

**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA**



**INDAGINE
SUL SETTORE COMMERCIALE
DELLA PROVINCIA DI BIELLA
4° trimestre 2005**

A CURA DELL'UFFICIO STUDI

in collaborazione con

ASCOM

ASSOCIAZIONE DEL COMMERCIO TURISMO
E SERVIZI DELLA PROVINCIA DI BIELLA

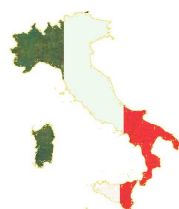
CONFCOMMERCIO

"4° Trimestre 2005"

Le festività di fine anno aiutano il commercio biellese

Il 2005, in complesso, rimane un anno ancora negativo, ma alcuni settori evidenziano segnali di stabilità.

Il contesto italiano



L'evoluzione dell'economia italiana nella media del 2005 è stimata in crescita di poco superiore allo zero rispetto all'anno scorso, una dinamica deludente, riflesso di una domanda interna ancora altalenante e di un recupero troppo debole dell'export. Come si può notare dai dati riportati in tabella, la domanda aggregata è in realtà il risultato di un buon andamento della spesa delle famiglie e delle Pubbliche Amministrazioni, e di una ancora forte difficoltà sul fronte degli investimenti; in particolare mostrano una dinamica alquanto negativa gli investimenti in macchinari e attrezzature mentre è positivo l'andamento degli investimenti in costruzioni.

Buone notizie, invece, dal fronte del clima di fiducia delle famiglie italiane che, come si evidenzia nel grafico a lato, pur registrando una flessione a fine anno, si mantiene vicino ai massimi degli ultimi tre anni. Sono in ripresa i giudizi sulla situazione personale, ma peggiorano quelli sul quadro economico generale del paese. Risultano inoltre più incerte sia le valutazioni sulla situazione corrente, sia le aspettative su quella futura. Aumentano le intenzioni di acquisto di beni durevoli (autovetture in particolare) e migliorano i giudizi sulle possibilità di risparmio, dopo la battuta d'arresto legata ai recenti scandali bancari e finanziari; sono in calo, invece, le attese sul mercato del lavoro che indicano un certo allarme sulla disoccupazione. Riemergono, infine, con le nuove impennate delle quotazioni petrolio, i segnali di tensione nella dinamica dei prezzi.

Le componenti della domanda aggregata – Italia, 2005

PIL	0.1
Spesa delle famiglie	0.9
- per i consumi alimentari	0.8
Spesa delle Amministrazioni Pubbliche	0.9
Investimenti fissi lordi	-0.9
- in macchinari e attrezzature	-2.1
- in costruzioni	0.6
- di cui in costruzioni residenziali	0.6
Esportazioni	0.3
Importazioni	2.0

FONTE: Prometeia



FONTE: Il Sole 24 ore

I principali risultati in provincia di Biella



Analisi Strutturale

Prima di esaminare i dati sull'andamento delle attività commerciali in provincia di Biella nell'ultima parte del 2005, diamo uno sguardo alla consistenza numerica del settore.

Le imprese attive, al 31.12.2005, risultano 4.417 sostanzialmente in linea con il dato del 1998 (4.420); osservando la serie storica si nota una certa fluttuazione, ma con una tenuta complessiva. Nello specifico le 4.417 imprese del 2005 sono suddivise in 600 dedite al commercio e alla manutenzione degli autoveicoli, 1.593 commercio all'ingrosso e 2.224 commercio al dettaglio.

Un notevole incremento si nota, invece, per quanto riguarda il comparto alberghiero e della somministrazione: da 686 imprese attive nel 1998 si passa alle 756 di fine 2005 con una crescita del 10%.

Analisi congiunturale

A livello locale, la situazione congiunturale del settore commerciale biellese evidenzia un andamento caratterizzato da dinamiche diversificate da settore a settore, anche se, nel complesso, la situazione sembrerebbe meno negativa del passato, forse anche grazie alle vendite legate alle festività di fine anno.

