

Ascom Torino
Casartigiani Torino
Confartigianato Torino
Confesercenti Torino
CNA Torino

**Osservatorio sui dati contabili delle imprese del
commercio e dell'artigianato in provincia di Torino.**
Analisi congiuntura II trimestre 2010
e dati contabili annuali 2008-2009

a cura di:

Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali

Torino, dicembre 2010

Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino.

Aggiornamento al secondo trimestre 2010

a cura di Giampaolo Vitali

Premessa

Prima parte

Premessa.....	4
Analisi dei dati contabili annuali (2008-2009)	7
1. Variabilità dell'universo, rilevanza del campione e metodologia di analisi	7
1.1 Struttura degli investimenti e delle fonti. Valori aggregati.....	11
1.2 L'indebitamento: dimensioni e tipologia	17
1.2.1 Analisi delle medie ponderate.....	17
1.2.2 Analisi disaggregata	23
2. Analisi economica.....	27
2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini.....	27
2.2 Efficacia, efficienza, redditività.....	32
3. Note conclusive.....	40

Seconda parte

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: aggiornamento al secondo trimestre 2010	44
1. Introduzione	44
2. Metodologia di analisi.....	45
3. Variabili statistiche osservate.....	47
4. La struttura del campione.....	48
4.1 La dimensione delle imprese.....	48
4.2 I settori merceologici delle imprese	53
4.3 La localizzazione delle imprese	54
5. L'analisi della congiuntura: la stagionalità della distribuzione	55
5.1 Il dato aggregato.....	55
5.2 L'ambito dimensionale	58
5.3 L'ambito territoriale.....	59
5.4 L'ambito settoriale	60
6. La congiuntura nel secondo trimestre 2010: il confronto con il trimestre precedente	61
6.1 Il dato aggregato.....	61
6.2 L'ambito dimensionale	62
6.3 L'ambito territoriale.....	63
6.4 L'ambito settoriale	64

7. La congiuntura nel secondo trimestre 2010: il confronto con l'anno precedente.....	64
7.1 Il dato aggregato.....	64
7.2 L'ambito dimensionale	66
7.3 L'ambito territoriale.....	67
7.4 L'ambito settoriale	68
8. Conclusioni	70

Terza parte

Approfondimento relativo all'area "artigiani del metallo"	74
9. Introduzione	74
10. Gli anni della crescita.....	77
11. La crisi.....	80

Osservatorio Provinciale sui dati contabili delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino.

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

Premessa

Le attività del commercio al dettaglio, della ristorazione, dei servizi alla persona e dell'artigianato costituiscono il tessuto connettivo dell'ambiente urbano. Tutte queste attività economiche sono in prevalenza dirette al soddisfacimento dei bisogni dei consumatori, tuttavia è notevole anche il volume di interscambio fra imprese che si sviluppa anche a livello di vicinato. Dati questi presupposti si capisce come a determinare l'andamento delle vendite, siano, in parte, fattori comuni. E' palese che la minore o maggiore propensione alla spesa dei consumatori finali non coinvolti in attività economiche sul territorio, incide direttamente sul livello delle vendite, ma occorre anche riflettere sul fatto che la variazione dei ricavi e dei redditi delle imprese del commercio al dettaglio incide in parte sulla domanda di queste ultime nei confronti dei produttori artigianali di beni e servizi per le imprese presenti sullo stesso territorio.

Le variazioni delle vendite non sono naturalmente omogenee, soprattutto in periodi di crisi, poiché intervengono con maggior forza scelte di priorità effettuate da tutti i soggetti economici (consumatori finali e imprese). E' ragionevole, tuttavia, pensare che il verso delle variazioni sia simile, pur in presenza di intensità diverse.

Il nuovo Osservatorio Provinciale allargato al monitoraggio delle attività artigianali, consentirà di cogliere bene il nesso fra le variazioni delle vendite registrate dalle imprese di vicinato di natura diversa, e permetterà anche di capire quali imprese risentono maggiormente della congiuntura generale.

Gli accorgimenti adottati fin dall'edizione 2008 dell'Osservatorio hanno accolto in gran parte le riserve e le preoccupazioni espresse negli anni precedenti dai lettori più attenti; abbiamo quindi deciso di confermare le procedure operative adottate, in modo particolare, aumentando l'attenzione sulla composizione dei singoli campioni sia analizzando i singoli dati anagrafici di ciascuna impresa, sia sottoponendo i dati contabili a test preventivi che evidenziano situazioni contraddittorie.

