

*Ascom Torino  
Casartigiani Torino  
Confesercenti Torino  
Confartigianato Torino  
CNA Torino*

**Osservatorio sui dati contabili delle imprese del  
commercio e dell'artigianato in provincia di Torino.  
Aggiornamento al III trimestre 2009**

a cura di:  
Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali - Ceris-Cnr

Torino, Febbraio 2010

# **Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino. Dati relativi al III trimestre 2009**

*a cura di Giampaolo Vitali – Ceris-Cnr e Università di Torino*

## Premessa

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: dati relativi al III trimestre 2009 .....	3
1. Introduzione.....	3
2. Metodologia di analisi .....	4
3. Variabili statistiche osservate .....	5
4. La struttura del campione .....	6
4.1 La dimensione delle imprese .....	6
4.2 I settori merceologici delle imprese.....	10
4.3 La localizzazione delle imprese.....	11
5. L'analisi della congiuntura: la stagionalità della distribuzione .....	12
5.1 Il dato aggregato .....	12
5.2 L'ambito dimensionale .....	15
5.3 L'ambito territoriale .....	16
5.4 L'ambito settoriale.....	17
6. La congiuntura nel III trimestre 2009: il confronto con il trimestre precedente .....	18
6.1 Il dato aggregato .....	18
6.2 L'ambito dimensionale .....	19
6.3 L'ambito territoriale .....	19
6.4 L'ambito settoriale.....	20
7. La congiuntura nel III trimestre 2009: il confronto con l'anno precedente.....	21
7.1 Il dato aggregato .....	21
7.2 L'ambito dimensionale .....	23
7.3 L'ambito territoriale .....	23
7.4 L'ambito settoriale.....	24
8. Conclusioni.....	25

# Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: dati relativi al III trimestre 2009

*a cura di Giampaolo Vitali, Ceris-Cnr e Università di Torino*

## 1. Introduzione

I settori del commercio e dell'artigianato rivestono un ruolo importante nell'economia piemontese, in quanto rappresentano una rilevante quota della ricchezza economica prodotta in regione.

Poichè le imprese più tipiche di tali settori hanno dimensioni ridotte, si registra anche un ruolo sociale del commercio e dell'artigianato, in quanto rappresentano la principale origine di quel bacino autoimprenditorialità che ci viene invidiato a livello europeo come fattore di stabilizzazione sociale ed economica nei momenti di forte crisi congiunturale.

A fronte di tale ruolo primario, è logico porre molta attenzione al monitoraggio di questi comparti, al fine di interpretare l'evoluzione dello stato di salute delle attività commerciali e artigianali, e di valutare le interrelazioni congiunturali con il resto del sistema economico. Tali legami sono molto importanti per un'area industriale qual è il Piemonte ed il suo capoluogo, in quanto le profonde modificazioni che stanno avvenendo nel sistema produttivo locale potrebbero influenzare negativamente la crescita del comparto terziario e, in generale, delle piccole imprese.

Conoscere la congiuntura di questi due comparti diventa quindi un elemento determinante per poter prendere decisioni di politica economica sulla base di informazioni chiare ed aggiornate. I decisori interessati a conoscere l'evoluzione congiunturale di queste imprese sono molteplici: le associazioni di categoria, che, per esempio, devono stabilire nuovi servizi per i soci; gli enti di governo dell'economia, che possono definire nuove politiche idonee allo sviluppo del settore; le imprese creditizie, che, in base alla congiuntura, possono modificare le tipologie e le modalità dei finanziamenti alle imprese terziarie; le stesse imprese del settore, che possono confrontare la propria posizione economico-finanziaria con quella dei concorrenti (attività di *benchmark*).

Dal punto di vista metodologico, le indagini congiunturali generalmente tentano di analizzare le attese e le aspettative degli operatori e l'evoluzione mostrata nel recente passato dalle attività economiche esaminate.

All'interno dell'ampio panorama delle indagini congiunturali svolte sul territorio piemontese e su quello nazionale, la presente ricerca tenta di portare un contributo di originalità e di complementarità con gli studi citati.

L'aspetto originale della nostra ricerca consiste nell'esaminare alcune variabili statistiche non rilevate dalle normali indagini congiunturali: i flussi contabili delle imprese. Infatti, mediante lo studio dell'evoluzione dei ricavi si riesce a catturare segnali congiunturali maggiormente oggettivi. In questo modo, l'opinione degli operatori circa il recente passato economico non dipende più dalla percezione soggettiva che tali operatori hanno del ciclo congiunturale, bensì dall'analisi contabile delle loro imprese, analisi contabile che rileva i costi e i ricavi aziendali.

L'aspetto che rende la nostra ricerca complementare con le indagini già esistenti consiste proprio nell'aggiungere una componente di oggettività alla normale analisi sulle aspettative future del settore e sulle percezioni soggettive del recente passato: la nostra ricerca si pone pertanto come uno strumento complementare a quelli già attivati sul territorio piemontese, come l'Osservatorio congiunturale della Camera di Commercio di Torino, l'Osservatorio sul commercio della Regione Piemonte e l'Osservatorio sull'artigianato della Regione Piemonte.

## **2. Metodologia di analisi**

La costruzione di un "Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio e dei servizi" è stata resa possibile grazie ad un finanziamento della CCIAA di Torino e alla collaborazione tra le associazioni di categoria Ascom, Confesercenti, CNA, Casartigiani, Confartigianato. Grazie a tale gruppo di lavoro, si è costruito un database di imprese che ha le dimensioni necessarie per elaborare un campione di imprese in grado di rappresentare significativamente l'universo del commercio e dell'artigianato torinese.

Le associazioni di categoria coinvolte nel progetto sono le più rappresentative del comparto, ed i loro associati sono un campione statisticamente significativo dell'universo degli operatori dell'area torinese. Attualmente, il database delle contabilità raccoglie circa di 5000 contabilità aziendali aventi cadenza trimestrale, da cui viene estratto un campione che copre tutti i trimestri di un triennio (2007-2009).

Tale database è sicuramente unico nel contesto degli studi congiunturali nazionali e piemontesi. Infatti, a differenza delle analisi di bilancio condotte utilizzando i bilanci presenti presso Cerved e Centrale dei Bilanci, o database similari (come, ad esempio, il database Aida sui bilanci delle imprese italiane), il campione da noi costruito raccoglie le contabilità generate da società commerciali e artigianali di piccola e media dimensione che, generalmente, non sono costituite in società di capitale e quindi non

sono rappresentate negli studi citati (in quanto tali studi raccolgono soltanto i bilanci delle società di capitale, e quindi soltanto le imprese aventi la forma di Spa o di Srl).

In questo modo, il nostro Osservatorio rappresenta l'unico contributo che, partendo dall'analisi microeconomica delle contabilità delle imprese, fotografa la macrorealtà dei servizi di vicinato nella provincia di Torino.

