).

Le indagini statistiche sul clima di fiducia delle imprese sono realizzate nell'ambito del progetto armonizzato dell'Unione Europea. Lo schema prevede quattro indagini mensili rivolte, rispettivamente, alle imprese dell'industria manifatturiera, delle costruzioni, dei servizi di mercato e del commercio al dettaglio. In particolare **l'indagine sul clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio** si svolge a partire dal 1992 con periodicità mensile. Dal mese di maggio 2010 le informazioni sono raccolte presso un panel di circa 1.000 imprese commerciali comprese nelle divisioni 45 (Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli) e 47 (Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli) della classificazione Ateco 2007.

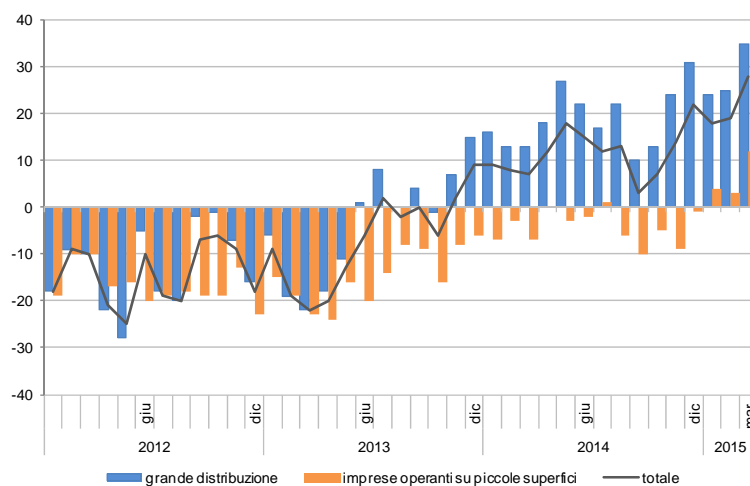
A partire dal mese di marzo 2015, l'Istituto Nazionale di Statistica avvia la pubblicazione delle nuove serie dell'indice composito del clima di fiducia delle imprese italiane (IESI Istat Economic Sentiment Indicator) e degli indici del clima di fiducia delle imprese manifatturiere, di costruzione, dei servizi di mercato e del commercio al dettaglio espresse in base 2010=100. Le serie pubblicate in precedenza avevano come base di riferimento l'anno 2005.

**Clima di fiducia delle imprese del commercio al dettaglio
a livello nazionale per forma di vendita**
Saldi destagionalizzati (base 2010=100). Gennaio 2011 – Marzo 2015



Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT – dati estratti il 30/03/2015

**Attese a 3 mesi sull'andamento delle vendite delle imprese del commercio
al dettaglio a livello nazionale per forma di vendita**
Saldi destagionalizzati. Gennaio 2012 – Marzo 2015



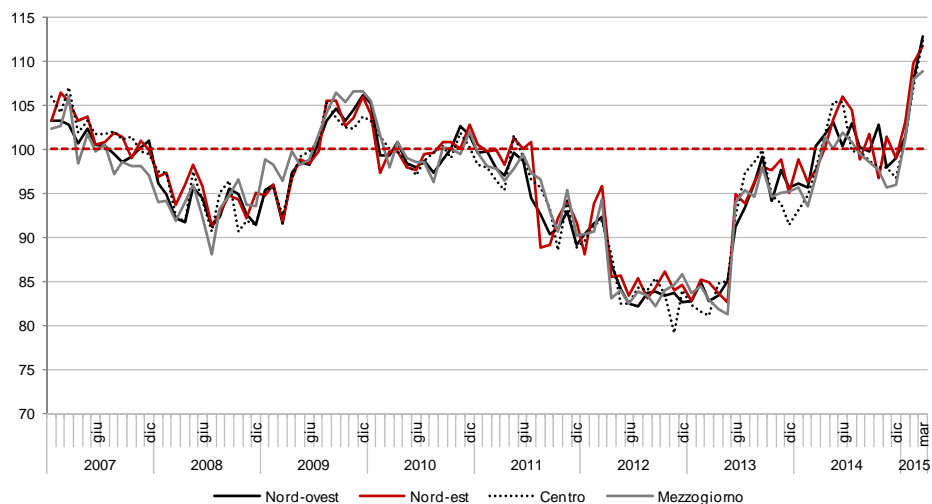
Fonte: Elab. Ufficio Studi e Statistica CCIAA Treviso su dati ISTAT – dati estratti il 30/03/2015