Riteniamo di dare un grosso contributo a quella parte della disciplina economica che ritiene valida l'idea di condurre indagini economiche di settore partendo dall'analisi dei dati di bilancio di un insieme d'impresе che rappresentino un campione significativo dell'universo.

La nostra è l'unica ricerca a livello provinciale basata sull'elaborazione dei bilanci di micro-impresе commerciali, artigiane e di servizi. Il materiale su cui lavoriamo è costituito sia da bilanci formalizzati, sia dai valori contabili rilevati dalle contabilità d'impresа e raccolti nelle progressioni trimestrali e nel dato annuale desunto dopo l'assestamento d'esercizio.

La fonte dei dati è per noi rappresentata da Ascom Torino, Casartigiani Torino, Confesercenti Torino, Confartigianato Torino, CNA Torino che prestano servizi di contabilità ai propri associati. I dati contenuti negli archivi contabili delle associazioni di categoria ci vengono trasmessi anonimi, con il solo riferimento del CAP e del settore di attività.

Per i confronti annuali, continuiamo con l'utilizzo dei soli bilanci di impresе soggette all'obbligo di pubblicazione, al fine di operare su dati che diano il massimo della garanzia possibile circa l'attendibilità. Il fatto che le associazioni da sempre applicano procedure standardizzate e conformi alle normative vigenti costituiva un primo livello di garanzia; l'obbligo pubblicazione rafforza ulteriormente la credibilità dei dati che analizziamo.

L'integrazione delle fonti delle Associazioni imprenditoriali con le banche dati disponibili presso la CCIAA ci ha consentito di operare su un campione più ampio e di disporre di un numero adeguato di bilanci aggiornati all'esercizio immediatamente precedente l'anno solare in corso; ciò consente di presentare elaborazioni di dati relativamente "freschi" e di superare il ritardo di due anni registrato nei report di anni passati.

La ricerca continua ad essere articolata in due momenti:

1) un'analisi annuale sui bilanci delle impresе a contabilità ordinaria che, da quest'anno, sarà allargata alle impresе artigianali; continueremo ad avvalerci di un campione chiuso per osservare i mutamenti nella struttura patrimoniale - finanziaria ed economica e per misurare la capacità di queste impresе di dimensione medio - piccola di creare valore. Il confronto allargato al di fuori del settore del commercio permetterà interessanti osservazioni su analogie e differenze fra queste impresе particolarmente legate al territorio in cui sono localizzate. Cercheremo inoltre, come già fatto negli scorsi anni, di individuare alcune delle politiche messe in atto dalle impresе per rispondere alle turbolenze del mercato.

2) un'analisi trimestrale su insiemi uniformi di impresе che evidenzino l'andamento congiunturale dei ricavi, indagine che interessa circa 5.000 impresе. Anche in questo caso, per cogliere l'evoluzione della dinamica trimestrale del comparto, si opera con il metodo

del “campione chiuso”, e cioè con l’analisi delle stesse imprese in tutto il periodo della rilevazione. Per tale motivo, il numero di imprese di cui elaboriamo i dati contabili tende a ridursi con il passare del tempo, in quanto in ogni trimestre si registrano delle imprese che escono dalla contabilità (perché muoiono, cessano di essere associate, trasferiscono la gestione della contabilità presso altri enti, ecc.). Il numero di imprese del campione per le quali si rileva la dinamica dei ricavi dal I trimestre 2008 al II trimestre 2010 è pertanto di 3.588 unità. L’analisi congiunturale viene svolta quattro volte all’anno, con una cadenza che varia a seconda dei tempi di consegna delle contabilità aziendali. Ad aprile di ogni anno si elaborano i dati relativi al IV trimestre dell’anno precedente, a giugno i dati del I trimestre dell’anno in corso, a settembre i dati del II trimestre dell’anno in corso, a dicembre i dati del III trimestre dell’anno in corso.

