



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

TORINO CONGIUNTURA

trimestrale dicembre 2011 anno 12 - n. 46 (analisi congiunturale luglio - settembre 2011)



E-NEWSLETTER

SOMMARIO

		pag.
EDITORIALE		2
SCENARIO INTERNAZIONALE	In arrivo la recessione nell'Eurozona	3
SCENARIO NAZIONALE	Pil in calo nel 3° trimestre, la prima volta dal 2009	4
LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE	Rallenta la crescita della produzione manifatturiera nel 3° trimestre	5
FOCUS	I contratti di rete nelle imprese della provincia di Torino	8
LA CONGIUNTURA NEL SETTORE COMMERCIO	Ancora in contrazione il commercio subalpino nel 3° trimestre dell'anno	9
LA DINAMICA DELLE IMPRESE	Stabile lo stock di imprese della provincia nel 3° trimestre 2011: dopo anni di crescita, fermo il tessuto imprenditoriale torinese	11
IL COMMERCIO ESTERO	Nel 3° trimestre dell'anno continua la ripresa degli scambi tra la provincia e l'estero	12
CREDITO	In calo i depositi delle imprese della provincia	13
FALLIMENTI	In aumento i fallimenti nel 3° trimestre del 2011 rispetto al 2010	14
APPROFONDIMENTO	Il consumo di vino tra le famiglie torinesi	14
	La conoscenza del fenomeno della contraffazione tra i giovani della provincia di Torino	16
	Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi: quattordicesima edizione	17
	Indagine trimestrale Excelsior per il 4° trimestre 2011	18

STAMPA TUTTO
IL DOCUMENTO

Scopri tutte le Newsletters
della Camera di commercio
di Torino!



Editoriale

La crisi finanziaria che nel corso dell'estate ha investito Spagna e Italia si è ormai estesa a tutta l'Europa: Standard & Poor's, dopo aver messo sotto osservazione il rating di quindici Paesi dell'area euro, ne ha declassati nove, fra i quali il nostro – equiparato all'Irlanda – e la Francia, che ha perso la tripla A.

Il delicato momento che sta attraversando l'Europa, ha indotto i suoi stati membri ad un'intesa per realizzare in tempi brevi un'unione fiscale con lo scopo di superare la crisi della moneta unica.

La BCE ha cercato di sostenere il sistema bancario europeo – provato da una forte riduzione della liquidità – concedendo un finanziamento a tre anni e con un basso tasso di interesse. Il finanziamento potrà essere utilizzato per rilanciare l'economia reale (finanziamenti a imprese e famiglie, mutui, pagamento delle cedole dei titoli in scadenza).

Occorre ora comprendere come reagiranno i mercati finanziari al declassamento, poiché i nove Paesi interessati potrebbero veder aumentare le difficoltà a finanziare il debito pubblico e di conseguenza gli interessi da pagare.

L'Italia continua a rimanere nell'occhio del ciclone: mai come ora è inderogabile l'impegno ad attuare le misure richieste dalla UE e finalizzate alla riduzione del debito pubblico e alla realizzazione delle riforme strutturali per far ripartire l'economia.

Un compito arduo per il nuovo governo che nel 2012 si troverà a fronteggiare una nuova fase recessiva. I principali centri di ricerca sono tutti concordi su questa previsione: gli ultimi dati diffusi dall'ISTAT evidenziano nel terzo trimestre 2011 una contrazione del Pil italiano del -0,2% (rispetto ai tre mesi precedenti), la prima dal 2009.



Nonostante la difficile situazione internazionale e le preoccupazioni per l'immediato futuro, le imprese torinesi hanno evidenziato una crescita, seppur in rallentamento, della produzione industriale nel periodo luglio - settembre (+4,9% rispetto allo stesso intervallo del 2010). Questo risultato è stato ottenuto, come sottolineiamo da tempo, grazie alle esportazioni, che secondo gli ultimi dati elaborati dall'ISTAT sono aumentate di quasi il 10% nei primi nove mesi del 2011.

La ricerca di nuovi sbocchi di mercato continua a confermarsi una valida soluzione per fronteggiare la crisi, data la stagnazione della domanda interna. Ma questo non può essere l'unico rimedio. Le previsioni per l'immediato futuro non sono rosee: nell'ultimo trimestre 2011 ci si aspetta una contrazione della produzione industriale e anche gli ordinativi oltre confine potrebbero diminuire. Solo guardando più avanti nel tempo arriva qualche timido segnale di speranza: secondo le ultime previsioni della BCE, nell'area euro potrebbe verificarsi, soprattutto nella seconda parte del 2012, una ripresa, seppure ancora piuttosto graduale.

Alessandro Barberis
Presidente Camera di commercio di Torino



IN ARRIVO LA RECESSIONE NELL'EUROZONA

A partire dalla scorsa estate, l'Eurozona è finita nell'occhio del ciclone a seguito delle manovre speculative dei mercati finanziari: dopo Grecia, Irlanda e Portogallo, anche i debiti pubblici di Italia e Spagna hanno iniziato a preoccupare e la Bce è intervenuta più volte acquistando i titoli pubblici di Italia e Spagna, per contenere lo spread fra i BTP e i bund tedeschi a dieci anni salito a livelli molto elevati.

Al fine di evitare il rischio di default, anche la Spagna e l'Italia, dopo la Grecia, sono corse ai ripari varando delle pesanti manovre economiche con lo scopo di riportare in ordine i conti pubblici e raggiungere il pareggio di bilancio entro il 2013.

Tuttavia le manovre varate dagli Stati in difficoltà potrebbero non essere sufficienti a riportare stabilità nei mercati. La pressione esercitata dai mercati finanziari riguarda ormai tutti i Paesi dell'area euro: nei mesi scorsi sono finiti nel mirino degli speculatori anche i titoli pubblici dei paesi più virtuosi (Austria, Olanda e Finlandia) e Standard & Poor's, dopo aver messo sotto osservazione i rating di 15 Paesi della zona euro, ha declassato di due posizioni l'Italia e la Francia e l'Austria hanno perso la tripla A.

A peggiorare questo scenario, da oltreoceano si sta facendo strada l'ipotesi che la moneta unica possa dissolversi nel 2012, tanto che le autorità di regolamentazione degli Usa stanno esortando gli istituti di credito a ridurre la loro esposizione verso l'area euro.

Per scongiurare questo pericolo, gli stati membri dell'Unione Europea, a inizio dicembre, hanno cercato un'intesa per realizzare in tempi brevi un'unione fiscale, basata su una modifica dei trattati, che consenta alla Banca Centrale Europea di sostenere con acquisti le obbligazioni dei Paesi, che seguiranno una severa disciplina di bilancio, certificata da nuovi controlli più rigorosi della Ue. All'accordo hanno aderito i diciassette Stati dell'area euro più i nove Paesi dell'Unione che hanno deciso di sottoscriverlo (solo la Gran Bretagna ne ha preso le distanze).

Le manovre per il ripianamento dei debiti pubblici dei Paesi in difficoltà potrebbero non essere sufficienti, senza una seria politica di rilancio dell'economia. E sul fronte della crescita economica, le previsioni non sono purtroppo buone per il 2012: i principali centri di ricerca sono concordi che Eurolandia attraverserà una nuova fase recessiva. Secondo le previsioni elaborate dal Centro Studi di Confindustria (CSC), il Pil potrebbe subire nel 2012 una contrazione dello 0,5%; l'arretramento inizierebbe nell'ultima parte del 2011, si accentuerebbe nel primo trimestre 2012 e già dalla tarda primavera del 2012 si dovrebbe manifestare una ripresa. La recessione coinvolgerebbe tutti i Paesi, rimanendo più contenuta in Francia e soprattutto in Germania. Anche la Bce conferma questo trend per il 2012, stimando una variazione del Pil dell'area Euro pari al -0,4%.

Le prospettive apparirebbero, invece, migliori per l'economia statunitense, che secondo il Centro Studi di Confindustria potrebbe crescere dell'1,8% nel 2012 e del +2% nel 2013. Anche la crescita dei Paesi emergenti potrebbe rallentare il prossimo anno: +5,7% medio a fronte del +6,1% nel 2011.

L'attuale situazione economica preoccupa anche il Fondo Monetario Internazionale, che, tramite la sua direttrice generale C. Lagarde, afferma che nessuna economia del mondo è al momento immune alla crisi e se le questioni non verranno affrontate con decisione, l'economia mondiale potrebbe trovarsi di fronte alle stesse minacce che determinarono la Grande Depressione degli anni '30 del secolo scorso. Secondo il FMI, sarebbe opportuno che i mercati finanziari diano alle nazioni in difficoltà il tempo necessario per mettere in atto le riforme strutturali di rilancio dell'economia.

Nel 2012 dovrebbe frenare pure la crescita del commercio mondiale: +0,3% a fronte del +5,6% del 2011. Secondo CSC, gli scambi internazionali tornerebbero a intensificarsi dalla seconda metà del 2012 e nel 2013 potrebbero rilevare un aumento medio del 6,9%.



L'euro nel 2012 dovrebbe rimanere stabile attorno agli attuali valori: 1,35 su dollaro. Ciò appare il risultato di spinte contrastanti: verso l'alto spinge lo stop della fuga verso altre valute; verso il basso, la discesa dei tassi ufficiali con la BCE che diminuirà di un altro mezzo punto (è previsto un tasso dello 0,5% entro la primavera del 2012) e la FED che li annullerà varando ulteriori misure di espansione quantitativa.

Tuttavia, più che dalla leva del tasso ufficiale, il rilancio di Euro-landia dipenderà dallo sblocco del credito, dal ritorno della fiducia verso le banche e dall'abbassamento della curva dei rendimenti dei titoli pubblici nei paesi sotto l'attacco della speculazione finanziaria.

