



# Il terziario di Biella e Vercelli di fronte alla fase 2 dell'emergenza COVID-19

La reazione del terziario alla sfida  
della pandemia

*Analisi condotta su un campione di aziende associate a  
Confcommercio Biella e Vercelli*

A cura di:  
**Alessandro Minello**  
Università Ca' Foscari Venezia

In collaborazione con:  
**EconLab Research Network**  
Ricerca, progetti, rete

10/06/2020

**Centr◊Studi**  
sul Terziario del Piemonte Nord

# Distribuzione del campione per settore di attività prevalente

## Biella

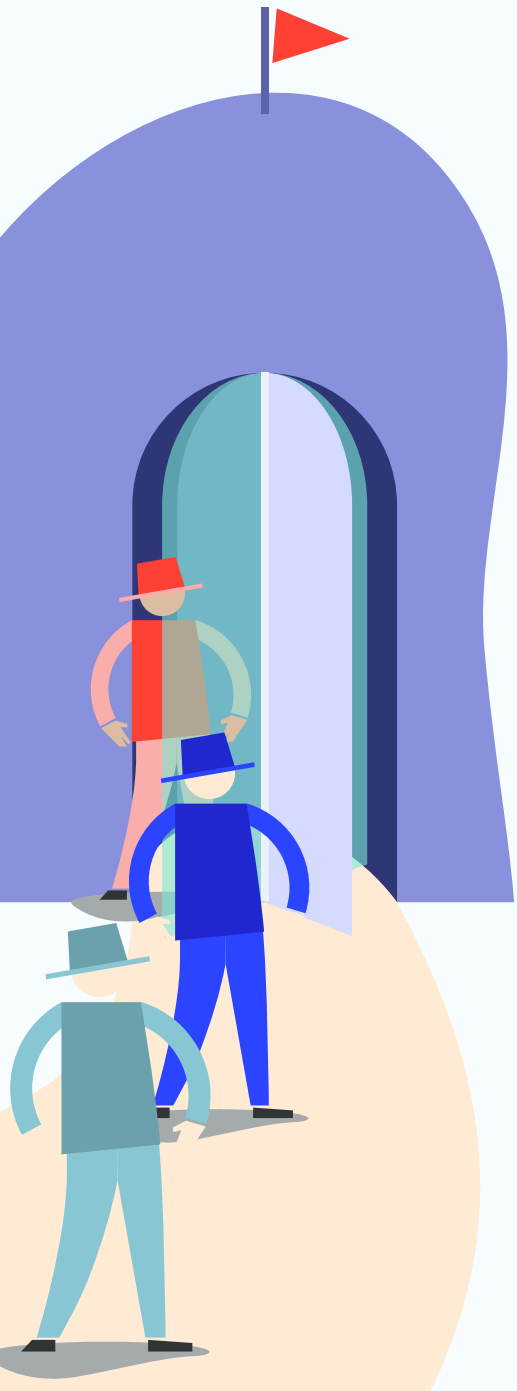


## Vercelli



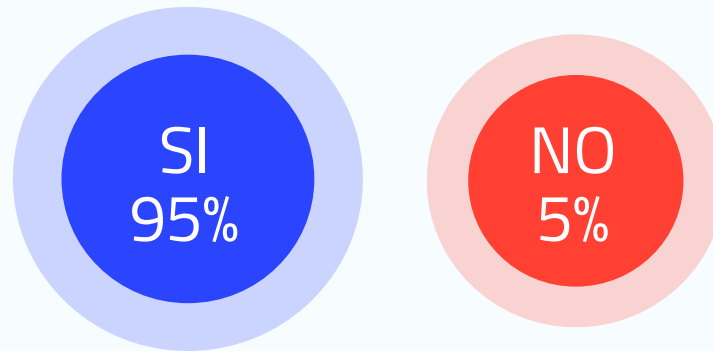


# **AFFLUSSO DEI CLIENTI, STRUMENTI E STRATEGIE DELLE IMPRESE**



# Dopo la fine del lockdown ha riaperto l'attività?

## Biella



Se no, pensa di riaprirla nei prossimi giorni?

