



Osservatorio congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione

Primo semestre 2015

Roma, 12 novembre 2015

agenda



premessa

clima di fiducia

congiuntura e tendenze

osservatorio sul credito

approfondimento

metodo

premessa | il perimetro dell'analisi

L'**Osservatorio Congiunturale Fida** si articola su una rilevazione semestrale (due rilevazioni in un anno) condotta su un campione delle imprese italiane del commercio al dettaglio dell'alimentazione, statisticamente rappresentativo per grandi aree geografiche. I risultati dello studio sono messi a confronto con quelli dell'**Osservatorio Credito Confcommercio (OCC)**, condotto da Format Research in favore di Confcommercio Imprese per l'Italia su tutte le imprese italiane del terziario (commercio, turismo, servizi).

Le imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione sono state clusterizzate come segue:

Alimentari

- Drogherie
- Dettaglio Alimentare
- Salumerie-Gastronomie
- Pollame e Rosticcerie
- Pasta fresca, Pizza e Dolciumi

Frutta e verdura

- Ortofrutticolo

Pescherie

- Ittico e Surgelati

premessa | considerazioni generali di sintesi

Cresce la fiducia delle imprese del dettaglio alimentare nei primi sei mesi del 2015, sia con riferimento alla **situazione economica del Paese**, sia per quel che riguarda l'**andamento della propria attività**. Tale *sentiment* certifica forse lo scorgersi della tanto attesa luce in fondo al tunnel della crisi, come testimoniano anche i giudizi degli imprenditori circa il livello dei **ricavi**, considerati in aumento sia in termini congiunturali, sia in termini tendenziali. Il 6% delle imprese fa registrare anche un **incremento dello scontrino medio in valore**, condizione migliorata di oltre due punti percentuali rispetto a dodici mesi fa.

L'intero settore evidenzia performance leggermente migliori rispetto alla totalità delle imprese del commercio, del turismo e dei servizi, anche se è necessario sottolineare come i principali indicatori mostrino ancora i segni della lunga crisi, attestandosi su risultati distanti dall'area di espansione economica. In sostanza, la strada della ripresa è stata imboccata ma potrebbe essere necessario attendere molto tempo prima di recuperare il terreno perduto in questi anni. A riprova di ciò, la presenza di una fetta di operatori che continuano a risentire delle conseguenze di questo lungo periodo, vedendosi costretti ad **intervenire ancora sul personale** (è stato così per l'11% dei dettaglianti nel primo semestre 2015) rinunciando ad assunzioni già previste o licenziando lavoratori a tempo determinato.

Di contro **oltre il 6% delle imprese che si dichiara intenzionato ad approfittare delle agevolazioni offerte dal Jobs Act** in vista della seconda parte dell'anno. Si tratta di una percentuale non piccola.

premessa | considerazioni generali di sintesi

Migliora la capacità delle imprese del dettaglio alimentare di **fare fronte al proprio fabbisogno finanziario** nella prima metà del 2015. Il fenomeno sembra destinato a confermarsi nel corso del secondo semestre dell'anno.

Il 24% delle imprese del dettaglio alimentare ha fatto **richiesta di un fido o di un finanziamento** nel corso dei primi sei mesi del 2015. Di queste, il 39% si è visto accordare il credito che aveva richiesto. In generale, migliorano tutte le condizioni legate alla concessione del credito, dai tassi di interesse ai costi dei servizi bancari, alle garanzie richieste dalle banche e alle altre condizioni accessorie.

Il tema del «**fisco**» si conferma un vero e proprio fattore di ostacolo alla crescita. L'80% delle imprese del dettaglio alimentare ritiene, infatti, che le tasse sulla propria attività siano aumentate in modo considerevole rispetto ai due anni precedenti.

agenda

premessa



clima di fiducia

congiuntura e tendenze

osservatorio sul credito

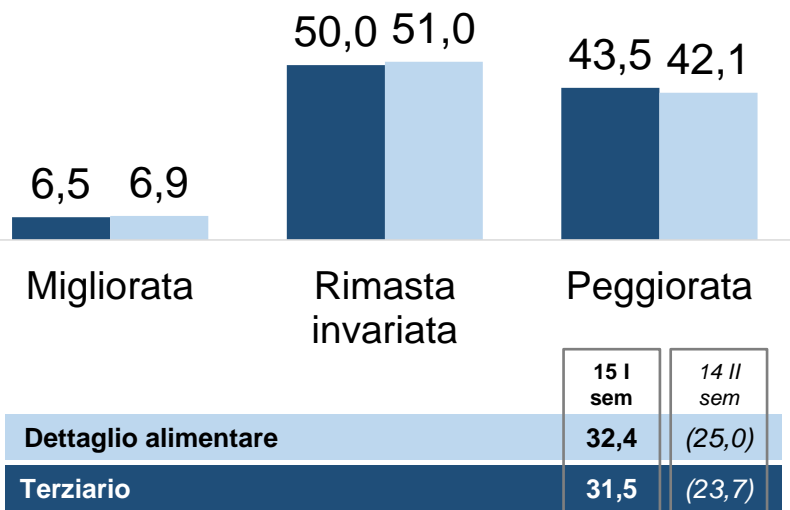
approfondimento

metodo

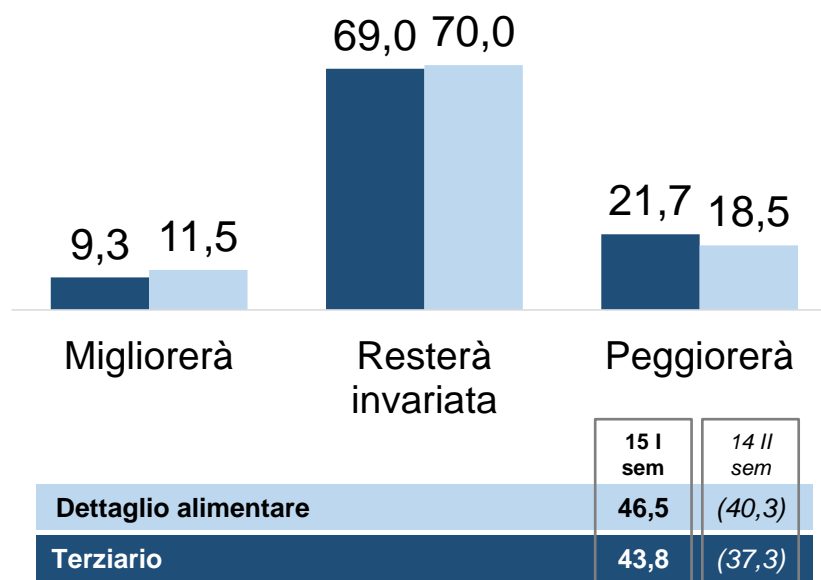
clima di fiducia | la situazione economica dell'italia...

A suo giudizio la **situazione economica generale dell'Italia**, a prescindere dalla situazione della Sua impresa e del Suo settore...?

Ultimi sei mesi



Prossimi sei mesi



Nel primo semestre del 2015 migliora la situazione economica del paese secondo il giudizio delle imprese del dettaglio alimentare.

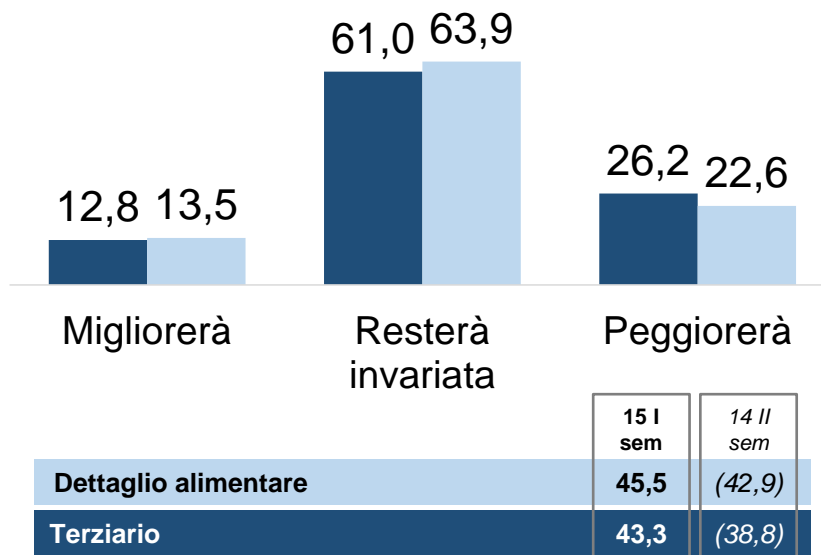
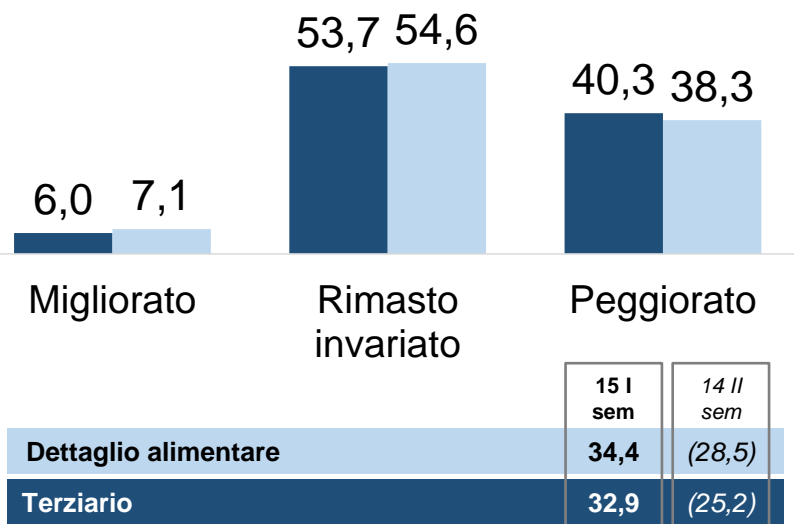
Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

