

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA



CONGIUNTURA DEL COMMERCIO 2° TRIMESTRE 2001



INDAGINE SUL SETTORE COMMERCIALE DELLA PROVINCIA DI BIELLA

A CURA DELL'UFFICIO STUDI

in collaborazione con

ASCOM

ASSOCIAZIONE DEL COMMERCIO TURISMO
E SERVIZI DELLA PROVINCIA DI BIELLA

CONFCOMMERCIO

2° Trimestre 2001 SETTORE COMMERCIALE BIELLESE: PROSEGUE L'ORMAI CRONICA CRISI DELLE VENDITE

A livello nazionale clima di fiducia e domanda interna si segnalano in calo; le vendite del commercio riprendono fiato in giugno dopo due mesi di ribasso.

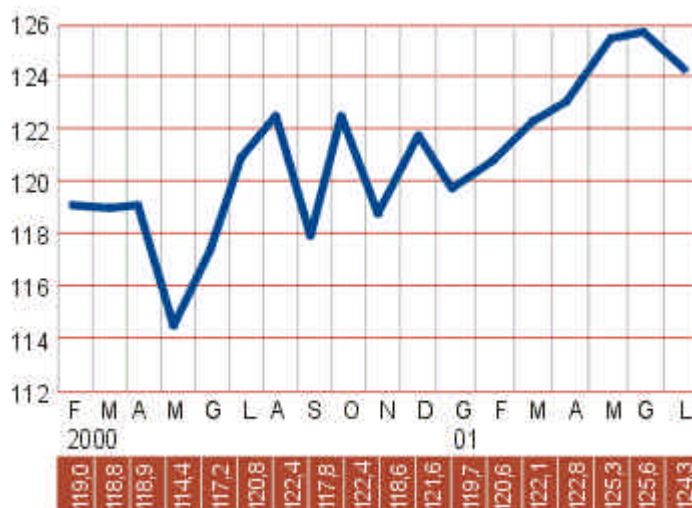
L'indagine campionaria CCIAA-ASCAM registra il sesto trimestre consecutivo dall'esito negativo.

Il contesto italiano ed internazionale

La fase di rallentamento dell'economia mondiale che pare ormai consolidata nel corso degli ultimi mesi comincia a far sentire **pesanti effetti sul clima di fiducia dei consumatori** e dunque sulle decisioni di spesa delle famiglie.

Secondo l'indagine congiunturale condotta mensilmente dall'ISAE, l'indicatore sintetico del clima di fiducia dei consumatori italiani subisce proprio nel mese di luglio un'inversione di tendenza, dopo alcuni mesi caratterizzati da un aumento moderato ma costante (*vedi grafico 1*). La frenata nelle aspettative delle famiglie dipende tanto da una pessimistica valutazione del quadro economico generale, quanto da una percezione negativa della situazione personale, anche a causa dei timori di spinte inflazionistiche per i prossimi dodici mesi.

Grafico 1. Clima di fiducia dei consumatori italiani – anni 2000-2001



FONTE: ISAE – Il sole 24 ore on line

La diminuzione dell'indicatore nel mese di luglio allinea l'Italia alla dinamica negativa degli altri paesi dell'area Euro, seppur con un certo ritardo: secondo l'inchiesta armonizzata condotta dalla

Commissione Europea, il clima di fiducia dei consumatori dei dodici paesi risulta infatti in fase calante già da alcuni mesi. In particolare, Germania e Francia mostrano una situazione negativa fin da inizio anno, mentre Italia e Spagna fanno segnare una frenata solo nel periodo estivo.

Le previsioni del Sole 24 Ore sull'andamento della domanda nazionale per il 2001 (*grafico 2*), già parzialmente confortate dai primi dati di fonte ISTAT sulle vendite del commercio (*grafico 3*), tengono conto necessariamente degli elementi di incertezza e di pessimismo che provengono dal quadro macroeconomico e dalle indicazioni delle famiglie. Rispetto ai soddisfacenti livelli registrati nel 2000, **per il 2001 si prevede un deciso rallentamento della domanda interna**, sia nella componente "consumi delle famiglie" (crescita 2,2%, contro il +2,9% del 2000), sia in quella "investimenti fissi" (incremento previsto: 3%, dimezzato rispetto all'anno precedente).

