



## TORINO CONGIUNTURA<sup>1</sup> Nr. 68 settembre 2017

### SOMMARIO

- LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE.....pag. 2  
**Produzione industriale ancora in positivo**
- FOCUS CONGIUNTURA INDUSTRIALE .....pag. 3  
**Le imprese e il web**
- IL COMMERCIO ESTERO .....pag. 4  
**Crescono le esportazioni torinesi**
- LA DINAMICA DELLE IMPRESE.....pag. 5  
**Continua la flessione delle imprese torinesi**

---

<sup>1</sup> Testata registrata presso il Tribunale di Torino con provvedimento n. 43 del 12 aprile 2007.

## LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE

Produzione industriale ancora in positivo

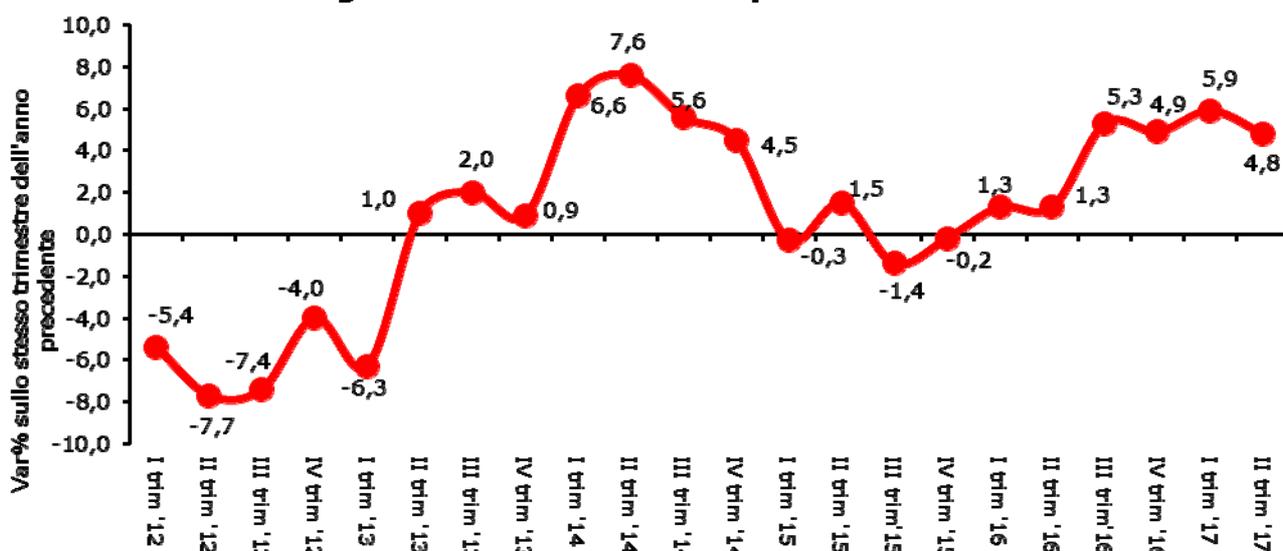


I primi due trimestri del 2017 confermano l'andamento positivo dell'industria manifatturiera torinese, a seguito della ripresa dell'economia mondiale: nel primo trimestre la **produzione industriale** è cresciuta del **5,9%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e nel secondo del **+4,8%**. Si tratta del **sesto risultato positivo consecutivo**. Nei primi sei mesi del 2017 la manifatturiera torinese è aumentata in media del 5,4%.

Disaggregando questo risultato per settori, nel primo semestre 2017 le performance migliori sono state conseguite dai comparti tradizionali del tessuto imprenditoriale provinciale ossia i **mezzi di trasporto** (in media +13,4%), la **produzione di metalli** (+5,8%) e le **industrie elettriche ed elettroniche** (+4,2%). Sono, invece, risultate meno brillanti le **industrie alimentari e delle bevande** (in media +0,9%) e quelle **tessili e dell'abbigliamento** (+1,6%)

Per quanto concerne la domanda, nei primi due trimestri dell'anno gli **ordinativi interni** hanno continuato a crescere (+3% nei primi tre mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2016 e +3,8% in quello successivo), mentre gli **ordinativi esteri**, dopo il positivo risultato di inizio dell'anno (+4,9%), hanno accusato una battuta di arresto (-0,7%).

### La congiuntura industriale in provincia di Torino



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino, 180° indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

Durante il primo semestre i mezzi di trasporto (in media +8,4%), la produzione di metalli (+4,8%) e le industrie elettriche – elettroniche (+4,7%) hanno registrato le variazioni positive più elevate sul mercato interno.

Sul fronte degli ordinativi esteri, le industrie meccaniche e dei metalli evidenziano nuovamente le performance migliori (rispettivamente +8,9% e +7,1%); in significativa discesa appare il settore dei mezzi di trasporto (-10,1%).