Prima parte:

Analisi dei dati contabili annuali (2008-2009)

a cura di Paolo Vaglio, Ceris-Cnr

1. Variabilità dell'universo, rilevanza del campione e metodologia di analisi

L'elevato indice di rotazione delle imprese di vicinato, siano esse appartenenti al settore del commercio o della somministrazione ci ha imposto, fin dall'inizio di questa esperienza, la formulazione di campioni su base biennale. Le attività artigianali sono certamente più stabili, tuttavia anche esse non presentano più quel carattere di continuità che le contraddistingueva nei decenni passati; una piccola parte di attività artigianali presenta livelli di precarietà simili a quelli del commercio, una parte maggiore si consolida sul territorio per periodi misurabili in lustri, mentre sembrano scomparire le attività artigianali che mantengono la stessa localizzazione e denominazione per l'intera vita aziendale.

Il turnover delle iniziative imprenditoriali si è andato accentuando in questi ultimi anni ed è diventato oramai un fenomeno percepibile "ad occhio". Si consideri poi che la variabilità dell'universo da noi preso in esame è superiore alla media del settore poiché si tratta di una fetta di imprese costituite in forma di società di capitali che, come è noto, consentono facilmente l'ingresso di nuovi soci i quali possono modificare la missione dell'impresa, inoltre le società di capitali si prestano a fondersi con iniziative imprenditoriali di segno diverso.

L'assunzione di campioni biennali "a scorrimento" è scelta che consente di cogliere la dinamica del mercato e, al tempo stesso, di prendere in considerazione le realtà nuove solo se consolidate da almeno due anni.

Si noti che noi estraiamo il campione sempre dalle stesse fonti; tecnicamente dovremmo ottenere quindi un panel: ciò non avviene proprio a causa dell'alto indice di rotazione delle imprese.

Una seconda rilevante scelta metodologica è costituita dal fatto che procediamo all'analisi in parallelo ma separata per le diverse aree d'affari; ciò consente sia di registrare i cambiamenti che intervengono nella struttura patrimoniale – finanziaria e nella dinamica reddituale delle imprese di ciascuna area, sia di confrontare i risultati e rilevare le differenze delle diverse aree.

Gli indici percentuali e gli indicatori utilizzati sono quelli classici dell'analisi di bilancio, tuttavia, anche in questo caso, abbiamo voluto introdurre un accorgimento cautelativo. La scelta è quella di utilizzare gli strumenti più semplici perché garantiscono maggiormente la certezza del dato. Quando si lavora su centinaia di bilanci, per giunta relativi ad imprese medie, e si utilizzano i valori rielaborati da banche dati, non si può correre il rischio di utilizzare indici ed indicatori troppo sofisticati. I risultati ottenuti perderebbero la caratteristica a noi più cara: la certezza.

Il numero complessivo delle imprese dei nostri campioni settoriali è quello risultante dalla tabella 1.

Tenuto conto che prendiamo in considerazione solo le imprese che adottano contabilità ordinaria, il numero di imprese presenti nei diversi campioni rappresenta efficacemente l'universo delle imprese che intendiamo mettere sotto osservazione.

La dimensione media delle imprese varia sensibilmente in relazione all'area di appartenenza, ma, analizzando aree d'affari nettamente diverse, non sono possibili confronti trasversali.

Tabella 1: Composizione dei campioni

Settori	Numero imprese
Artigiani manifatturieri	227
Artigiani edili	182
Artigiani trasporto	20
Artigiani servizi alle persone e alle imprese	72
Totale artigiani	501
Somministrazione	247
Non food	597
Food	158
Totale commercio e somministrazione	1002

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Come abbiamo già avuto modo di dire nelle passate edizioni di questo Osservatorio, si tratta di campioni casuali altamente rappresentativi dell'universo; lo stesso si può dire per i campioni delle imprese artigiane. Si consideri infatti che se le imprese di vicinato commerciali e artigianali si misurano nella provincia di Torino in decine di migliaia, percentualmente poche sono quelle che, per dimensione o forma giuridica, sono soggette alla pubblicazione di bilancio. Il nostro universo è stato valutato dai rappresentanti di categoria in non più di settemila imprese, dunque un campione di circa 1500 unità è evidentemente dal punto di vista dimensionale abbondantemente adeguato.

D'ora in poi useremo le dizioni "comparto del commercio" e "comparto dell'artigianato" per riferirci alle due diverse attività di vicinato; useremo inoltre il termine "area d'affari" per definire le singole specializzazioni.