Tale negativa dinamica si ripercuote naturalmente sulle vendite del settore commerciale, che nel periodo aprile-maggio, secondo i dati di fonte ISTAT, ha visto aumentare il proprio giro d'affari complessivo ad un ritmo decisamente inferiore rispetto ai primi tre mesi dell'anno. Contrariamente a quanto osservato nel recente passato, nei mesi di aprile e maggio **la riduzione del tasso di espansione è apparsa più accentuata per la Grande Distribuzione Organizzata**, scesa di quattro punti percentuali in confronto al periodo gennaio-marzo. Secondo gli ultimi dati diffusi dall'ISTAT proprio nei giorni scorsi, **la situazione appare leggermente migliorata in giugno** (tasso di espansione +2,9% su base annua, con particolare slancio per la GDO, +5%), tanto che il risultato complessivo del secondo trimestre si è risollevato raggiungendo lo stesso livello del primo (+2,3%). In realtà, si tratta di un dato non del tutto incoraggiante che finisce per confermare le incertezze: occorre infatti considerare che, con un'inflazione intorno al 3%, nel corso del secondo trimestre **in termini reali non c'è stata crescita delle vendite**, e che i consumi, sempre poco vivaci, nel mese di giugno sono stati sospinti presumibilmente dai primi arrivi di stranieri per la stagione turistica.

Grafico 2. Dieci anni di domanda

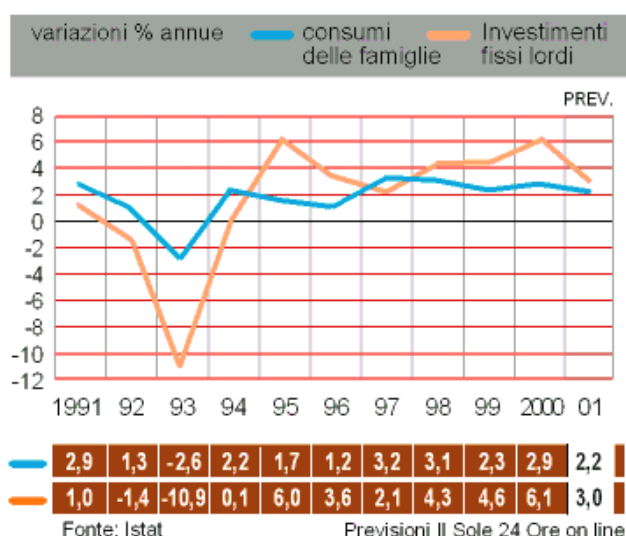
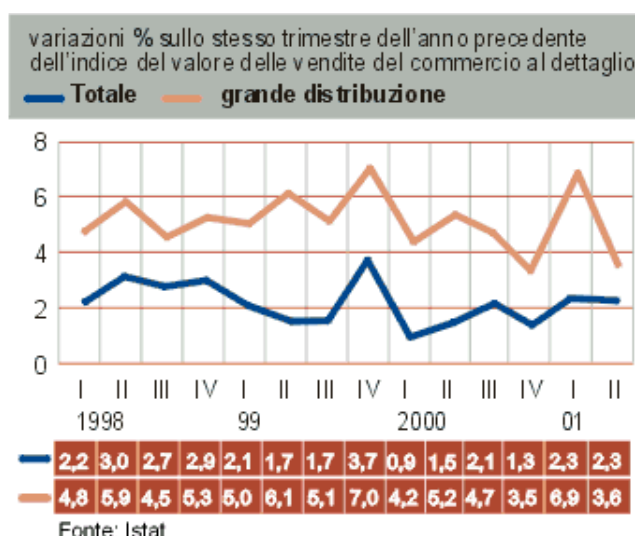


Grafico 3. Vendite del commercio



Il settore commerciale biellese: consistenza delle imprese

Al 30/6/2001 risultano iscritte al Registro Imprese di Biella **2.296 imprese attive** nel commercio al dettaglio, di cui 1.885 in sede fissa, in forte prevalenza (56%) operanti nel settore non alimentare. Nei primi sei mesi del 2001 si è registrata una riduzione di lievissima entità (-11 imprese attive), frutto di un flusso di iscrizioni e cancellazioni pari a circa 35/40 unità per trimestre: un dato che pare confermare la tendenza ad un più marcato turn-over in conseguenza della liberalizzazione del settore (*vedi tabella 1*).

La situazione appare leggermente più bloccata per la GDO: in attesa di conoscere dal Ministero delle Attività Produttive i dati riepilogativi sulla consistenza della rete distributiva al 1° gennaio 2001, si registra infatti la protesta dei gruppi distributivi per la mancata individuazione da parte di molti enti locali degli strumenti urbanistici necessari per dare corso alla riforma.