SCENARIO NAZIONALE: PIL IN CALO NEL 3° TRIMESTRE, LA PRIMA VOLTA DAL 2009

L'ISTAT registra una variazione negativa del Pil nel terzo trimestre (-0,2% rispetto ai tre mesi precedenti), la prima volta dal 2009. Sono state riviste al ribasso anche le stime dei precedenti trimestri e la crescita acquisita per il 2011 risulterebbe pari allo 0,5%.

L'Italia si sta quindi avviando verso una nuova fase recessiva, come confermano anche le previsioni elaborate dal Centro Studi di Confindustria e dall'OCSE: secondo il CSC, nel 2012 il Pil nazionale potrebbe subire una flessione dell'1,6%; più contenuta la stima dell'OCSE (-0,5%).

Una delle conseguenze della recessione sarebbe, sempre secondo Confindustria, una diminuzione dell'occupazione dello 0,6% e i posti di lavoro perduti ammonterebbero a circa 800 mila dall'inizio del 2008, anno in cui è incominciata la crisi di fine decennio. Il tasso italiano di disoccupazione, salito a settembre all'8,3%, potrebbe raggiungere il 9% a fine del 2012. La situazione apparirebbe particolarmente drammatica per l'occupazione giovanile, che subirebbe la maggiore emorragia di posti di lavoro (da metà 2008 a metà 2011, -24,4% per la fascia da 15 a 24 anni e -13,3% per quella dai 25 ai 34 anni).

Il peggioramento del quadro economico non gioverà al rilancio

dell'economia italiana. Secondo l'ISTAT, nel terzo trimestre 2011 tutte le componenti della domanda interna sono apparse in ribasso: i consumi delle famiglie sono scesi dello 0,1%; la stessa variazione congiunturale è stata rilevata per le spese della PA e sono calati dello 0,2% gli investimenti. Le importazioni sono diminuite dell'1,1% rispetto ai tre mesi precedenti, mentre le esportazioni sono aumentate solo dell'1,6%, benchè il periodo abbia avuto due giornate lavorative in più rispetto al trimestre precedente.

La crescita del debito pubblico rappresenta l'altro grave problema per il nostro Paese. La continua crescita del tasso di interesse dei titoli di stato italiano e dello spread rispetto a quelli tedeschi, ha indotto il governo Berlusconi a dimettersi, nonostante il varo di tre manovre economiche per cercare di riportare i conti in pareggio entro il 2013.

Per recuperare credibilità internazionale e attuare le misure raccomandate dall'Unione Europea, il nuovo governo Monti ha varato in tempi rapidi una manovra economica (riforma delle pensioni, reintroduzione dell'ICI sulla prima casa, aumento dell'aliquota Iva al 23% nel 2012) per riportare sotto controllo il debito pubblico italiano e per recuperare credibilità internazionale. Nonostante questo, lo spread fra BTP italiani e Bund tedeschi a dieci anni continua a rimanere elevato, sopra quota 500.

Senza crescita economica, gli effetti della manovra potrebbero però essere vanificati. La nostra economia nell'ultimo decennio è cresciuta di meno di quella degli altri Paesi di Euro-landia ed è questa la sfida del 2012 del governo Monti.

Per far fronte alle difficoltà del sistema bancario dell'area euro e in particolare di quello italiano, già provato da una forte contrazione della liquidità, la Banca Centrale Europea ha erogato il primo finanziamento contro la crisi (pari a 489,19 miliardi di euro) a cui le banche hanno aderito in misura massiccia e le richieste provenienti dalle banche italiane hanno superato i 110 miliardi di euro. Il denaro, prestato dalla Bce a un tasso dell'1% annuo e con scadenza tre anni potrà essere impiegato dalle banche per i finanziamenti alle imprese e alle famiglie, per i mutui, per il pagamento delle cedole dei bond in scadenza. Una importante medicina contro il credit crunch, che, a causa della tempesta finanziaria, corre il rischio di diventare più duro e di allontanare le possibilità di ripresa economica.



ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE IN PROVINCIA DI TORINO

GRAFICO 1



FONTE Camera di commercio di Torino, 160ª Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

RALLENTA LA CRESCITA DELLA PRODUZIONE MANUFATTURIERA NEL 3° TRIMESTRE

Il periodo estivo ha evidenziato una variazione della produzione industriale dell'area subalpina pari al +4,9%⁽¹⁾ – nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente –, minore rispetto a quelle rilevate nei trimestri precedenti. La performance risulta comunque fra le migliori realizzate dalle province piemontesi (l'incremento regionale nel terzo trimestre è stato pari al +3%). A livello nazionale la produzione industriale ha, invece, accusato una contrazione tendenziale dell'1,8%.

Anche il fatturato manifesta un incremento dell'8,5% nei confronti dello stesso intervallo del 2010.

Nonostante la preoccupante crisi finanziaria dell'area euro, la produzione manifatturiera torinese ha registrato ancora una crescita, seppur in rallentamento, grazie all'andamento degli ordinativi esteri, che nel terzo trimestre hanno ottenuto un incremento del 6,1% rispetto all'intervallo luglio – settembre dello scorso anno.

Questo dato è confermato anche dai dati ISTAT sulle esportazioni, che evidenziano nei primi nove mesi del 2011 per la provincia di Tori-

⁽¹⁾ A partire dall'indagine congiunturale del primo trimestre 2011, Unioncamere Piemonte ha ampliato il campione delle imprese manifatturiere alla fascia da 2 a 9 addetti e le imprese sono state riclassificate secondo i nuovi settori dell'ATECO 2007. I dati possono non essere perfettamente confrontabili con quelli delle serie precedenti. Le imprese torinesi del campione esaminato risultano 336, con un numero di addetti pari a 57.079 e un fatturato di 27.941 milioni di euro.



no una crescita del 9,7% nei confronti dello stesso periodo del 2010.

Guardando alla dinamica settoriale, tutti i comparti nel trimestre estivo hanno realizzato un aumento della produzione, ad eccezione dell'industria dei mezzi di trasporto (-3,4% la variazione tendenziale) e delle industrie alimentari (-1,5%).

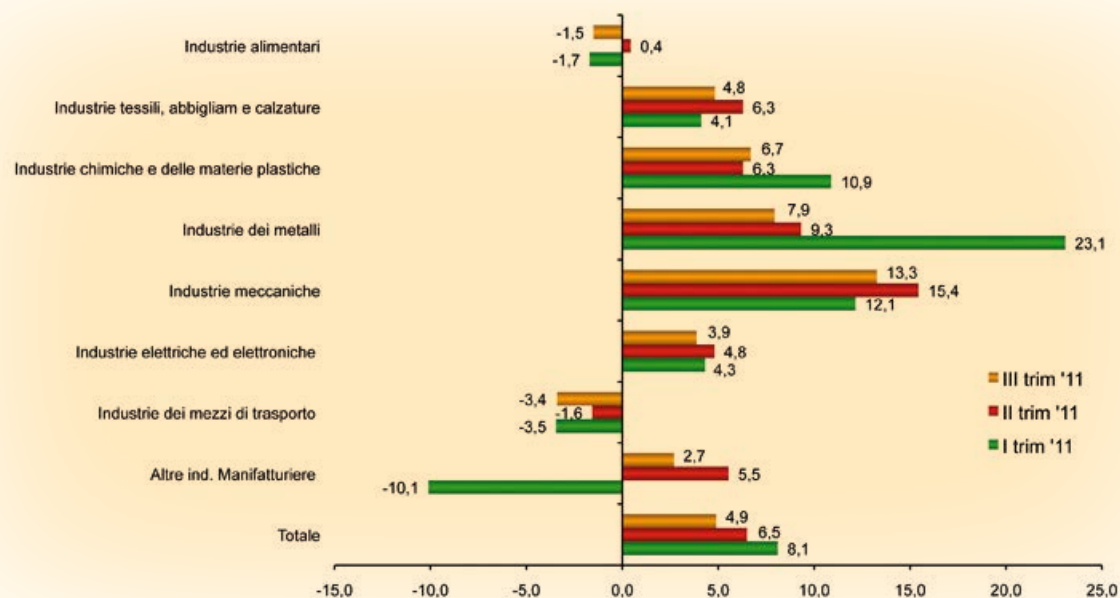
Se si fa un bilancio dei primi nove mesi dell'anno, le industrie meccaniche e quelle dei metalli hanno conseguito i risultati più brillanti (entrambe con una variazione media di poco inferiore al +14%). Un po' più distanziati appaiono i settori della chimica e materie plastiche (+8%) e del tessile e abbigliamento (+5,1%). Per contro le performance negative sono rilevate per l'industria dei mezzi di trasporto (-2,8%, in calo in tutti e tre i trimestri del 2011) e per le industrie alimentari (-0,9%).

A livello dimensionale, le imprese fra i 10 e i 49 addetti e oltre 250 addetti hanno realizzato gli aumenti produttivi più consistenti (rispettivamente del +6,5% e del +6,1% nei confronti del terzo trimestre dell'anno precedente), mentre la fascia inferiore (da 0 a 9 addetti) ha manifestato l'incremento più modesto (+0,9%). Se si fa una media dei primi nove mesi dell'anno, i risultati più brillanti sono stati appannaggio delle classi da 10 a 49 addetti (+8,4%) e fra 50 e 249 addetti (+7,9%).

Per quanto concerne i mercati, gli ordinativi oltre confine sono cresciuti di più di quelli interni (+6,1% rispetto al terzo trimestre 2010, a fronte del +1,9%). Le imprese manifatturiere torinesi nel terzo trimestre hanno esportato il 41% del fatturato complessivo e il fatturato estero ha registrato un incremento del 14,1% nei confronti dello stesso intervallo dell'anno precedente.

ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE DELLA PROVINCIA DI TORINO PER SETTORI

GRAFICO 2



FONTE Camera di commercio di Torino, 160ª Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese



La domanda estera nell'intervallo luglio - settembre 2011 è aumentata soprattutto per i comparti della meccanica (+12% nei confronti dello stesso periodo dell'anno passato), della produzione di metalli (+11,5%) e dell'alimentare (+8,9%); pure i restanti settori hanno registrato delle variazioni positive in linea o inferiori con la media provinciale.

Per quanto concerne la componente interna della domanda, l'unica flessione, seppur di lieve entità, è accusata dalle industrie dei mezzi di trasporto (-0,3% nei confronti del periodo luglio - dicembre 2010); la performance migliore è stata, invece, conseguita dalle industrie elettriche ed elettroniche (+7,4%).

Se si considera la dimensione aziendale, la variazione positiva più elevata degli ordinativi interni è stata realizzata dalla classe 10 - 49 addetti (+2,9% nei confronti del terzo trimestre dello scorso anno), mentre quella più bassa è stata appannaggio della fascia fra 50 e 249 addetti (+0,8%). Passando alla componente estera della domanda, la performance migliore è stata conseguita dalle imprese fra 0 e 9 addetti (+10,3%), mentre quelle da 10 a 49 hanno registrato l'incremento minore (+3%).

L'occupazione industriale (del campione analizzato) nel terzo trimestre dell'anno ha manifestato un incremento dello 0,2% rispetto allo stesso intervallo dell'anno precedente. Gli aumenti occupazionali più significativi sono stati ottenuti dai settori e della chimica e materie plastiche (+1,3%); per contro, la riduzione più marcata è stata subita dalle industrie dei metalli (-1,7%). A livello dimensionale, la fascia oltre i 250 addetti ha realizzato la variazione positiva più alta (+2,9% rispetto al terzo trimestre dell'anno precedente), mentre quella inferiore (inferiore a 10 addetti) la diminuzione più consistente (-6%).

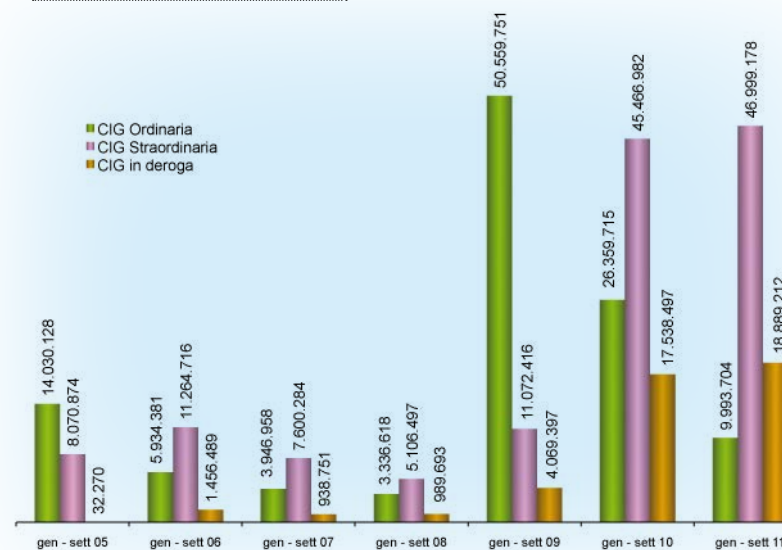
Le previsioni per il periodo ottobre - dicembre 2011, a seguito della crisi dei mercati finanziari e del timore di una nuova fase recessiva, sono improntate al pessimismo: per il 43% del campione intervistato, la produzione industriale subirà una flessione a fronte 23% che ha indicato una crescita, mentre per il 34% resterà stabile. Anche le previsioni sull'andamento del fatturato nei prossimi tre mesi evidenziano una riduzione (chi ha indicato una contrazione supera del 13,4% chi ha dichiarato l'opposto).

Nel periodo ottobre - dicembre, secondo il giudizio espresso dalle imprese del campione intervistato, sia gli ordinativi interni sia quelli oltre confine registrerebbero una flessione, più marcata per i primi (il saldo fra chi ha previsto un aumento e chi una diminuzione sarebbe uguale al -26,3%) rispetto ai secondi (differenza del -17,9%).

I dati INPS relativi al numero di ore autorizzate di Cassa Integrazione Guadagni in provincia di Torino evidenziano che nei primi nove mesi del 2011 sono state autorizzate quasi 76 milioni di ore, con una flessione del 15,1% nei confronti del medesimo intervallo dell'anno precedente. Le ore di CIG ordinaria autorizzate (pari a quasi 10 milioni) sono calate del 62% rispetto all'intervallo gennaio - settembre dell'anno precedente, mentre è aumentato sia il ricorso alla CIG straordinaria (47 milioni di ore autorizzate e +3,4%), sia quello alla CIG in deroga (19 milioni e +7,7%), a conferma che l'emergenza occupazionale non è terminata.

NUMERO DI ORE DI CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI
AUTORIZZATE IN PROVINCIA DI TORINO

GRAFICO 3



FONTE Elaborazione Camera di commercio di Torino su dati Inps



I CONTRATTI DI RETE NELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI TORINO

L'approfondimento sviluppato nell'ambito della 160° Indagine congiunturale sull'industria manifatturiera, realizzata da Unioncamere Piemonte in collaborazione con gli uffici studi delle Camere di commercio provinciali, è stato dedicato al tema dei contratti di rete, ovvero collaborazioni tra più imprese basate su obiettivi strategici comuni in grado di sviluppare network pur mantenendo l'individualità delle singole aziende.

Ad oggi solo il 5,7% delle imprese piemontesi indagate ha dichiarato di aver attivato collaborazioni con altre imprese nazionali, percentuale che cala al 5% se si considerano le sole aziende della provincia di Torino.

Sia tra le imprese piemontesi, sia tra quelle torinesi, la maggioranza delle collaborazioni sono state attivate con imprese collocate in

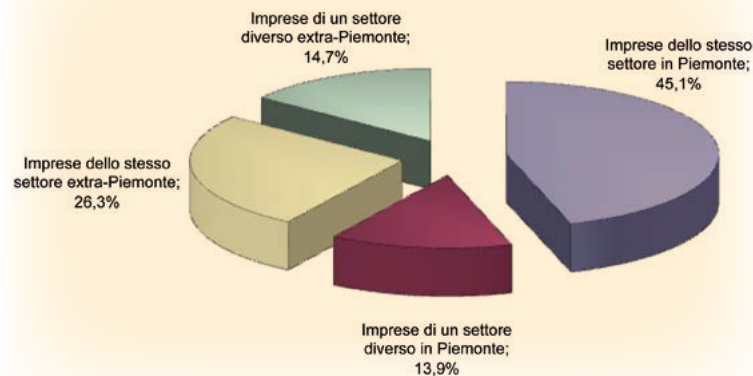
Piemonte e appartenenti allo stesso settore delle aziende indagate (il 44% dei contratti attivi).

A livello piemontese, la forma di collaborazione maggiormente diffusa (il 27,7% del totale) è rappresentata da gruppi formali di imprese con scambio di partecipazioni, seguita a poca distanza dalle collaborazioni informali legate principalmente agli assetti proprietari imprenditoriali (il 24,7%) e dalle associazioni temporanee di imprese (il 20%).

Se si analizzano le forme di collaborazione attivate tra le sole imprese della provincia di Torino, quasi il 60% (il 57,7%) riguardano legami informali dovuti ad assetti proprietari dell'impresa, seguite a distanza dalle aggregazioni di aziende in poli di innovazione e parchi scientifici tecnologici (il 17,2%).

CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE CON CUI SI SONO ATTIVATE COLLABORAZIONI

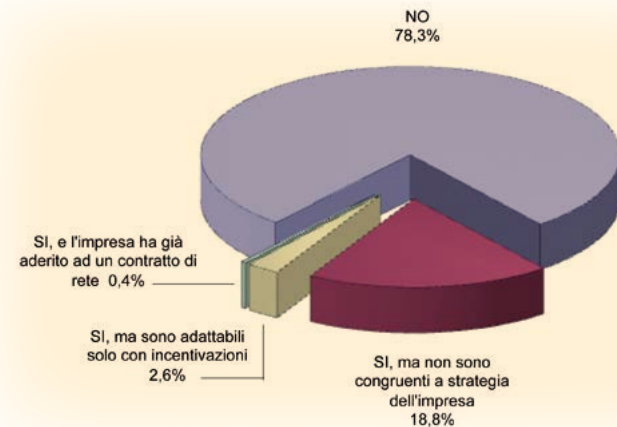
GRAFICO 4



FONTE Camera di commercio di Torino, 160° Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

CONOSCENZA DELLE OPPORTUNITÀ DEI CONTRATTI DI RETE TRA LE IMPRESE TORINESI

GRAFICO 5



FONTE Camera di commercio di Torino, 160° Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese



Sebbene le collaborazioni tra imprese non siano particolarmente diffuse, laddove attivate, nel complesso hanno raggiunto risultati complessivamente buoni e hanno avuto lo scopo di far crescere e rafforzare l'impresa: a livello regionale ben il 43% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver instaurato rapporti di collaborazione per sviluppare nuovi prodotti (il 35% tra le sole imprese torinesi); tra gli altri scopi citati, vi è quello di aumentare il fatturato aziendale (rispettivamente il 40% tra le imprese piemontesi e il 38% tra quelle provinciali) e quello di accrescere/diversificare i canali di vendita (il 38% e il 35%).