Tabella 2: Dimensione media delle imprese (2009)

Settori	Ricavi	Valore aggiunto
Artigiani manifatturieri	987708	314613
Artigiani edili	966618	281579
Artigiani trasporto	1596074	384722
Artigiani servizi	892307	252422
Somministrazione	677873	232397
Non food	1116333	193941
Food	1712591	219815

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Le imprese di minori dimensioni nei due comparti appartengono alle aree della somministrazione e dei servizi. Come avremo modo di osservare più avanti si tratta delle imprese che generano percentualmente un maggiore valore aggiunto perché, per queste aree d'affari, il peso del fattore lavoro è assai elevato. Nel commercio al dettaglio si conferma la maggiore dimensione media dell'area food, mentre nel comparto artigianale il maggiore fatturato medio è registrato dalle imprese di trasporto (persone e cose ma con una forte prevalenza del trasporto merci). Confrontando i dati medi dello scorso anno registriamo una diminuzione generalizzata dei ricavi e del valore aggiunto: ciò è dovuto certamente alla caduta dei ricavi che, come vedremo, è stata registrata nel 2009 e, in minore misura, a criteri più restrittivi da noi adottati per escludere le imprese di dimensioni maggiori.

I numeri complessivi relativi alle imprese e al valore della produzione sono elevati e ci inducono a credere che i risultati che otterremo saranno significativi per definire la direzione e l'entità dei movimenti congiunturali.

La dimensione media delle imprese artigiane è simile per le aree della manifattura e dell'edilizia. Si tratta di due aree che vendono i propri prodotti sia

alle imprese che ai consumatori in misura equilibrata a livello di insieme. Il trasporto che evidenzia dimensioni medie maggiori vende quasi esclusivamente alle imprese mentre l'area dei servizi è quella che evidenzia dimensioni minori e destina le proprie attività in prevalenza ai consumatori ma anche, in misura significativa, alle imprese.

Svolgeremo nell'ordine:

- Un confronto fra aree di affari, relativo alla struttura patrimoniale e finanziaria;
- Un confronto fra esercizi contabili, relativo alla dinamica reddituale;
- Un confronto fra aree di affari, relativo alle componenti della redditività.

Nell'analisi si procederà sia operando su "bilanci somma" risultanti dall'aggregazione di tutti i bilanci dei campioni in esame, sia valutando i dati disaggregati.

La diversificazione delle fonti ci ha consentito, nell'ambito del commercio al dettaglio, di cogliere bene ed approfondire le condizioni operative per imprese appartenenti ad un segmento rilevante della distribuzione estranea alla GDO e non appartenente alla micro imprenditorialità. Si tratta di una dimensione intermedia che assume sempre maggiore rilevanza soprattutto nell'ambito del commercio specializzato e della somministrazione.

1.1 Struttura degli investimenti e delle fonti. Valori aggregati

Procediamo all'esame di alcune caratteristiche della struttura patrimoniale delle imprese. Per le imprese del commercio e della somministrazione, questa operazione è stata da noi aggiornata negli ultimi anni sulla base di medie aritmetiche biennali. I risultati ottenuti nel tempo sono stati abbastanza stabili.

Tabella 3: Struttura patrimoniale delle imprese del commercio (media 2009 - 2008)

	Food	Non food	Somministrazione
grado di immobilizzazione	35,54	28,87	61,61
grado di elasticità	64,46	71,13	38,39
rimanenze su totale attivo	21,45	39,5	5,3
crediti a breve su totale attivo	25,75	21,49	20,9
liquidità su totale attivo	12,91	7,66	8,71
copertura immob.(secondario)	0,83	1,45	0,81
copertura immob.(primario)	0,31	0,83	0,22
debiti a breve su passivo	69,11	56,95	49,36

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Tabella 3.1: Struttura patrimoniale delle imprese del'artigianato (media 2009 - 2008)

	manifattura	edilizia	trasporti	servizi
grado di immobilizzazione %	26,63	14,87	30,95	22,80
grado di elasticità %	73,36	85,12	69,05	77,20
rimanenze su totale attivo %	13,89	26,86	0,40	15,92
crediti a breve su totale attivo %	49,70	47,21	62,50	50,73
liquidità su totale attivo %	7,29	7,52	2,89	9,78
copertura immob.(secondario)	1,45	2,48	1,06	1,79
copertura immob.(primario)	0,81	1,43	0,63	1,08
debiti a breve su passivo %	60,03	62,44	66,08	58,25

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Si conferma quanto già appurato lo scorso anno: ormai gli investimenti in costi pluriennali necessari per le attività commerciali sono maggiori di quelli delle attività artigianali, a parità dell'investimento totale. I motivi sono numerosi:

- continuo adattamento dei locali di vendita alle mutevoli esigenze di marketing, spesso con l'intervento di costose consulenze professionali;
- investimenti massicci nella sicurezza e nell'anti taccheggio;

- investimenti in apparecchiature legate alla catena del freddo.