clima di fiducia | la situazione economica della propria impresa...

Come giudica l'andamento economico generale della Sua impresa...?

Ultimi sei mesi

Prossimi sei mesi



Nel primo semestre del 2015 le imprese del dettaglio alimentare hanno rilevato un leggero miglioramento anche nell'andamento economico della propria attività. Gli operatori non prevedono inversioni di tendenza nei prossimi sei mesi.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

agenda

premessa

clima di fiducia



congiuntura e tendenze

osservatorio sul credito

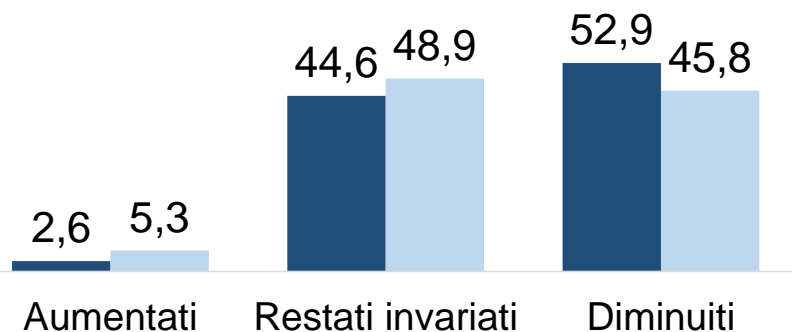
approfondimento

metodo

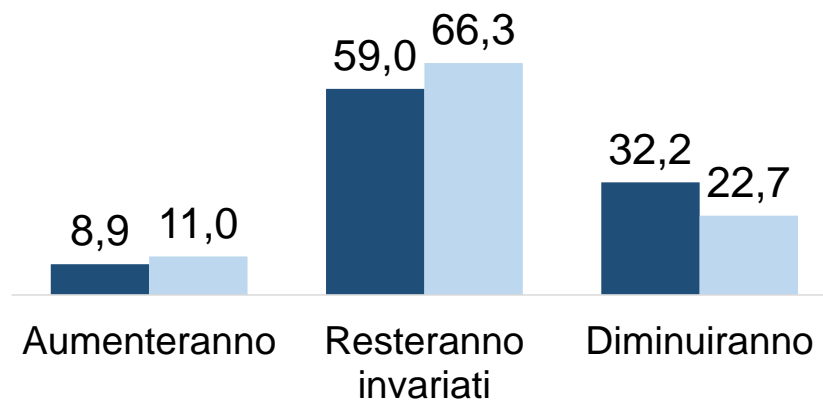
congiuntura e tendenze | l'andamento dei ricavi... (congiuntura)

Tenuto conto dei fattori stagionali, i **ricavi** della Sua impresa...?

Ultimi sei mesi



Prossimi sei mesi



	15 I sem	14 II sem
Dettaglio alimentare	29,8	(22,0)
Terziario	24,9	(20,3)

	15 I sem	14 II sem
Dettaglio alimentare	44,2	(39,7)
Terziario	38,3	(35,7)

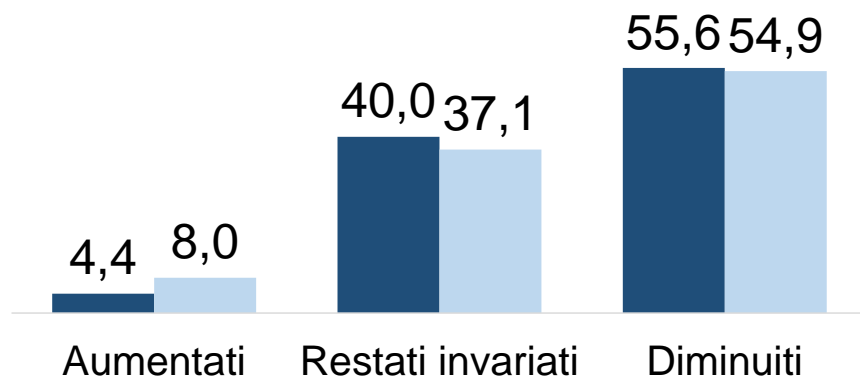
Ad un miglioramento complessivo del clima di fiducia delle imprese della distribuzione alimentare corrisponde una crescita delle imprese che ha visto aumentare i propri ricavi.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | l'andamento dei ricavi... (*tendenza*)

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, i ricavi della Sua impresa sono...?

Primo semestre 2015 su primo semestre 2014



Il miglioramento dei giudizi relativi al livello dei ricavi appare evidente anche in termini tendenziali (primo semestre 2015 su primo semestre 2014).

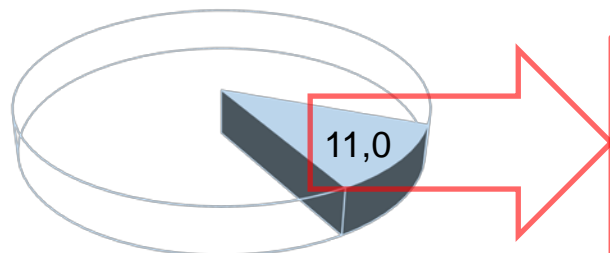
L'indicatore passa da 21,2 all'attuale 26,6.

	15 I sem	14 I sem
Dettaglio alimentare	26,6	(21,2)
Terziario	24,4	(19,1)

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | l'impatto della riduzione dei ricavi sull'occupazione...

Le imprese che hanno assistito ad una riduzione dei ricavi negli ultimi sei mesi sono state il 45,8%. Negli ultimi dodici mesi sono state il 54,9%. A queste ultime abbiamo chiesto: «A seguito della riduzione dei ricavi, la Sua impresa ha dovuto in qualche modo agire sul personale?»



Precedente: 11,8

Hanno agito sul personale



Le imprese che continuano ad evidenziare i segni della crisi, soprattutto in termini di ricavi, sono state costrette ad intervenire sul personale (è stato così per l'11% dei dettaglianti) rinunciando ad assunzioni già previste o licenziando lavoratori a tempo determinato.

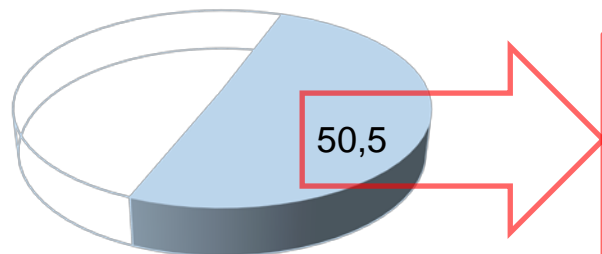
Le contromisure adottate direttamente sul personale (analisi effettuata presso l'11,0% del campione)

		Precedente
Licenziare i lavoratori inquadrati in modo atipico	6,9	6,5
Non rinnovare il contratto ai lavoratori inquadrati in modo atipico	9,7	8,2
Non rinnovare il contratto ai lavoratori inquadrati come dipendenti a tempo determinato	11,7	9,5
Licenziare i lavoratori inquadrati come dipendenti a tempo indeterminato	13,1	12,6
Licenziare i lavoratori inquadrati come dipendenti a tempo determinato	29,0	31,4
Rinunciare a nuove assunzioni previste	29,7	31,9

Base campione: Dettaglio alimentare 1.491 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dichiarato di aver assistito ad una riduzione dei ricavi nel corso dell'ultimo anno. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | l'impatto della riduzione dei ricavi sugli investimenti...