Si



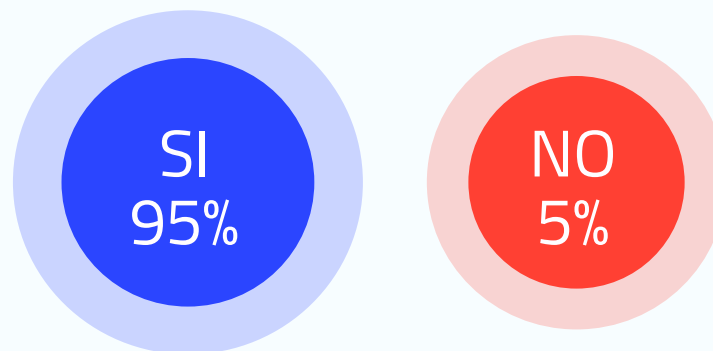
No



Non so



## Vercelli

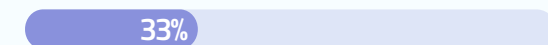


Se no, pensa di riaprirla nei prossimi giorni?

Si

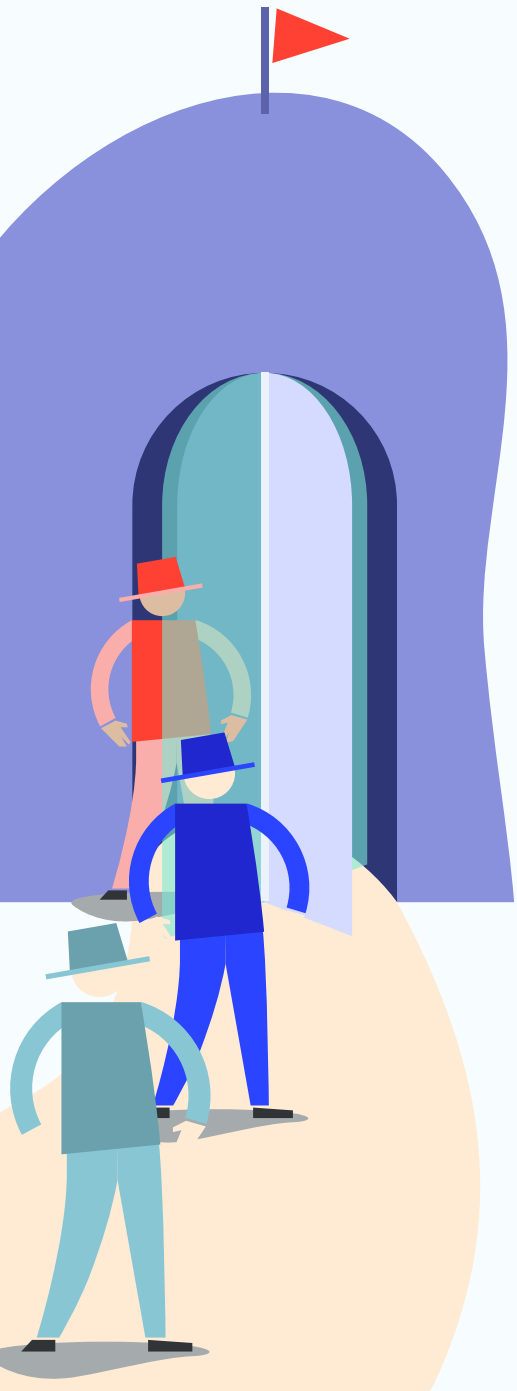


No



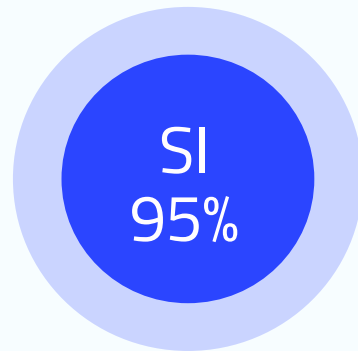
Non so



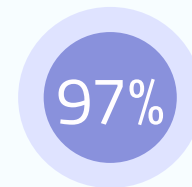


# Dopo la fine del lockdown ha riaperto l'attività?

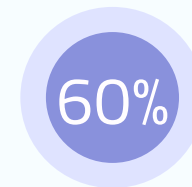
## Biella



Moda



Bar e  
ristoranti

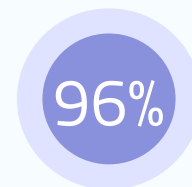
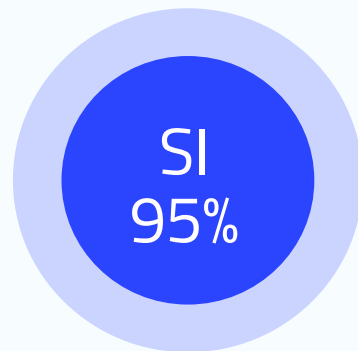


