

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

## 4° Trimestre 2002

# Il settore del commercio chiude il 2002 ancora con un trimestre negativo

*In picchiata sui minimi storici la fiducia delle famiglie  
Il commercio biellese archivia il dodicesimo trimestre consecutivo con saldo negativo*

### Il contesto italiano ed internazionale

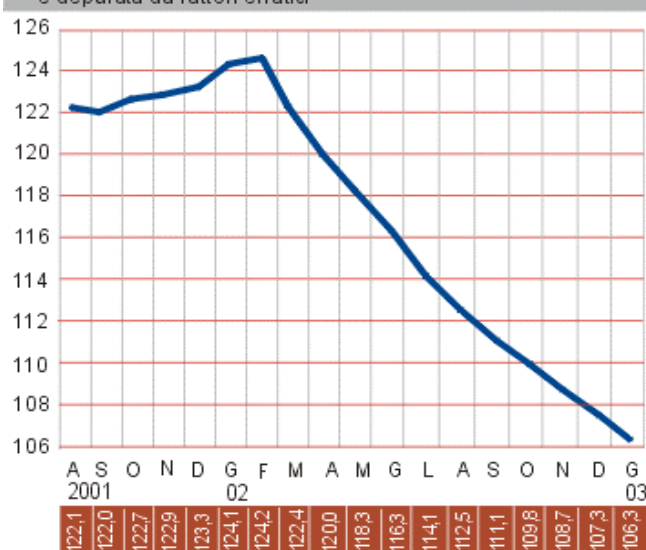
Si conclude un anno difficile per l'economia mondiale, un anno caratterizzato dal rallentamento dell'economia americana e dalla mancata ripresa europea. Instabilità politica, continue tensioni legate a nuove ipotesi di conflitti internazionali, variabilità del prezzo del petrolio e distruzione della ricchezza a causa delle disastrose performances borsistiche fanno archiviare una variazione del Pil mondiale del +2,3% (fonte Prometeia, rapporto dicembre 2002), ben lontana dai risultati del 2000 (+4,7%). Come accade per l'insieme dei paesi di Eurolandia, questa fase di prolungata debolezza congiunturale caratterizza ormai da tempo anche l'economia italiana ed è prevista trascinarsi ancora per alcuni mesi, dopo un 2002 stagnante, conclusosi su un tasso di crescita del Pil pari allo 0,4% appena. Una prestazione deludente, su cui hanno pesato, oltre i consueti fattori ritardanti di natura strutturale, una serie di ragioni congiunturali, dalla già citata bassa crescita dell'economia mondiale alla stagnazione quasi recessione della Germania, il nostro maggior partner commerciale.

L'effetto changeover sui prezzi si è rivelato inoltre più accentuato in Italia, almeno nella percezione dei consumatori, che negli altri principali paesi dell'area dell'euro, unito alla grave crisi di un settore strategico per la nostra economia, come l'industria automobilistica, ha contribuito a deprimere i consumi e, in generale, la domanda

interna, comprimendo il potere d'acquisto delle famiglie.

### Il clima di fiducia

Aspettative dei consumatori, nuova serie destagionalizzata e depurata da fattori erratici



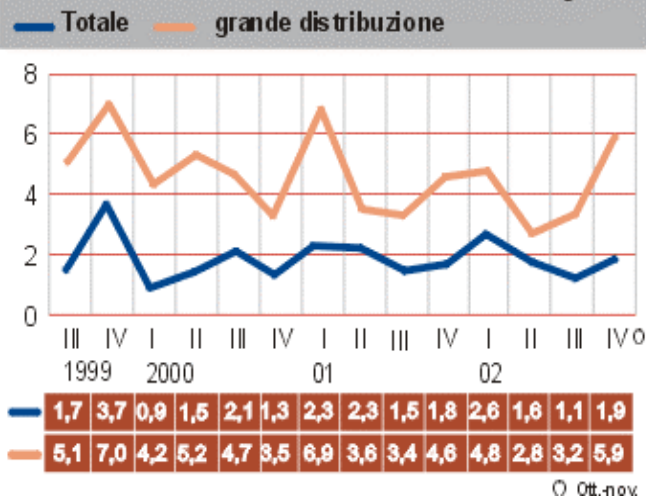
Il persistente declino della fiducia delle famiglie si può osservare nel grafico pubblicato che mostra una curva in picchiata sui valori minimi degli ultimi anni.