I dati contabili utilizzati dall'Osservatorio sono quelli delle società di le associazioni di categoria gestiscono la contabilità. Nel complesso si tratta di circa 5000 imprese con cui è stato costruito un "campione chiuso" di imprese presenti nel periodo 2007-2009. Per tale motivo, il numero di imprese che vengono inserite di volta in volta nell'elaborazione trimestrale dei dati è inferiore al complesso del campione: lo studio dei dati contabili relativi al III trimestre 2009 viene condotto utilizzando i dati di 3.290 imprese. L'unità statistica di rilevazione dell'Osservatorio è l'impresa e non il punto vendita. Le contabilità vengono esaminate con cadenza trimestrale, per monitorare la congiuntura del comparto del commercio e artigianato in modo frequente e continuativo.

Il campione utilizzato è di tipo "chiuso", nel senso che non comprende "cessazioni" di attività o "nuove entrate" nel comparto, in modo da poter effettuare confronti temporali omogenei.

Un'altra caratteristica dell'Osservatorio riguarda la possibilità di effettuare analisi particolari:

- a livello di micro-settore: distinguendo, per esempio, tra le diverse tipologie di commercio e tra i diversi servizi artigiani;
- a livello di zona territoriale: separando le imprese del Capoluogo da quelle del resto della provincia torinese;
- a livello di dimensioni di impresa: con la divisione, per esempio, tra imprese inferiori o superiori ad una certa soglia di fatturato annuale.

In futuro, l'Osservatorio potrebbe fornire anche un output personalizzato per ogni impresa presente nel campione: ogni operatore che partecipa all'Osservatorio potrebbe confrontare la propria posizione contabile, sia strutturale che congiunturale, con quella media della concorrenza di riferimento (analisi di *benchmark*). In questo modo si fornirebbe all'universo delle imprese commerciali un utile strumento di comparazione sui risultati aziendali e, in parte, sulle strategie di crescita.

### **3. Variabili statistiche osservate**

L'Osservatorio tenta di fornire una visione tempestiva ed affidabile dell'evoluzione della congiuntura del settore, utilizzando le contabilità delle imprese.

All'interno delle voci contabili di cui sono disponibili i dati trimestrali, è possibile estrarre alcune voci particolarmente utili per testare l'evoluzione della congiuntura.

Attualmente, l'Osservatorio si focalizza sull'analisi dell'evoluzione dei ricavi aziendali, definiti anche "giro d'affari". Si tratta dell'indicatore apparentemente più legato al ciclo congiunturale, in quanto la grandezza delle vendite dell'impresa si riflette in modo oggettivo nei ricavi. A questo proposito vengono utilizzati i ricavi netti, ottenuti sottraendo alla voce "ricavi" la voce "rettifiche di ricavi" e aggiungendo quella relativa agli "altri proventi".

In futuro, si potrà esaminare anche l'evoluzione degli acquisti, ed in particolare della voce "acquisti di servizi", individuata come la somma della voce "altri costi" e della voce "oneri amministrativi". Si tratta della componente di input aziendale che fa riferimento all'acquisto di beni immateriali che sono legati all'evoluzione del ciclo congiunturale.

Più problematica si presenta la valutazione dell'andamento degli acquisti di beni, in quanto, tranne il caso di alcune imprese dei servizi, sono più difficilmente collegabili all'andamento del ciclo economico.

#### **4. La struttura del campione**

Per individuare le caratteristiche strutturali del campione di imprese che compongono l'Osservatorio, si prendono in considerazione la dimensione, il settore di attività e la localizzazione dell'impresa.

##### **4.1 La dimensione delle imprese**

La dimensione delle imprese utilizza i dati medi annuali relativi al 2008, anno in cui le 3.290 imprese che formano il campione chiuso 2007-2009 hanno una dimensione media di 119.000 euro nel 2008.

La media aritmetica dei dati contabili non fornisce informazioni esaustive sulle caratteristiche dimensionali dell'aggregato delle imprese, in quanto dall'analisi dei dati si è notato come la distribuzione dei ricavi sia fortemente asimmetrica: poche imprese con un fatturato molto elevato si uniscono ad una moltitudine di piccole imprese con un fatturato minore.

Infatti, l'analisi della distribuzione dei ricavi netti delle singole imprese del campione indica che a fronte di poche imprese che superano i 200 mila euro di fatturato annuo (sono 296 e rappresentano il 9% delle imprese del campione) ve ne sono tantissime che si posizionano al di sotto dei 50.000 euro di fatturato (1.382 imprese che rappresentano il 42% delle imprese presenti).

Si nota un ampio spettro della distribuzione delle imprese: mentre le imprese più piccole fatturano nel 2008 poche migliaia di euro all'anno (si tratta di attività marginali), quella più grande mostra un livello di ricavi annuali che raggiunge i 26 milioni di euro nel 2008 (è un supermercato). Tale impresa ricopriva la medesima posizione di leadership dimensionale già negli anni passati.

L'elevata asimmetria della distribuzione dei ricavi ci induce ad approfondire lo studio della concentrazione del campione, e cioè il peso delle singole imprese all'interno della distribuzione (tabella 4.1).

Nel 2008 il campione appare abbastanza concentrato, in quanto le 10 imprese più grandi rappresentano ben il 17% del fatturato totale e le prime 25 imprese più grandi il 23% del fatturato totale. Tale distribuzione è simile a quella che si era riscontrata nel 2007, indicando come essa rappresenti un dato strutturale della distribuzione statistica del campione.

Tabella 4.1: Quota % del fatturato posseduta dalle n imprese più grandi

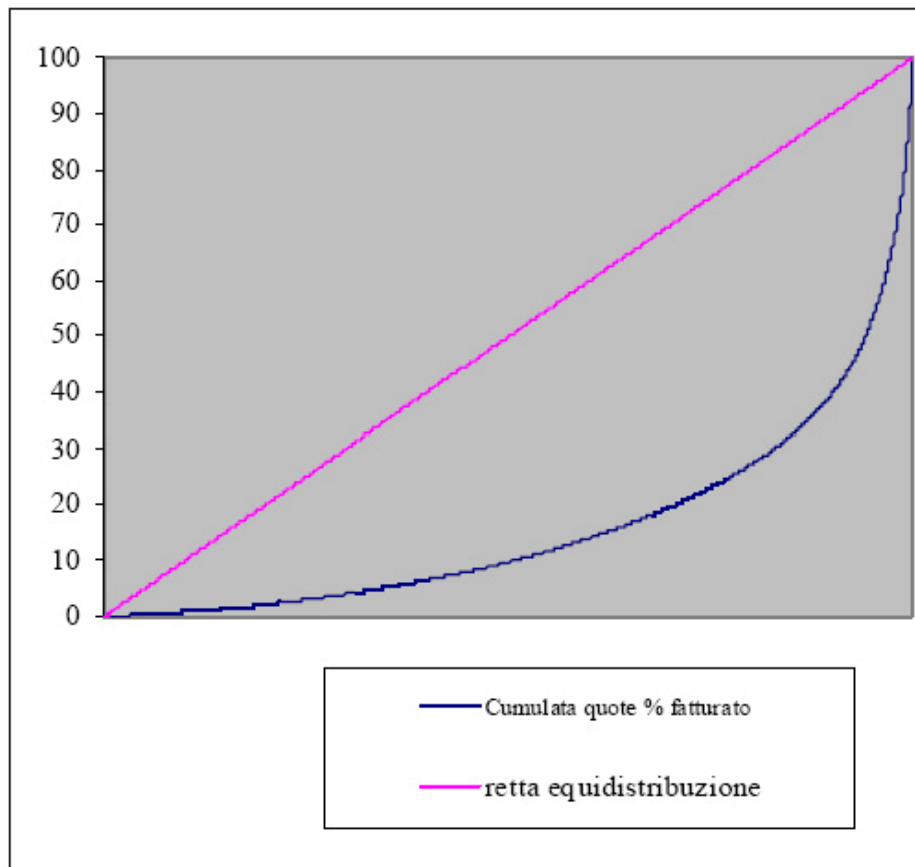
	Peso % 2007	Peso % 2008
Prima impresa	6,5	6,6
Prime 10 imprese (C10)	17,1	17,0
Prime 25 imprese(C25)	23,2	23,4