Le imprese che hanno assistito ad una riduzione dei ricavi negli ultimi sei mesi sono state il 45,8%. Negli ultimi dodici mesi sono state il 54,9%. A queste ultime abbiamo chiesto: «La riduzione dei ricavi, ha in qualche modo avuto ripercussioni sugli investimenti?»



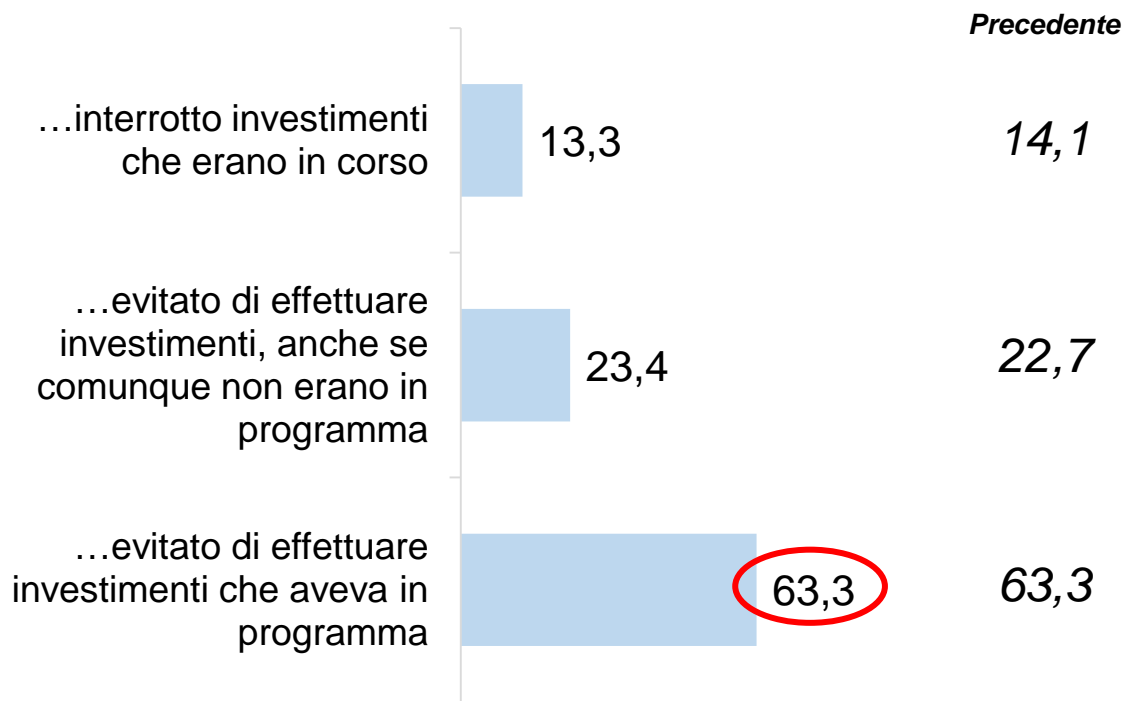
Precedente: 51,7

Hanno avuto ripercussioni

Le imprese ancora in difficoltà si sono viste costrette ad adottare delle contromisure anche sul piano degli investimenti: il 63% ha rinunciato ad investimenti già programmati e circa il 23% si è dissuaso definitivamente dal farne.

Le ripercussioni sugli investimenti

(analisi effettuata presso il 50,5% del campione)



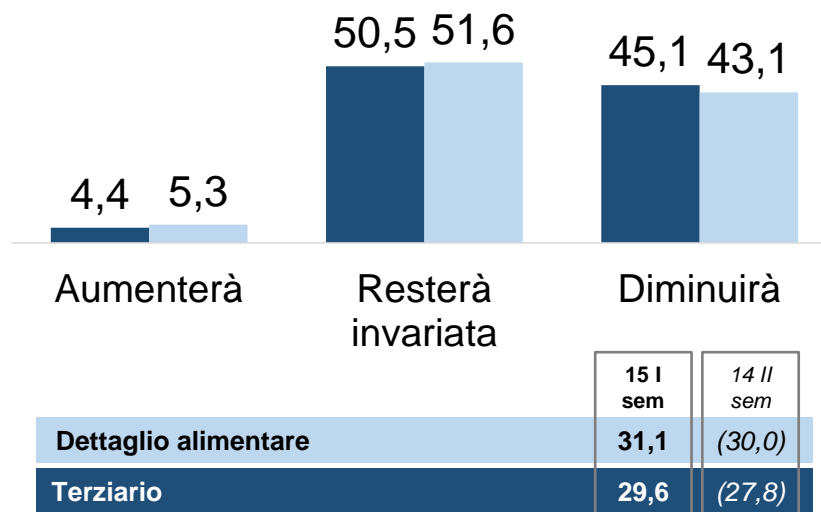
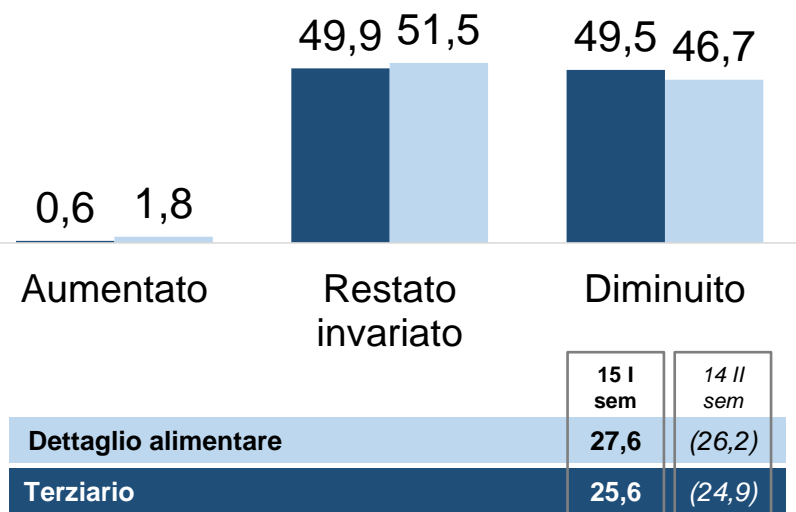
Base campione: Dettaglio alimentare 1.491 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dichiarato di aver assistito ad una riduzione dei ricavi nel corso dell'ultimo anno. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | l'andamento dell'occupazione... (*congiuntura*)

L'occupazione complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti...?

Ultimi sei mesi

Prossimi sei mesi



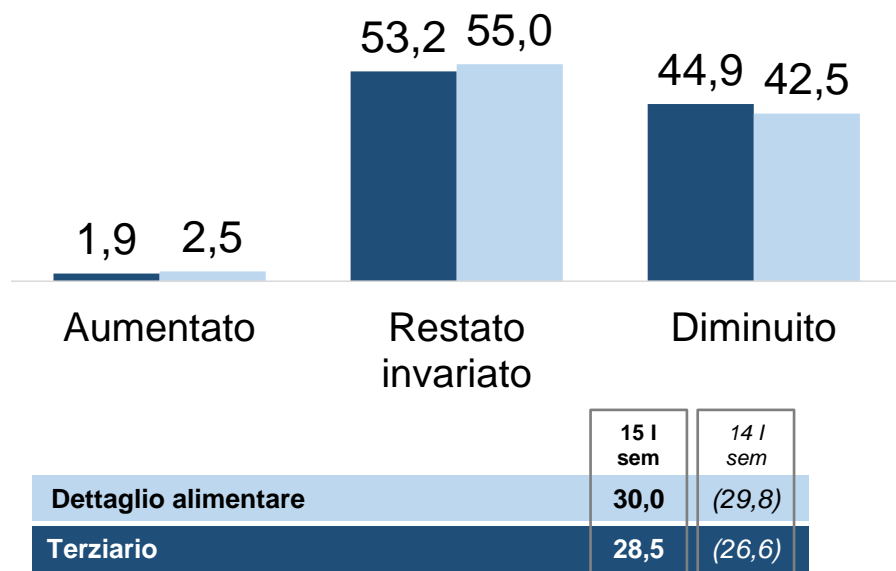
Un'impresa del dettaglio alimentare ogni due ha ridotto il numero dei propri occupati. Per quanto preoccupante, il dato è comunque migliore rispetto a quello che era stato rilevato nel corso del periodo precedente.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | l'andamento dell'occupazione... (*tendenza*)

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, è ...?