Tra le sole imprese subalpine, inoltre, spiccano le imprese che hanno affermato di aver attivato network con altre imprese nazionali per accedere a nuove tecnologie (il 31% del totale).

Tra le aziende piemontesi che a oggi non hanno realizzato accordi con altri soggetti economici, quasi il 70% ha dichiarato di non averli attivati perché non interessato (la percentuale scende di dieci punti percentuali se si indagano le sole imprese torinesi), mentre un quarto degli intervistati nel complesso affermano di non aver trovato partner adatti per iniziare una collaborazione.

Infine, oltre l'80% delle aziende torinesi ha dichiarato di non essere a conoscenza dei vantaggi che possono creare i nuovi contratti di rete e il 15% ha affermato di avere chiare le opportunità dei contratti di rete, ma che questi non sono congruenti alle attuali strategie aziendali.

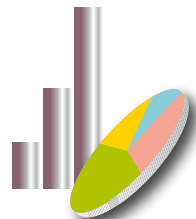
ANCORA IN CONTRAZIONE IL COMMERCIO SUBALPINO NEL 3° TRIMESTRE DELL'ANNO

Secondo quanto elaborato dall'Istat con riferimento all'indagine mensile sulla fiducia dei consumatori, a settembre 2011 l'indice del clima di fiducia è sceso dai 100,3 punti di agosto a 98,5. In particolare il calo è dovuto al peggioramento dell'indicatore relativo al clima economico, che è passato da 70,0 a 67,8, mentre la fiducia sulla situazione personale è calata da 116,2 a 114,4. Nel complesso sono in peggioramento le valutazioni e le previsioni riguardanti la situazione economica nazionale e i giudizi sulle opportunità di risparmio e sul bilancio familiare, mentre appaiono in miglioramento le attese sul mercato dei beni durevoli e sulle intenzioni future di risparmio. La fiducia dei consumatori è apparsa in calo in tutta Italia, soprattutto nel Mezzogiorno, mentre una tenue ripresa è rilevata nel Nord Est.

Anche con riferimento alla percezione dei commercianti, l'indice della fiducia elaborato dall'Istat a settembre ha segnato una riduzione rispetto al mese precedente (da 97,1 a 94,6). In particolare è stata registrata una difformità tra la grande distribuzione, settore che ha evidenziato un lieve aumento della fiducia, e il commercio tradizionale, comparto in cui, al contrario, si è verificato un forte peggioramento dei giudizi e delle attese sulle vendite e un aumento del saldo relativo alle rimanenze.

L'indagine sul commercio svolta trimestralmente dalla Camera di commercio di Torino su un campione di imprese del territorio ha confermato la stagnazione dei consumi.

Circa un quarto del campione intervistato, ha dichiarato di aver registrato un aumento del giro di affari nel terzo trimestre dell'anno, contro il 34% rilevato nel precedente trimestre. A dichiarare una contrazione delle vendite sono stati soprattutto gli esercenti del commercio tradizionale, che nell'83% dei casi hanno rilevato





un calo del giro di affari rispetto all'anno precedente.

Analizzando l'andamento dei prezzi è stato rilevato un sostanziale allineamento nelle dichiarazioni di variazione dei prezzi tra commercio tradizionale e grande distribuzione: per entrambe le categorie, l'82% degli esercenti ha indicato un aumento dei prezzi praticati.

Le previsioni di vendita future continuano a essere improntate al pessimismo: il 79% dei rispondenti ha dichiarato di prevedere per l'ultima parte dell'anno una flessione delle vendite rispetto al quarto trimestre dell'anno precedente. L'unica categoria in contro-

tendenza è stata quella delle medie e grandi strutture di vendita di prodotti alimentari, dove nell'80% dei casi è stato previsto un aumento delle vendite.

Con riferimento alla tendenza dell'occupazione il 30% dei commercianti ha segnalato un calo nel numero di occupati, percentuale molto variabile tra le categorie: si passa dal 14% del comparto alimentare al 40% del settore misto. Nel complesso circa il 68% dei rispondenti ha ritenuto che l'occupazione sia rimasta stabile rispetto al terzo trimestre del 2010, quota sostanzialmente simile tra il commercio tradizionale e la GDO.

DICHIARAZIONI DI VENDITA PER TIPOLOGIA DI ESERCIZIO COMMERCIALE NELLA PROVINCIA DI TORINO

TABELLA 1

	III trimestre 2011			previsioni IV trimestre 2011		
	Aumento	Diminuzione	Saldo	Aumento	Diminuzione	Saldo
Dettaglio tradizionale	17,5%	82,5%	-65,0%	216,2%	83,8%	-67,5%
Alimentare	30,4%	69,6%	-39,1%	22,7%	77,3%	-54,5%
Non alimentare	15,5%	84,5%	-69,0%	17,1%	82,9%	-65,9%
Medie e Grandi strutture	34,1%	65,9%	-31,9%	26,4%	73,6%	-47,3%
Non alimentare	31,1%	68,9%	-37,8%	23,9%	76,1%	-52,2%
Misto	31,7%	68,3%	-36,6%	22,5%	77,5%	-55,0%
Totale	24,6%	75,4%	-50,7%	20,7%	79,3%	-28,7%

FONTE Camera di commercio di Torino, Indagine congiunturale trimestrale sul commercio

NOTA Sia i dati a consuntivo sia le previsioni sono rilevati rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.



Torino Congiuntura - dicembre 2011 anno 12 - n. 46 (analisi congiunturale luglio-settembre 2011)

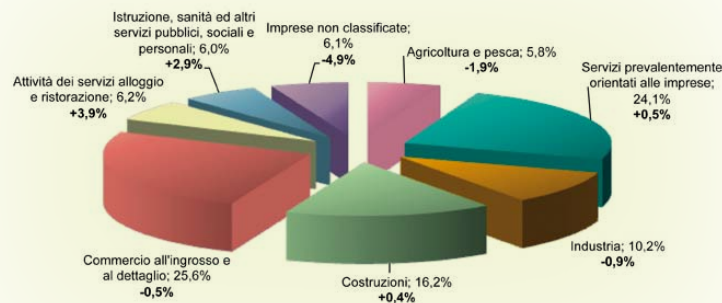
STABILE LO STOCK DI IMPRESE DELLA PROVINCIA NEL 3° TRIMESTRE 2011: DOPO ANNI DI CRESCITA, FERMO IL TESSUTO IMPRENDITORIALE TORINESE

Durante il terzo trimestre dell'anno le imprese registrate in provincia di Torino hanno raggiunto le 238.489 unità (+0,2% rispetto al trimestre precedente), grazie a un saldo tra iscrizioni (3.070) e cessazioni (2.669) positivo, in linea con quanto storicamente rilevato nel periodo luglio-settembre. Con un tasso di natalità dell'1,29% e un tasso di mortalità dell'1,12%, il tasso di crescita delle imprese nel terzo trimestre dell'anno è risultato pari a 0,17%, a dimostrazione di una stagnazione nella dinamica imprenditoriale.

Considerando la ripartizione tra settori di attività economica delle imprese torinesi, si è manifestato un consistente incremento del numero di attività operanti nei servizi turistici (+3,9% rispetto al III trimestre 2010) e nei servizi sociali e personali (+2,9%), quali per esempio istruzione e sanità; il settore dell'agricoltura e pesca ha accusato una contrazione dell'1,9%; il manifatturiero ha registrato una significativa flessione (-0,9%), mentre il settore edile, dopo anni di crescita importante, ha ottenuto un aumento più moderato (+0,4%).

DISTRIBUZIONE PER SETTORI DELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI TORINO AL 3° TRIMESTRE 2011 E VARIAZIONE 3° TRIMESTRE 2011 SU 3° TRIMESTRE 2010

GRAFICO 6



FONTE Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

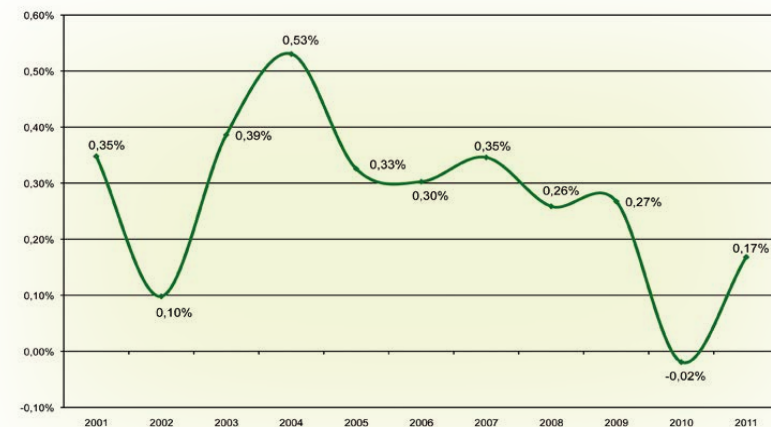
Con riferimento alla forma giuridica delle imprese, nel terzo trimestre dell'anno non si è arrestato il calo di consistenza delle società di persone (-1,8% rispetto al terzo trimestre 2010), unica categoria ad aver subito una contrazione, seppur modesta. Le altre forme giuridiche di impresa sono risultate in crescita: le imprese individuali, grazie a un aumento di consistenza dello 0,3% rispetto al terzo trimestre 2010, hanno incrementato lievemente il loro peso sul totale (dal 53,1% al 53,3%) mentre le società di capitale hanno realizzato una crescita dell'1,6% rispetto all'anno precedente. L'incremento più importante (+1,9% rispetto al terzo trimestre 2010) è stato ottenuto dalla categoria "altre forme giuridiche" -che comprende, al suo interno, le cooperative e consorzi-, la quale non supera, però, il 2,1% del totale.

