

**COMMERCIO**

**Indagine congiunturale**



*In collaborazione con*

**ASCOM**

ASSOCIAZIONE DEL COMMERCIO TURISMO  
E SERVIZI DELLA PROVINCIA DI BIELLA

CONFCOMMERCIO

**CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA**



***Provincia di Biella***

***3° trimestre 2000***

*A cura dell'Ufficio Studi  
della CCIAA di Biella*

## Consistenza delle imprese commerciali

	Imprese attive 30/9/2000	Imprese attive 30/6/2000	Imprese attive 31/3/2000
Commercio, manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburante per autotrazione	622	620	616
Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi	1.546	1.544	1.537
Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli; riparazione di beni personali e per la casa	2.195	2.172	2.170
<i>Commercio al dettaglio</i>	<i>2.050</i>	<i>2.028</i>	<i>2.025</i>
<i>Riparazione di beni personali</i>	<i>145</i>	<i>144</i>	<i>145</i>
<b>Totale settore commercio</b>	<b>4.363</b>	<b>4.336</b>	<b>4.323</b>
<b>Somministrazione</b>	<b>674</b>	<b>672</b>	<b>672</b>

Fonte: Infocamere - Stock view

## Commercio al dettaglio

### iscrizioni e cancellazioni – gennaio/settembre 2000

	Iscrizioni gen-set 2000	Cancellazioni gen-set 2000	Saldo gen-set 2000
Sedi	79	96	-17
Unità locali	57	30	+27
<b>Totale commercio al dettaglio</b>	<b>136</b>	<b>126</b>	<b>+10</b>

Fonte: Minindustria

Commercio – Indagine congiunturale 3° trimestre 2000

Al 30/9/2000 in Provincia di Biella risultano attive 4.363 imprese del settore commerciale, circa 30 in più rispetto a tre mesi prima e 40 in più rispetto a marzo 2000.

Si conferma dunque anche nel terzo trimestre dell'anno la tendenza alla crescita del settore dopo un lungo periodo di flessione pressoché costante.

La quota maggiore dello stock di imprese del settore è rappresentata dagli esercizi al dettaglio (51%), cresciuti di 25 unità nell'ultimo semestre: finalmente si cominciano a sentire gli effetti della liberalizzazione introdotta dal cosiddetto decreto Bersani.

Alle imprese commerciali sono state aggiunte per l'indagine congiunturale anche il settore della ristorazione e gli alberghi (raggruppati per brevità sotto la voce "Somministrazione"), che contano in provincia di Biella 674 imprese attive al 30/9/2000.

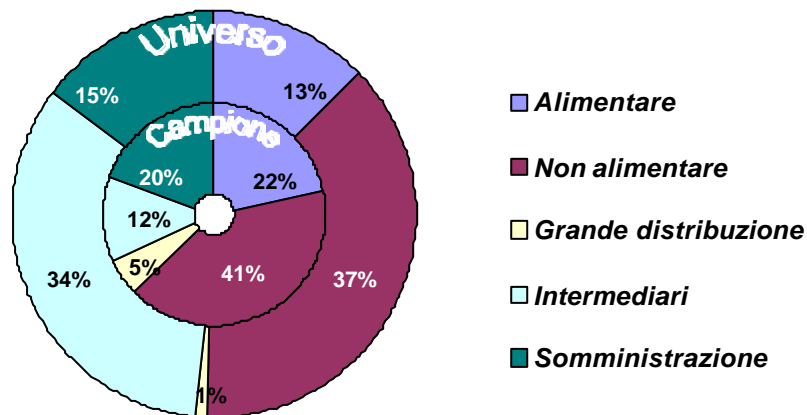
I dati rielaborati dal Minindustria con riferimento alle unità locali (e, dunque, ai punti vendita aperti e chiusi in provincia) confermano l'avvio di un trend positivo nell'anno 2000, con un saldo iscrizioni-cancellazioni di +10 nei primi nove mesi dell'anno: rimangono peraltro le preoccupazioni sulla localizzazione dei nuovi negozi e sul rischio di desertificazione commerciale delle zone marginali della provincia.

Indagine congiunturale – 3° trimestre 2000

## Distribuzione del campione

	CAMPIONE	UNIVERSO
Dettaglio - settore alimentare	22%	13%
Dettaglio - settore non alimentare	41%	38%
Grande distribuzione	5%	1%
Intermediari	12%	34%
Somministrazione	20%	15%

## Distribuzione del campione in rapporto all'universo di rilevazione



A partire dal terzo trimestre del 2000, grazie alla fattiva collaborazione tra Camera di Commercio ed ASCOM Biella è stato possibile ampliare e migliorare il campione dell'indagine congiunturale, portandolo alla soglia di circa 100 aziende interpellate.

La distribuzione settoriale riportata a fianco testimonia della sostanziale rispondenza del campione selezionato alla composizione dell'universo di riferimento come risultante dagli archivi camerale.