Sotto il profilo occupazionale, nel complesso l'industria manifatturiera torinese è rimasta stazionaria rispetto al secondo trimestre del 2016; tuttavia, a soffrire sono ancora le micro imprese che diminuiscono i propri occupati del -3,3%.

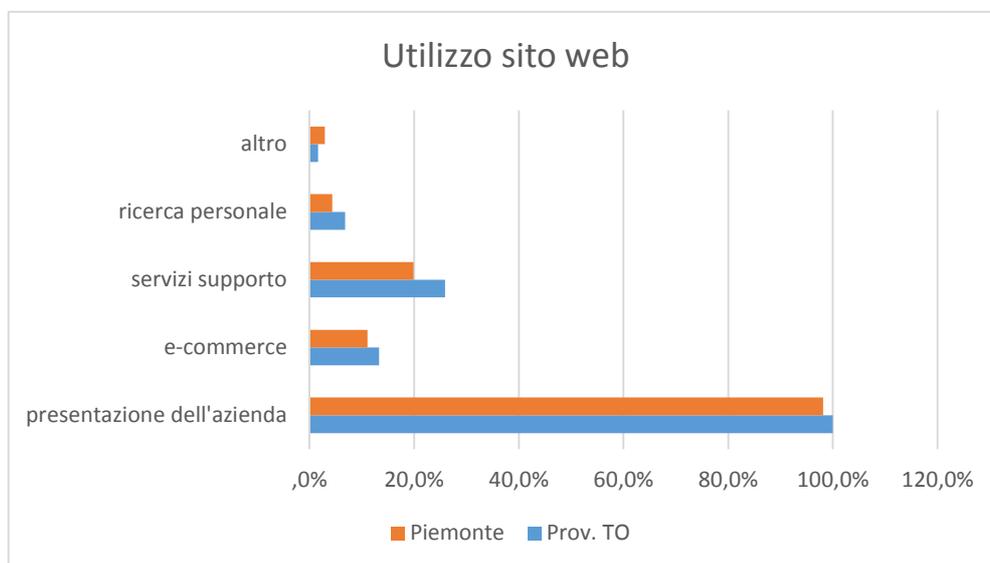
Infine, le previsioni per il terzo trimestre: il 50% delle imprese del campione intervistato prevede che la produzione rimarrà invariata; il 29% si aspetta un calo e solo il 21% indica un aumento.

## FOCUS SULLA CONGIUNTURA INDUSTRIALE

### Le imprese e il web

Qual è il rapporto fra le aziende torinesi e il web in una società sempre più "connessa" per curare non solo interessi personali, ma anche esigenze professionali? Quali sono gli strumenti più diffusi? Ecco i risultati dell'indagine svolta da Unioncamere Piemonte nel II trimestre 2017.

Il web viene utilizzato significativamente dalle imprese del territorio per far conoscere e vendere prodotti e servizi: ben il 77% delle realtà intervistate ha dichiarato infatti di disporre di un sito web (la media regionale è pari al 70%). Tutte se ne avvalgono per la propria presentazione e della relativa offerta, però solo alcune (13,3%) effettuano e-commerce e poco più di un quarto (25,9%) fornisce on line servizi di supporto a clienti e fornitori. Si tratta di percentuali leggermente superiori a quelle del Piemonte, in cui mediamente soltanto l'11% delle aziende dichiara di vendere on-line e poco meno di un quinto di dare assistenza on-line. Nella ricerca di personale infine le aziende torinesi si affidano al web più delle altre piemontesi, ma sempre in misura ancora contenuta (6,8% dei rispondenti).



58 siti "torinesi" su 100 sono ottimizzati per essere consultati da smartphone e tablet: si tratta quindi di modalità di accesso a informazioni e forniture che deve ancora essere implementata dalle realtà produttive e commerciali della provincia.

L'aggiornamento del sito web è effettuato con frequenza settimanale/mensile dal 34% delle aziende della Città metropolitana, mentre la maggior parte (65%) non lo fa frequentemente o non lo considera rilevante.

Il sito internet non è ovviamente l'unico strumento di contatto-comunicazione on-line con l'esterno a disposizione delle imprese, infatti si stanno diffondendo anche le reti sociali più o meno specializzate per contenuti.

La maggioranza delle imprese del territorio torinese (58,7%) non è presente sui social network, ma Facebook è stato scelto da un terzo delle aziende attive in rete, seguito da LinkedIn (22%), Youtube (12,1%) e Twitter (9,7%) e i diversi profili social vengono aggiornati più frequentemente dei siti aziendali: il 48% settimanalmente/ mensilmente e un 10,8% perfino quotidianamente.