Tra le imprese della provincia di Torino si evidenzia il sottogruppo delle imprese artigiane che al 30 settembre 2011 hanno raggiunto le 68.540 unità (quasi il 30% del totale del tessuto imprenditoriale torinese), dato sostanzialmente invariato sia rispetto al 2010, sia rispetto al trimestre precedente (rispettivamente +0,03% e -0,01%).

Infine, nel periodo in esame, si è manifestato un aumento dello stock delle posizioni imprenditoriali detenute da stranieri (+3,5% rispetto al terzo trimestre 2010), dovuto prevalentemente all'aumento dei cittadini comunitari (+6%).

ANDAMENTO DEI TASSI DI CRESCITA TENDENZIALI NEL 3° TRIMESTRE. ANNI 2001-2011

GRAFICO 7



FONTE Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere



Torino Congiuntura - dicembre 2011 anno 12 - n. 46 (analisi congiunturale luglio-settembre 2011)

NEL 3° TRIMESTRE DELL'ANNO CONTINUA LA RIPRESA DEGLI SCAMBI TRA LA PROVINCIA E L'ESTERO

I primi nove mesi dell'anno hanno visto un'ulteriore ripresa (+10,3% rispetto al corrispondente periodo del 2010) del volume complessivo di scambi commerciali tra la provincia di Torino e i paesi esteri. Il valore delle esportazioni si è attestato attorno ai 13,2 miliardi di euro (+9,7%), a fronte di un valore totale delle importazioni pari a 11,5 miliardi di euro (+11,3%); il saldo della bilancia commerciale si è mantenuto, pertanto, positivo, in linea con quanto registrato nell'anno precedente.

Con riferimento alla distinzione settoriale, tra i prodotti subalpini venduti all'estero, la voce più importante è rimasta quella mezzi di trasporto (il 36,8% del totale delle esportazioni; -3,9% rispetto al periodo gennaio - settembre 2010), davanti ai macchinari ed apparecchi n.c.a. (il 22,6%; +20,8%) e ai prodotti in metallo (il 7,6%; +18,6%).

Per quanto riguarda le merci acquistate dall'estero, è stato rilevato un aumento, rispetto ai primi nove mesi del 2010, per tutte le principali categorie: gli acquisti di mezzi di trasporto hanno continuato a guidare la graduatoria con un valore totale di 3,7 miliardi di euro (il

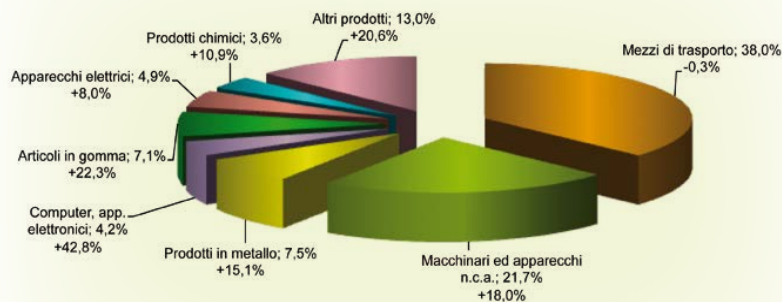
32,5% del totale; +1,3%), seguiti dai macchinari ed apparecchi n.c.a. (il 13,1%; +15,1%) e dai prodotti in metallo (l'11,9%; +34,1%).

La Germania nel periodo gennaio - settembre 2011 conferma la leadership fra i principali Paesi di destinazione delle merci subalpine (il 14,0% del valore complessivo degli acquisti esteri; +11,9% rispetto al periodo gennaio - settembre 2010), seguita dalla Francia (il 13,0%; +9,1%) e dalla Polonia (l'8,1%; -0,7%).

Il Regno Unito, grazie a un aumento dell'11,7%, ha conquistato due posizioni, piazzandosi al quarto posto (il 6,1% del totale delle esportazioni), superando gli Stati Uniti, principale mercato extra-continentale, e la Spagna. In settima posizione è collocata la Turchia (il 5,6% del totale delle vendite provinciali), seguita dal Brasile (il 4,0%), dalla Svizzera (il 3,7%) e dalla Cina (il 2,4%), che hanno evidenziato un deciso incremento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, rispettivamente del +16,8%, del +29,9% e del +16,3%. Per quanto riguarda le importazioni torinesi, si rileva che la quota proveniente dall'Europa dei 27 sul totale complessivo si è ridotta di oltre 4 punti percentuali, raggiungendo nel 2011 il 64%; se si considerano, invece, le esportazioni, nel 2011 il 61% delle vendite torinesi è stato destinato ai paesi della Ue27, mentre a inizio secolo la stessa percentuale sfiorava il 72%.

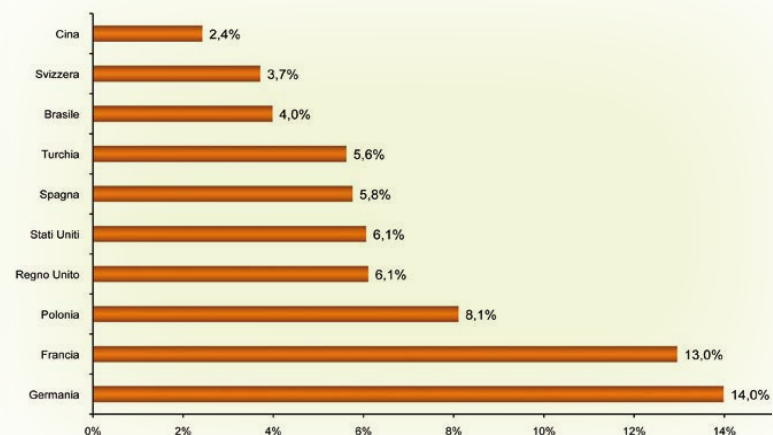
EXPORT PER SETTORI E VARIAZIONE % IN PROVINCIA DI TORINO NEL 3° SEMESTRE 2011

GRAFICO 8



PRINCIPALI PAESI DESTINATARI DELLE MERCI TORINESI NEL 3° SEMESTRE 2011

GRAFICO 9



FONTE Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

FONTE Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati ISTAT



IN CALO I DEPOSITI DELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA

Secondo quanto pubblicato dalla Banca d'Italia con riferimento alle statistiche creditizie, a fine settembre 2011 gli impieghi torinesi ammontavano a 65.726 milioni di euro, contro i 60.226 dello stesso periodo dell'anno precedente (+9,13%), mentre rispetto al 30 giugno 2011 sono rimasti sostanzialmente invariati.

Disaggregando la voce impieghi per settore di attività economica della clientela del mercato creditizio subalpino, non si rilevano sostanziali differenze nell'andamento degli impieghi rispetto al settembre 2010 tra le famiglie (+4,6%) e le imprese (+4,5%). Valutando, invece, la variazione rispetto al secondo trimestre 2011, gli impieghi delle famiglie sono apparsi in lieve aumento (+0,6%), mentre per quanto concerne le imprese si rileva un leggero calo (-0,3%).

Al termine del terzo trimestre dell'anno, in provincia di Torino i depositi erano pari a 48.974 milioni di euro, valore in calo rispetto a quanto registrato a giugno (-5,2%), ma in netto aumento (+18,9%) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Rispetto alla fine di giugno 2011, i depositi delle famiglie sono risultati in lieve calo (-0,5%), mentre più rilevante è stata la diminuzione realizzata dalle imprese (-8,6%). Se il confronto viene effettuato con il 30 settembre 2011, un significativo aumento viene registrato dai depositi detenuti dalle famiglie (+28%); i depositi delle imprese hanno, per contro, accusato una flessione del 3,2%.

In provincia di Torino il valore complessivo delle sofferenze bancarie al termine del primo semestre dell'anno (ultimo dato disponibile) ammontava a 2.523 milioni di euro, in netto aumento sia rispetto al precedente trimestre (+24,4%), sia rispetto al giugno dell'anno precedente (+45,8%). A giugno 2011, inoltre, il rapporto sofferenze / impieghi ha raggiunto un nuovo record storico (3,84%), in aumento del 35% rispetto ad appena un anno prima, a testimoniare il perdurare di una diffusa difficoltà per imprese e famiglie nel far fronte ai propri impegni finanziari.

A giugno 2011 il tasso di interesse applicato alle aperture di credito in conto corrente risultava pari al 5,63%, dato sostanzialmente

invariato rispetto al trimestre precedente (5,64%), ma superiore di 0,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Il tasso praticato alle famiglie fa segnare un nuovo record, sfondando la soglia del 4,9%, a fronte di un tasso praticato alle imprese che, al contrario, si riduce, stabilendosi sul 6,54%.

SISTEMA CREDITIZIO IN PROVINCIA DI TORINO
(DATI RELATIVI ALLA CLIENTELA RESIDENTE)

TABELLA 2

	Impieghi (in milioni di euro)	Depositi (in milioni di euro)	Sofferenze (in milioni di euro)	Sofferenze/ Impieghi
30-set-11	65.726	48.974		
30-giu-11	65.665	51.663	2.523	3,84%
31-mar-11	61.156	43.335	2.029	3,32%
31-dic-10	59.805	43.004	1.934	3,23%
30-set-10	60.226	41.190	1.838	3,05%
30-giu-10	60.647	41.703	1.731	2,85%
31-mar-10	58.050	40.690	1.606	2,77%
31-dic-09	56.754	41.674	1.479	2,61%
30-set-09	56.856	38.618	1.371	2,41%
30-giu-09	57.184	37.825	1.226	2,14%
31-mar-09	55.288	36.276	1.092	1,98%
31-dic-08	55.795	35.964	1.011	1,81%
30-set-08	55.701	30.570	1.240	2,23%
30-giu-08	55.303	31.621	1.273	2,30%
31-mar-08	54.671	31.059	1.295	2,37%
31-dic-07	53.868	32.851	1.271	2,36%
30-set-07	53.435	29.939	1.273	2,38%
30-giu-07	52.051	32.182	1.265	2,43%
31-mar-07	51.866	30.710	1.247	2,40%

FONTE Banca d'Italia



IN AUMENTO I FALLIMENTI NEL 3° TRIMESTRE DEL 2011 RISPETTO AL 2010

Le statistiche elaborate con cadenza mensile dalla Camera di commercio di Torino hanno evidenziato che nel terzo trimestre dell'anno i fallimenti in provincia di Torino hanno subito una contrazione (-26,6%) rispetto ai tre mesi precedenti (91 dichiarazioni di fallimento contro le 124 del periodo aprile-giugno). Tuttavia hanno rivelato un aumento del 33,8% rispetto al terzo trimestre 2010.