Per quanto riguarda l'andamento tendenziale delle vendite la rilevazione condotta sul consolidato campione di circa 100 imprese ha evidenziato un quarto trimestre 2005 caratterizzato dal segno più per il 27% degli intervistati, mentre il 32% ha evidenziato una sostanziale stabilità ed il 41% un peggioramento.

L'analisi congiunturale, relativa all'ultimo periodo dell'anno, mostra segnali differenti nei vari settori, percentuali discretamente confortanti sono fornite dal commercio al dettaglio (32% aumento, 47% stabilità e solo 21% di risposte negative), trainato principalmente dalla grande distribuzione, che torna a performances pienamente positive dopo alcune incertezze negli ultimi trimestri.

In miglioramento rispetto al passato anche la situazione degli intermediari, mentre si nota un deterioramento nel comparto della somministrazione (ben il 57% denuncia una diminuzione).

Dagli approfondimenti settoriali emerge che nel periodo si sono rilevate buone performances per il settore delle macellerie (buone anche le prospettive per il nuovo anno) e degli orafi (qui invece le previsioni si fanno più cupe); il settore dell'abbigliamento presenta, invece, una situazione di stabilità sia a consuntivo del trimestre che nelle previsioni.

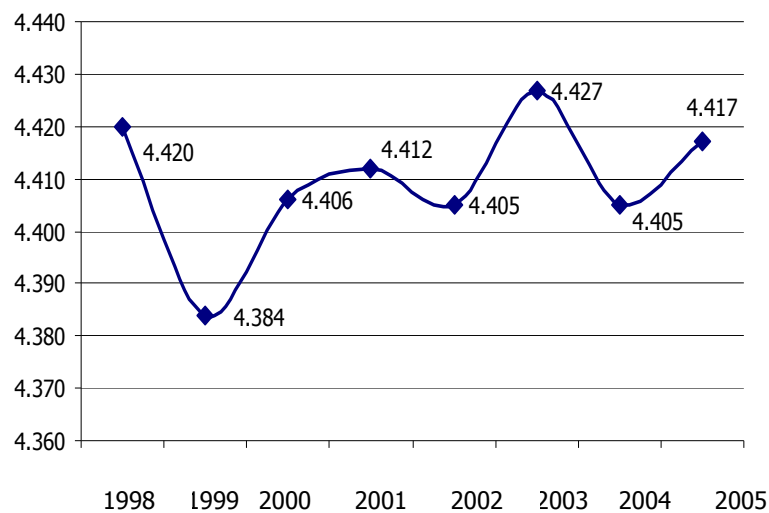
Le prospettive per il primo trimestre del 2006 si delineano meno negative che in passato con un 41% di risposte negative ma anche con un 17% di positive e un 42% di stabili: evidentemente il periodo dei saldi di inizio anno lascia qualche buona speranza agli operatori che prevedono perlomeno di non peggiorare la situazione registrata un anno fa.

Per quanto riguarda l'andamento dei prezzi, il settore del commercio al dettaglio mostra una più decisa tendenza all'aumento dei listini (47%) rispetto ai trimestri precedenti, mentre il comparto della somministrazione registra listini per lo più invariati (vedi grafico 4).

**Anno 2005, imprese attive,
settore commercio, per tipologia**

Commercio e manutenzione autoveicoli	600
Commercio ingrosso	1.593
Commercio dettaglio	2.224
TOTALE	4.417

