

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA



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

3° Trimestre 2002

Il commercio al dettaglio non riesce ad intravedere la ripresa

Fiducia delle famiglie in costante deterioramento e spese di investimento in picchiata non lasciano spazio a prospettive concrete di recupero nel breve periodo

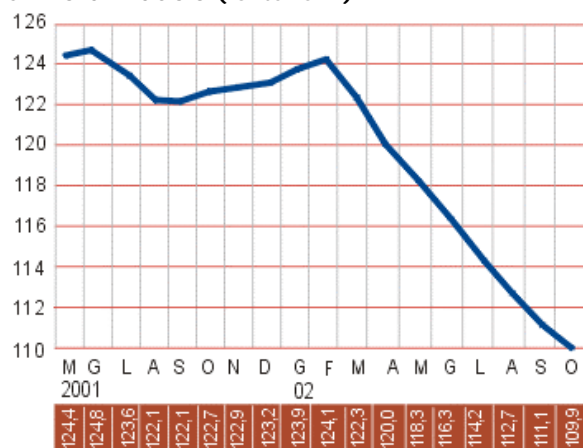
Il commercio biellese inanella l'undicesimo trimestre consecutivo con saldo negativo

Il contesto italiano ed internazionale

Incertezza internazionale, timori inflazionistici e distruzione di ricchezza per effetto dei cali borsistici: ecco i tre elementi che stanno pesantemente condizionando la fiducia delle famiglie ed il livello dei consumi nei primi nove mesi del 2002.

La curva dell'indicatore ISAE presenta un andamento costantemente decrescente da ormai otto mesi. Come informano i ricercatori di Piazza Indipendenza, i consumatori nutrono perplessità sia sul quadro economico generale, con particolare preoccupazione per il mercato del lavoro, sia sulla situazione personale (soprattutto per via di una forte percezione di crescita dei prezzi); l'unico elemento di ottimismo è una aspettativa positiva per quanto concerne l'intenzione di spesa futura per beni durevoli e per l'abitazione.

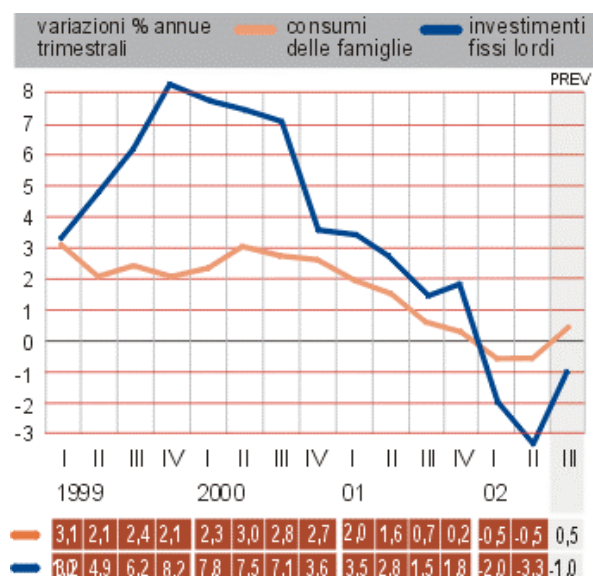
Clima di fiducia (fonte ISAE)



N.B.: serie destagionalizzata depurata da fattori erratici

Se questa previsione si concretizzasse nei prossimi mesi, si tratterebbe di una radicale inversione di tendenza, dato che negli ultimi mesi alla domanda interna è venuta a mancare soprattutto la componente derivante dagli investimenti (in calo rispetto all'anno scorso per tutti i tre trimestri del 2002)

Domanda interna (fonte ISTAT)

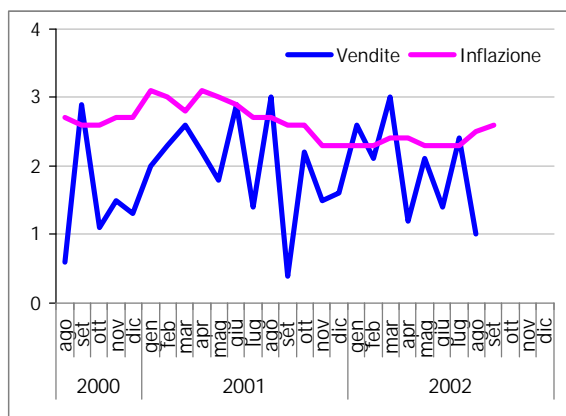


Non può certo stupire in un quadro complessivo di questo tipo la condizione di costante difficoltà nella quale versano le imprese del settore commerciale italiano.

