



Camera di Commercio
Biella



**INDAGINE
SUL SETTORE COMMERCIALE
DELLA PROVINCIA DI BIELLA
1° semestre 2008**

A CURA DELL'UFFICIO STUDI

in collaborazione con

ASCOM

ASSOCIAZIONE DEL COMMERCIO TURISMO
E SERVIZI DELLA PROVINCIA DI BIELLA

CONFCOMMERCIO

"1° Semestre 2008"

Vendite ancora in frenata per i piccoli commercianti biellesi E le previsioni rimangono negative anche per il prossimo semestre

Il contesto italiano



Nel corso del primo semestre 2008 le vendite al dettaglio hanno mostrato una flessione dello 0,5% rispetto al primo semestre dell'anno scorso, a fronte di una inflazione nettamente superiore al 3%. Nel mese di giugno il calo tendenziale delle vendite è stato addirittura del 3,4%.

La brusca risalita dell'inflazione pesa sempre di più sul potere di acquisto delle famiglie e contribuisce a limitare la domanda interna, principale problema della nostra economia. La modesta evoluzione della domanda interna ha riguardato in particolare, tra i principali capitoli di spesa, i beni non durevoli e i servizi, mentre il maggiore sostegno ai consumi delle famiglie è venuto dalla componente dei beni durevoli a elevato contenuto tecnologico.

Il clima di fiducia dei consumatori nel mese di luglio è crollato al minimo storico raggiunto nel 1995, anche se nel mese di agosto l'indice è tornato sui livelli di giugno. Le indicazioni negative arrivano, in particolare, dai giudizi sulla situazione economica del Paese e sul mercato del lavoro, così come da quella personale degli intervistati, dalle intenzioni di acquisto dei beni durevoli e dalla possibilità di effettuare risparmi. Pur non essendovi uno stretto legame tra l'indicatore di fiducia e la spesa effettivamente realizzata, la conferma di una dinamica sempre volatile (e con una netta tendenza all'indebolimento) è senza dubbio un fattore di freno ai consumi, a loro volta influenzati dal persistente stato di incertezza della

politica economica e dalla crisi dei mercati finanziari.

Italia: quadro macroeconomico

-Stime per il 2008-

	Var. %
Pil reale	0,4
Consumi nazionali	0,3
- Spesa delle famiglie residenti	0,1
- Spesa della P.A. e I.S.P.	0,8
Investimenti fissi lordi	0,0
- inv. in macchinari ed attrez.	-1,2
- inv. in costruzioni	1,2
di cui residenziali	1,3
Esportazioni beni e servizi	2,4
Importazioni beni e servizi	0,8

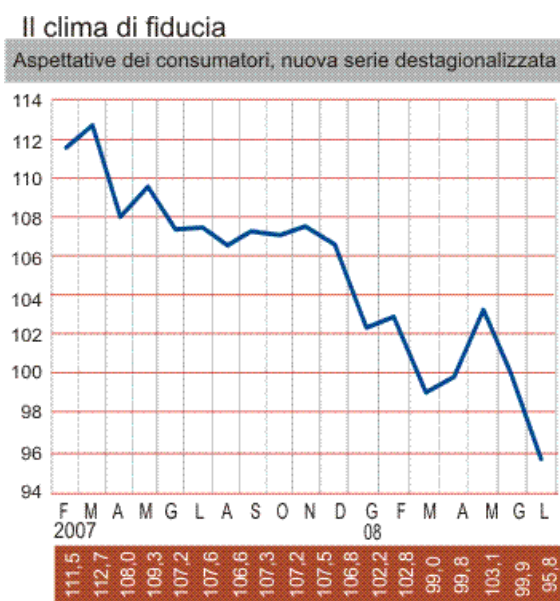
FONTE: Prometeia, luglio 2008

Valore delle vendite al dettaglio a prezzi correnti

SETTORI MERCEOLOGICI E FORME DISTRIBUTIVE	Var %	$\frac{1^\circ \text{sem } 08}{1^\circ \text{sem } 07}$
Alimentari		
Grande distribuzione	+ 1,5	
Imprese operanti su piccole superfici	- 1,7	
Totale	+ 0,7	
Non alimentari		
Grande distribuzione	+ 0,5	
Imprese operanti su piccole superfici	- 1,8	
Totale	- 1,4	
Totale delle vendite		
Grande distribuzione	+ 1,3	
Imprese operanti su piccole superfici	- 1,8	
Totale	- 0,5	

FONTE: Istat

Per quanto riguarda l'andamento dei prezzi, l'indice dei prezzi al consumo a luglio è risultato pari al +4,0% tendenziale annuo. Si tratta del valore più elevato da giugno 1996, comunque in linea con la media di *Eurolandia*. I rincari hanno riguardato in particolare i prezzi dei prodotti alimentari (+6,4% annuo), le tariffe energetiche (+8,6% la voce abitazione) e i carburanti (+7,1% i trasporti).