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Se estendiamo l'analisi della concentrazione a tutte le imprese del campione, e non soltanto alle prime 25 come indicato nella tabella 4.1, otteniamo alcune indicazioni interessanti che vengono sintetizzate nella curva di concentrazione del fatturato 2008 (grafico 4.1).

Tale curva mostra un'elevata concentrazione della distribuzione, quantificabile nella distanza tra la curva delle cumulate delle quote di fatturato e la retta di equidistanza che separa il diagramma in due parti uguali. La forma della cumulata delle quote di fatturato conferma che le numerosissime imprese di piccole dimensioni hanno un peso complessivamente inferiore alle poche imprese di grandi dimensioni.

Grafico 4.1: Curva di concentrazione fatturato 2008



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La curva di concentrazione del 2008 rappresenta l'analisi disaggregata della distribuzione delle singole imprese, e può essere sintetizzata utilizzando l'indice di concentrazione di Gini, che in caso di perfetta equidistribuzione (tutte le imprese hanno la stessa dimensione) ha il valore zero, mentre in caso di massima concentrazione (il mercato è servito da una sola impresa) risulta uguale a uno. Nel 2008 l'indice di Gini ha il valore 0,668, e può essere giudicato come relativamente alto, in ulteriore aumento rispetto al 2007 (quando misurava 0.650).

La riduzione della concentrazione nel corso del 2008 indica che le varie dimensioni di impresa hanno avuto una congiuntura differente, che ne ha modificato il peso all'interno del campione. Per individuare quali dimensioni di impresa si sono avvantaggiate nel 2008 rispetto all'anno precedente, il campione può essere suddiviso in tre grandi categorie dimensionali: le piccole imprese, e cioè quelle con fatturato al 2008 inferiore ai 100 mila euro; le medie imprese, con fatturato compreso tra i 100 mila euro e il milione di euro; le grandi imprese, con fatturato superiore al milione di euro (tabella 4.2).



Tale classificazione non utilizza le indicazioni ufficiali dettate dall'Unione Europea e riprese dalla legislazione nazionale, in quanto è stata definita sulla base delle caratteristiche strutturali del settore dei servizi di vicinato: tanto il commercio quanto le attività di artigianato sono infatti delle imprese con prevalente carattere familiare, con un business molto limitato dimensionalmente, e che appartengono all'imprenditoria minore. Tuttavia, all'interno di tale magma imprenditoriale, che a livello nazionale o regionale determina più del 90% della numerosità delle imprese, è lecito separare le dinamiche congiunturali delle imprese piccolissime, quasi marginali (e cioè con meno di 100 mila euro di fatturato), dalle imprese che pur piccole hanno comunque un'attività significativa di piccolo imprenditori locale (le imprese che arrivano fino ad un milione di euro di fatturato) e, a fortiori, quelle poche che superano quest'ultima barriera dimensionale. E' logico attendersi organizzazioni di business molto differenti in tali fasce dimensionali e, forse, anche andamenti congiunturali diversi.

Il primo gruppo è formato da 2.309 imprese, che rappresentano ben il 70% delle imprese presenti nel campione, mentre le medie imprese sono 950 (il 29% delle imprese totali) e le grandi imprese solo 31 (l'1% del totale).

Tabella 4.2: Numero di imprese per classe dimensionale

	livello di fatturato al 2008	numero di imprese	% numero di imprese
Piccole imprese	minore di 100 mila euro	2309	70,2
Medie imprese	tra 100 mila e un milione di euro	950	28,9
Grandi imprese	maggiore di un milione di euro	31	0,9
Totale campione		3290	100,0

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Se esaminiamo l'importanza di ogni classe dimensionale sulla base dei ricavi e non sulla base del numero di imprese, otteniamo un'indicazione importante sulla classe dimensionale che determina, più di altre, l'andamento della media del campione (tabella 4.3). Si nota una distribuzione equamente distribuita tra le due code - delle piccole e delle grandi imprese - che detengono ciascuna poco più di un quarto del ricavi totali, e la classe modale, quella delle imprese di medie dimensioni, che con solo il 28% della numerosità di imprese determinano ben il 48% dei ricavi totali.

Tabella 4.3: Peso dei ricavi per dimensione di impresa

	Peso % ricavi 2007	Peso % ricavi 2008
Piccole imprese	27,8	26,7
Medie imprese	47,3	48,2
Grandi imprese	24,9	25,0
Totale campione	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

L'esame del livello dei ricavi medi di ogni classe dimensionale conferma l'eterogeneità delle dimensioni presenti dentro il campione (tabella 4.4): a fronte di un ricavo medio di soli 45 mila euro da parte delle piccole imprese, si nota un ricavo di 199 mila euro per le medie imprese e di 3,2 milioni di euro per le grandi imprese.

Tabella 4.4: Ricavi medi delle diverse classi dimensionali (euro)

	2007	2008
Piccole imprese	46.711	45.390
Medie imprese	192.806	198.922
Grandi imprese	3.108.731	3.165.546
Totale campione	117.748	119.123

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 4.2 I settori merceologici delle imprese

Per quanto riguarda la distribuzione settoriale delle imprese del campione, merita sottolineare la loro notevole eterogeneità: si va dal comparto commerciale (diviso a sua volta in ristorazione, commercio alimentare e non alimentare), a quello delle costruzioni (che comprende le attività di muratura ma anche di impiantistica), a quello dei servizi (diviso tra servizi di trasporto e altri servizi), a quello delle attività di piccola produzione industriale (soprattutto nella metalmeccanica).

La tabella 4.5 mostra il numero di imprese nei diversi settori di attività in cui è stato suddiviso il campione, nonché il loro peso in termini di numero di imprese e ricavi.

Se consideriamo la grande disaggregazione tra commercio, edilizia, servizi e industrie manifatturiere, notiamo come circa un quarto delle imprese afferisca alle attività commerciali o all'edilizia, quasi un terzo ai servizi, meno di un decimo alle attività manifatturiere.

La distribuzione del numero di imprese è differente da quella dei ricavi, e denota una diversa dimensione media di impresa nei vari settori. Infatti, nei comparti che hanno un peso maggiore in termini di ricavi, come nel caso del commercio food, la dimensione media delle imprese sarà superiore a quella dell'intero campione. Il contrario si registra nei casi in cui l'importanza del settore è maggiore in termini di semplice numerosità delle unità, come nei comparti dell'edilizia e degli altri servizi.