Strutture  
ricettive



Altre  
attività

## Vercelli



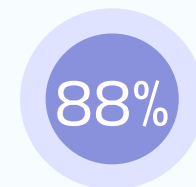
Moda



Bar e  
ristoranti



Servizi  
alla persona



Altre  
attività

In questi primi giorni di riapertura, si aspettava un afflusso di clienti:

### Biella

21%

Maggiore

41%

Più o meno uguale

38%

Minore

### Vercelli

40%

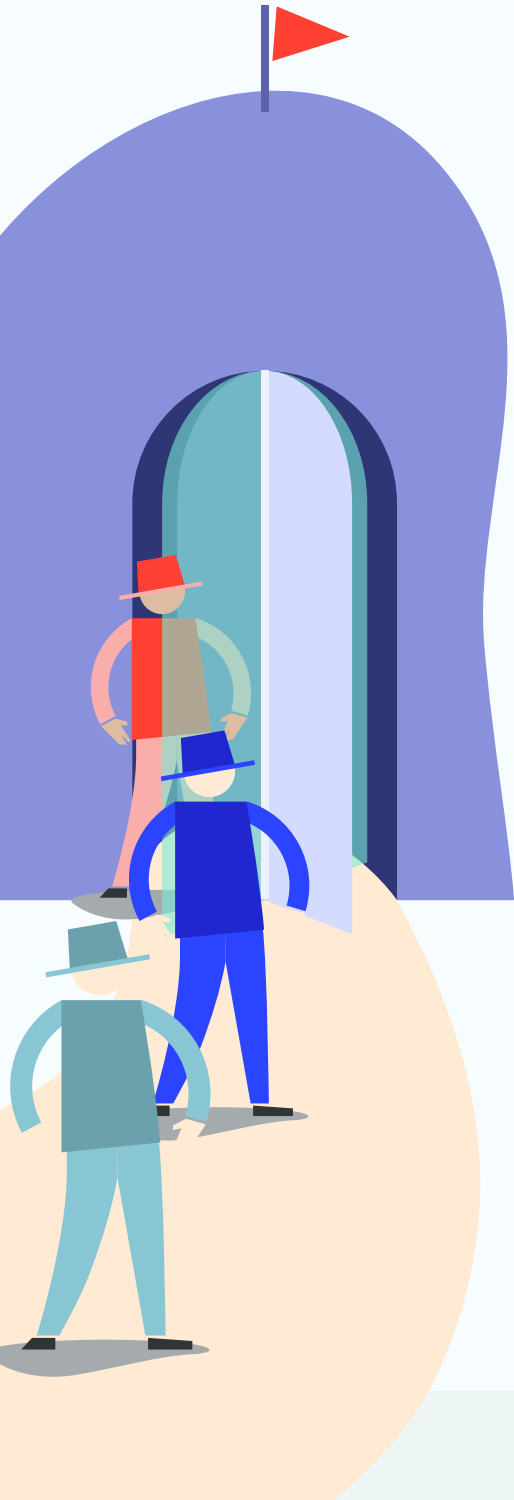
Maggiore

32%

Più o meno uguale

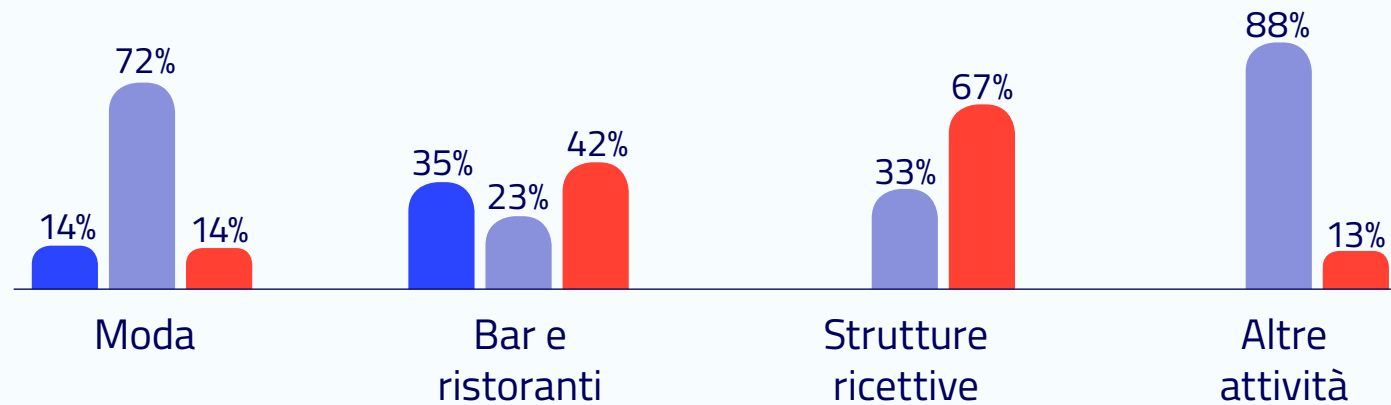
27%

Minore

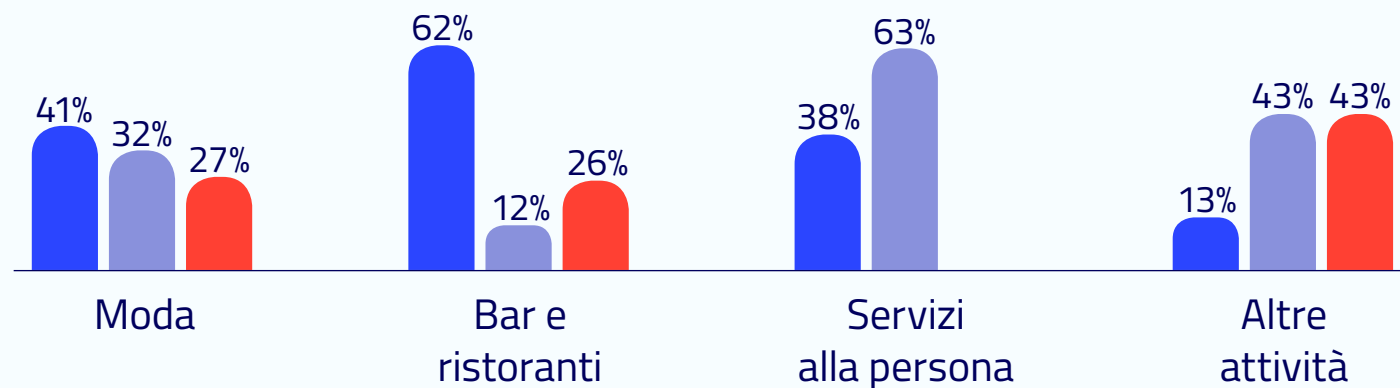


In questi primi giorni di riapertura, si aspettava un afflusso di clienti:

## Biella



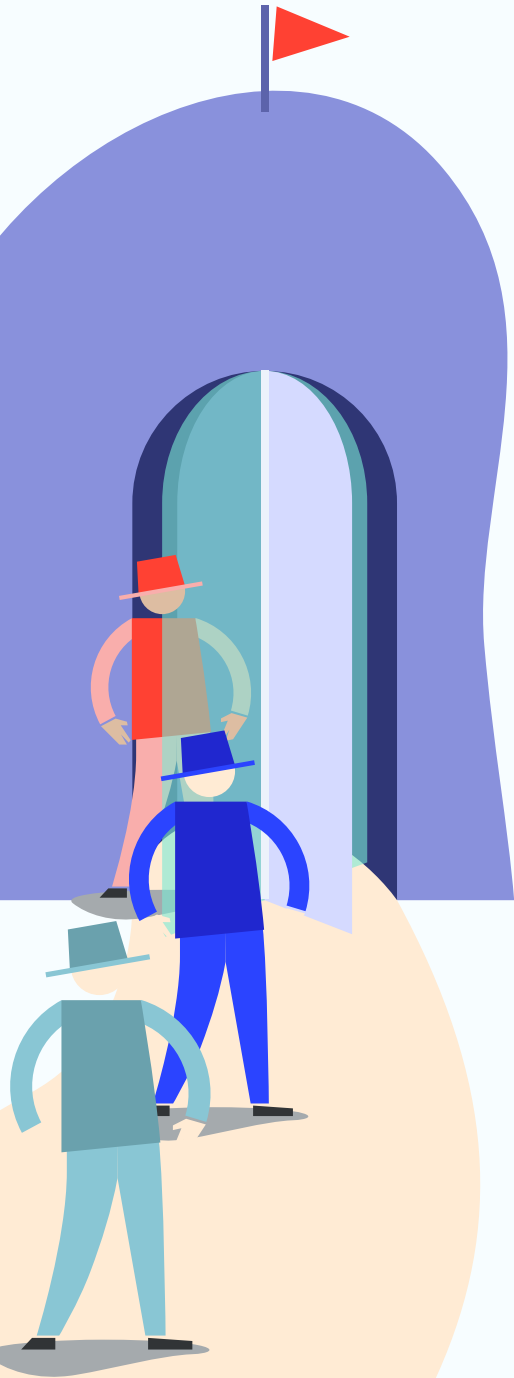
## Vercelli

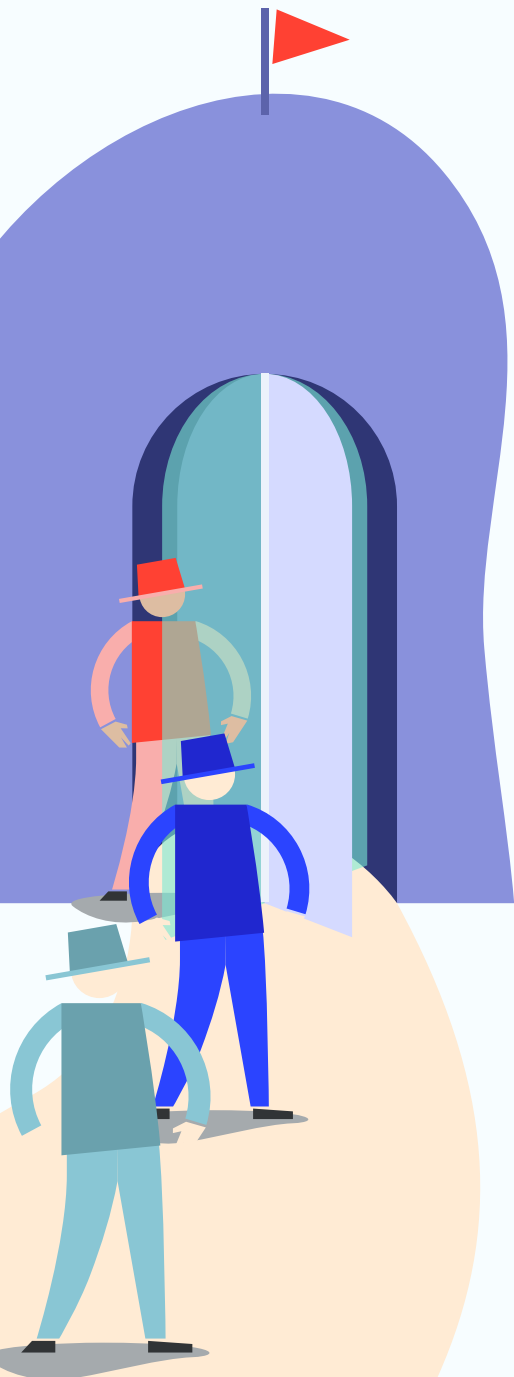


● Maggiore

● Più o meno uguale

● Minore





Secondo la Sua opinione, il Protocollo di sicurezza (accesso contingentato, utilizzo obbligatorio delle mascherine, distanza di sicurezza, disinfettante, guanti, etc.):

## Biella

## Vercelli

Induce il cliente a non entrare nel punto vendita

28%

30%

Pone il cliente in una situazione di disagio/preoccupazione nel toccare la merce

37%

32%

Pone il cliente in una situazione di disagio/preoccupazione nel provare la merce

13%

20%

Induce il cliente ad acquisti più mirati per non rimanere troppo all'interno del punto vendita

13%

25%

Limita la relazione tra il commerciante e il cliente, inducendo a un numero di acquisti inferiore