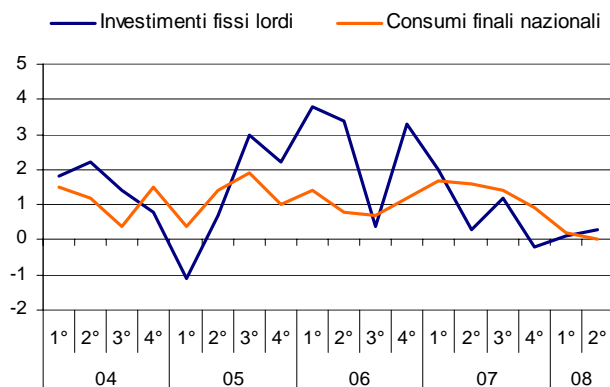


Anno base 1980=100

Fonte: Isee, *Inchiesta consumatori*

La domanda interna

-Variazioni % annue trimestrali-



FONTE: Istat, *Conti economici trimestrali*

I principali risultati in provincia di Biella



Analisi Strutturale

Prima di esaminare i dati sull'andamento delle attività commerciali in provincia di Biella nel primo semestre del 2008, diamo uno sguardo alla consistenza numerica del settore.

Le imprese attive, al 30.06.2008, risultano essere 4.255, l'1,3% in meno rispetto alla precedente rilevazione semestrale.

Il dato biellese è lievemente peggiore rispetto a quello regionale (-0,6%) e nazionale (-0,7%), tuttavia appare chiara la tendenza strutturale ad un ridimensionamento del numero di attività commerciali su tutto il territorio nazionale.

Il calo delle imprese biellesi ha riguardato tutti i settori e in particolare il Commercio al dettaglio, nel quale la riduzione numerica è stata dell'1,5%.

Nello specifico le 4.255 imprese del settore sono suddivise in 569 dedite al Commercio e alla manutenzione degli autoveicoli, 913 alla Intermediazione, 613 al Commercio all'ingrosso e 2.160 al Commercio al dettaglio.

La situazione è nettamente differente nel settore alberghiero e della ristorazione: alberghi, bar e ristoranti, infatti, continuano ad aumentare, e negli ultimi 6 mesi sono passati da 792 a 799, con un incremento dello 0,9% (valore in linea con il dato piemontese e italiano).

Analisi congiunturale

La rilevazione semestrale svolta in collaborazione con l'Ascom biellese, pur nei limiti dovuti all'ampiezza e alla differenziazione interna al comparto, permette di cogliere le difficoltà crescenti a cui sta andando incontro il settore del commercio biellese.

La grande maggioranza del campione (65,5%) ha dichiarato una riduzione delle vendite rispetto al primo semestre 2007.

Il saldo è negativo (come accade dalla prima rilevazione del 2000), ma raggiunge il valore "record" di -48 punti percentuali, a dimostrazione della situazione congiunturale particolarmente sfavorevole.

Anche le previsioni per il prossimo semestre continuano ad essere fosche: i pessimisti sono il 53,7% del campione, mentre gli ottimisti sono solo il 14,8%. Coloro che ritengono che la situazione resterà stabile sono il 31,5%.

Va sottolineato come la rilevazione analizzi in particolare l'andamento degli affari per i piccoli esercizi commerciali, mentre la media-grande distribuzione è sottodimensionata nel campione.

Il calo delle vendite e il pessimismo imperante tra i piccoli commercianti, specialmente nel settore non alimentare, è quindi dovuto anche alla riorganizzazione complessiva della distribuzione commerciale dovuta alle nuove esigenze dei consumatori (minore tempo a disposizione, necessità di maggiore scelta e offerte...) che tende sempre più a privilegiare i punti vendita di dimensioni medio-grandi.

Dagli approfondimenti settoriali emerge come il calo delle vendite abbia riguardato tutti i settori, e in particolare orafi e rivenditori di materiali edili. I macellai hanno dichiarato una situazione lievemente migliore, anche se sono più pessimisti per quel che riguarda le previsioni per il prossimo semestre.

L'occupazione risulta stabile per l'80% del campione, mentre è cresciuta solo per il 2% degli intervistati. Le nuove assunzioni si sono verificate esclusivamente nel settore dell'intermediazione.

Per quanto riguarda l'andamento dei prezzi, l'aumento è concentrato soprattutto tra piccoli

negozi di articoli non alimentari, mentre la grande distribuzione dichiara una sostanziale stabilità. L'intermediazione evidenzia grandi differenze al suo interno: mentre quella immobiliare dichiara una decisa diminuzione, gli intermediari operanti in altri settori (prevalentemente tessile) dichiarano una maggiore crescita dei prezzi.

Alberghi, bar e ristoranti dichiarano per l'82% dei casi che i loro prezzi sono rimasti costanti rispetto allo stesso semestre dell'anno passato.

In questa rilevazione è stata aggiunta una domanda per sondare quali siano le principali difficoltà a cui devono fare fronte i commercianti biellesi. Nella domanda si è chiesto di mettere in ordine di importanza 4 problemi che i commercianti possono incontrare nella loro attività: 2 provenienti dall'esterno dell'impresa (capacità di spesa dei clienti e viabilità) e 2 di tipo interno (numero dei clienti e capacità di investimento dell'imprenditore).