Anche ai fini del confronto con il campione dell'indagine congiunturale, è utile ricordare che al 1° gennaio 2000 in provincia di Biella esistevano 2 ipermercati, 25 supermercati ed un esercizio classificato come "grande magazzino", per una superficie di vendita complessiva ascrivibile alla grande distribuzione pari a oltre 40.000 m² (dati di fonte Ministero delle Attività Produttive).

Nel campione dell'indagine congiunturale sono state inserite alcune aziende dei settori:

- ingrosso ed intermediazione (che conta in provincia 1.548 imprese attive)
- somministrazione, comprendente alberghi, ristoranti e bar (689 imprese attive).

Tabella 1. Consistenza delle imprese del settore commerciale (30/6/2001 e 31/12/2000)

	Numero imprese	
	30/06/01	31/12/00
Dettaglio - settore alimentare	560	571
Dettaglio - settore non alimentare*	1.295	1.292
Altre forme (ambulanti, vendita per corrispondenza ecc.)	441	444
TOTALE DETTAGLIO	2.296	2.307
Ingrosso ed intermediari	1.548	1.555
Somministrazione**	689	679
TOTALE	4.533	4.541

* Compresa vendita di autoveicoli e carburante

** Alberghi, ristoranti e bar

FONTE: *Stock view* - INFOCAMERE

I principali risultati dell'indagine congiunturale

Rispetto al quadro nazionale sopra delineato, positivo per i primi mesi del 2001 ed in fase di deterioramento solo a partire dal 2° trimestre 2001, **il settore commerciale biellese segnala una condizione di difficoltà consolidata nel tempo**, e pare non aver beneficiato della positiva fase congiunturale vissuta nel 2000.

Le risposte fornite dal campione di circa **novanta imprese** contattate da Camera di Commercio ed ASCOM (per la distribuzione settoriale del campione si rimanda al *grafico 4*) confermano per il sesto trimestre consecutivo **un quadro negativo** (*vedi tabella 2*): il commercio al dettaglio presenta un saldo ottimisti-pessimisti pari a -30% (il peggiore risultato tra le otto province piemontesi, secondo i dati provvisori Unioncamere Piemonte), solo parzialmente mitigato dal soddisfacente +47% registrato tra gli operatori della ristorazione e delle strutture ricettive. Per il secondo trimestre consecutivo risulta scarso il contributo di grossisti ed intermediari (saldo ottimisti-pessimisti -9%).

Tra i dettaglianti emerge con evidenza un andamento a doppia velocità (*grafico 5*): **il settore non alimentare conferma di attraversare una profonda crisi** (diminuzione del giro d'affari per oltre tre quarti degli intervistati), mentre **tra gli alimentaristi prevalgono leggermente le segnalazioni di crescita** (52% contro 48%). Quest'ultimo dato assume particolare rilievo in virtù di due considerazioni:

1. le anticipazioni fornite lo scorso mese di aprile erano assolutamente negative per una folta maggioranza (62%) dei commercianti del settore alimentare, e non sono dunque state confermate a consuntivo;
2. le macellerie (abbastanza numerose nel campione) continuano a segnalare forti difficoltà: ne consegue che dalle altre tipologie di esercizi (panificatori e negozi alimentari non specializzati) sono pervenute indicazioni di segno positivo.

Dall'analisi delle previsioni formulate dal campione non si intravedono i presupposti per un'inversione di tendenza nel breve periodo (*tabella 3 – grafico 6*): il settore non alimentare conferma anche per l'immediato futuro la tendenza negativa del secondo trimestre (contrazione delle vendite per il 74% degli intervistati), ed anche tra gli alimentaristi prevalgono lievi aspettative pessimistiche, facendo cambiare segno (-4%) al saldo ottimisti-pessimisti rilevato a consuntivo.

Gli altri due comparti presentano aspettative più moderate: **tra gli intermediari prevale l'ottimismo** (previsioni di crescita per il 55% degli intervistati), mentre albergatori, ristoratori e gestori di attività di intrattenimento esprimono **qualche perplessità sull'esito della stagione turistica**, che si preannuncia deludente per il 54% degli operatori interpellati.