Primo semestre 2015 su primo semestre 2014



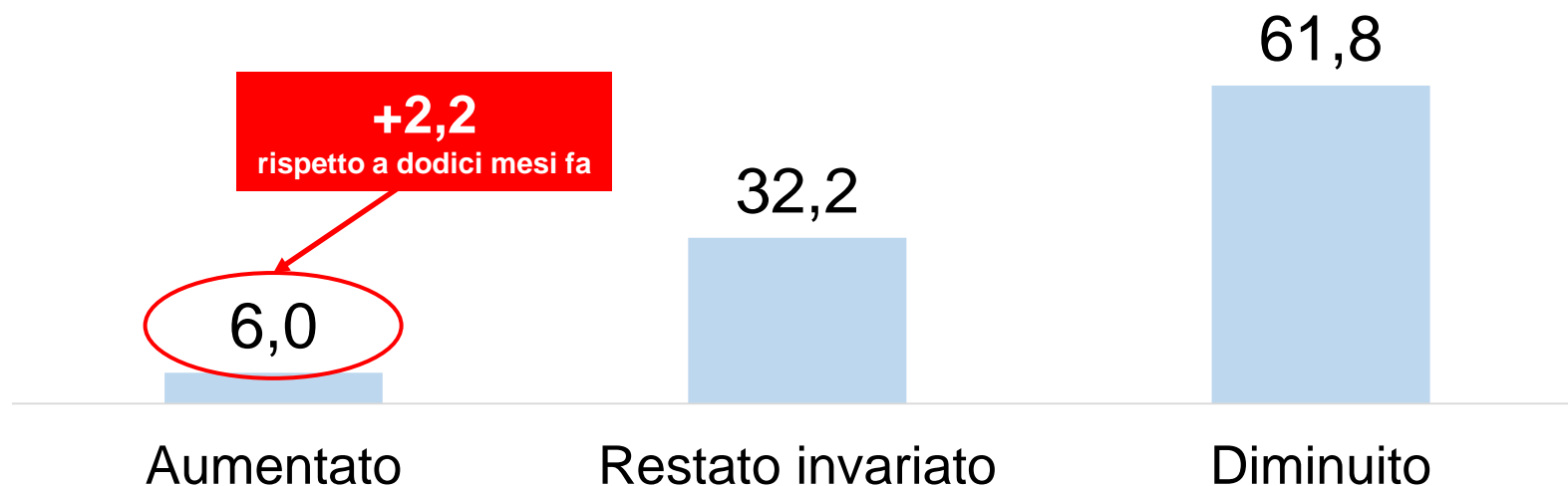
Confrontando la situazione attuale dell'occupazione con quella di dodici mesi fa, non si registrano cambiamenti significativi, fatto salvo un impercettibile miglioramento, che posiziona le imprese del dettaglio alimentare in modo leggermente più performante rispetto alla media del terziario.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

congiuntura e tendenze | lo scontrino medio... (*tendenza*)

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, lo **scontrino medio** è...?

Primo semestre 2015 su primo semestre 2014



Il 6% delle imprese del dettaglio alimentare fa registrare un aumento dello scontrino medio in valore nei primi sei mesi del 2015, la situazione è migliorata di oltre due punti percentuali rispetto a dodici mesi fa.

Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

congiuntura e tendenze | il numero di accessi in negozio... (tendenza)

Nel semestre considerato, rispetto allo stesso semestre di dodici mesi fa, il numero di accessi è...?

Primo semestre 2015 su primo semestre 2014

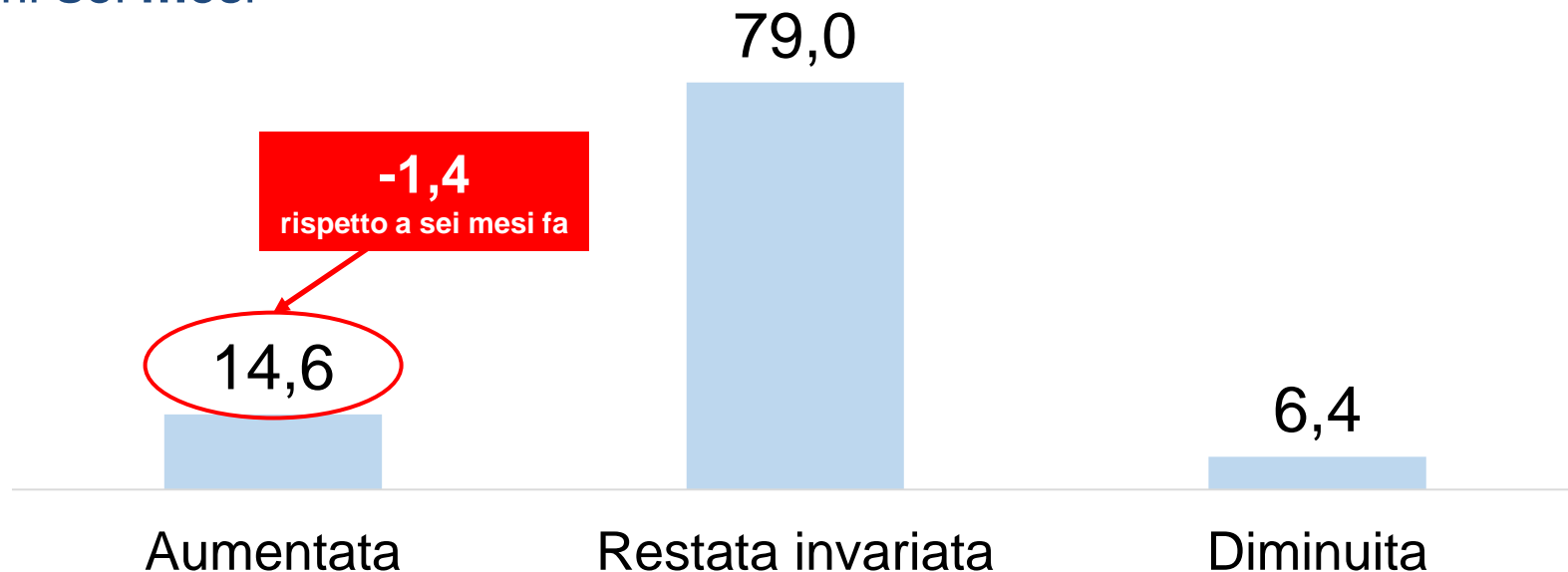


All'aumento dello scontrino medio in valore nei primi sei mesi del 2015, si accompagna un aumento anche del numero di accessi nei punti di vendita.

congiuntura e tendenze | la variazione dei prodotti in offerta... (*congiuntura*)

La percentuale di prodotti venduti in offerta, rispetto a sei mesi fa, è ...?

Ultimi sei mesi



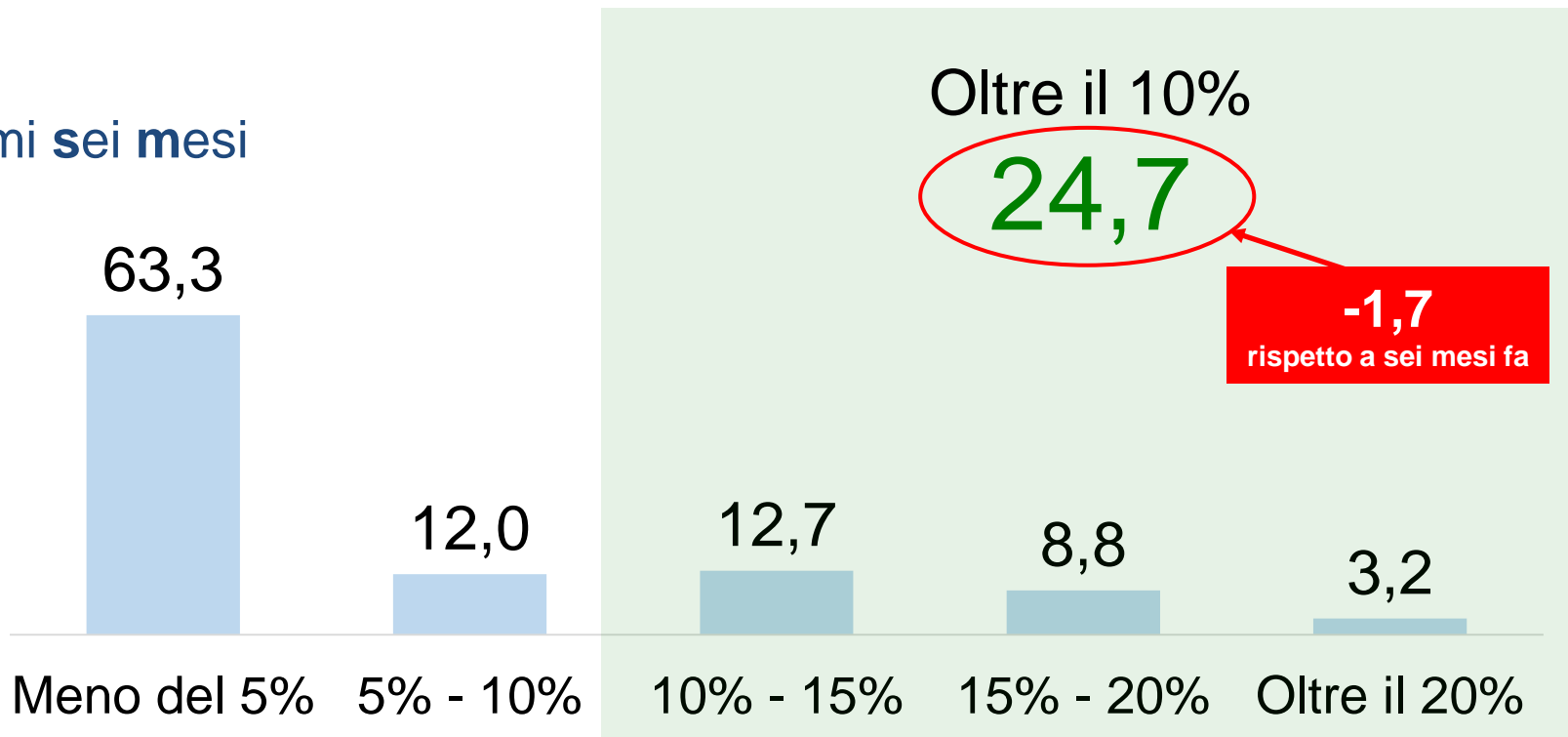
Diminuisce la percentuale di prodotti venduti in offerta nel primo semestre 2015. La quota di dettaglianti che ha segnalato un aumento del fenomeno in oggetto è difatti più bassa di 1,4 punti rispetto a quella rilevata sei mesi fa.

Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

congiuntura e tendenze | gli incassi dovuti ai prodotti in offerta...(congiuntura)

Fatto uguale a 100,0 il totale degli incassi, quanto, in percentuale, è riferibile a **prodotti in offerta ...?**

Ultimi sei mesi



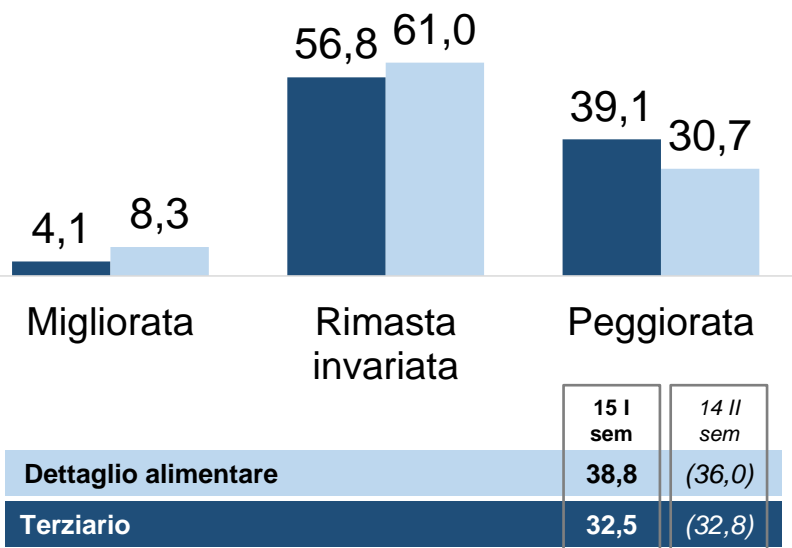
Il decremento dei prodotti venduti in offerta comporta un calo degli incassi riconducibili ai prodotti venduti in offerta.

Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

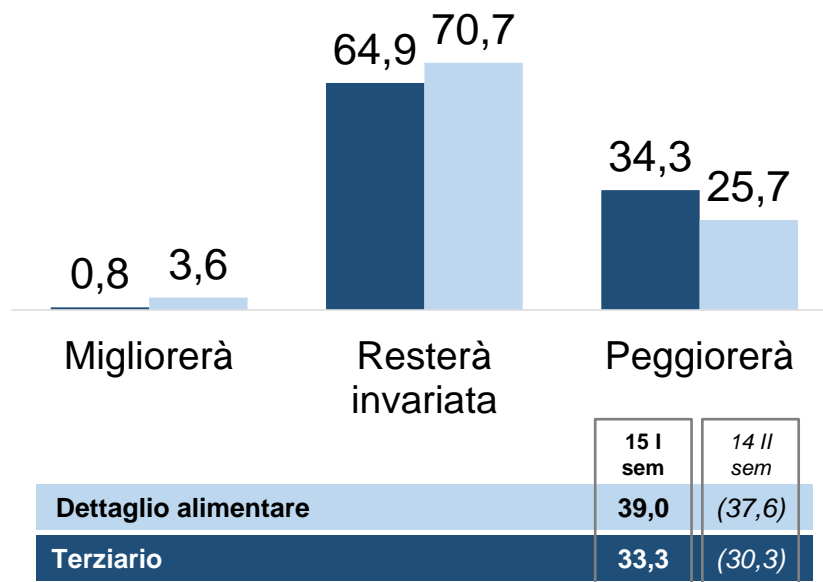
congiuntura e tendenze | la capacità di far fronte al fabbisogno finanziario... (congiuntura)

La capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario** della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità...?

Ultimi sei mesi



Prossimi sei mesi



Migliora la capacità delle imprese del dettaglio alimentare di fare fronte al proprio fabbisogno finanziario nella prima metà del 2015. Il fenomeno sembra destinato a confermarsi anche nel corso del secondo semestre dell'anno.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

agenda

premessa

clima di fiducia

congiuntura e tendenze



osservatorio sul credito

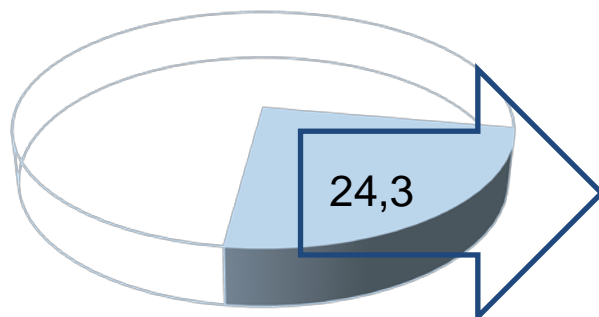
approfondimento

metodo

osservatorio sul credito | il 24% delle imprese del dettaglio alimentare ha fatto richiesta di credito negli ultimi sei mesi ... il 39% si è visto accordare il credito che aveva richiesto...

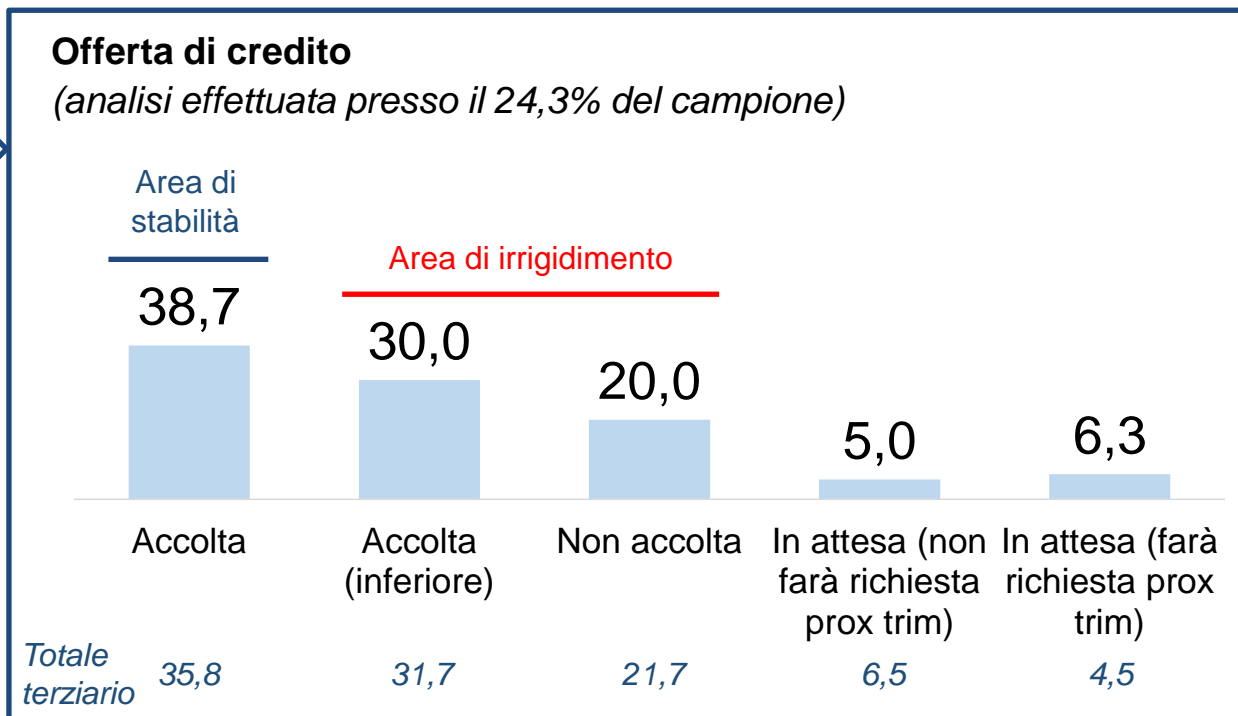
A prescindere dalle motivazioni e dalla forma tecnica, la Sua impresa ha chiesto un fido o un finanziamento, o ha chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente, ad una delle banche con la quale intrattiene rapporti negli ultimi sei mesi?