Parallelamente al clima di fiducia delle imprese, anche quello dei **consumatori** registra un deciso miglioramento tra gennaio e marzo 2015 (da 101,8 a 110,9). L'indice, tra l'altro, risulta in aumento anche rispetto a quello di dicembre (quando era pari a 97,8). Il miglioramento è generato da un incremento sia della componente economica (da 117,6 di gennaio a 144,8 di marzo) che di quella personale (da 96,6 a 99,7). Il miglioramento è riscontrabile anche dalla disaggregazione tra clima di fiducia corrente e futuro che

risultano entrambi in aumento: il primo indice passa da 94,7 di gennaio a 102,2 di marzo e il secondo da 112,7 a 123,9.

Con riferimento alle ripartizioni territoriali il miglioramento del clima di fiducia è comune a tutti i territori considerati: per il Nord-Ovest (da 101,5 di gennaio a 112,8 di marzo), seguono il Centro (da 101,5 a 112,3), il Nord-Est (da 103,1 a 111,8) e il Mezzogiorno (da 101,3 a 108,9)³.

ITALIA: Clima di fiducia dei consumatori per ripartizione territoriale
Indici destagionalizzati (Base 2010=100). Gennaio 2007 – Marzo 2015()*



(*) 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 31/03/2015

³ “Fiducia dei consumatori e delle imprese”, *Istat Statistiche flash*, 30 Marzo 2015.

Tav. 1 - SETTORE COMMERCIO AL DETTAGLIO
Indicatori congiunturali per territorio – Serie storica 1° trim. 2010 – 4° 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. | 3° trim. | 4° 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 | -4,1 | 4,6 |
| | 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 | -1,0 | -1,0 |
| 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 | -3,1 | 1,5 |
| | 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 | -1,2 | -0,9 |
| 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 | -0,5 | -3,6 |
| 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 | -2,5 | 3,1 |
| | 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 | -2,1 | -1,2 |
| 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 | -2,2 | 2,5 |
| | 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 | -2,1 | -1,0 |
| 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 | -1,4 | -1,1 |

Fonte: Indagine congiunturale Unioncamere del Veneto - CCIAA Treviso

Tav. 2 - SETTORE COMMERCIO AL DETTAGLIO
Serie storica 1° trimestre 2010 – 4° 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. | 3° trim. | 4° 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 | 21,4 | 19,3 |
| | 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 | 46,2 | 44,5 |
| | 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 | 32,4 | 36,2 |
| 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 | 12,8 | 15,3 |
| | 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 | 59,6 | 51,7 |
| | 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 | 27,6 | 33,0 |
| 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 | 5,0 | 12,4 |
| | 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 | 81,7 | 74,5 |
| | 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 | 13,3 | 13,1 |
| 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 | 0,8 | 5,0 |
| | 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 | 95,7 | 88,1 |
| | 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 | 3,5 | 6,9 |
| 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 | 21,1 | 13,8 |
| | 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 | 41,5 | 46,0 |
| | 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 | 37,4 | 40,1 |
| 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 | 14,2 | 11,0 |
| | 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 | 52,0 | 51,8 |
| | 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 | 33,8 | 37,2 |
| 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 | 6,9 | 11,3 |
| | 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 | 79,7 | 75,6 |
| | 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 | 13,4 | 13,0 |
| 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 | 2,8 | 3,4 |
| | 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 | 86,5 | 86,8 |
| | 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 | 10,7 | 9,8 |

^(*) 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