41%

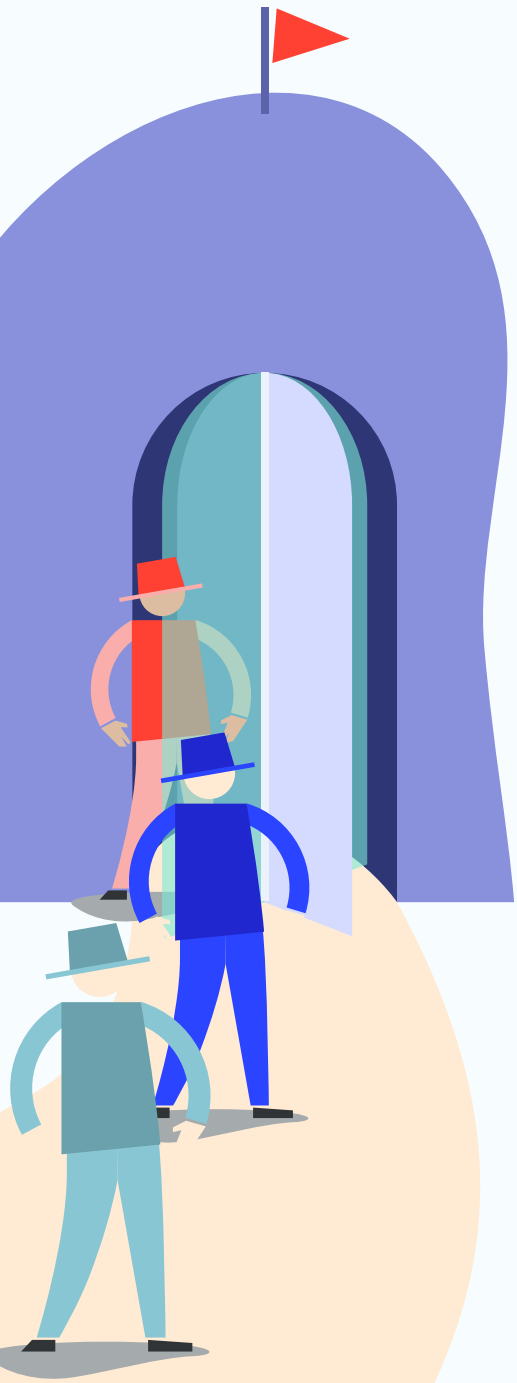
42%

Non ha creato limitazioni o disagi particolari

48%

25%



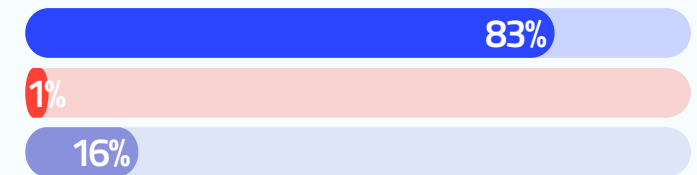
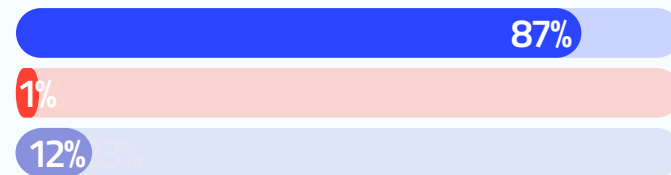


# Com'è cambiato il comportamento dei Suoi clienti, in relazione ai seguenti aspetti?

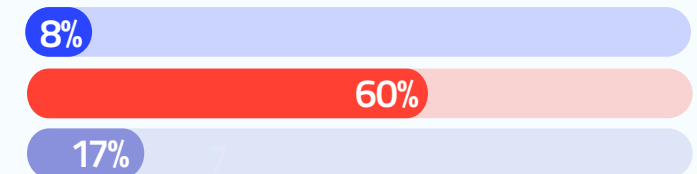
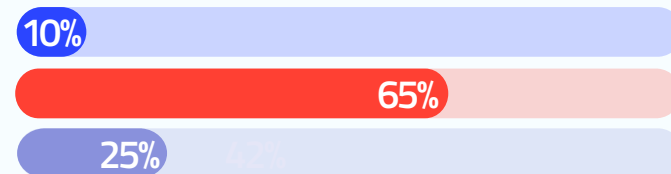
## Biella

