

ANALISI CONGIUNTURALE

II TRIMESTRE 2021

FOCUS MERCATI

INDICE

Nota introduttiva.....	3
DATI CONGIUNTURALI II TRIMESTRE 2021	4
ANDAMENTO PRIMO SEMESTRE E ATTESE PER IL SECONDO.....	5

Nota introduttiva

Il questionario relativo alla sostenibilità è stato proposto ad un campione di 100 imprese, rappresentativo del comparto associativo di Apindustria Brescia.

SETTORE MERCEOLOGICO	%	NUMERO DI DIPENDENTI	%
Agroalimentare	4%	1-5	7%
Chimico	4%	6-9	13%
Plastica-Gomma	8%	10-15	20%
Metalmecanico	51%	16-19	14%
Produzioni Meccaniche	4%	20-49	34%
Macchine	4%	50-99	8%
Impiantistica	1%	100-249	3%
Elaborazioni meccaniche	0%	250 e più	1%
Edile-lapideo	3%		
Elettromeccanica	1%		
Elettronica	1%	CLASSE DI FATTURATO	%
Ceramiche-Vetro	0%	meno di 500.000€	7%
Pelle-Calzature	0%	più di 500.000€, meno di 1Mil€	9%
Tessile-Abbigliamento	0%	più di 1Mil, meno di 2Mil€	11%
Legno	0%	più di 2Mil, meno di 5Mil€	41%
Informatica-telecomunicazioni	3%	più di 5Mil, meno di 10Mil€	14%
Carto-Grafico-Editoria	5%	più di 10Mil, meno di 20Mil€	12%
Mobili Arredo	0%	più di 20Mil, meno di 50Mil€	4%
Servizi alle imprese	3%	più di 50Mil€	3%
Altro	8%		

DATI CONGIUNTURALI II TRIMESTRE 2021

I dati congiunturali del secondo trimestre evidenziano miglioramenti consistenti nella relazione con i clienti: ottimo il mercato interno – che presenta dati congiunturali in progressivo rafforzamento, migliorano le relazioni estere, con fatturato ma soprattutto ordini in crescita – anche fuori dal contesto comunitario.

Tabella di sintesi – andamento di fatturato e ordini nelle tre macro aree

VARIAZIONE	FATTURATO			ORDINI		
	ITALIA	EU	extra EU	ITALIA	EU	extra EU
AUMENTO	68%	59%	42%	67%	65%	56%
STABILE	8%	22%	35%	13%	22%	33%
CALO	25%	20%	23%	20%	14%	11%

La tabella di seguito proposta, dettaglia l'andamento di fatturato e ordini nelle tre macro aree di riferimento (Italia, Comunità Europea, extra EU). Si evidenziano ottime prospettive offerte dal mercato domestico sul fronte di ordini e fatturato: generalmente, ottime le prospettive verso la comunità europea ma migliorano sensibilmente anche rispetto al contesto extra EU – con dati sugli ordini molto positivi.

se il trimestre precedente presentava buoni segnali di ripresa dalla comunità europea, il secondo trimestre rafforza le prospettive che evidenzia timidi segnali di miglioramento nel fatturato, ma una crescita più marcata degli ordini fa ben sperare per il prossimo trimestre.

Restano evidenti i cali del fatturato, anche marcato, che investono le tre aree.

Tabella - Variazione delle principali aree, fonte degli ordinativi – II trimestre 2021

VARIAZIONE	FATTURATO			ORDINI		
	ITALIA	EU	extra EU	ITALIA	EU	extra EU
AUMENTO MARCATO (+2%)	37%	24%	19%	48%	41%	33%
AUMENTO CONTENUTO (0-2%)	31%	34%	23%	18%	24%	22%
STABILE	8%	22%	35%	13%	22%	33%
CALO CONTENUTO (0-2%)	6%	7%	4%	3%	3%	0%
CALO MARCATO (+2%)	18%	12%	19%	17%	11%	11%

L'analisi degli investimenti evidenzia la totale stabilità di quanto realizzato fuori dal confine nazionale. Movimentata, ma in positivo, la situazione nel mercato domestico, dove a fronte di una metà degli intervistati che mantiene stabili i propri investimenti, il 44% ha provveduto ad implementarli. Solo il 3% segnala riduzioni.

INVESTIMENTI	ITALIA	EU	EXTRA EU
Aumentare	44%	0%	0%
Uguale	53%	100%	100%
Diminuire	3%	0%	0%

Un discorso a parte merita il tema dei prezzi, che deve esser letto alla luce delle considerazioni – ormai note – sul tema costi della produzione e straordinaria dinamica espansiva dei prezzi degli input produttivi.