L'analisi dei dati relativi ai visitatori dei propri siti web e profili social viene svolta da molte imprese (rispettivamente 38,3% e 48,6%) più o meno regolarmente, mentre le altre non lo fanno ancora.

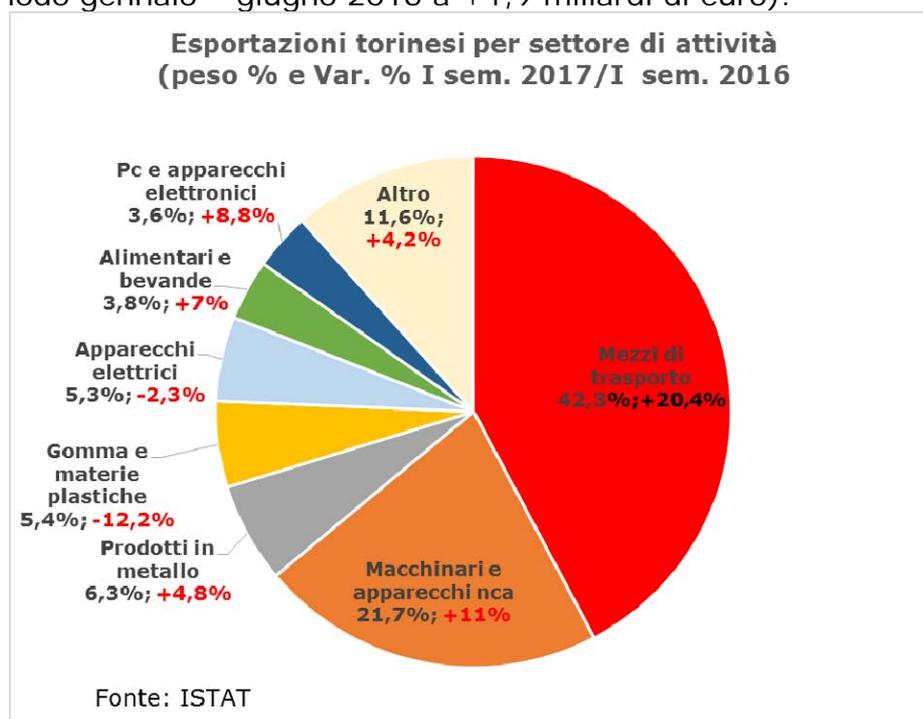
A fronte di un 31,5% di imprese del territorio che non saprebbero come portare in azienda le competenze necessarie alla digitalizzazione, il 28,8% ritiene di avere già le professionalità al suo interno e un quarto si rivolgerebbe a consulenti esterni specializzati, confrontabili rispettivamente con il 20,4% e il 29,8% delle aziende piemontesi.

A Torino e dintorni infine l'orientamento ad investire nella digitalizzazione nel 2018 è maggiore (24,1%) che nel resto della Regione.

## IL COMMERCIO ESTERO

Crescono le esportazioni torinesi

Nei primi sei mesi del 2017 le **vendite torinesi all'estero**, pari a 11,4 miliardi di euro, sono aumentate del 10,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, variazione positiva inferiore a quella registrata per il Piemonte (+11,3%), ma migliore di quella nazionale (+8%). Per quanto concerne le **importazioni** (pari a 9,5 miliardi di euro), nel primo semestre dell'anno in corso manifestano un incremento del 15,4% nei confronti del corrispondente intervallo del 2016 e nonostante questo, il saldo della bilancia commerciale si mantiene in attivo, seppur in flessione (da +2,1 miliardi di euro del periodo gennaio – giugno 2016 a +1,9 miliardi di euro).