## Vercelli

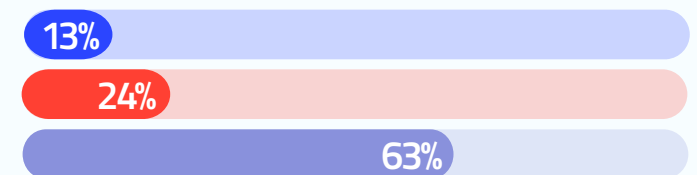
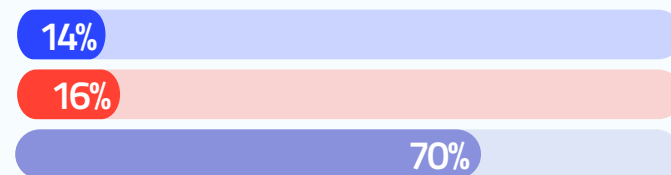
### Attenzione alle norme di sicurezza



### Spesa media effettuata



### Richiesta di informazioni rispetto ai prodotti/servizi da acquistare



● Maggiore di prima      ● Minore di prima      ● Più o meno uguale a prima

# A quali strumenti l'impresa sta facendo ricorso, o prevede di ricorrere, per soddisfare il fabbisogno di liquidità?

## Biella

## Vercelli

Attività liquide presenti in bilancio (es. depositi bancari)

15%

10%

Smobilizzo di attività non liquide presenti in bilancio (es. vendita di beni immobili o strumentali)

3%

Margini disponibili sulle linee di credito (affidamenti)

15%

14%

Differimento nei rimborsi dei debiti (es. ricorso alla moratoria)

7%

10%

Rinegoziazione dei contratti di locazione

11%

12%



# A quali strumenti l'impresa sta facendo ricorso, o prevede di ricorrere, per soddisfare il fabbisogno di liquidità?

## Biella

## Vercelli

Accensione di nuovo debito bancario (es. debiti garantiti dallo Stato)

42%

10%

43%

Ricorso a strumenti di finanziamento alternativi al debito bancario (es. finanziamenti dei soci, obbligazioni, piattaforme di prestito P2P)

10%

5%

Aumenti di capitale da parte della proprietà (imprenditore, soci)

8%

4%

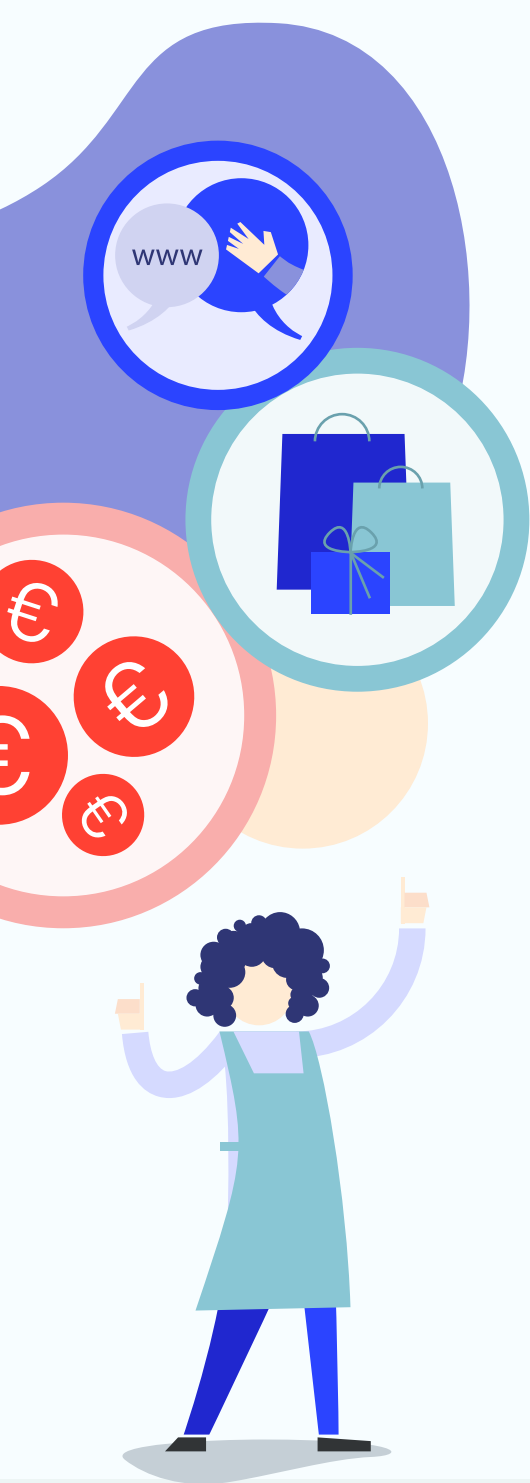
Aumenti di capitale da parte di finanziatori esterni (es. società finanziarie, nuovi soci)

1%

Non si prevede il ricorso ad alcuno strumento

25%

25%



# Quali strategie ha adottato (o sta valutando di adottare) in questi primi giorni della cosiddetta fase 2 dell'emergenza Covid-19?