Tabella 4.5: Numero di imprese per settore di appartenenza

Settore	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2008
Edilizia	811	25	18
Commercio food	264	8	27
Attività manifatturiere	280	9	8
Commercio non-food	571	17	21
Ristorazione	201	6	6
Altri servizi	1016	31	16
Trasporti	147	4	4
Totale	3.290	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La diversa dimensione media d'impresa emerge chiaramente dalla tabella 4.6: mentre i servizi e l'edilizia hanno una dimensione media inferiore ai 100 mila euro, quella del commercio food raggiunge i 398 mila euro, anche grazie alla presenza di alcuni supermercati. Gli altri comparti sono abbastanza vicini alla dimensione media del campione (119 mila euro nel 2008).

Come si vedrà nei capitoli successivi, la congiuntura del 2008 favorisce i comparti dei trasporti, ristorazione e altri servizi, che hanno una crescita maggiore di quella media del campione, a scapito del commercio (food e non food) e, soprattutto, dell'edilizia.

Tabella 4.6: Ricavi medi d'impresa per settore

Settore	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var. % 08 - 07
Edilizia	89.158	88.465	-0,8
Commercio food	398.311	398.245	0,0
Attività manifatturiere	111.247	111.575	0,3
Commercio non-food	143.766	144.891	0,8
Ristorazione	110.379	113.358	2,7
Altri servizi	58.611	61.088	4,2
Trasporti	101.734	110.259	8,4
Totale	117.748	119.123	1,2

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

### 4.3 La localizzazione delle imprese

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese del campione in base all'area geografica in cui esse sono localizzate, dalla tabella 4.7 si evince che il 29% delle imprese (964) sono presenti nel capoluogo, mentre il 71% nel resto della provincia di Torino (2.326).

La composizione dei ricavi mostra che il capoluogo torinese con il 29% delle imprese determina il 32% dei ricavi totali, sintomo di una dimensione media leggermente più elevata.

Tabella 4.7: Numero di imprese per area di localizzazione

Area	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2008
Capoluogo	964	29,3	32
Resto della provincia	2.326	70,7	68
Totale	3.290	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Tale fatto trova evidenza nella tabella 4.8, che mostra una dimensione media delle imprese del capoluogo di 132 mila euro nel 2008, valore maggiore rispetto al resto della provincia (113 mila euro). La variazione dei ricavi nel corso del biennio 2008-2007 privilegia le imprese del resto della provincia, che crescono dell'1,5% a fronte di un aumento dei ricavi medi nel capoluogo di solo 0,4%.

Tabella 4.8: Ricavi medi d'impresa per area di localizzazione

Area	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var.% 08 – 07
Capoluogo	131.300	131.866	0,4
Resto della provincia	112.132	113.841	1,5
Totale	117.748	119.123	1,2

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 5. L'analisi della congiuntura: la stagionalità della distribuzione

### 5.1 Il dato aggregato

Il ciclo economico delle imprese dei servizi di vicinato mostra una chiara stagionalità, causata da periodi di intensa attività commerciale e produttiva a cui seguono periodi di relativa stasi. Per esempio, in molti esercizi le festività di fine anno determinano una quota considerevole del fatturato annuale; alcuni settori sono influenzati dal periodo delle vacanze estive, periodo in cui l'attività degli esercizi "turistici" aumenta, mentre diminuisce quella delle imprese legate ad un bacino di utenza di cittadini e lavoratori locali.

Una prima indicazione di tale evoluzione temporale si ottiene dall'analisi della tabella 5.1, in cui sono presenti i ricavi netti di impresa per il totale del campione nel corso dei trimestri da noi considerati (dal I trimestre del 2007 al III trimestre del 2009).

Tabella 5.1: Evoluzione ricavi del totale campione (euro)

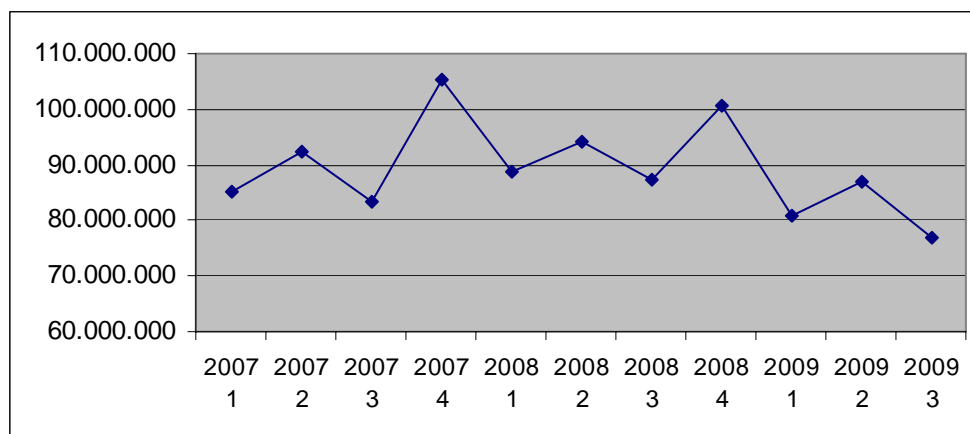
Trimestre	Ricavi
2007 1	85.177.235
2007 2	92.282.129
2007 3	83.262.704
2007 4	105.255.631
2008 1	88.722.497
2008 2	94.128.302
2008 3	87.208.508
2008 4	100.715.229
2009 1	80.804.885
2009 2	86.981.629
2009 3	76.858.747

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

In ogni trimestre i ricavi del campione esprimono l'evoluzione del ciclo congiunturale, e cioè della maggiore o minore domanda da parte della clientela, ma anche i riflessi della stagione di riferimento. Tale evoluzione è molto simile se confrontiamo i dati trimestrali del 2007 con quelli del 2008 e del 2009. Infatti, la dinamica del fatturato da un trimestre all'altro è la medesima – con crescita tra il I ed il II trimestre dell'anno, riduzione tra il II ed il III trimestre, aumento tra il III ed il IV – e si notano anche delle similitudini nei livelli di tale dinamica. Tali andamenti sono probabilmente attribuibili a cause endogene al sistema economico che si manifestano con una stagionalità infra-annuale. Il picco annuale dei ricavi si raggiunge nel IV trimestre dell'anno, mentre la stasi maggiore si ha nel III trimestre, come indicato anche nel grafico 5.1.

Il III trimestre del 2009 segna il punto più basso di tutti i terzi trimestri della serie storica.

Grafico 5.1: Evoluzione trimestrale dei ricavi



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Per evidenziare l'evoluzione interna a ciascun anno contabile, abbiamo confrontato il fatturato trimestrale con quello medio annuale, ottenendo l'indice pubblicato nella tabella 5.2.

Tabella 5.2: Indice trimestrale dei ricavi (media annuale = 100)

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	93	101	91	115	96	101	94	109	99	107	94	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Come si nota, in ogni anno il IV trimestre è il periodo con i ricavi più elevati, grazie alle festività di fine anno che favoriscono maggiori acquisti: nel 2007 tale trimestre mostra un livello di vendite del 15% più alto di quello medio annuale. A tale trimestre di surriscaldamento dell'economia, si contrappone il III trimestre dell'anno, tipico periodo di stagnazione stagionale della domanda, ove si registra il punto di minimo dell'anno: nel 2007 i ricavi del III trimestre raggiungevano soltanto il 91% della media annuale.