**Grafico 1. Imprese attive,
settore commercio**



**Grafico 2. Imprese attive,
settore alberghi, bar e ristoranti**

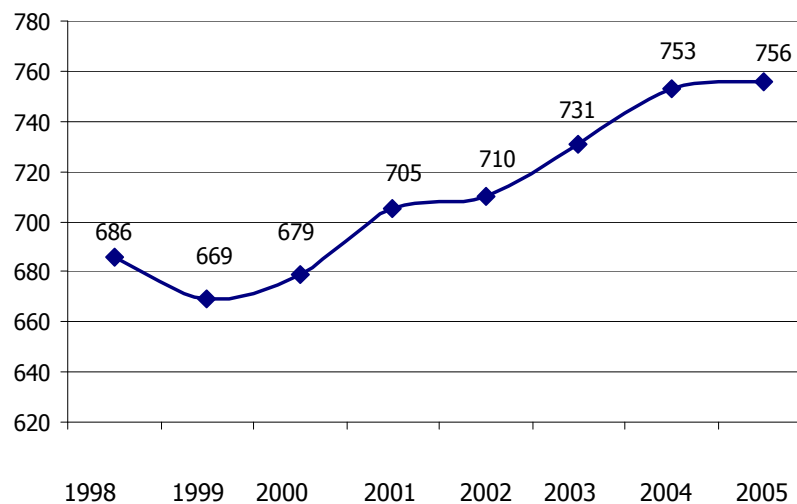


Grafico 3. Distribuzione del campione

Dettaglio - settore alimentare	21%
Dettaglio - settore non alimentare	45%
Grande distribuzione	5%
Intermediari	15%
Somministrazione	14%

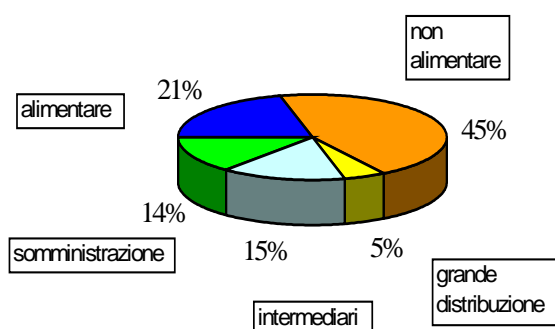


Tabella 1. Andamento delle vendite (in percentuale)
(rispetto allo stesso trimestre anno precedente)

Settore	Andamento percentuale		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione
Commercio al dettaglio	32%	47%	21%
<i>Alimentare</i>	23%	54%	23%
<i>Non alimentare</i>	40%	20%	40%
<i>GDO</i>	33%	67%	0%
Intermediari	23%	33%	44%
Somministrazione	28%	15%	57%
Totale complessivo	27%	32%	41%

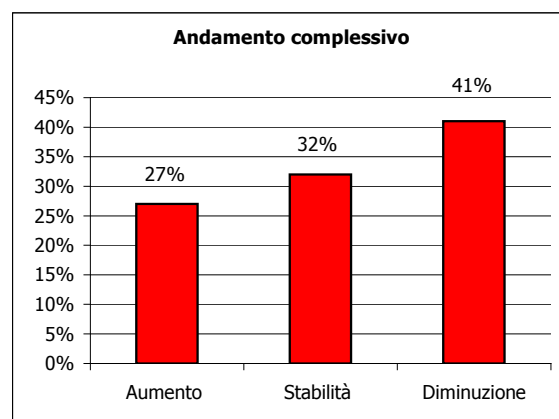


Tabella 2. Previsioni di vendita per il prossimo trimestre (in percentuale)
(rispetto al trimestre precedente)

Settore	Andamento percentuale		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione
Commercio al dettaglio	26%	39%	35%
<i>Alimentare</i>	8%	46%	46%
<i>Non alimentare</i>	4%	37%	59%
<i>GDO</i>	67%	33%	0%
Intermediari	11%	56%	33%
Somministrazione	14%	29%	57%
Totale complessivo	17%	42%	41%