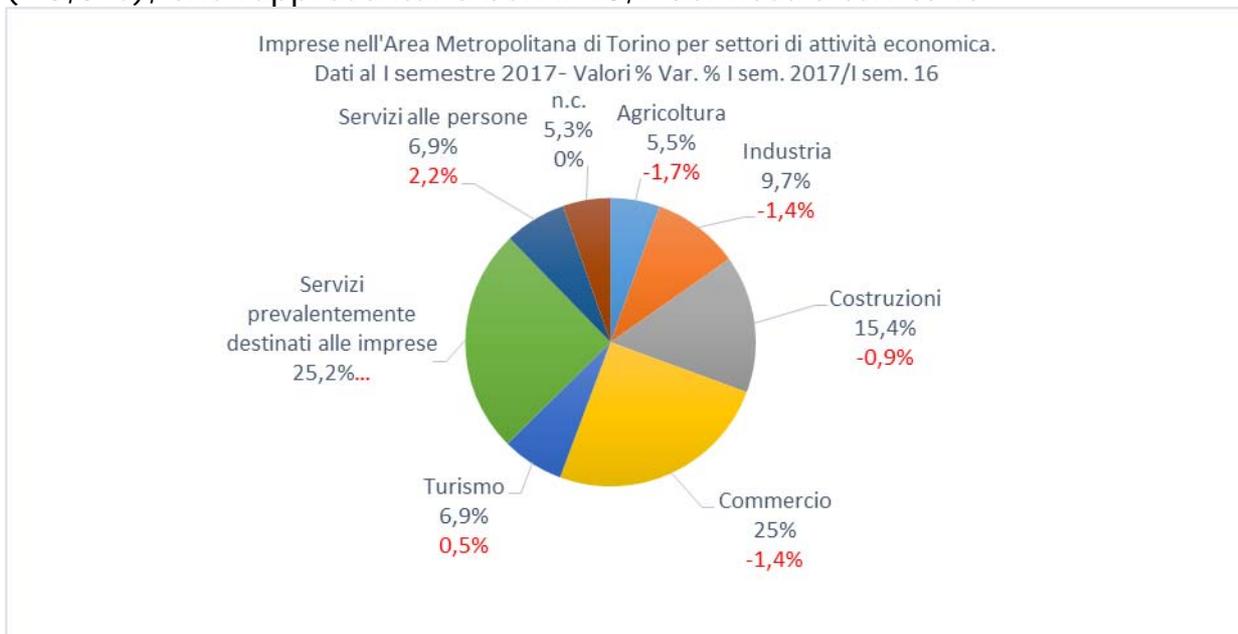
I **mezzi di trasporto** si confermano la prima voce dell'export subalpino (il 42% del totale) e hanno conseguito la migliore performance del primo semestre (+20,4% rispetto al corrispondente periodo del 2016). Seguono la **meccanica generale** (il 22% e il +11%) e la **produzione di prodotti in metallo** (il 6,3% e +4,8%), mentre la **plastica e gomma** (il 5,4% e -12,2%) e gli **apparecchi elettrici** (il 5,3% e -2,3%) subiscono una flessione nei confronti dell'intervallo gennaio – giugno dello scorso anno.

Nel primo semestre del 2016 il principale partner commerciale dell'area subalpina si conferma la **Germania** -il 12% dell'export del nostro territorio è destinato a questo Paese, con una crescita del 3,2% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno; seguono la **Francia** con l'11% ma in leggera flessione nei confronti dell'anno precedente e gli **Stati Uniti** (il 10% e il +21,1%). Nel periodo gennaio – giugno l'incremento più elevato è registrato per la **Cina** (+123,1%), che sale al quarto posto nella graduatoria dei Paesi di destinazione dell'export torinese (il 7,4% delle vendite complessive all'estero).

## LA DINAMICA DELLE IMPRESE

Continua la flessione delle imprese torinesi

A fine giugno 2017 le **imprese registrate** nell'Area Metropolitana di Torino ammontavano a **222.999**, ancora in leggera flessione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-1.121; -0,5%); tuttavia il calo risulta inferiore al corrispondente del 2016 (-0,7%) e le imprese registrate in meno erano 1.597. Se si considera **la forma giuridica**, le imprese individuali erano 119.669 unità (il 53,7% del totale; -1% rispetto al primo semestre 2016); seguono le società di persone (il 25,2%; -2,2%). Continua il trend positivo delle società di capitali (+3,3%), che rappresentano ben il 18,9 del nostro territorio.



Analizzando i diversi **settori produttivi**, i servizi alle persone appaiono i più attivi con una variazione dello stock del +2,2% rispetto al secondo trimestre dell'anno precedente; consegue un risultato positivo anche il turismo (+0,5%).

I servizi alle imprese rimangono sostanzialmente stazionari, mentre i restanti comparti subiscono una lieve flessione della consistenza.

Se le **imprese femminili** (il 22% del tessuto imprenditoriale torinese) presentano una leggera diminuzione (-0,3%), in controtendenza appaiono le **imprese straniere**, che evidenziano una crescita della consistenza del +3,1% nei confronti del 30 giugno 2016 (sfiorano le 25.000).

Infine prosegue l'andamento negativo delle **imprese giovanili** (il 9,3%), che nel primo semestre dell'anno segnano una diminuzione del -3,2%.

Le **dichiarazioni di fallimento** nei primi 8 mesi dell'anno in corso sono state 269 nella Città metropolitana, in flessione del 14,9% rispetto allo stesso periodo del 2016. Il commercio (con il 22,7% del totale e -22,8% rispetto ai primi otto mesi del 2016) è quello che ha registrato il maggior numero di fallimenti, seguito dalle costruzioni (il 22,3% e -13%) e dall'industria manifatturiera (il 22,3% e -18,9%).