Domanda di credito



Hanno chiesto credito

Presso la totalità delle imprese del terziario è pari a 19,9



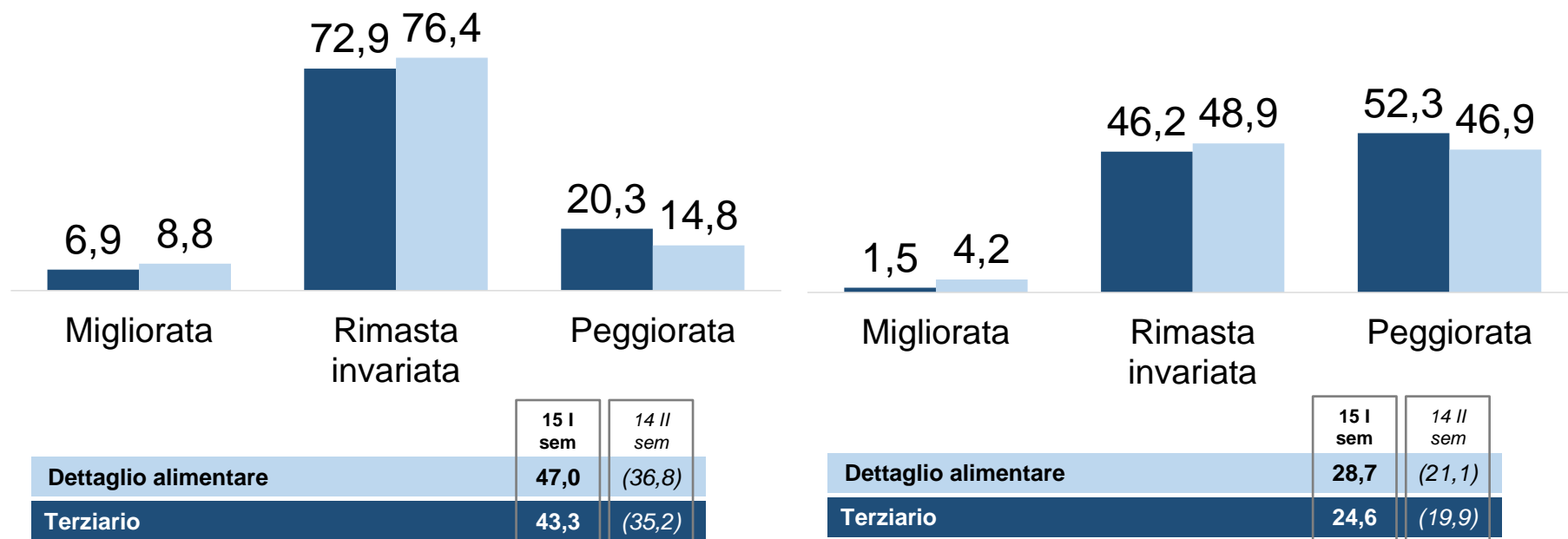
Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. Percentuali ricalcolate facendo =100,0 le imprese che nel semestre considerato hanno chiesto un fido o un finanziamento, o hanno chiesto di rinegoziare un fido o un finanziamento esistente. (**Irrigidimento** = richiesta accolta con ammontare inferiore + richiesta non accolta). I dati sono riportati all'universo.

osservatorio sul credito | andamento dei tassi di interesse e delle «altre condizioni» legate al credito... (congiuntura)

Per quanto concerne l'offerta dei fidi o finanziamenti da parte delle banche ritiene che, nel periodo considerato, la situazione del costo del finanziamento e delle «altre condizioni» sia ...?

Tassi di interesse

Altre condizioni



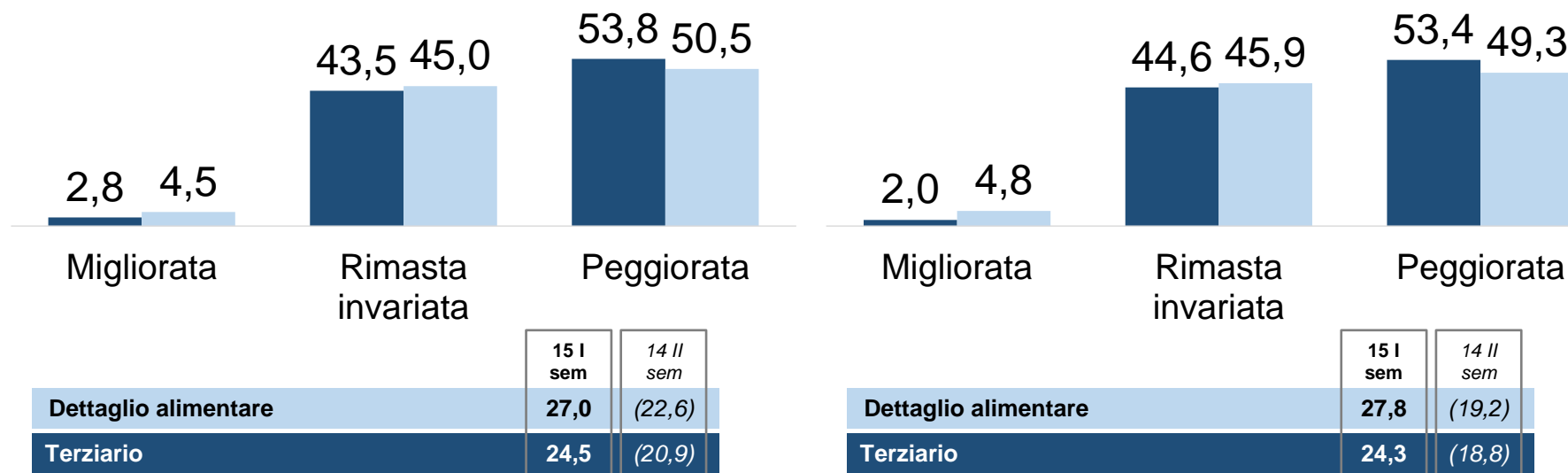
Base campione: Terziario 735 casi, Dettaglio alimentare 611 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o dei finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

osservatorio sul credito | la durata del credito e l'andamento delle garanzie... (congiuntura)

Per quanto concerne l'offerta dei "fidi" da parte delle banche ritiene che, nel periodo considerato, con riferimento alla **durata temporale** del credito e le **garanzie richieste da parte delle banche**, la situazione sia ...?

Durata del credito

Garanzie

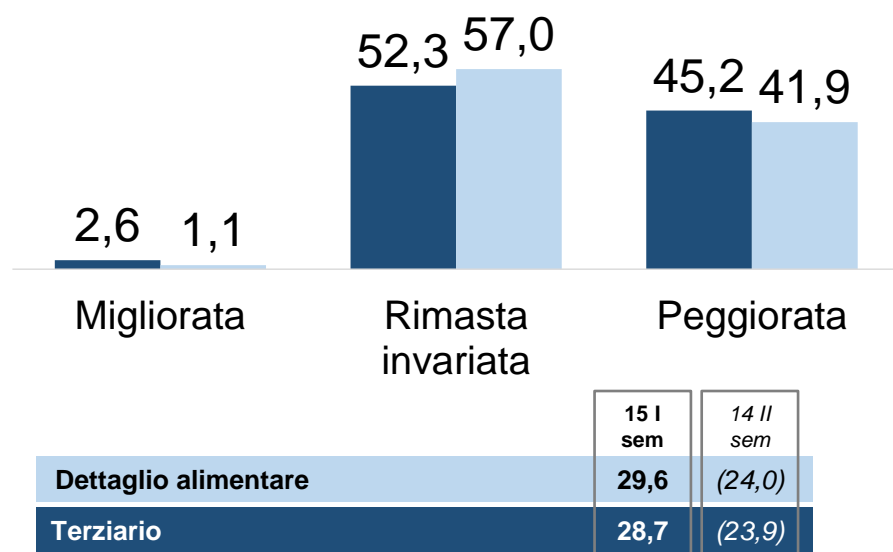


Base campione: Terziario 735 casi, Dettaglio alimentare 611 casi. Esclusivamente le imprese che hanno dei fidi o dei finanziamenti da oltre sei mesi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

osservatorio sul credito | il costo dei servizi bancari... (congiuntura)

Con riferimento al **costo dei servizi bancari**, ritiene che, negli ultimi sei mesi, rispetto al semestre precedente, la situazione sia ...?