Il primo trimestre rappresenta un altro periodo di stagnazione, con un giro di affari inferiore alla media annuale (93% nel 2007), mentre il secondo trimestre segna un crescita rispetto al primo (107% nel 2009).

La tabella 5.3 entra nel dettaglio dell'evoluzione congiunturale dei dati e mostra l'evoluzione dell'indice avente come base il I trimestre del 2007, primo periodo di rilevazione del nostro database. I trimestri finali di ciascun anno segnano sempre un picco di congiuntura favorevole rispetto al trimestre di inizio delle nostre osservazioni. Il quarto trimestre del 2008 è in linea con l'evoluzione degli anni precedenti, anche se con livelli di crescita nettamente più bassi rispetto al 2007 e indica l'inizio di una crisi economica che si manifesta palesemente nel I trimestre 2009, quando l'indice del

fatturato tocca il punto più basso di tutta la serie storica. Il dato relativo al I trimestre 2009 è inferiore del 5% a quello registrato nel I trimestre 2007, e di ben 9 punti percentuali rispetto al corrispondente trimestre del 2008. Il II trimestre 2009 mostra una netta ripresa rispetto al dato di inizio anno, ma registra un valore più basso rispetto al secondo trimestre del 2008 e del 2007. Il III trimestre 2009 mostra un netto calo rispetto al dato di inizio 2007.

Tabella 5.3: Indice trimestrale dei ricavi (primo trimestre 2007=100)

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	108	97	123	104	110	102	118	95	102	90	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Il ciclo congiunturale annuale è palese nella tabella 5.4, che mostra l'evoluzione dei ricavi rispetto al primo trimestre di ciascun anno.

All'interno di ciascun anno le dinamiche trimestrali sono sempre le stesse, mentre i livelli raggiunti dall'attività economica in ogni trimestre differiscono di alcuni punti percentuali da un anno all'altro a seconda della congiuntura dell'anno considerato. Il III trimestre 2009 mostra una netta caduta del fatturato rispetto al I trimestre dell'anno.

Tabella 5.4: Indice trimestrale dei ricavi (primo trimestre di ogni anno=100)

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	108	97	123	100	106	98	114	100	107	95	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 5.2 L'ambito dimensionale

La tabella 5.5 rappresenta la suddivisione dimensionale delle imprese in base alla classe dimensionale di appartenenza. Si nota che i gruppi dimensionali di imprese si comportano in modo piuttosto simile tra loro: la stagionalità dei ricavi è quasi sempre la stessa, indipendentemente dalla dimensione delle imprese. Ciò che cambia è talvolta il livello raggiunto dai ricavi in ogni trimestre: si segnala, per esempio, il picco (+34%) raggiunto dalle piccole imprese nel IV trimestre del 2007, o il calo del III trimestre 2007 nel caso delle grandi imprese (-8%).

Inoltre, merita sottolineare che alcuni gruppi dimensionali variano in modo più ampio nel corso del tempo rispetto agli altri. Per esempio, c'è una minore variabilità nelle grandi imprese, che mostrano una varianza statistica che solo la metà rispetto al dato relativo alle altre dimensioni: ciò significa ricavi più stabili e indipendenti dalle fluttuazioni congiunturali.

Il dato del III trimestre 2009 mostra che la crisi colpisce soprattutto le imprese di medie e di grandi dimensioni, che hanno raggiunto un livello di ricavi più basso di quello iniziale; al contrario, le imprese di piccole mostrano un livello di fatturato maggiore di quello di due anni prima (+3% rispetto al I trimestre 2007).

Tabella 5.5: Indice trimestrale ricavi per dimensione di impresa (I trimestre 2007=100)

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	100	113	103	135	102	110	101	126	95	106	103	
Medie imprese	100	107	96	124	106	113	102	120	94	100	84	
Grandi imprese	100	103	92	110	102	104	102	106	95	100	87	
Totale campione	100	108	97	123	104	110	102	118	95	102	90	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

### 5.3 L'ambito territoriale

Come mostra la tabella 5.6, l'evoluzione dell'indice dei ricavi nel corso del tempo è abbastanza simile nelle diverse localizzazioni d'impresa. Nel corso dei trimestri considerati, le eventuali differenze riguardano i livelli degli indici, ma non il segno del loro andamento, che riflette sempre la normale stagionalità della distribuzione.

A fronte di un andamento altalenante, a causa della stagionalità infra-annuale, si segnalano picchi di crescita e cadute di recessione di diversa intensità nei vari territori, con il Capoluogo che nel IV trimestre 2007 raggiunge un livello del 27% superiore a quello iniziale, mentre nel III trimestre 2007 aveva segnato un calo del 9%.

Le diverse intensità nelle variazioni dei ricavi si riflettono nel valore della varianza della distribuzione dei dati, che nel caso del Capoluogo è notevolmente superiore a quella del resto della provincia.

Per quanto riguarda il III trimestre 2009, la crisi economica colpisce soprattutto le imprese presenti nel Capoluogo, il cui fatturato è ad un livello del 13% più basso del I trimestre 2007.

Tabella 5.6: Indice trimestrale ricavi per localizzazione dell'impresa (I trimestre 2007=100)

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	100	110	91	128	103	109	96	122	99	108	87	
Resto della provincia	100	107	100	121	104	110	104	116	92	99	91	
Totale	100	108	97	123	104	110	102	118	95	102	90	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato



## 5.4 L'ambito settoriale

I diversi settori di attività in cui operano le imprese del campione variano in modo molto differente, indicando che la congiuntura ha un'importante determinante nelle specificità del settore.

In primo luogo, merita ricordare la diversa variabilità dei dati: mentre il comparto delle costruzioni ha un'elevata variabilità dei ricavi, che si manifesta in picchi, positivi e negativi, molto pronunciati (ad esempio, +55% nel IV trimestre 2007), nel caso del commercio alimentare la variabilità è strutturalmente molto ridotta, e segnala che la domanda finale da parte del consumatore è di tipo "continuo e costante" nel tempo. I valori statistici della varianza e della deviazione standard confermano le differenze in tali distribuzioni.

In secondo luogo, non solo le dinamiche sono diverse, ma anche i livelli raggiunti dai ricavi sono molto differenti. I percorsi di crescita seguiti dai settori nel corso del tempo generano livelli di ricavi molto differenti nello stesso momento temporale. Per esempio, merita ricordare i casi del IV trimestre 2007 e del IV trimestre 2008, in cui a fronte di settori moderatamente al di sopra del livello del I trimestre 2007, come la ristorazione e i trasporti, si contrappone l'edilizia con un aumento del 50% circa rispetto al livello iniziale.

Infine, occorre segnalare quanto si registra nell'ultimo dato disponibile: nel III trimestre 2009 si conferma una forte crisi per il comparto manifatturiero che cala di circa il 30% rispetto al dato iniziale. Inoltre, il commercio alimentare e non-alimentare, nonché le attività di trasporto, sono altri settori con un livello di attività molto basso. La ristorazione e l'edilizia riescono a mantenere un giro d'affari maggiore di quello di due anni or sono.