In particolare sono aumentati i fallimenti di imprese operanti nei tre settori con un'incidenza strutturalmente maggiore: il settore dell'industria manifatturiera, a cui è riconducibile il 24,2% del totale delle dichiarazioni, è apparso in crescita del 22,2% rispetto al terzo trimestre 2010; anche per il commercio, che occupa la seconda posizione con il 22% dei fallimenti del periodo, è risultato in progressione il numero di fallimenti (+53,8%). Infine il settore delle costruzioni (20,9% delle dichiarazioni) ha segnalato un incremento del 46,2%.

Con riferimento alla forma giuridica delle imprese, il 91,2% dei fallimenti ha riguardato le società (che hanno manifestato un incremento del 38,3% rispetto al terzo trimestre dell'anno passato) e l'8,8% le imprese individuali.

IL CONSUMO DI VINO TRA LE FAMIGLIE TORINESI

Dopo le ricerche realizzate sul tema della contraffazione alimentare nel corso del 2009, e l'approfondimento svolto nel 2010 per analizzare la conoscenza da parte dei consumatori dei marchi collettivi e degli strumenti di certificazione dei prodotti agroalimentari⁽²⁾, anche nel 2011 la Camera di commercio di Torino ha approfondito ulteriormente tale ambito di indagine. Quest'anno la scelta è stata ancora quella di sviluppare trasversalmente il tema della contraffazione alimentare, mediante l'analisi del consumo di vino fra le famiglie della provincia di Torino: a partire dalle abitudini e scelte d'acquisto, sino ad arrivare alla conoscenza e percezione dell'importanza della tracciabilità, della provenienza geografica e dei rischi connessi alle frodi alimentari.

Anche quest'anno, analogamente al 2010, l'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi⁽³⁾ è stato lo strumento utilizzato per somministrare alle famiglie intervistate nel corso della prime due rilevazioni del 2011, alcune domande dedicate al consumo di vino: nel complesso sono stati indagati 160 nuclei famigliari residenti a Torino e nell'area metropolitana.

Il consumo di vino italiano in bottiglia rappresenta la scelta più diffusa fra le famiglie torinesi: rispettivamente oltre il 71% ed il 53% degli intervistati consuma - i primi spesso, i secondi saltuariamente - vino in bottiglia piemontese o proveniente da altre regioni d'Italia. Viceversa, è molto più bassa la percentuale di coloro che acquistano e consumano spesso o saltuariamente vino proveniente dall'estero (poco meno del 26%). Nel quotidiano, tuttavia, il vino piemontese resta di gran lunga la scelta prevalente.

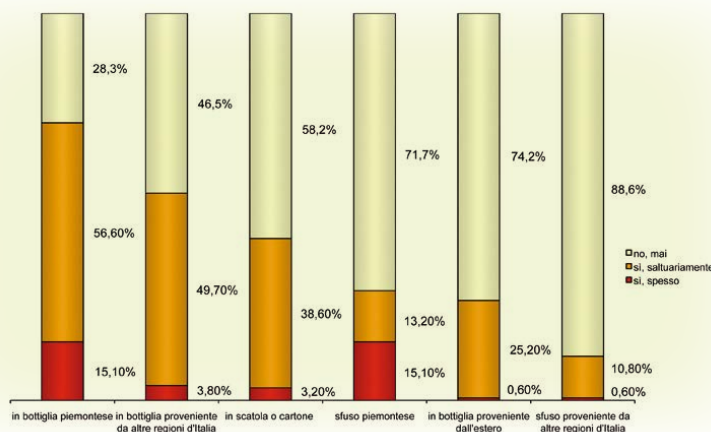
⁽²⁾ Entrambe le indagini sono disponibili al seguente indirizzo: www.to.camcom.it/contraffazione

⁽³⁾ La Camera di commercio di Torino, nell'ambito delle sue competenze istituzionali di osservatore della realtà economica della provincia, realizza da XIII edizioni l'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, uno strumento conoscitivo nato a metà degli anni '90 con l'obiettivo di mettere sotto la lente di ingrandimento i comportamenti di acquisto delle famiglie torinesi.



**LA FREQUENZA DI CONSUMO PER TIPO DI VINO
E MODALITÀ DI CONFEZIONAMENTO**

GRAFICO 10



FONTE *elaborazioni Camera di commercio di Torino*

Il luogo dove le famiglie torinesi acquistano abitualmente il vino è il supermercato: qui, circa il 59% degli intervistati compera il vino e lo fa per comodità ed abitudine (il 62% circa) o perché il costo è inferiore rispetto ad altre modalità d'acquisto alternative (il 29%). In seconda istanza, il consumatore predilige l'acquisto diretto, presso il produttore (il 22,5% degli intervistati) o presso le cantine sociali ed i consorzi cui conferiscono le uve i coltivatori del territorio (il 13,8%): il produttore gode principalmente della fiducia del consumatore che decide di rivolgersi direttamente a lui (il 44,4% dei rispondenti), o del passaparola (il 25%), ma anche della percezione che l'acquisto e la conoscenza diretta del produttore garantiscano una maggior qualità del prodotto (il 19,4%).

Ma quali sono gli aspetti principali che il consumatore valuta al momento dell'acquisto del vino? Il prezzo rappresenta il criterio decisionale principale, ma la valutazione comprende anche il tipo di uva utilizzata, nonché la presenza di un marchio di denominazione d'origine controllata o di indicazione geografica tipica (DOC o IGT). In seconda battuta, anche l'etichetta e le informazioni in essa contenute per il consumatore, così come il metodo di produzione e l'annata del vino sono indicatori utili agli occhi del consumatore al

momento dell'acquisto del vino. Meno importanti, invece, la notorietà del produttore, nonché gli aspetti più strettamente connessi al packaging e alle modalità di confezionamento, così come quelli legati al design e all'estetica della bottiglia.

Una seconda sezione del questionario somministrato è stata dedicata alla conoscenza della provenienza geografica dei vini, con una particolare attenzione alla provincia di Torino, ed al più ampio tema della rintracciabilità di filiera e delle frodi alimentari.

Oltre il 70% dei rispondenti ritiene di avere una buona o parziale conoscenza della produzione enologica del Torinese. Circa il 22% degli uomini dichiara di conoscere bene i vini della provincia di Torino, contro il 5% delle donne; piuttosto alta anche la percentuale di coppie con uno (il 18,2%) o più figli (il 15,8%), rispetto ai single intervistati (il 10,8%).

È piuttosto chiaro quale sia l'orientamento dei consumatori nel definire le caratteristiche di un vino di "qualità": non sembra, cioè, esservi un solo elemento determinante e prevalente, ma secondo gli intervistati sono diversi i tasselli che possono effettivamente garantire la qualità di un prodotto enologico. Il territorio di provenienza (nel 46% delle preferenze) e la genuinità degli ingredienti che compongono il prodotto (il 44,4%) rappresentano i due fattori più importanti, seguiti dalla presenza di un'indicazione geografica o di una denominazione d'origine e dalla garanzia che vi siano controlli sulla produzione (entrambi con preferenze del 30% circa).

In conclusione all'indagine condotta, è stato ripreso il tema della diffusione della contraffazione e delle frodi alimentari intendendo includere in questa fattispecie tutte quelle modifiche apportate intenzionalmente sui prodotti alimentari per ricavarne illeciti guadagni. Secondo gli intervistati - cui è stato chiesto di dare un giudizio sull'estensione di tale fenomeno - tali pratiche non sembrano trovare una particolare diffusione né nel più ampio settore agroalimentare, né in particolare nel vitivinicolo, attribuendo rispettivamente un voto pari a 6,03 e a 5,88. Ad attribuire un voto alto (8-10) alla diffusione di frodi alimentari in ambito vinicolo, è stato il 32% degli intervistati uomini e solo il 23% delle donne; analogamente, la percezione risulta esser più elevata fra gli ultra sessantacinquenni (il 30%), mentre è più bassa fra chi ha un'età compresa fra i 45 ed i 65 anni (il 24%).



LA CONOSCENZA DEL FENOMENO DELLA CONTRAFFAZIONE TRA I GIOVANI DELLA PROVINCIA DI TORINO

Accanto all'analisi condotta quest'anno trasversalmente sul vino, si è scelto di riprendere il monitoraggio della percezione del più ampio e generale fenomeno della contraffazione, interrogando i giovani mediante la somministrazione di un breve questionario in occasione di incontri formativi/informativi svolti dal Settore Proprietà industriale - Centro Patlib, presso alcune scuole della provincia di Torino. Nel complesso sono stati intervistati 261 giovani, di età compresa fra i 16 ed i 27 anni, iscritti in nove istituti superiori⁽⁴⁾, in un istituto di formazione post-diploma⁽⁵⁾ e presso il Politecnico di Torino. La finalità dell'indagine era quella di capire se vi sia una conoscenza di base del cosiddetto fenomeno della contraffazione – se sì tramite quali canali – della sua diffusione, e se vi sia consapevolezza del danno che essa può arrecare all'economia italiana.