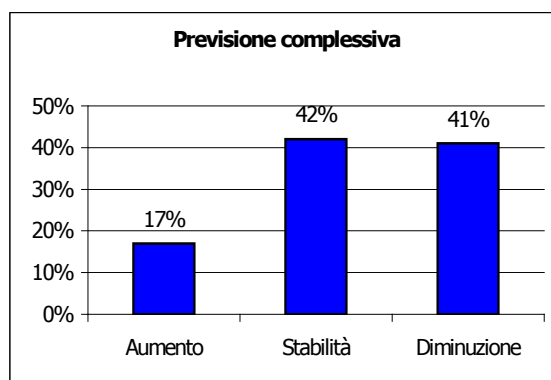
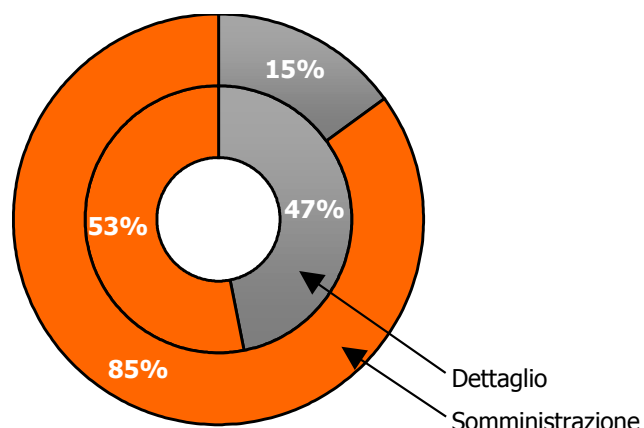


Tabella 3. Approfondimenti settoriali

Settore	VENDITE			PREVISIONI		
	Aumento	Diminuzione	Saldo	Aumento	Diminuzione	Saldo
ABBIGLIAMENTO	50%	50%	+0%	50%	50%	+0%
MACELLAI	80%	20%	+60%	100%	0%	+100%
ORAFI	65%	35%	+30%	16%	84%	-68%

Grafico 4. Andamento dei prezzi (rispetto allo stesso trimestre anno precedente)

Settore	PREZZI	
	Aumento	Stabilità o diminuzione
Commercio al dettaglio	47%	53%
Somministrazione	15%	85%



INDAGINE INVESTIMENTI – Anno 2005

Come di consueto nell'ultima rilevazione dell'anno, i commercianti biellesi sono stati chiamati ad esprimersi anche sugli investimenti, che sono stati effettuati nel 2005; la perdurante crisi ha colpito anche la capacità di investimento degli operatori commerciali biellesi: solo il 28% degli intervistati ha effettuato investimenti nell'anno.

La distribuzione delle aziende per somme investite evidenzia come il 69% abbia effettuato interventi di limitata entità (entro i 50.000 Euro), e solo il 31% su valori medi (oltre 50.000 Euro), mentre nessuno ha effettuato investimenti nella fascia alta, oltre i 500.000 Euro, per un totale investimenti nell'anno 2005 pari a 843.400 Euro (riferiti al campione intervistato).

L'analisi per finalità di investimento sottolinea lo sforzo fatto dai commercianti per l'"Acquisto di attrezzature" (40%), seguito da "Rinnovo locali" (30%)

A conferma del dato registrato negli anni passati, come principale canale di finanziamento si conferma l'autofinanziamento, scelto dal 75% delle aziende; la seconda posizione è occupata dal credito bancario (62%).

Tabella 4.
Distribuzione del campione per somme investite

Imprese investitrici	28
<i>fino a 50.000 €</i>	<i>69</i>
<i>oltre 50.000 €</i>	<i>31</i>

Tabella 5.
Somme investite

Totale 2005	843.400
Previsione 2006	785.000

Tabella 6.
Finalità degli investimenti

percentuali sul totale delle imprese investitrici

Acquisto attrezzature	40%
Rinnovo locali	30%
Informatizzazione	15%
Attività promozionali	15%

Tabella 7.
Canali di finanziamento

percentuali sul totale delle imprese investitrici

Autofinanziamento	75%
Credito bancario	62%
Credito agevolato	47%
Altro (leasing ecc.)	30%