Diversamente da quanto registrato nel primo trimestre, il secondo si qualifica per una decisa impennata dei prezzi di vendita, che necessitano di adeguamento proprio a fronte di un maggior costo delle attività di gestione caratteristica – che paiono nel trimestre ormai irreversibilmente in crescita per le imprese intervistate.

crescita marcata in Italia per il 45% dei rispondenti, ma si intensifica all'estero, condivisa da 6 intervistati su 10 che lavorano fuori dalla comunità europea.

PREZZI	ITALIA	EU	EXTRA EU
SENSIBILE AUMENTO (>2%)	45%	53%	60%
LEGGERO AUMENTO (0-2%)	25%	15%	17%
NO VARIAZIONI DI RILIEVO rispetto al semestre precedente	25%	25%	20%
LEGGERA RIDUZIONE (0-2%)	3%	5%	0%
SENSIBILE RIDUZIONE (>-2%)	2%	3%	3%

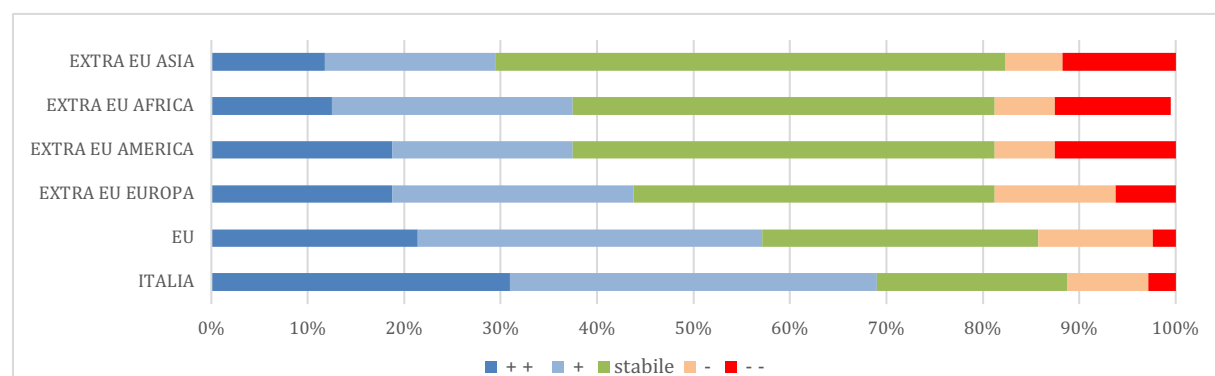
ANDAMENTO PRIMO SEMESTRE E ATTESE PER IL SECONDO

Il primo semestre ha consentito ottimi sviluppi commerciali per le imprese intervistate, già bene evidenziato dalle dinamiche congiunturali dei due trimestri del 2021.

Analizzando il dato aggregato relativo ai primi sei mesi dell'anno, prevalgono due aree, che anche nel grafico paiono più evidenti delle altre, con aree in rosso (sensibile riduzione) particolarmente limitate: il primo è il mercato domestico continua a rappresentare il primo e miglior mercato di destinazione. Buone le risultanze commerciali anche rispetto alla comunità europea, secondo mercato per destinazione delle PMI bresciane.

ANDAMENTO I SEMESTRE 2021	ITALIA	EU	EXTRA EU EUROPA	EXTRA EU AMERICA	EXTRA EU AFRICA	EXTRA EU ASIA OCEANIA
++	31%	21%	19%	19%	13%	12%
+	38%	36%	25%	19%	25%	18%
stabile	20%	29%	38%	44%	44%	53%
-	8%	12%	13%	6%	6%	6%
--	3%	2%	6%	13%	12%	12%

Restano molto positive anche le relazioni con le altre aree, in cui tuttavia prevale la stabilità (44% degli intervistati in America e Asia, sale al 53% in Asia-Oceania) ed in cui la presenza di contrazioni significative è più evidente.



Le attese per il prossimo semestre sembrano particolarmente positive, rispecchiando ma con sensibile miglioramento, l'andamento delle aree già registrato nella prima metà dell'anno: per il futuro, prevale una cauta attesa di stabilità, che si concentra maggiormente nelle aree di Africa (5 su 10), America e Asia-Oceania (che superano il 60% degli intervistati).

CENTRO STUDI
Analisi congiunturale II trimestre 2021

<i>PREVISIONE II SEMESTRE 2021</i>	<i>ITALIA</i>	<i>EU</i>	<i>EXTRA EU EUROPA</i>	<i>EXTRA EU AMERICA</i>	<i>EXTRA EU AFRICA</i>	<i>EXTRA EU ASIA OCEANIA</i>
++	14%	11%	10%	6%	6%	6%
+	51%	45%	40%	25%	31%	18%
stabile	23%	34%	40%	63%	50%	65%
-	10%	5%	10%	6%	13%	12%
--	3%	5%	0%	0%	0%	0%

Tendenzialmente, le imprese si attendono ulteriore ma contenuta espansione delle relazioni commerciali, mentre si riducono in modo significativo le attese di forte riduzione.