Non può sorprendere in un quadro di questo tipo la curva delle variazioni tendenziali totali dell'andamento delle vendite del commercio che, come la rappresentazione grafica successiva evidenzia, staziona su valori bassi, molte volte addirittura al di sotto della linea dell'inflazione. Neppure il periodo natalizio è riuscito a far salire la dinamica al di sopra del 2% (precisamente la variazione del 4° trimestre dell'anno si è attestata intorno al +1,9%).

Solo l'andamento delle vendite della Grande Distribuzione Organizzata sembra superare le problematiche contingenti appostandosi in media su livelli più alti di quasi due punti percentuali.

## Vendite del commercio

variazioni % sullo stesso trimestre dell'anno precedente dell'indice del valore delle vendite del commercio al dettaglio



## I principali risultati dell'indagine congiunturale in provincia di Biella

Il settore commerciale biellese non discosta la propria prestazione dalla tendenza nazionale e siamo costretti per il dodicesimo trimestre consecutivo a commentare **un andamento negativo per quanto concerne la dinamica delle vendite in provincia.**

La rilevazione congiunturale condotta sul consolidato campione di oltre 100 imprese ha evidenziato anche per il quarto trimestre 2002 un saldo (totale complessivo) tra risposte in aumento e risposte in diminuzione decisamente negativo (-33%), confermando in sostanza il risultato dei mesi precedenti.

Si presenta leggermente diversa la situazione settoriale: in lieve difficoltà si mostrano gli intermediari, che limitano il saldo ad un -26% (come nel trimestre precedente), mentre rispetto

ai mesi estivi fanno registrare un miglioramento "ristoratori" ed "albergatori" (saldo -15%, nel terzo trimestre era stato del -45%); sempre negativo ma su livelli meno preoccupanti il saldo del commercio al dettaglio (-31%). Meno forte nel trimestre la forbice tra settore Alimentare (saldo -38%) e settore Non alimentare (saldo -52%); secondo logica nel periodo natalizio entrambi i settori avrebbero dovuto migliorare ma in realtà è rimasto stabile quello Non alimentare mentre, contro ogni aspettativa, è peggiorato notevolmente quello Alimentare.

Unico comparto a mantenere una performance positiva, ben superiore a quella degli esercizi di vicinato (-100%), la Grande Distribuzione Organizzata che registra un +34% (va peraltro considerata la diversa numerosità del campione).

Uno sguardo al grafico riportante la curva dell'indice di andamento delle vendite calcolato per il periodo 1998-2002 ci permette di osservare come dopo un biennio di dinamiche oscillanti, gli ultimi tre anni siano stati caratterizzati da una tendenza che, pur mantenendo le fluttuazioni peculiari del settore, non è mai riuscita a superare la soglia dello zero.

Le prospettive per i primi mesi del 2003 sembrano addirittura più negative (saldo complessivo -52%): anche in questo caso le uniche note positive giungono dalla grande distribuzione (+32%). Segnali particolarmente negativi provengono dal settore del Dettaglio tradizionale e da quello Non alimentare.

Il consueto approfondimento settoriale consente di evidenziare il disagio di due tra i settori portanti del dettaglio tradizionale: volumi vendite quarto trimestre 2002 rispetto all'anno precedente per i negozi di *abbigliamento* -68% e per le *macellerie* -60%. A supporto di quanto accennato poco sopra riguardo al consumo di beni non necessari, tutte le *oreficerie* interpellate dichiarano un calo

delle vendite tendenziali. L'85% degli intervistati denuncia, inoltre, un aumento dei prezzi, mentre solo il 15% stabilità o diminuzione.

Come di consueto nell'ultima rilevazione i commercianti biellesi sono stati chiamati ad esprimersi anche sugli **investimenti**, che sono stati effettuati nel 2002 dal 34% degli intervistati, il 21% in meno del dato rilevato per il 2001. La distribuzione delle aziende per somme investite evidenzia come l'82% abbia effettuato interventi di limitata entità (entro i 50.000 Euro), il 10% su valori medi-alti (tra 50.000 e 500.000 Euro), mentre solo l'8% (aziende appartenenti alla GDO)