Tabella 5.7: Indice trimestrale ricavi per settore di attività (I trimestre 2007=100)

	2007				2007				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	100	113	107	148	100	113	111	139	91	105	102	
Commercio food	100	107	93	115	103	104	98	111	102	108	86	
Attività manifatturiere	100	109	90	122	107	115	94	107	84	85	71	
Commercio non-food	100	104	93	123	98	106	100	119	87	94	81	
Ristorazione	100	108	105	110	109	108	103	114	101	107	103	
Altri servizi	100	110	98	121	109	117	102	118	100	108	100	
Trasporti	100	104	105	110	118	120	112	105	95	87	87	
Totale	100	108	97	123	104	110	102	118	95	102	90	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 6. La congiuntura nel III trimestre 2009: il confronto con il trimestre precedente

### 6.1 Il dato aggregato

La tabella 6.1 fornisce la variazione percentuale delle grandezze contabili da noi considerate rispetto al trimestre precedente. Tale indicazione mostra nettamente il ciclo congiunturale di cui nella tabella 5.1 abbiamo già analizzato i livelli raggiunti dai valori assoluti e nella tabella 5.2 i corrispondenti indici: dalla tabella 6.1 si ottengono i termini relativi di tale ciclo, discendente nel primo e nel terzo trimestre, ascendente nei due trimestri rimanenti. Il dato relativo al III trimestre 2009 è negativo, come dalle attese stagionali, ma rappresenta la minore crescita (5%) che si sia mai registrata nel corso dei terzi trimestri degli anni qui esaminati.

Tabella 6.1: Variazione % sul trimestre precedente dei ricavi

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7	-12	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Come si nota, le variazioni sono particolarmente intense da un trimestre all'altro, indicando una forte stagionalità delle vendite, con picchi positivi del +27% nel IV trimestre 2007 rispetto al III trimestre dello stesso anno, e negativi del -20% nel I trimestre 2009 rispetto al trimestre precedente.

La stagionalità della distribuzione viene confermata dall'informazione presente nella tabella 6.2, che contiene il numero delle imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto al trimestre precedente. Nei periodi di stagionalità positiva – il II e il IV trimestre dell'anno – circa i due terzi delle imprese riescono ad aumentare i ricavi, mentre nei periodi di stagionalità negativa – il I e il III trimestre dell'anno – soltanto poche imprese sono in crescita rispetto al trimestre precedente. I saldi tra il numero di imprese che aumentano i ricavi ed il numero di imprese che riducono i ricavi sono infatti alternativamente positivi o negativi, a seconda della tipologia di stagionalità infra-annuale del mese considerato.

Nel III trimestre 2009 si registra un saldo negativo tra le imprese che riescono ad aumentare i ricavi e quelle che invece i hanno ridotti, rispetto al trimestre precedente, che è in linea con quanto avvenuto nel III trimestre del 2008 e del 2007.

Tabella 6.2: Numero di imprese con dinamica positiva o negativa rispetto al trimestre precedente

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	n.d.	2088	1119	2392	1032	1957	1166	2261	808	2019	1162	
Riducono i ricavi	n.d.	1202	2171	898	2258	1333	2124	1029	2482	1271	2128	
Saldo aumenti – diminuzioni	n.d.	886	-1052	1494	-1226	624	-958	1232	-1674	748	-966	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 6.2 L'ambito dimensionale

All'interno del ciclo di ascesa e caduta trimestrale dei ricavi, le singole dimensioni di impresa non si sottraggono all'evoluzione media del campione, e seguono quindi la medesima dinamica congiunturale.

Le eventuali differenze tra le dimensioni di impresa non sono quindi tanto sul segno della variazione, quanto sulla sua intensità. A fronte di intensità differenti si notano delle variabilità molto differenti tra le dimensioni. Le imprese maggiori mostrano una deviazione standard della serie storica delle variazioni che è nettamente minore rispetto a quella delle altre dimensioni di impresa, segno di una maggiore stabilità del fatturato nel corso del tempo.

La dinamica registrata dalle imprese nel III trimestre del 2009 è in linea con le attese di un aumento generalizzato rispetto al dato tradizionalmente negativo di inizio anno. Sono soprattutto le piccole imprese, quelle che mostrano un minor calo del fatturato rispetto al II trimestre 2009.

Tabella 6.4: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per dimensione di impresa

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	n.d.	13	-9	31	-25	8	-8	25	-25	12	-3	
Medie imprese	n.d.	7	-11	29	-15	7	-10	18	-22	6	-16	
Grandi imprese	n.d.	3	-11	19	-8	1	-2	4	-10	5	-14	
Totale campione	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7	-12	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 6.3 L'ambito territoriale

La variazione trimestrale dei ricavi rispetto al trimestre precedente segue sempre l'andamento tipico delle stagionalità. Le differenze, anche in questo caso, riguardano soltanto l'intensità del fenomeno, come nel caso del vistoso calo (-21%) del I trimestre 2009 nelle imprese della provincia, o nel picco positivo (+40) del IV trimestre 2007 nelle imprese del Capoluogo. Tali differenze di intensità si riverberano in una diversa

varianza statistica dei dati: la distribuzione delle imprese localizzate nel capoluogo ha infatti una variabilità nettamente più elevata rispetto a quella delle altre imprese del resto della provincia torinese.

Il III trimestre 2009 mostra un calo pesante dell'attività rispetto al II trimestre, con un'intensità del fenomeno che molto più elevata nelle imprese del Capoluogo (tabella 6.5).

Tabella 6.5: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per localizzazione

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	n.d.	10	-17	42	-20	6	-12	27	-19	9	-19	
Resto della provincia	n.d.	7	-7	21	-14	6	-5	11	-20	7	-8	
Totale	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7	-12	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

#### 6.4 L'ambito settoriale

Aggregando le imprese del campione in base al settore di attività otteniamo dei gruppi di imprese che nel corso del tempo variano in modo molto simile, a parte il caso dei trasporti che mostra alcuni casi di controtendenza (tabella 6.6).

La varianza della serie storica è maggiore nell'edilizia e minore nella ristorazione e nei trasporti, segno di variazioni trimestrali meno pronunciate in questi ultimi settori.

Nel III trimestre 2009 le imprese manifatturiere, quelle del commercio - sia food che non food - peggiorano pesantemente rispetto a quanto avvenuto nel trimestre precedente.

Tabella 6.6: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per settore di attività

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	n.d.	13	-5	39	-32	13	-2	25	-34	15	-3	
Commercio food	n.d.	7	-13	24	-11	1	-6	13	-8	6	-20	
Attività manifatturiere	n.d.	9	-18	36	-12	7	-18	13	-22	1	-16	
Commercio non-food	n.d.	4	-11	32	-20	8	-6	20	-27	8	-13	
Ristorazione	n.d.	8	-4	5	-1	-1	-5	10	-11	6	-4	
Altri servizi	n.d.	10	-11	24	-10	8	-12	16	-16	8	-7	
Trasporti	n.d.	4	1	5	7	2	-6	-7	-9	-9	0	
Totale	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7	-12	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 7. La congiuntura nel III trimestre 2009: il confronto con l'anno precedente

### 7.1 Il dato aggregato

Il dato più interessante per valutare la congiuntura attuale del comparto è quello che si riferisce alla variazione delle grandezze contabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Considerando tale indicatore si elimina infatti la componente stagionale dell'attività economica, facendo emergere soprattutto gli effetti del ciclo-trend della domanda.