Il grafico proposto qui sotto riportante la serie delle variazioni tendenziali annue dell'indice ISTAT è assolutamente emblematico al riguardo: nel periodo considerato (gli ultimi due anni) la curva delle variazioni del valore corrente delle vendite staziona regolarmente al di sotto della linea dell'inflazione (il che comporta in termini reali una

contrazione del giro di affari). In sole cinque occasioni l'aumento dell'indice delle vendite è stato superiore a quello dei prezzi, ma con margini talmente esigui da non garantire alcuna compensazione. La rilevazione ISTAT evidenzia inoltre il consueto gap di crescita (circa due punti percentuali) a favore della GDO rispetto alle forme di commercio tradizionali.

Indice delle vendite (fonte ISTAT)



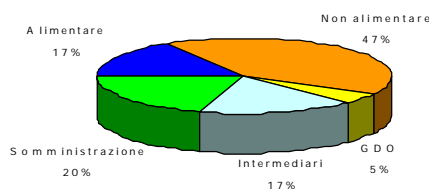
N.B.: variazioni tendenziali annue

I principali risultati dell'indagine congiunturale in provincia di Biella

Per l'undicesimo trimestre consecutivo ci troviamo a commentare una performance negativa del settore commerciale biellese.

La rilevazione congiunturale condotta sul consolidato campione di circa 120 imprese ha nuovamente evidenziato un saldo tra risposte in aumento e risposte in diminuzione sensibilmente

Distribuzione del campione



negativo (-40%), confermando in sostanza il risultato dei tre mesi precedenti. Leggermente diversa la situazione settoriale: nel periodo aprile giugno si erano mostrati in particolare difficoltà gli intermediari, che ora limitano il saldo ad un -26%, mentre nei mesi estivi fanno registrare un peggioramento ristoratori ed albergatori (saldo -45%); stabile su livelli sempre preoccupanti il saldo negativo del commercio al dettaglio (-42%). Si mantiene anche negli ultimi tre mesi la forbice tra settore alimentare (saldo -10%) e settore non alimentare (saldo -57%): secondo logica, le famiglie, nei momenti di bassa fiducia, tendono ad intervenire sulle scelte di consumo più facilmente comprimibili o rimandabili. Anche dal lato della tipologia degli esercizi si rilevano profonde differenze, in quanto la GDO mantiene una performance (+20%) ben superiore a quella degli esercizi di vicinato (-48%; va peraltro considerata la diversa numerosità del campione). Le prospettive per gli ultimi tre mesi del 2002 restano fortemente negative (saldo complessivo -36%): anche in questo caso le uniche note positive provengono dal dettaglio alimentare (+5%) ed in generale dalla grande distribuzione (+60%). Note negative dal settore della somministrazione, nonostante il periodo natalizio. Il consueto approfondimento settoriale consente di evidenziare il disagio di due tra i settori portanti del dettaglio tradizionale: negozi di abbigliamento (-72%) e macellerie (-25%) vedono una prevalenza di segnalazioni negative sia nel consuntivo del periodo estivo, sia nelle previsioni per la fine del 2002. A supporto di quanto accennato poco sopra riguardo al consumo di beni non necessari, le oreficerie risultano in calo nel trimestre scorso, e prevedono univocamente flessione delle vendite nel prossimo: pare che anche in questo caso le festività natalizie non porteranno alcun beneficio concreto.