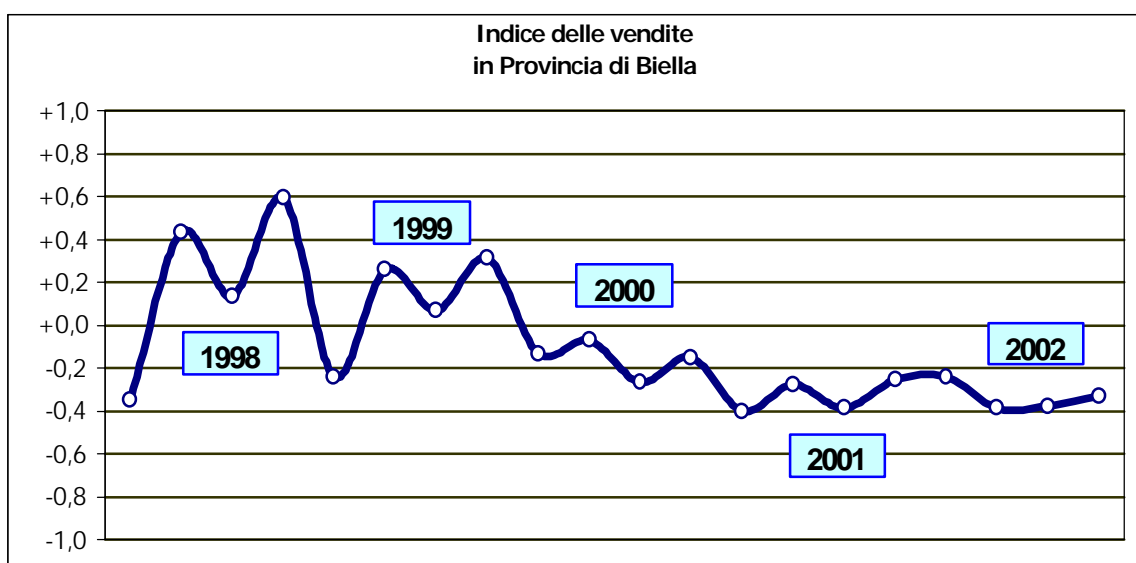
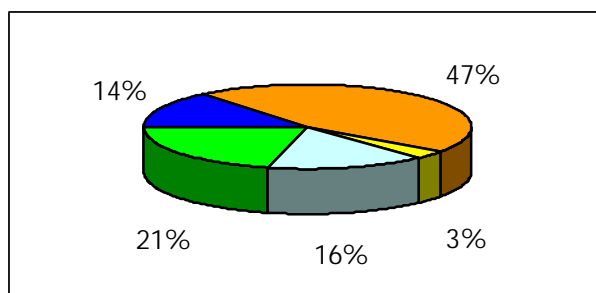
ha effettuato investimenti nella fascia alta, oltre i 500.000 euro per una somma totale pari a 1.500.000 Euro (si ricorda che il dato è riferito al campione di aziende intervistate).

L'analisi per finalità di investimenti sottolinea lo sforzo fatto dai commercianti per l' "Acquisto di attrezzature" seguito da iniziative per l' "Attività promozionale" (20%).

A conferma di una certa solidità del settore commerciale biellese, come principale canale di finanziamento si consolida l'autofinanziamento, scelto dal 73% delle aziende; la seconda posizione è occupata dal credito bancario (38%).

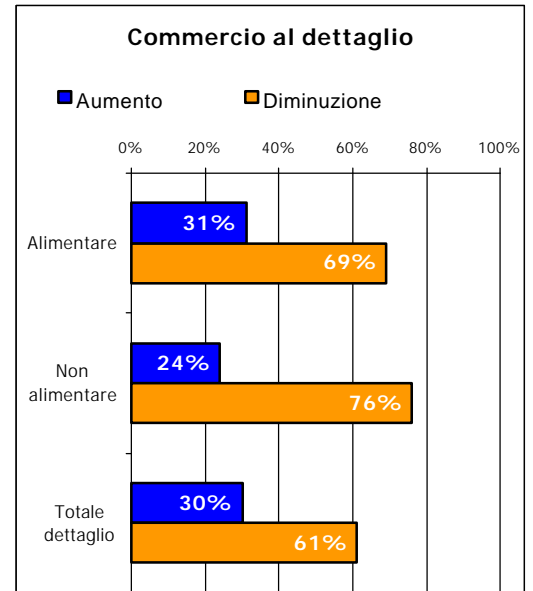
### Distribuzione del campione

Dettaglio - settore alimentare	14%
Dettaglio - settore non alimentare	46%
Grande distribuzione	3%
Intermediari	16%
Somministrazione	21%