La tabella 7.1 mostra come nel corso del 2008 l'attività sia risultata in buona crescita rispetto l'anno precedente, tranne che nel momento in cui inizia a manifestarsi la crisi finanziaria ed economica del IV trimestre. E' evidente che il forte calo che si registra nel IV trimestre 2008 rispetto allo stesso trimestre del 2007 rappresenta una netta inversione di tendenza del ciclo congiunturale, che anche nelle attività di vicinato risente della crisi macroeconomica in atto da settembre 2008. Tale inversione di tendenza peggiora ulteriormente nel corso del 2009, sia nel dato relativo al I trimestre che in quello del II e del III trimestre si nota un vistoso calo del fatturato (-8,7%, -7,5% e -11,9% rispettivamente) se confrontiamo tali dati con i trimestri del 2008.

Nei prossimi paragrafi cercheremo di individuare se questa dinamica negativa è omogenea in tutto il campione o se è una prerogativa di alcune tipologie di imprese, a seconda della loro dimensione, della loro localizzazione o della loro attività economica.

Tabella 7.1: Variazione % dei ricavi netti sullo stesso periodo dell'anno precedente

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	3,6	1,7	4,9	-4,2	-8,7	-7,5	11,9	-

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La tabella 7.2 contiene il numero delle imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ricordiamo nuovamente l'importanza descrittiva di tale serie storica, in quanto in essa risulta completamente assente la componente stagionale infra-annuale. Il saldo tra le imprese che aumentano e imprese che riducono i ricavi è quindi un indicatore dell'evoluzione di lungo periodo dell'evoluzione del fatturato, in quanto rappresenta soprattutto la componente di ciclo-trend depurata dell'effetto stagionale.

Come si nota, nel corso del 2008 si nota un'inversione di tendenza causata dalla crisi finanziaria: mentre nei primi tre trimestri del 2008 si registra un numero di imprese

in crescita che supera quelle in recessione, nel IV trimestre si assiste ad un'inversione del ciclo e le imprese in crescita sono ormai una minoranza nel nostro campione. Tale inversione di ciclo si conferma pienamente nel I e nel II trimestre 2009, quando le imprese in crescita rispetto all'anno precedente sono soltanto il 39% e il 44% del campione. Nel III trimestre si conferma un saldo negativo, che continua la serie di saldi negativi iniziata a fine 2008.

Tabella 7.2: Numero di imprese con dinamica positiva o negativa rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	1809	1663	1762	1563	1282	1438	1346	
Riducono i ricavi	1481	1627	1528	1727	2008	1852	1944	
Saldo aumenti – diminuzioni	328	36	234	-164	-726	-414	-598	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La tabella 7.3 mostra i dati disaggregati relativi all'intensità della dinamica congiunturale misurata in termini di durata trimestrale: solo l'8% delle imprese cresce in almeno 6 trimestri sui 10 considerati, mentre un altro 13% non aumenta mai il fatturato o lo aumenta una sola volta. Il valore modale è rappresentato dalla crescita per 3 trimestri, performance raggiunta da un quarto delle imprese.

Tabella 7.3: Numero di imprese con crescita positiva rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (periodo I trimestre 2007 – III trimestre 2009)

	Numero di imprese	%
Imprese che non crescono mai	114	3,5
Imprese che crescono solo per un trimestre	296	9,0
Imprese che crescono per 2 trimestri	589	17,9
Imprese che crescono per 3 trimestri	820	24,9
Imprese che crescono per 4 trimestri	760	23,1
Imprese che crescono per 5 trimestri	448	13,6
Imprese che crescono per 6 trimestri	192	5,8
Imprese che crescono per 7 trimestri	71	2,2
Imprese che crescono per 8 trimestri	0	0,0
Imprese che crescono per 9 trimestri	0	0,0
Imprese che crescono per 10 trimestri	0	0,0
Imprese che crescono per 11 trimestri	0	0,0
Totale	2092	100

Fonte: Osservatorio Regione Piemonte

## 7.2 L'ambito dimensionale

Per quanto riguarda l'ambito dimensionale, la distribuzione delle variazioni % dei ricavi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente può essere esaminata nella tabella 7.4.

Il calo del fatturato che si avverte nel III trimestre 2009 è generalizzato a tutte le dimensioni d'impresa tranne che alle imprese di piccole dimensioni, che riescono ad aumentare il giro d'affari del 2%.

Tabella 7.4: Variazione % ricavi sullo stesso periodo dell'anno precedente per dimensione di impresa

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	1,6	-3,3	-2,1	-6,2	-6,5	-3,3	2,1	
Medie imprese	5,6	5,4	6,2	-3,1	-10,9	-11,9	-17,8	
Grandi imprese	2,2	0,3	10,3	-4,2	-6,8	-3,4	-15,1	
Totale campione	3,6	1,7	4,9	-4,2	-8,7	-7,5	-11,9	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 7.3 L'ambito territoriale

Come mostra la tabella 7.5, la crisi economica colpisce tutte le localizzazioni di impresa, ma soprattutto le imprese presenti nel resto della provincia. Infatti, la variazione dei ricavi del III trimestre 2009 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente indica una dinamica più negativa per le imprese presenti nel resto della provincia, i cui ricavi calano del 13%. Al contrario, le imprese del Capoluogo hanno una riduzione del giro d'affari che è più contenuta (-9%).

Tabella 7.5: Variazione % ricavi sullo stesso periodo dell'anno precedente per localizzazione

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	2,8	-0,7	6,3	-4,6	-3,6	-1,1	-9,2	
Resto della provincia	4,0	2,9	4,3	-4,1	-11,2	-10,6	-13,1	
Totale	3,6	1,7	4,9	-4,2	-8,7	-7,5	-11,9	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 7.4 L'ambito settoriale

La crisi economica colpisce quasi tutti i settori di attività, che infatti mostrano un calo del fatturato nel III trimestre 2009 rispetto al III trimestre 2008 (tabella 7.6), anche se si avverte una diversa intensità del fenomeno.

Infatti, la dinamica del III trimestre 2009 dei servizi di trasporto (-23%) e delle attività manifatturiere (-24%) è molto più negativa della media del campione. Al contrario, la crisi colpisce in modo più lieve il settore della ristorazione.