## Biella

## Vercelli

Riduzione del personale

21%

15%

Aumento del personale

1%

Utilizzo della cassa integrazione (ordinaria, in deroga)

27%

30%

Aumento degli investimenti nel digitale (e-commerce)

12%

10%



# Quali strategie ha adottato (o sta valutando di adottare) in questi primi giorni della cosiddetta fase 2 dell'emergenza Covid-19?

## Biella

## Vercelli

Aumento della presenza e della comunicazione sui social media

22%

23%

Introduzione di nuovi beni e servizi

15%

12%

Nessuna nuova strategia (continuo a fare quello che facevo prima)

40%

38%





# **IL RAPPORTO CON LE ISTITUZIONI E I FORNITORI**

Complessivamente, quanto ritiene l'abbiano aiutata nell'affrontare la fase di riapertura?  
(Scala da 1 a 10, dove 1="per niente" e 10="moltissimo")

Biella

Vercelli

Il sistema bancario

4,5

3,8

I Suoi fornitori

5,8

5,8

Ascom-Confcommercio

7,3

7,3



Quanta fiducia riponete in una, seppur lenta, ripresa?  
(Scala da 1 a 10, dove 1="per niente fiducioso" e  
10="molto fiducioso")

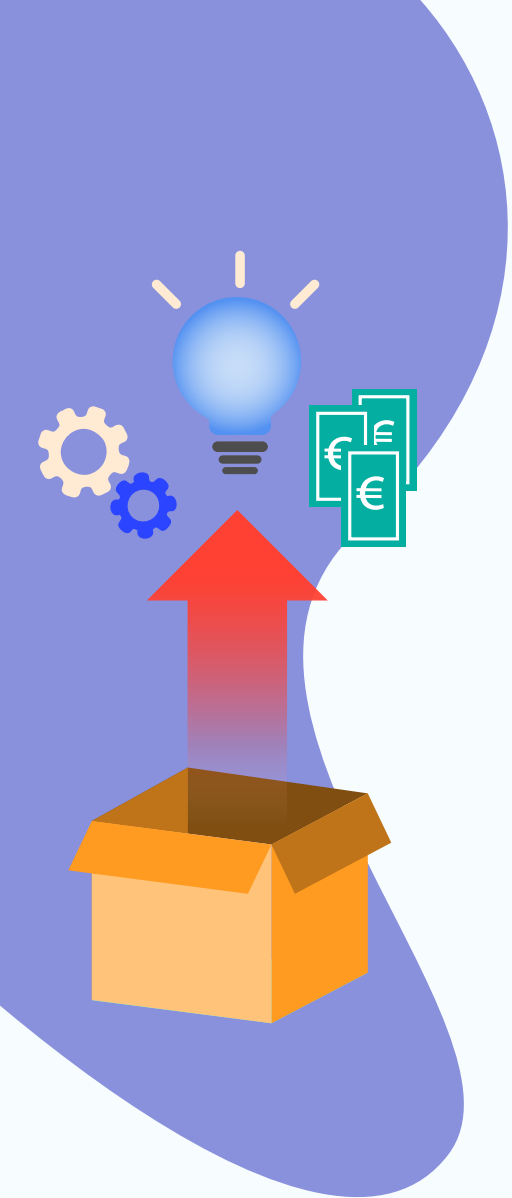
Biella

Vercelli

Grado di fiducia

5,5

4,9







# Il terziario di Biella e Vercelli di fronte alla fase 2 dell'emergenza COVID-19

La reazione del terziario alla sfida  
della pandemia

*Analisi condotta su un campione di aziende associate a  
Confcommercio Biella e Vercelli*

A cura di:  
**Alessandro Minello**  
Università Ca' Foscari Venezia

In collaborazione con:  
**EconLab Research Network**  
Ricerca, progetti, rete

10/06/2020

**Centr◊Studi**  
sul Terziario del Piemonte Nord