Ultimi sei mesi



Nei primi sei mesi del 2015, rispetto al secondo semestre del 2014, l'andamento del costo dei servizi bancari nel loro complesso è giudicato in miglioramento.

Il saldo passa dal 24,0 di sei mesi fa all'attuale 29,6.

Base campione: Terziario 1.536 casi, Dettaglio alimentare 2.000 casi. I valori sono costituiti da percentuali di imprese rispondenti. Saldo = (% migliore) + ((% uguale) / 2). Campo di variazione: tra +100% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di miglioramento) e 0% (nell'ipotesi in cui il totale degli intervistati campione esprimesse un'opinione di peggioramento). **I dati sono riportati all'universo.**

agenda

premessa

clima di fiducia

congiuntura e tendenze

osservatorio sul credito



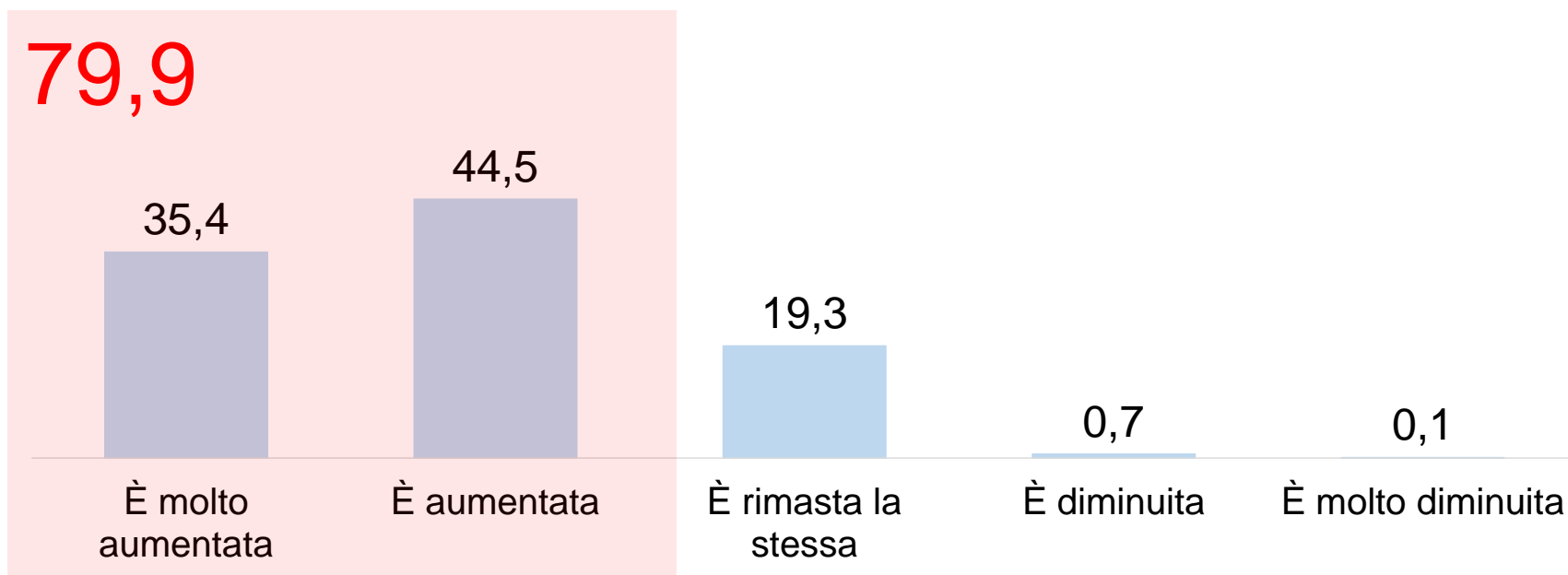
approfondimento

metodo

pressione fiscale | il peso della pressione fiscale per le imprese del dettaglio alimentare..

Negli ultimi due anni (2013-2014) la **pressione fiscale** nel suo complesso, sulla Sua impresa, rispetto ai due anni precedenti è ...?

Ultimi due anni

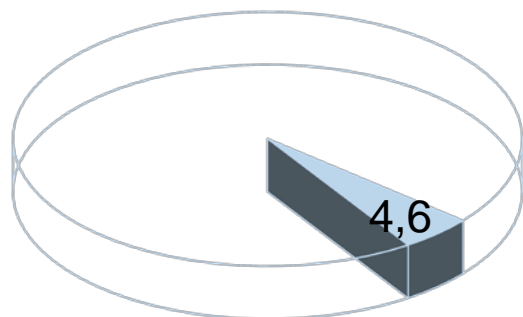


L'80% delle imprese del dettaglio alimentare ritiene che la pressione fiscale sulla propria attività sia aumentata in modo considerevole rispetto ai due anni precedenti.

Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

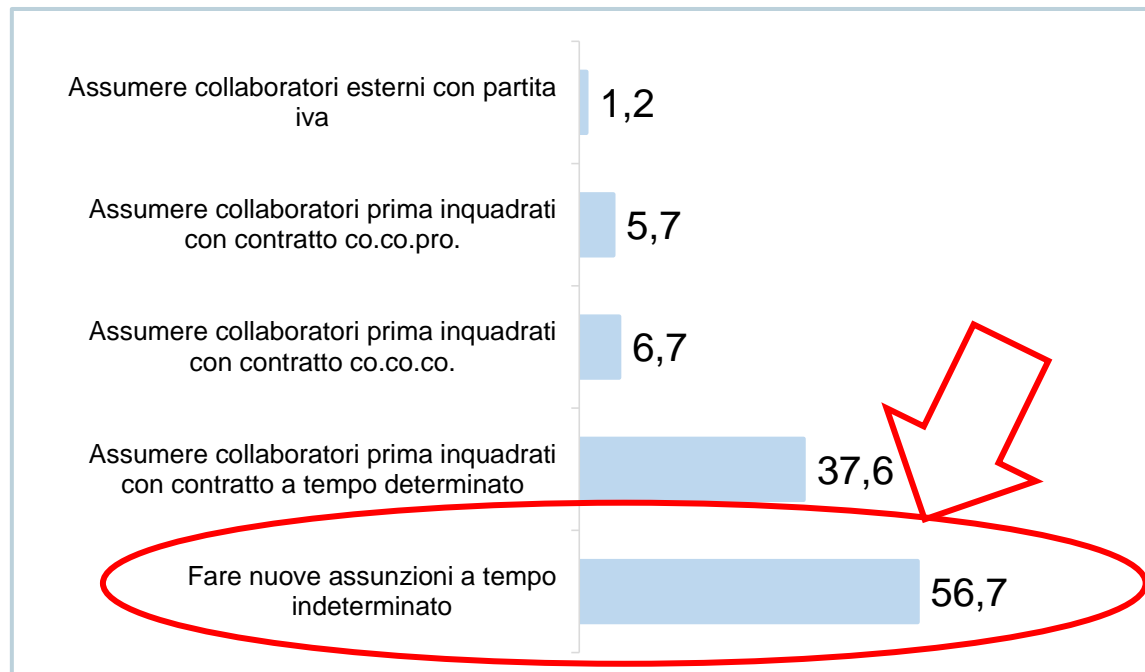
lavoro | il 4,6% delle imprese del dettaglio alimentare ha già utilizzato il «jobs act» e lo ha fatto prevalentemente per assumere nuovo personale a tempo indeterminato...

La Sua impresa ha già utilizzato il Jobs Act per assumere personale a tempo indeterminato?