Il consueto **approfondimento settoriale** su vendite dello scorso trimestre e previsioni per il prossimo consente di evidenziare aspetti di interesse relativi a tre categorie merceologiche (*tabella 4*):

1. per la prima volta dopo lo shock mucca-pazza, le **macellerie** lasciano presagire una crescita del volume d'affari: nonostante la prestazione negativa del 2° trimestre (saldo ottimisti-pessimisti -

45%), per il periodo giugno-settembre gli operatori si dimostrano fiduciosi, auspicando nel 55% dei casi un aumento delle vendite;

2. i negozi di **abbigliamento** segnalano nel 100% dei casi una diminuzione del giro d'affari rispetto all'anno precedente: una situazione di profondo disagio che si rinviene anche nelle previsioni negative (71% degli intervistati) formulate per i mesi estivi, che comprendono fra l'altro il periodo dei saldi di fine stagione;

3. La **GDO** biellese, in parziale contrasto con quanto rilevato a livello nazionale, conferma una prevalenza di segnalazioni positive a consuntivo ed accentua i toni ottimistici in sede previsionale (saldo ottimisti-pessimisti +60%).

L'**andamento dei prezzi di vendita** praticati dalle imprese del campione (*grafico 7*) evidenzia anche per il 2° trimestre 2001 le abituali differenze tra commercio e somministrazione: **l'aumento dei listini negli ultimi dodici mesi ha infatti riguardato la quasi totalità dei dettaglianti** (86% degli intervistati), mentre tra ristoratori ed albergatori è consistente la quota di coloro che hanno confermato o addirittura diminuito i prezzi dell'anno precedente (44%).

Una dinamica inflazionistica accentuata tra i commercianti biellesi non desta comunque particolare sorpresa, viste anche le prime indicazioni provenienti dalla rilevazione dell'indice dei prezzi al consumo ISTAT (calcolato anche per Biella a partire dal mese di gennaio 2001). Nei primi sei mesi del 2001 (giugno su gennaio) **l'indice FOI** (per famiglie di operai ed impiegati) è cresciuto a Biella dell'1,7%, un tasso molto elevato sia rispetto agli standard regionali (in Piemonte, solo ad Alessandria si è avuta un'inflazione superiore) sia soprattutto alla media nazionale (+1,2%).

**Grafico 4. Indagine congiunturale CCIAA-ASCOM, 2° trimestre 2001:
distribuzione settoriale del campione**

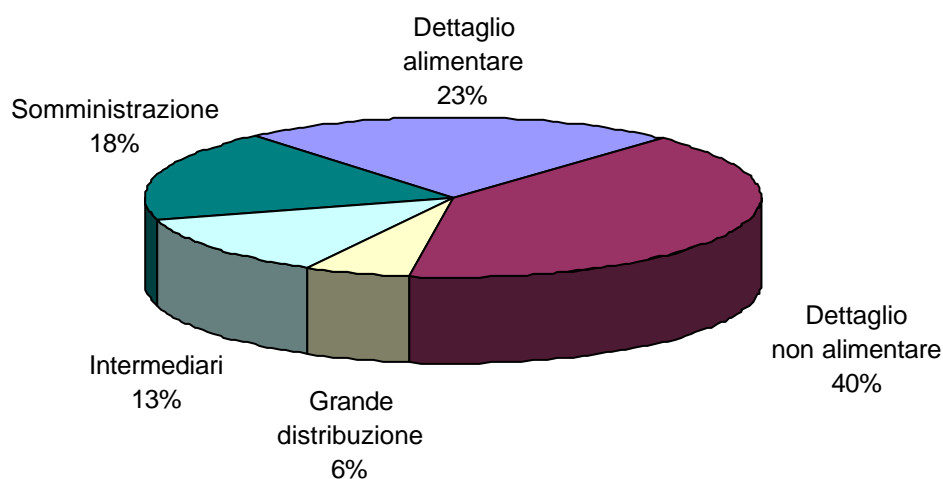


Tabella 2. Andamento delle vendite nel 2° trimestre del 2001 (rispetto al 2° trimestre 2000)

Settore	Andamento				
	Lieve aumento	Aumento	Lieve diminuzione	Diminuzione	SALDO
Commercio al dettaglio	32%	3%	37%	28%	-30%
<i>Alimentare</i>	52%	0%	35%	13%	+4%
<i>Non alimentare</i>	19%	5%	38%	38%	-51%
Intermediari	45%	0%	36%	18%	-9%
Somministrazione	67%	7%	27%	0%	+47%
Totale complessivo	40%	3%	35%	22%	-14%