Poco meno del 2% degli intervistati non ha mai sentito parlare prima del fenomeno della contraffazione. Fra chi, invece, possiede già una conoscenza del fenomeno, il canale privilegiato di informazione resta quello mediatico, includendovi i mezzi più tradizionali, quali la televisione, la stampa e la pubblicità (il 36,9% delle preferenze), ed Internet, con un ulteriore 19% di risposte. Amici e conoscenti (il 12,5%), scuola (l'11,3%) e famiglia (il 10,8%) sono meno importanti ma comunque riconoscibili fra i canali attraverso cui i giovani hanno sentito parlare per la prima volta del fenomeno.

Quanto ai prodotti che si ritiene siano più a rischio frodi e contraffazione, calze borse ed accessori, abbigliamento e riproduzioni di musica, film e videogiochi si collocano ai primi posti con un punteggio alto (fra 8,2 e 8,6); più moderata la percezione riguardo a giocattoli, gioielli, high tech e cosmesi (con punteggi fra 6 e 6,5), mentre per i prodotti

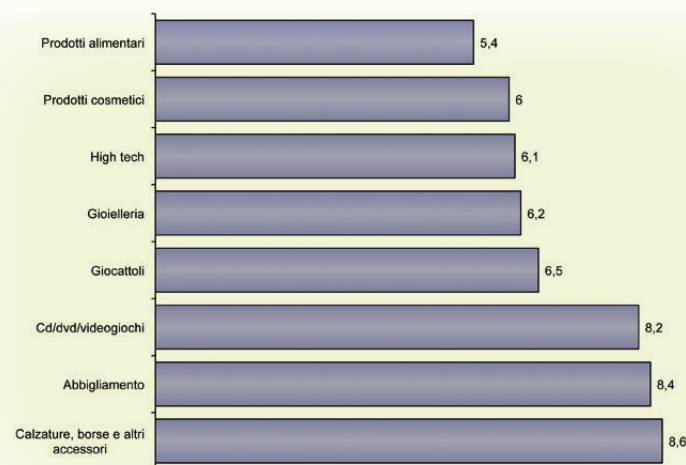
alimentari l'opinione prevalente è che i rischi connessi alle frodi siano piuttosto limitati (voto: 5,4).

I giovani intervistati sono consapevoli del fatto che la contraffazione – e le frodi ad essa associate – producono un danno per l'economia, quantificando tale percezione con un giudizio medio complessivo pari a 7,4: fra le donne, la percentuale di voti alti (compresi fra il 6 ed il 10) è del 92%, mentre diminuisce fra i maschi (l'84,6%).

Meno uniforme, invece, l'opinione in merito alle principali responsabilità connesse alla diffusione del fenomeno. È condiviso l'orientamento secondo cui tale responsabilità non debba ricadere esclusivamente su di un unico soggetto (o il produttore o il commerciante o l'acquirente), ma che debba piuttosto configurarsi come una responsabilità condivisa: quasi il 29% delle risposte riconosce congiuntamente nei due soggetti all'estremità della catena – chi produce e chi consuma – principali facilitatori di un'estensione del fenomeno.

I PRODOTTI MAGGIORMENTE CONTRAFFATTI

GRAFICO 11



⁽⁴⁾ Aldo Moro, Amaldi, Arduino, Athenaeum, Colombatto, Des Ambrois, Olivetti, Pininfarina, Vittoni.

⁽⁵⁾ IAAD.

FONTE elaborazioni Camera di commercio di Torino



OSSERVATORIO SULLE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI: QUATTORDICESIMA EDIZIONE

L'11 ottobre scorso è stata presentata dalla Camera di commercio di Torino la quattordicesima edizione dell'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, indagine annuale dell'ente camerale. Il progetto di ricerca è stato realizzato con la collaborazione di Ascom e Confesercenti e da quest'anno è condiviso con il CERIS-CNR. Lo studio monitora la struttura e i livelli della spesa sostenuta dai nuclei familiari in base alle loro caratteristiche, individuando abitudini di acquisto e preferenze dei consumatori: l'indagine nel 2010 ha coinvolto un campione di 240 famiglie torinesi, a cui è stato fornito un libretto di acquisti, dove riassumere le spese correnti della famiglia nel corso della settimana, e un questionario, dove annotare le spese effettuate a intervalli più lunghi (p. es. per beni durevoli, per l'abitazione, etc.). Il campione rispecchia in modo proporzionale la distribuzione delle famiglie della città di Torino secondo caratteristiche socio-demografiche importanti ai fini dell'analisi, come il numero dei componenti e la situazione familiare (single, coppia senza figli, coppia con figli). Quest'anno, per il terzo anno consecutivo, è stato possibile indagare la spesa media mensile nel primo semestre del 2011 grazie all'analisi delle risposte fornite da 160 nuclei familiari, corrispondenti al 67% delle famiglie previste dal campione annuale dell'indagine, la cui rilevazione è tuttora in corso.

Nel 2010, dopo anni di aumento progressivo dei consumi, la crisi economica ha influenzato decisamente la spesa media mensile, che è passata da 2.493 euro del 2009 a 2.225 euro, con una contrazione media del 10,7%. La contrazione è dovuta sia al comparto non alimentare (-11,5%), sia a quello alimentare (-5,9%).

Nel primo semestre 2011 è stata registrata una spesa mensile molto simile a quella del primo semestre 2010 con un lieve aumento (in termini nominali) del 2% circa, lo stesso ordine di grandezza del tasso di inflazione. È però rischioso azzardare previsioni a chiusura d'anno per il periodo di grave instabilità finanziaria e soprattutto per l'incertezza dell'impatto delle varie manovre economiche. I comparti che hanno

patito di più nei primi mesi del 2011 sono stati quello della ricreazione (-15%) e degli "altri consumi" (-11%: si tratta di consumi non strettamente indispensabili come assicurazioni, vacanze, pasti fuori casa, effetti e cura della persona). Si è speso, invece, di più per istruzione (+19%), per arredamento (+18%), per utenze domestiche (+11%) e per vestiario (+10%). La spesa per i generi alimentari è anch'essa in crescita (+7%) e ha recuperato in parte la perdita, pur inferiore alla media, dell'anno precedente.

Le famiglie interpellate direttamente sulla situazione economica nel 2010 hanno dichiarato per il 36% di aver subito una diminuzione del reddito e della capacità di spesa, per il 62% di aver mantenuto un reddito stazionario, ma assai spesso una diminuzione (lieve o intensa) della capacità di spesa. Solo il 2% ha dichiarato di aver avuto un aumento di reddito, trasformato nella metà dei casi in aumentata capacità di spesa. Complessivamente il 79% delle famiglie campione ha denunciato una diminuita capacità di spesa.

Nel primo semestre 2011 la percentuale dei nuclei che ha dichiarato una riduzione del reddito scende al 29%, mentre resta al 78% la quota di famiglie che lamenta una riduzione della capacità di spesa.

Un dato particolarmente interessante proviene dall'analisi della percezione della crisi. Alle domande "Ritiene che la crisi economica dell'ultimo periodo abbia influito sui livelli di consumo della sua famiglia?" nel 2010 il 20% delle famiglie intervistate ha risposto "molto", il 60% "abbastanza", il 16% "poco" e il 4% "nulla". Di fronte alla necessità di effettuare rinunce, i mezzi di trasporto sono apparsi i più penalizzati (65% nel 2010 e 38% nel primo semestre 2011); seguono i prodotti tecnologici (40% e 26%), gli elettrodomestici (37% e 22%) e poi ancora le uscite: il ristorante (34% e 19%), la pizzeria (24% e 11%) e i locali di spettacolo (29% e 14%).

Nell'ultima edizione dell'indagine, inoltre, si è indagato in che misura le famiglie abbiano messo in atto comportamenti volti al risparmio energetico come tentativo di riduzione delle spese. La strategia più comune (circa due terzi del campione) è stata quella di risparmiare su luce, acqua, gas, riscaldamento limitandone l'utilizzo; ancora molto



frequente l'uso di lampadine a basso consumo (60% del campione). Più rari – come era da attendersi – gli interventi economicamente più impegnativi collegati alla sostituzione di elettrodomestici (18%) o alla coibentazione della casa (5%). Non si sono riscontrati investimenti in pannelli solari, poco usuali nel contesto urbano.

La ricerca completa è disponibile sul sito internet della Camera di commercio di Torino alla pagina www.to.camcom.it nella sezione Studi/Osservatori e rapporti annuali/Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi.

INDAGINE TRIMESTRALE EXCELSIOR PER IL 4° TRIMESTRE 2011

A partire dal 1997 Unioncamere, in collaborazione con il Ministero del Lavoro e con l'Unione Europea, realizza il "Sistema informativo per l'occupazione e la formazione" Excelsior, che ricostruisce annualmente, e da quest'anno anche con cadenza trimestrale, il quadro previsionale della domanda di lavoro e dei fabbisogni professionali e formativi espressi dalle imprese nel breve periodo. L'indagine è svolta in ogni provincia italiana dalla rete delle Camere di commercio coinvolgendo un campione di 100.000 imprese di tutti i settori economici e di tutte le dimensioni.