Sono nel complesso lievemente sovrastimati il commercio al dettaglio (sia alimentare che non alimentare) a discapito del commercio all'ingrosso ed intermediari, e la somministrazione (comprensiva come detto delle strutture ricettive), mentre la grande distribuzione è presente con ben cinque imprese su un totale di venticinque esercizi circa esistenti in provincia.

Un'ultima notazione metodologica riguarda la struttura del nuovo questionario adottato per l'intervista alle aziende: per meglio cogliere le percezioni degli imprenditori è stata infatti eliminata l'opzione "stazionario" riferita al volume delle vendite ed alle previsioni, ottenendo così un saldo ottimisti-pessimisti maggiormente significativo. Occorre peraltro segnalare che alcune aziende hanno in certi casi aggiunto delle note al questionario indicando espressamente vendite o previsioni stazionarie rispetto al periodo di riferimento.

Indagine congiunturale – 3° trimestre 2000

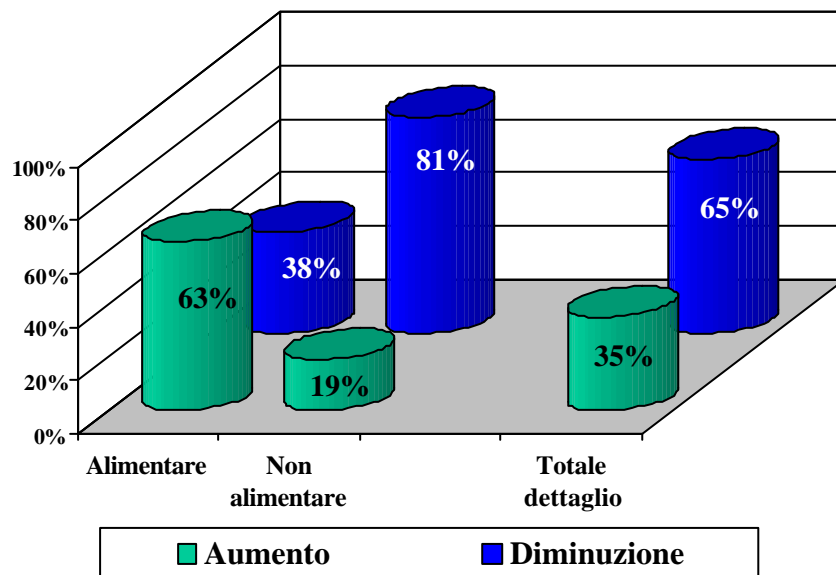
**Andamento delle vendite**

Settore	Andamento			
	Lieve aumento	Aumento	Lieve diminuzione	Diminuzione

Commercio al dettaglio	35%	0%	42%	23%
Alimentare	63%	0%	33%	4%
Non alimentare	19%	0%	48%	33%

Intermediari	42%	17%	33%	8%
Somministrazione	42%	16%	21%	21%

Totale complessivo	37%	5%	37%	21%
--------------------	-----	----	-----	-----



L'andamento delle vendite rilevato nel terzo trimestre 2000 presso il campione di aziende commerciali intervistato risulta nel complesso negativo, risultato di performances settoriali peraltro profondamente diverse: ad un settore alimentare decisamente in salute si contrappone infatti la prestazione assolutamente negativa del settore non alimentare, che nell'81% dei casi ha segnalato un volume delle vendite in diminuzione rispetto ai livelli raggiunti nel 1999.

Questo dato è tanto più negativo in considerazione delle forti aspettative che gli operatori nutrivano proprio per il periodo dei saldi estivi, con i quali molti speravano di risollevare la propria situazione dopo le difficoltà causate dalla perdurante stagnazione della domanda.

Dalle aziende della grande distribuzione inserite nel campione giungono indicazioni non univoche, con divisione pressoché perfetta tra segnalazioni in aumento ed in diminuzione.

Più roseo il quadro per quanto riguarda gli intermediari (che comprendono nel campione agenti di commercio, agenzie immobiliari, agenzie di viaggio) e per alberghi e ristoranti.

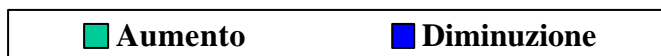
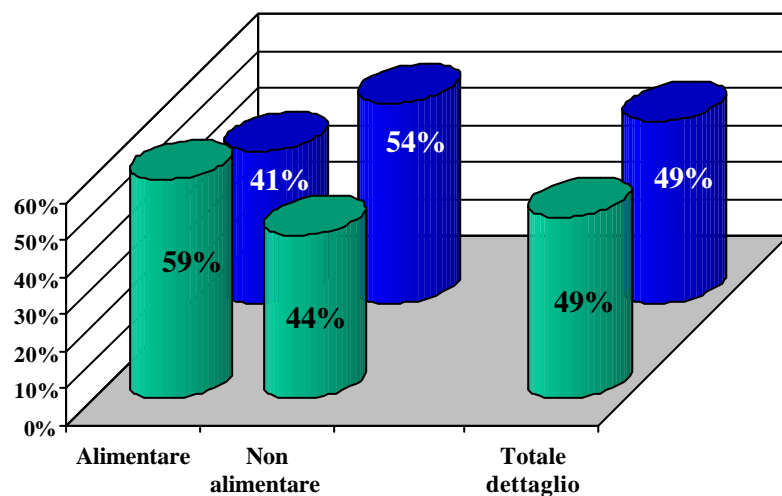
Indagine congiunturale – 3° trimestre 2000  
**Previsioni per il prossimo trimestre**