Tabella 1. Andamento delle vendite
(rispetto allo stesso trimestre anno precedente)

| Settore | Andamento | | | | SALDO |
|---------------------------|------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| | Aumento | | Diminuzione | | |
| | Lieve | Forte | Lieve | Forte | |
| Commercio al dettaglio | 24% | 5% | 41% | 30% | -42% |
| Alimentare | 35% | 10% | 50% | 5% | -10% |
| Non alimentare | 20% | 2% | 37% | 41% | -57% |
| Dettaglio tradizionale | 23% | 3% | 44% | 30% | -48% |
| GDO | 40% | 20% | 0% | 40% | +20% |
| Intermediari | 37% | 0% | 21% | 42% | -26% |
| Somministrazione | 27% | 0% | 14% | 59% | -45% |
| Totale complessivo | 27% | 3% | 32% | 38% | -40% |

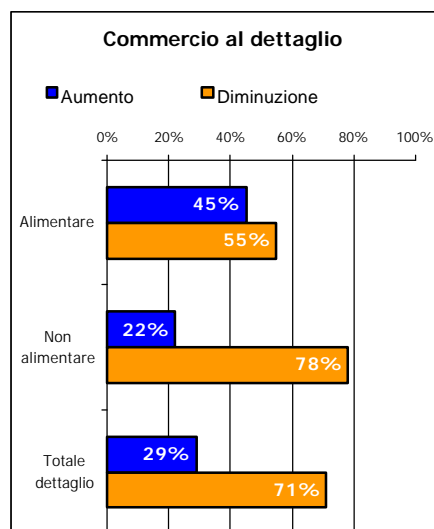


Tabella 2. Previsioni di vendita per il prossimo trimestre
(rispetto allo stesso trimestre anno precedente)

| Settore | Andamento | | | | SALDO |
|---------------------------|------------|-----------|-------------|------------|-------------|
| | Aumento | | Diminuzione | | |
| | Lieve | Forte | Lieve | Forte | |
| Commercio al dettaglio | 28% | 6% | 43% | 22% | -31% |
| Alimentare | 43% | 10% | 43% | 5% | +5% |
| Non alimentare | 22% | 4% | 43% | 30% | -48% |
| Dettaglio tradizionale | 26% | 5% | 47% | 23% | -39% |
| GDO | 60% | 20% | 0% | 20% | +60% |
| Intermediari | 16% | 16% | 42% | 26% | -37% |
| Somministrazione | 25% | 0% | 45% | 30% | -50% |
| Totale complessivo | 25% | 7% | 43% | 25% | -36% |

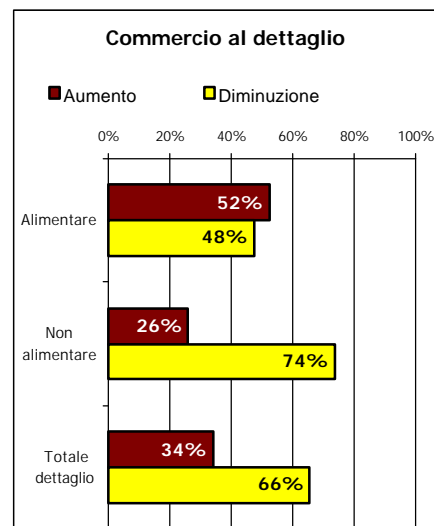
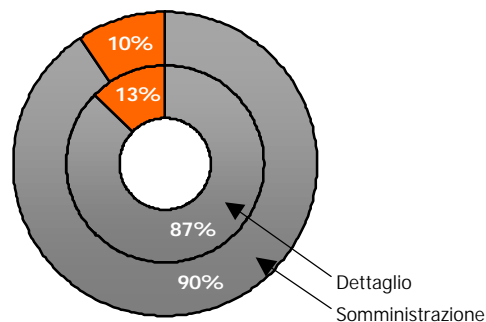


Tabella 3. Approfondimenti settoriali

| Settore | VENDITE | | | PREVISIONI | | |
|---------------|---------|-------------|-------|------------|-------------|-------|
| | Aumento | Diminuzione | Saldo | Aumento | Diminuzione | Saldo |
| ABBIGLIAMENTO | 14% | 86% | -72% | 14% | 86% | -72% |
| MACELLAI | 38% | 63% | -25% | 38% | 63% | -25% |
| ORAFI | 33% | 67% | -34% | 0% | 100% | -100% |

Grafico 1. Andamento dei prezzi
(rispetto allo stesso trimestre anno precedente)



www.bi.camcom.it

**Il sito infinito della
Camera di Commercio
di Biella**

**SCARICA DAL SITO WEB
GLI STUDI ECONOMICI
DELLA CAMERA
DI COMMERCIO DI BIELLA**

(percorso: [home](#) | [Studi e pubblicazioni](#) | [Archivio delle pubblicazioni congiunturali](#))