È emerso come la *riduzione della capacità di spesa dei clienti* sia il problema principale per il 69,1% dei rispondenti, mentre gli altri problemi non risultano essere di pari gravità. In particolare, solo il 12,7% dei commercianti interpellati ritiene che il loro problema principale sia la riduzione del numero di clienti.

GRAFICI E TABELLE

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

Settore	Andamento percentuale		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione
Commercio al dettaglio	8%	18%	74%
<i>Alimentare</i>	9%	18%	73%
<i>Non alimentare</i>	7%	18%	75%
<i>GDO</i>	0%	100%	0%
Intermediari	43%	14%	43%
Somministrazione	27%	18%	55%
Totale complessivo	17,25%	17,25%	65,50%

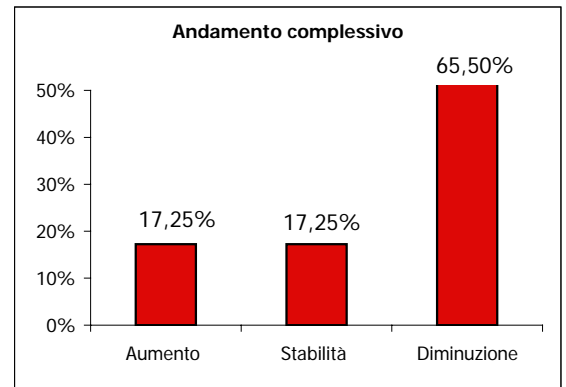


Tabella 2. Previsioni di vendita per il prossimo semestre (in percentuale)
(rispetto al semestre precedente)

Settore	Andamento percentuale		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione
Commercio al dettaglio	11%	32%	57%
<i>Alimentare</i>	0%	40%	60%
<i>Non alimentare</i>	15%	27%	58%
<i>GDO</i>	0%	100%	0%
Intermediari	14%	14%	72%
Somministrazione	18%	45%	36%
Totale complessivo	14,8%	31,5%	53,7%

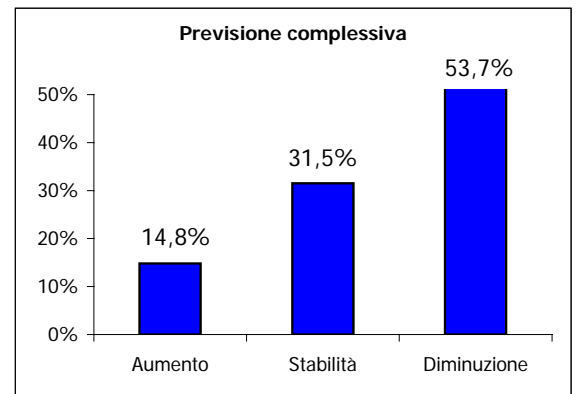


Tabella 3. Andamento dei prezzi
(rispetto allo stesso semestre anno precedente)

Settore	Andamento percentuale		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione
Commercio al dettaglio	62%	36%	2%
<i>Alimentare</i>	45%	46%	9%
<i>Non alimentare</i>	68%	32%	0%
<i>GDO</i>	0%	100%	0%
Intermediari	57%	0%	43%
Somministrazione	18%	82%	0%
Totale complessivo	53,0%	40,0%	7,0%

Grafico 1. Andamento complessivo dei prezzi

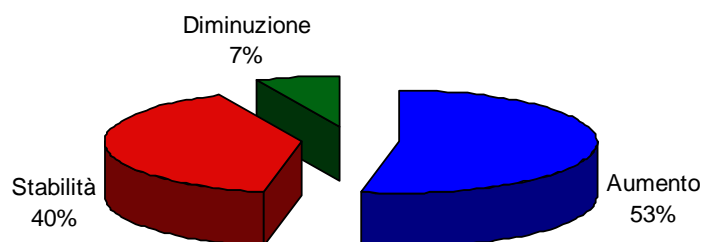


Tabella 4. Andamento dell'occupazione

Settore	Andamento percentuale		
	Aumentata	Stazionaria	Diminuita
Commercio al dettaglio	0%	85%	15%
<i>Alimentare</i>	0%	73%	27%
<i>Non alimentare</i>	0%	91%	9%
<i>GDO</i>	0%	100%	0%
Intermediari	17%	50%	33%
Somministrazione	0%	80%	20%
Totale complessivo	2%	80%	18%

Tabella 5. Approfondimenti settoriali

Settore	VENDITE			PREVISIONI		
	Aumento	Stabilità	Diminuzione	Aumento	Stabilità	Diminuzione
ORAFI	20%	0%	80%	40%	0%	60%
EDILIZIA	15%	14%	71%	29%	29%	43%
MACELLAI	17%	33%	50%	0%	20%	80%

Tabella 6. Principali difficoltà incontrate

Problema principale	Val. %
Riduzione della capacità di spesa della clientela	69,1%
Riduzione della clientela	12,7%
Viabilità e parcheggi	10,9%
Limitate capacità di investimento	7,3%
Totale	100,0%

Informazioni sul campione