Hanno utilizzato il Jobs Act

Finalità di utilizzo del Jobs Act
(analisi effettuata esclusivamente presso il 4,6% del campione)

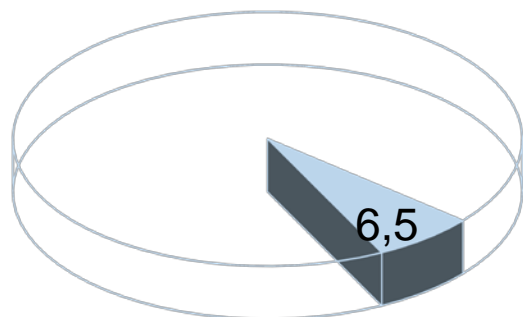


Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

Base campione: Dettaglio alimentare 140 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

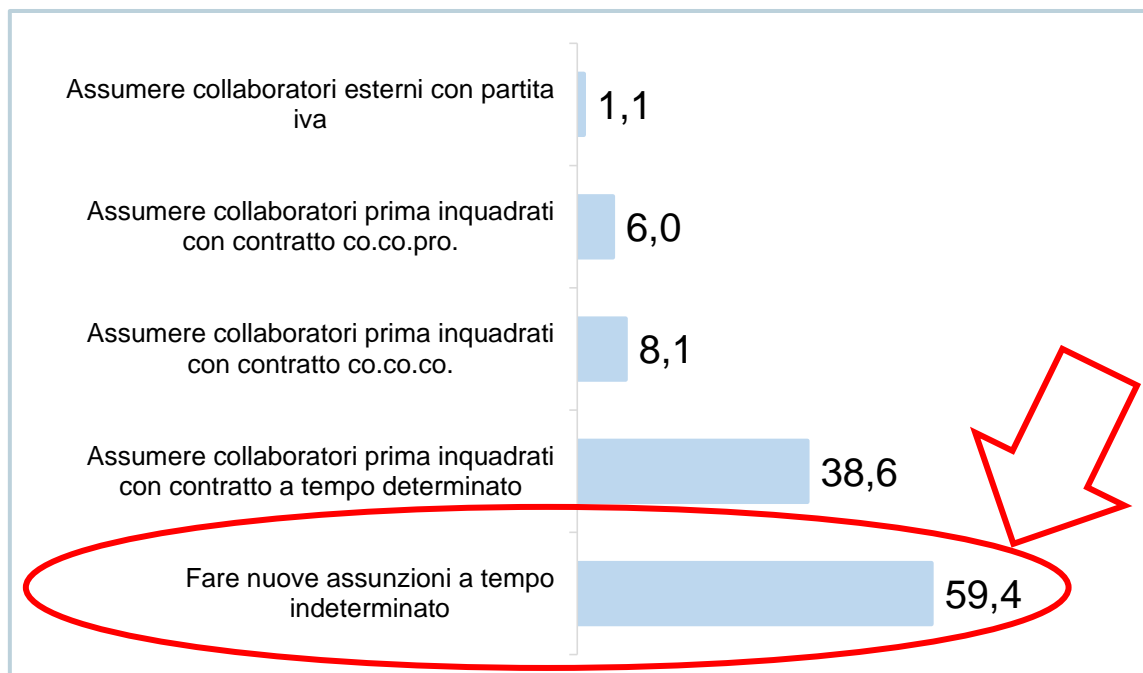
lavoro | in vista del secondo semestre dell'anno, il 6,5% delle imprese del dettaglio alimentare è intenzionato ad approfittare del jobs act...

La Sua impresa è intenzionata ad utilizzare il **Jobs Act** per assumere personale a tempo indeterminato nel prossimo semestre?



Utilizzeranno il Jobs Act

Finalità di utilizzo del Jobs Act
(analisi effettuata esclusivamente presso il 6,5% del campione)



Base campione: Dettaglio alimentare 2.000 casi. I dati sono riportati all'universo.

Base campione: Dettaglio alimentare 140 casi. La somma delle percentuali è diversa da 100,0 perché erano ammesse risposte multiple. I dati sono riportati all'universo.

agenda

premessa

clima di fiducia

congiuntura e tendenze

osservatorio sul credito

approfondimento



metodo

metodo | scheda tecnica della ricerca

COMMITTENTE

Fida – Federazione Italiana Dettaglianti dell’Alimentazione

AUTORE

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

OBIETTIVI DEL LAVORO

Indagine congiunturale sull’andamento economico e sul fabbisogno del credito delle imprese del commercio al dettaglio dell’alimentazione.

DISEGNO DEL CAMPIONE

Campione rappresentativo delle imprese del commercio al dettaglio dell’alimentazione. Domini di studio del campione: dimensione (1 addetto, 2-5 addetti, 6-9 addetti, 10-19 addetti, oltre 19 addetti), settore (alimentari, frutta e verdura, pescherie), area geografica (nord ovest, nord est, centro, sud/isole).

NUMEROSITA’ CAMPIONARIA

n. 2.000 casi (2.000 interviste a buon fine). Anagrafiche “non reperibili”: 401 (14,3%); “Rifiuti”: 394 (14,1%); “Sostituzioni”: 795 (28,4%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,2\%$). Fonte delle anagrafiche: Camere di Commercio.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato.

PERIODO DI EFFETTUAZIONE DELLE INTERVISTE

Dal 1 al 7 luglio 2015.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm (Associazione istituti di ricerca e sondaggi di opinione italiani), e della “Legge sulla Privacy” (D.lgs n. 196/03).

DIRETTORE DELLA RICERCA

Dott. Pierluigi Ascani
Dott. Daniele Serio

metodo | universo rappresentato e struttura del campione

Universo delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione

		1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Nord Ovest	Alimentari	8.257	11.867	1.115	548	245	22.032
	Frutta e verdura	1.485	1.771	89	24	6	3.375
	Pescherie	172	294	25	11	3	505
	Totale	9.914	13.932	1.229	583	254	25.912
Nord Est	Alimentari	4.651	8.036	913	481	250	14.331
	Frutta e verdura	1.010	1.649	103	33	13	2.808
	Pescherie	121	345	43	13	1	523
	Totale	5.782	10.030	1.059	527	264	17.662
Centro	Alimentari	8.221	9.267	1.075	699	300	19.562
	Frutta e verdura	1.870	1.310	67	11	5	3.263
	Pescherie	410	506	45	19	2	982
	Totale	10.501	11.083	1.187	729	307	23.807
Sud e Isole	Alimentari	27.579	16.402	1.750	1.208	503	47.442
	Frutta e verdura	5.880	1.824	63	11	4	7.782
	Pescherie	2.478	1.113	57	16	5	3.669
	Totale	35.937	19.339	1.870	1.235	512	58.893
Totale	Alimentari	48.708	45.572	4.853	2.936	1.298	103.367
	Frutta e verdura	10.245	6.554	322	79	28	17.228
	Pescherie	3.181	2.258	170	59	11	5.679
	Totale	62.134	54.384	5.345	3.074	1.337	126.274

Campione delle imprese del commercio al dettaglio dell'alimentazione

		1	2-5	6-9	10-19	>19	Totale
Nord Ovest	Alimentari	112	173	22	7	6	320
	Frutta e verdura	28	32	0	0	0	60
	Pescherie	10	10	0	0	0	20
	Totale	152	214	19	9	4	400
Nord Est	Alimentari	67	94	22	7	7	197
	Frutta e verdura	21	35	0	0	0	56
	Pescherie	4	12	0	7	0	23
	Totale	152	214	19	9	4	276
Centro	Alimentari	118	142	15	9	7	291
	Frutta e verdura	33	23	0	0	0	56
	Pescherie	21	15	0	0	0	36
	Totale	152	214	19	9	4	383
Sud e Isole	Alimentari	400	238	26	18	0	682
	Frutta e verdura	99	35	0	0	0	134
	Pescherie	88	37	0	0	0	125
	Totale	152	214	19	9	4	941
Totale	Alimentari	697	647	85	41	20	1.490
	Frutta e verdura	181	125	0	0	0	306
	Pescherie	123	74	0	7	0	204
	Totale	1.001	846	85	48	20	2.000

Fonte: I.Stat 2015

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività e può dare luogo a fraintendimenti.

Sono proibite riproduzioni, anche parziali, del contenuto di questo documento, senza la previa autorizzazione scritta di Format Research

2015 © Copyright Format Research Srl – ricerche di mercato

format research s.r.l.
via ugo balzani 77, 00162 roma, italia
tel +39.06.86.32.86.81, fax +39.06.86.38.49.96
info@formatresearch.com
cf, p. iva e reg. imp. roma 04268451004
rea roma 747042, cap. soc. € 10.340,00 i.v.

www.formatresearch.com

Membro: Assirm, Confcommercio, Esomar, SIS