Settore	Andamento				
	Lieve aumento	Aumento	Stazionarie	Lieve diminuzione	Diminuzione

<b>Commercio al dettaglio</b>	<b>43%</b>	<b>6%</b>	<b>2%</b>	<b>33%</b>	<b>16%</b>
Alimentare	55%	5%	0%	32%	9%
Non alimentare	37%	7%	2%	34%	20%

<b>Intermediari</b>	<b>42%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>25%</b>	<b>17%</b>
<b>Somministrazione</b>	<b>44%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>	<b>22%</b>	<b>0%</b>

<b>Totale complessivo</b>	<b>43%</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>	<b>30%</b>	<b>13%</b>
---------------------------	------------	------------	-----------	------------	------------



Il quadro previsionale tratteggiato dalle imprese del campione è nel complesso tutt'altro che ottimistico.

Se si escludono le imprese di somministrazione / ricettive, che confidano probabilmente sugli effetti positivi del periodo natalizio, l'aspettativa degli operatori per il prossimo trimestre non è incoraggiante.

Esaminando il commercio al dettaglio nel suo complesso, senza disaggregazioni settoriali, si nota che ottimisti e pessimisti si equivalgono perfettamente, a conferma di una aspettativa, largamente condivisa, di diffusa stagnazione delle vendite.

Le aziende del settore alimentare denotano un maggiore ottimismo, derivante dalle buone performances degli ultimi tre mesi: il saldo positivo ottimisti-pessimisti non supera comunque il 20%.

Ribadiscono invece il periodo di crescente difficoltà le imprese del settore non alimentare: il quadro previsionale è comunque più confortante della situazione rilevata a consuntivo, visto che il saldo negativo ottimisti-pessimisti si attesta intorno al 10% circa del campione intervistato.

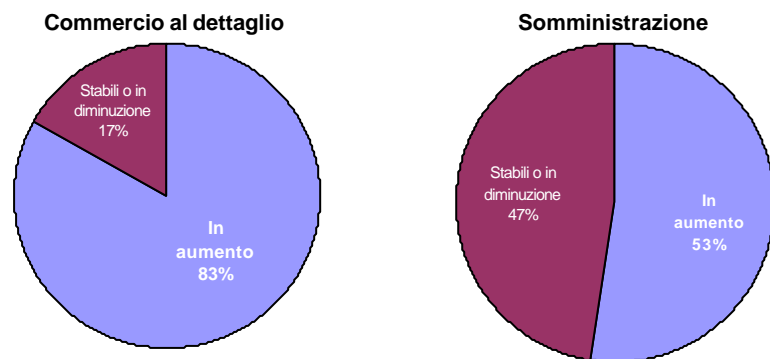
Indagine congiunturale – 3° trimestre 2000

## Dinamiche settoriali

Settore	VENDITE		PREVISIONI	
	Aumento	Diminuzione	Aumento	Diminuzione
MACELLERIE	64%	36%	78%	22%
GRANDE DISTRIBUZIONE	60%	40%	40%	60%
ABBIGLIAMENTO	13%	88%	38%	50%
MOBILIERI	17%	83%	67%	33%
ALBERGATORI	71%	29%	29%	57%
PIZZAIOLI	33%	67%	67%	0%
RISTORATORI	80%	20%	100%	0%

---

## Andamento dei prezzi



Gli ultimi due approfondimenti riguardano la dinamica registrata nei settori maggiormente rappresentati nel campione e, argomento di forte attualità in un momento di decisa accelerazione dell’inflazione, l’andamento dei prezzi di vendita praticati dalle aziende commerciali.

I dati disaggregati riportati nella tabella a fianco mostrano con evidenza la diversa reazione dei vari settori alle fluttuazioni della domanda:

- le macellerie incrementano il proprio volume di vendite e prevedono in gran parte ulteriori aumenti per il periodo a venire (si fa notare che queste previsioni sono state formulate prima degli ultimi sviluppi della questione “mucca pazza”);
- la grande distribuzione pare attraversare un momento interlocutorio, forse anche a causa delle manovre aziendali e della crescente concorrenza all’interno del settore;
- nel settore non alimentare, i comparti più rappresentati (abbigliamento e mobiliari) denotano profonde difficoltà, alle quali fa da contraltare una previsione più rosea per l’immediato futuro;
- le aziende della ristorazione vivono nel complesso una fase di crescita, mentre gli albergatori nutrono perplessità sul buon esito della stagione invernale.

Per quanto riguarda i prezzi, si può notare come l’aumento dei listini sia un fenomeno molto più diffuso tra i dettaglianti che tra gli esercizi di somministrazione.