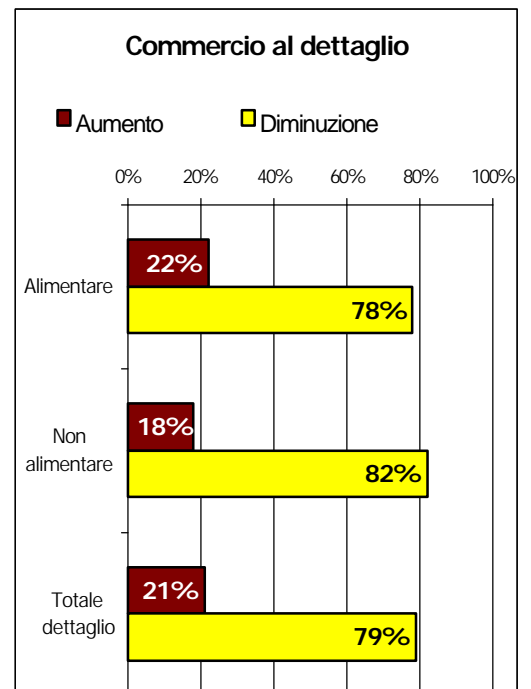
**Tabella 1. Andamento delle vendite**  
(rispetto allo stesso trimestre anno precedente)

Settore	Andamento				SALDO
	Aumento		Diminuzione		
	Lieve	Forte	Lieve	Forte	
Commercio al dettaglio	28%	2%	36%	25%	-31%
Alimentare	23%	8%	53%	16%	-38%
Non alimentare	24%	0%	41%	35%	-52%
Dettaglio tradizionale	0%	0%	50%	50%	-100%
GDO	67%	0%	33%	0%	+34%
Intermediari	31%	6%	6%	57%	-26%
Somministrazione	33%	10%	29%	29%	-15%
<b>Totale complessivo</b>	<b>28%</b>	<b>4%</b>	<b>34%</b>	<b>34%</b>	<b>-33%</b>



**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	17%	4%	32%	47%	-58%
Alimentare	15%	7%	35%	43%	-56%
Non alimentare	16%	2%	31%	51%	-64%
Dettaglio tradizionale	0%	0%	50%	50%	-100%
GDO	66%	0%	34%	0%	+32%
Intermediari	40%	0%	20%	40%	-20%
Somministrazione	15%	5%	50%	30%	-60%
<b>Totale complessivo</b>	<b>20%</b>	<b>4%</b>	<b>34%</b>	<b>42%</b>	<b>-52%</b>

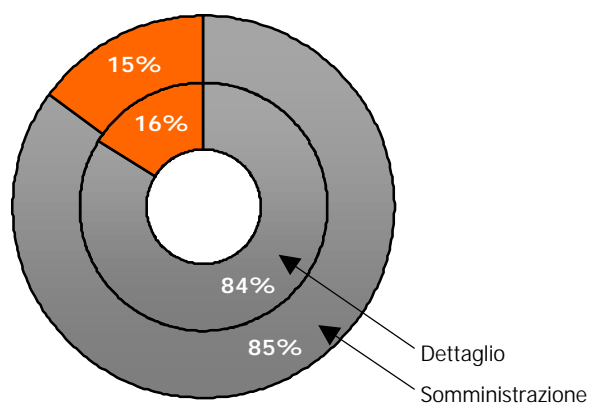


**Tabella 3. Approfondimenti settoriali**

Settore	VENDITE			PREVISIONI		
	Aumento	Diminuzione	Saldo	Aumento	Diminuzione	Saldo
ABBIGLIAMENTO	16%	84%	-68%	16%	84%	-68%
MACELLAI	40%	60%	-20%	20%	80%	-60%
ORAFI	0%	100%	-100%	0%	100%	-100%

**Grafico 1. Andamento dei prezzi**

Settore	PREZZI	
	Aumento	Stabilità o diminuzione
Commercio al dettaglio	84%	16%
Somministrazione	85%	15%



[www.bi.camcom.it](http://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**





---

# INDAGINE INVESTIMENTI

**Tabella 5**  
*Distribuzione del campione  
per somme investite*

Imprese investitrici	34%
<i>Fino a 50.000 €</i>	82%
<i>Tra 50.000 e 500.000 €</i>	10%
<i>Oltre 500.000 €</i>	8%
Imprese non investitrici	66%

---

**Tabella 6**  
*Totale somme investite*

In investimenti inferiori a 500.000 €	555.600 €
In investimenti superiori a 500.000 €	1.500.000 €
<b>TOTALE</b>	<b>2.055.600 €</b>
Previsione 2003 ( TOTALE )	963.000 €

---

**Tabella 7**  
*Finalità degli investimenti*

N.B.: percentuale sul totale delle imprese investitrici

Acquisto attrezzature	75%
Trasferimento punto vendita	0%
Informatizzazione	10%
Attività promozionali	20%
Rinnovo locali	30%

**Tabella 8**  
*Canali di finanziamento*

N.B.: percentuale sul totale delle imprese investitrici

Autofinanziamento	73%
Credito bancario	38%
Credito agevolato	5%
Altro (leasing ecc.)	15%