Tabella 7.6: Variazione % ricavi sullo stesso periodo dell'anno precedente: imprese per settore di attività

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	0,4	0,7	4,2	-6,2	-8,9	-7,7	-8,4	
Commercio food	3,2	-2,6	4,6	-4,1	-1,4	3,7	-11,8	
Attività manifatturiere	7,0	4,7	4,8	-12,5	-21,8	-26,1	-24,2	
Commercio non-food	-2,0	1,7	7,4	-2,7	-11,5	-11,4	-18,7	
Ristorazione	9,1	0,0	-1,2	3,3	-7,4	-1,2	-0,2	
Altri servizi	8,6	6,3	4,9	-1,9	-8,2	-7,9	-2,3	
Trasporti	17,8	14,9	7,0	-5,0	-19,5	-27,6	-22,7	
Totale	3,6	1,7	4,9	-4,2	-8,7	-7,5	-11,9	

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato



## 8. Conclusioni

Il campione di 3.290 imprese, di cui abbiamo analizzato l'evoluzione dei ricavi nel periodo compreso tra il I trimestre del 2007 ed il III trimestre del 2009, è formato da imprese del commercio e dell'artigianato torinese, che sono state analizzate a seconda della loro dimensione, della loro localizzazione geografica e della loro attività economica.

La dimensione media delle imprese del campione è di 119 mila euro di ricavi annuali nel 2008, e nasconde tipologie di impresa molto eterogenee: da una parte, abbiamo un nutrito numero di imprese di piccole dimensioni che pesano poco nel definire il bilancio aggregato del campione, dall'altra, un limitato numero di grandi imprese che rappresenta una quota molto elevata del fatturato del campione. Infatti, le imprese con meno di 50.000 euro di fatturato sono 1.417, e cioè il 43% delle imprese presenti, e determinano nel loro insieme solo l'11% del fatturato totale. Al contrario, le 25 imprese più grandi determinano il 24% del fatturato totale.

Il 29% delle imprese è localizzato nel Capoluogo piemontese, mentre il rimanente 71% è attivo nel resto della provincia di Torino.

La distribuzione settoriale delle imprese è molto eterogenea: si va dal comparto commerciale (diviso a sua volta in ristorazione, commercio alimentare e non alimentare), che contiene un terzo delle imprese totali, a quello delle costruzioni (comprende le attività di muratura ma anche di impiantistica) che pesa per un quarto del totale, a quello dei servizi (diviso tra servizi di trasporto e altri servizi) che rappresenta quasi un terzo del totale, a quello delle attività di piccola produzione industriale (soprattutto nella metalmeccanica) che pesa solo per un decimo della numerosità totale delle imprese.

Il dato più significativo per sintetizzare l'evoluzione della congiuntura del comparto è quello che confronta i ricavi delle imprese del III trimestre 2009 con i ricavi che le identiche imprese avevano nello stesso periodo dell'anno precedente, e cioè nel III trimestre 2008.

Questa metodologia di confronto annuale elimina la componente stagionale delle vendite che, come la ricerca ha individuato, nel comparto dei servizi di vicinato è molto intensa.

Rispetto l'anno precedente, i ricavi delle imprese nel III trimestre 2009 continuano a essere in forte calo (-11,9%), segno evidente del perdurare della generale crisi economica. Tale valore negativo è molto intenso, ancor di più di quanto registrato nei trimestri precedenti, quando la recessione determinava una riduzione del 7,5% nel II trimestre 2009 e dell'8,7% nel I trimestre 2009. Possiamo pertanto affermare che la crisi

delle piccole attività artigianali e commerciali continua a sussistere anche nel III trimestre 2009, forse in modo ancor più drammatico rispetto alla tendenza dell'anno.

Il dato negativo del III trimestre 2009 non è omogeneo in tutte le realtà economiche del campione, in quanto è una media tra situazioni di forte recessione e casi, più fortunati, di lieve caduta del fatturato.

Quali sono le imprese che sono state maggiormente colpite dalla crisi economica del III trimestre 2009? Quali sono le imprese che hanno invece mantenuto una qualche forma di crescita, o comunque di calo attenuato del fatturato ?

La ricerca da noi condotta sulla disaggregazione del campione a seconda del settore, della dimensione e della localizzazione dell'impresa ci consente di formulare alcune risposte a tali quesiti.

Una prima indicazione che conferma la presenza di una forte crisi economica emerge dall'esame del dato relativo al numero di imprese che nel III trimestre 2009 hanno ridotto i ricavi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: ben 1.944 imprese sono in recessione, contro le 1.346 imprese che aumentano il fatturato. Il saldo è quindi negativo (-598 imprese) e rappresenta la conferma del perdurare della recessione in atto nel corso del 2008: la caduta del giro d'affari che si è registrata dal IV trimestre del 2008 in poi sembra continuare in modo fortemente negativo.

L'analisi dei dati ci consente di affermare che le imprese che subiscono maggiormente la recessione sono soprattutto le seguenti:

- le imprese che abbiamo definito di dimensione media (e cioè con un fatturato annuo compreso tra 100 mila e un milione di euro), che riducono i ricavi del 17,8%, valore nettamente più alto della media del campione;
- le imprese localizzate nel resto della provincia, che vedono calare i ricavi del 13,1%, leggermente al di sopra della media del campione;
- le imprese manifatturiere e dei servizi di trasporto, le cui riduzioni di fatturato vanno dal 24% delle attività manifatturiere al 23% dei trasporti.

Le imprese che nel III trimestre del 2009 hanno un calo del giro d'affari non particolarmente negativo, in quanto inferiore alla media del campione, e che possono essere definite come le imprese che resistono alla crisi, sono:

- le piccole imprese, e cioè quelle con un fatturato inferiore ai 100 mila euro annui, che riescono addirittura a aumentare i ricavi del 2%;
- le imprese localizzate nel Capoluogo, i cui ricavi calano un po' meno della media (-9,2%);
- le imprese della ristorazione e dei servizi, che vedono ridursi i ricavi soltanto dello 0,2% e del 2,3% rispettivamente.

Pertanto, si evidenzia una precisa influenza delle determinanti settoriali, dimensionale e territoriale nel definire la risposta alla generale recessione dell'economia

nazionale e regionale, che conferma le diverse opportunità di reazione alla crisi che le imprese hanno a seconda delle loro caratteristiche dimensionali, settoriali o geografiche.

Infine, merita ricordare come la ricerca abbia confermato l'esistenza di una forte stagionalità infra-annuale nella dinamica dei ricavi delle imprese (grafico 1), che si esplica in una crescita dei ricavi nel II trimestre dell'anno, in una riduzione nel III trimestre, in un aumento nel IV ed in un calo nel I trimestre. Il picco annuale dei ricavi si raggiunge nel IV trimestre dell'anno, mentre la stasi maggiore si ha nel III trimestre. Questa stagionalità deve essere tenuta in debito conto nell'interpretazione dei singoli dati trimestrali. Quest'ultimo aspetto metodologico ha anche forti implicazioni nell'analisi dei dati congiunturali basata su metodologie diverse dall'analisi dei bilanci d'impresa, quali sono le indagini che esaminano le variazioni delle percezioni degli imprenditori rispetto il trimestre precedente: una parte di tali percezioni positive o negative sono influenzate dalla stagionalità delle vendite, che induce a dichiarare un aumento/diminuzione delle vendite che non tiene conto del normale aumento/diminuzione che ci sarebbe stato per il semplice effetto della stagionalità. A questo proposito, il nostro studio potrebbe rivelarsi un'utile analisi complementare a tali sondaggi.