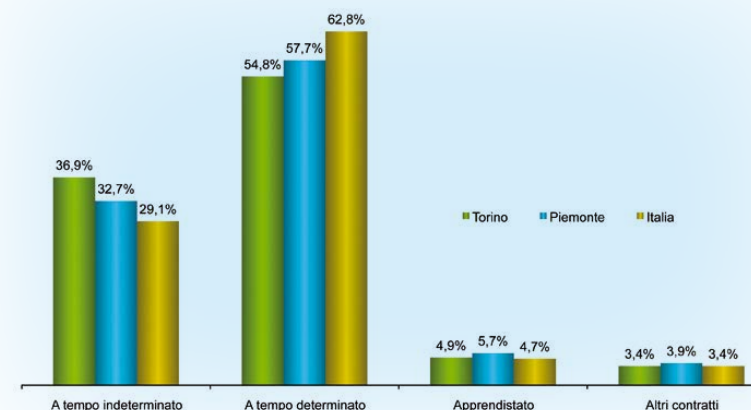
La nuova indagine riguarda le previsioni di assunzioni per l'ultimo trimestre dell'anno 2011; per questo periodo le imprese della provincia di Torino hanno stabilito l'ingresso di 4.060 addetti, che corrispondono a un tasso di entrata pari a circa 7,7 assunzioni ogni 1.000 dipendenti e rappresentano oltre la metà del totale piemontese (57,9%) e il 4,4% del totale italiano. Il 15,5% del totale delle assunzioni (630) sarà destinato a lavoratori stagionali, quota ben al di sotto del corrispondente valore regionale (22,4%) e nazionale (31,3%).

Il settore dei servizi assorbirà oltre i tre quarti delle assunzioni previste (82,4%), mentre industria e costruzioni non supereranno il 17,6% del totale; in particolare è previsto che oltre un quarto delle 3.340 assunzioni del terziario siano destinate al commercio (25,4%), mentre circa un quinto (20,1%) verrà assimilato dai servizi avanzati e finanziari, seguiti dai servizi alle persone (17,1%) e dal turismo (13,5%). Nel comparto industriale, al contrario, si rileva un sostanziale equilibrio tra le diverse voci (tra cui mezzi di trasporto, costruzioni, metalmeccanica ed elettronica).

Per quanto riguarda la dimensione aziendale, oltre i due terzi (67,5%) delle previsioni di assunzioni provengono da imprese con almeno 50 dipendenti, mentre il restante 32,5% verrà destinato alle imprese di minori dimensioni. La dimensione d'impresa sembra, inoltre, influire sulla tipologia contrattuale di assunzione: indipendentemente dal numero di addetti, le imprese sembrano favorire il contratto a tempo determinato;

PREVISIONE ASSUNZIONI IN PROVINCIA DI TORINO
PER IL 4° TRIMESTRE 2011

GRAFICO 12



FONTE *Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati Excelsior*

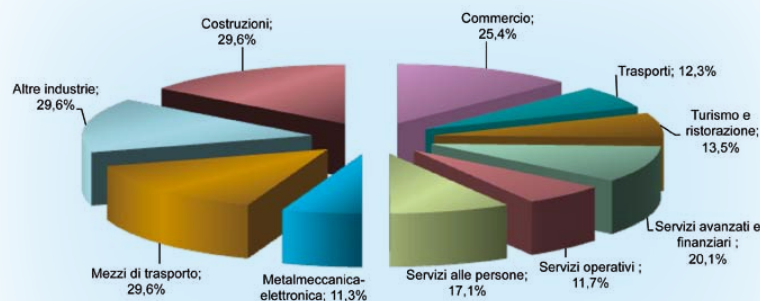


la quota destinata a questa tipologia, però, varia dal 50,1% dichiarato dalle imprese medio-piccole, fino al 57,0% dichiarato dalle imprese di maggiore dimensione. Le imprese che occupano fino a 49 dipendenti destinano una parte superiore ai contratti a tempo indeterminato (42,6% contro il 34,2% delle imprese più grandi) e sembrano preferire i contratti di apprendistato (5,7%, in linea con il dato piemontese) a scapito di altre tipologie (1,6%), mentre per le imprese con almeno 50 dipendenti il peso delle due categorie è pressoché equivalente.

Per quanto riguarda la ripartizione tra grandi gruppi professionali, emerge una differenziazione tra provincia, regione e Italia: la provincia subalpina richiede per questi ultimi tre mesi dell'anno un numero maggiore di dirigenti, professionisti specializzati e tecnici (il 23,6% delle assunzioni contro il 19,6% piemontese e il 18,3% italiano) e una quota minore di operai (19,3% contro il 23,1% piemontese e il 22,4% italia-

PREVISIONE ASSUNZIONI IN PROVINCIA DI TORINO - SETTORI

GRAFICO 13



FONTE *Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati Excelsior*

no), mentre, a causa dell'alta stagionalità del periodo finale dell'anno, quasi la metà delle assunzioni saranno destinate a impiegati e addetti vendita e servizi, indipendentemente dalla collocazione geografica dell'impresa.

Anche con riferimento al titolo di studio e alla formazione scolastica richiesta per le assunzioni del periodo ottobre-dicembre 2011, si rileva un disallineamento tra livelli territoriali: in provincia il 21,6% delle previsioni di assunzione è rivolto a soggetti laureati, mentre la stessa quota a livello regionale e nazionale è molto inferiore, rispettivamente 18,7% e 15,3%; la situazione è ribaltata per la categoria "nessuna formazione specifica" opzionata per il 21,3% delle assunzioni di imprese torinesi, e per il 24,8% e 27,6% delle assunzioni piemontesi e nazionali. Complessivamente per quasi i due terzi (63%) delle assunzioni non stagionali sarà richiesta una laurea o un diploma.

Per quanto riguarda gli altri requisiti di assunzione, le imprese subalpine sembrano fare maggiore affidamento sui lavoratori più giovani (il 36,1% delle assunzioni riguarderà soggetti con meno di 30 anni, contro il 34,2% nazionale), sebbene l'età non sia un carattere discriminante a nessun livello territoriale. Per quasi la metà delle assunzioni previste, infatti, l'età del candidato è indifferente.

Considerando il genere si individua una sostanziale indifferenza delle imprese al momento della scelta dei candidati (più marcata a Torino, in verità, di quanto non sia in Piemonte o in Italia), che svanisce però se si considerano i singoli settori di attività; nell'industria per esempio il 41,8% dei nuovi ingressi sarà destinato ai maschi, mentre nel terziario la stessa quota non raggiunge il 10%.

Le imprese intervistate dichiarano di prevedere difficoltà nel reperire i profili d'interesse per il 18,2% delle assunzioni (la percentuale aumenta secondo la percezione delle imprese di maggiori dimensioni), analogamente a quanto rilevato a livello regionale (18,0%) e nazionale (17,5%). Analizzando nel dettaglio la fonte di queste difficoltà, emerge che la scarsità di candidati disponibili a ricoprire la posizione richiesta e l'inadeguatezza di questi ultimi in termini di competenze ed esperienze possedute si equivalgono.



Torino Congiuntura
luglio settembre 2011 anno 12 - n. 46

Testata registrata presso il Tribunale di Torino
con provvedimento n. 43 del 12 aprile 2007

Direttore responsabile: Guido Bolatto

Redazione: Settore Studi, Statistica e Documentazione,
Camera di commercio di Torino
via San Francesco da Paola 24 Torino, tel 011 5714706
studi@to.camcom.it

Coordinamento: Settore Comunicazione esterna e URP, Camera di commercio di Torino

Impaginazione: Fantinel Graphic Designers s.a.s. - Torino

Per ricevere Torino Congiuntura occorre iscriversi all'apposita lista
di distribuzione dalla Home Page del sito www.to.camcom.it alla sezione newsletter
o inviare un'email a studi@to.camcom.it

LE NEWSLETTER DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO

TORINO AMBIENTE è la newsletter, in uscita ogni trimestre, dedicata all'ambiente. Obiettivo dello strumento è informare, formare e aggiornare gli operatori del settore su norme spesso complesse e articolate, che cambiano frequentemente. Dall'Albo Gestori Rifiuti alle risposte a dubbi e domande: sono tante le rubriche e gli approfondimenti previsti della pubblicazione per orientare e sensibilizzare le imprese. Con una particolare e sempre maggiore attenzione allo sviluppo sostenibile e alle energie rinnovabili.

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/torinoambiente

FINANZIAMENTI E IMPRESA è la newsletter trimestrale che fornisce informazioni ed aggiornamenti sugli strumenti finanziari di varia fonte a disposizione delle imprese. La Newsletter prevede un articolo di fondo con valore trasversale, un focus settoriale ed uno scadenziario contenente una selezione dei bandi di recente pubblicazione e di particolare rilevanza.

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/finanziamentiimpresa

NEWSMERCATI è la newsletter del Gruppo delle Strutture Camerali per l'internazionalizzazione, cui collabora anche la Camera di commercio di Torino. Fornisce, ogni quindici giorni, informazioni su dogane, pagamenti, trasporti, contrattualistica, fiscalità, marchi e brevetti, oltre alla segnalazione di iniziative a supporto del business internazionale. Alla sua redazione collaborano professionisti nel campo del commercio internazionale, per accompagnare l'attività delle imprese italiane nei mercati europei ed extraeuropei.

Per maggiori informazioni: www.newsmercati.com

TOP TECH & TRADE è la pubblicazione mensile online che presenta le offerte e le richieste tecnologiche e commerciali e le ricerche partner trasmesse dalla rete Enterprise Europe Network. TOP TECH & TRADE prevede anche degli invii per approfondimenti tematici (ambiente e energia, agroalimentare, ICT, automotive, design, tessile, aerospazio, biotech e materiali).

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/toptech

EUROFLASH è la pubblicazione mensile online che informa le imprese piemontesi sulle opportunità offerte dall'Europa. Strutturata in quattro sezioni (Bandi di gara comunitari, Eventi, Notizie e Normativa), Euroflash racchiude informazioni di fonte comunitaria sia di carattere generale, sia dedicate in modo specifico ai temi della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/euroflash