Grafico 5. Commercio al dettaglio: andamento delle vendite nel 2° trimestre 2001

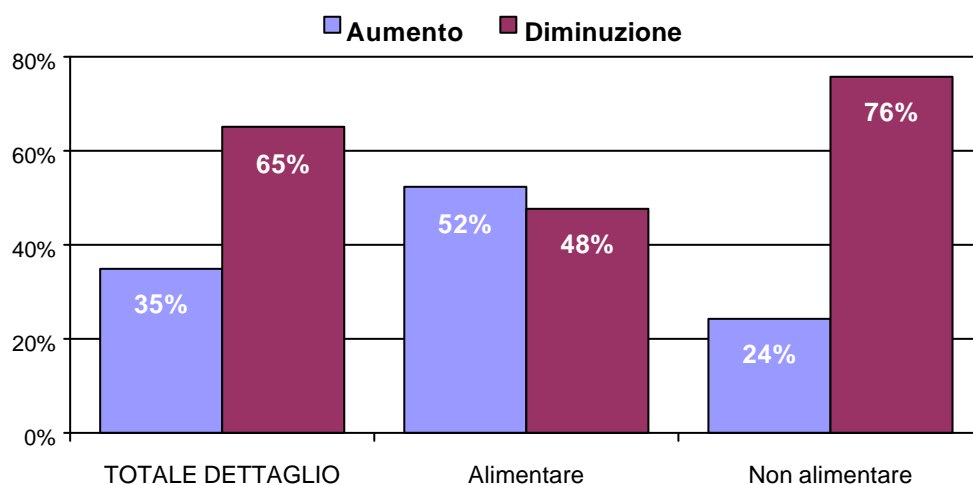


Tabella 3. Previsioni di vendita per il prossimo trimestre (rispetto al trimestre in corso)

Settore	Andamento				
	Lieve aumento	Aumento	Lieve diminuzione	Diminuzione	SALDO
Commercio al dettaglio	34%	0%	43%	22%	-31%
<i>Alimentare</i>	48%	0%	43%	9%	-4%
<i>Non alimentare</i>	26%	0%	43%	31%	-49%
Intermediari	55%	0%	27%	18%	+9%
Somministrazione	47%	0%	47%	7%	-7%
Totale complessivo	39%	0%	42%	19%	-21%

Grafico 6. Commercio al dettaglio: previsioni di vendita per il prossimo trimestre

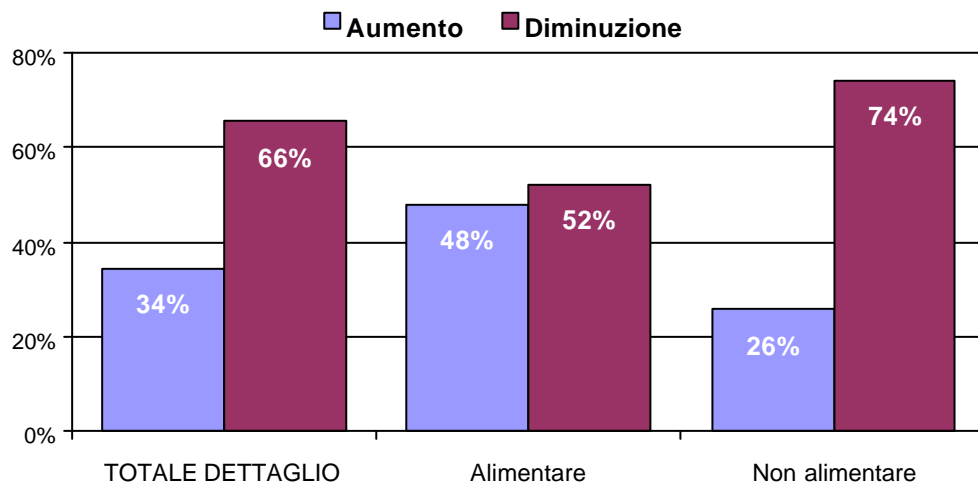


Tabella 4. Dinamiche settoriali – 2° trimestre 2001

Settore	VENDITE			PREVISIONI		
	Aumento	Diminuzione	SALDO	Aumento	Diminuzione	SALDO
MACELLERIE	27%	73%	-45%	55%	45%	9%
ABBIGLIAMENTO	0%	100%	-100%	29%	71%	-43%
GDO	60%	40%	+20%	80%	20%	+60%

Grafico 7. Andamento dei prezzi - 2° trimestre 2001