La conseguenza prima di ciò è sicuramente un innalzamento delle barriere d'entrata per molte attività commerciali a causa della maggiore necessità di capitale proprio necessario per dar corso a ciascuna iniziativa.

Negli ultimi anni, per contro, nulla è cambiato per le aree somministrazione ed edilizia: la prima da sempre manifesta l'esigenza di investimenti "fissi" in percentuale maggiore rispetto alle altre attività di vicinato; l'edilizia tradizionalmente ricorre al noleggio delle attrezzature più costose (gru, e ponteggi) e all'esternalizzazione di alcuni processi produttivi quali la preparazione del calcestruzzo e lo scavo delle fondamenta (attività di tipo industriale) per evitare l'acquisto di grandi betoniere mobili e scavatrici.

Come abbiamo già appurato lo scorso anno il commercio non alimentare e l'edilizia sono le due aree d'affari che sopportano i costi maggiori legati al magazzino. Per queste due attività l'entità delle rimanenze è elevata e quindi i costi relativi (sia quelli di struttura sia quelli finanziari legati all'immobilizzo del capitale) sono relativamente alti. Rileviamo che in questo anno di crisi le imprese del dettaglio non alimentare non sono riuscite a ridurre in modo significativo questo costo occulto: la percentuale sull'attivo delle rimanenze rimane attorno al 40% mentre nell'edilizia scende lievemente dal 30% al 27%.

Il problema non esiste per le imprese operanti nel trasporto ed è molto piccolo per quelle della somministrazione.

L'indice di liquidità (relativo alla cassa e conti correnti a vista) si conferma il più omogeneo in assoluto poiché in ben 5 aree d'affari oscilla fra 7% e 9% circa mentre questo indice appare assai più alto per il commercio alimentare e molto più basso per i trasporti.

Il peso dei crediti a breve sul capitale investito dei comparti artigianali è assai superiore a quello evidenziato dal commercio dettaglio e ciò appare logico e sensato, poiché il mix della clientela (consumer – business) è certamente diverso: le imprese artigianali hanno una maggiore quota di vendite ad altre imprese. Mentre il consumatore privato paga quasi sempre immediatamente, l'impresa acquirente dilaziona di uno o due mesi il pagamento del corrispettivo.

L'indice di copertura delle immobilizzazioni è certamente fra i più rilevanti indici di stabilità finanziaria, la sua lettura corretta comporta alcune considerazioni preliminari:

- 1) un'impresa che riesce a finanziare i beni a lungo ciclo di utilizzo solo con il capitale proprio e i debiti a medio – lungo termine soddisfa certamente il più importante requisito di equilibrio finanziario perché realizza anche la corrispondenza delle scadenze fra attività e passività a breve termine.
- 2) Un valore dell'indice di copertura secondario uguale o superiore ad 1 è tanto più auspicabile quanto più i cicli aziendali (tecnico, economico e finanziario) sono lunghi. Infatti, se il ritorno monetario avviene in tempi brevi, l'impresa crea molta liquidità e può tollerare un valore dell'indice inferiore ad 1. Si comprende quindi che l'area del commercio alimentare che ha il più elevato indice di liquidità ed evidenzia livelli di copertura delle immobilizzazioni insoddisfacenti non è necessariamente, sotto questo aspetto, in difficoltà.

Dopo quanto espresso ai punti 1 e 2 vogliamo comunque confermare il nostro giudizio fortemente critico nei confronti delle imprese dell'area somministrazione che sono, mediamente, sottocapitalizzate. Riteniamo da anni che fra tutte le imprese di vicinato quelle della somministrazione siano quelle a rischio più elevato.

Per le imprese del dettaglio alimentare, che pure manifestano una situazione di sotto capitalizzazione, la situazione non è preoccupante, come abbiamo visto (tab. 3.0 - di liquidità) e come risulterà dagli approfondimenti successivi.

La figura 1 descrive l'incidenza del Capitale Circolante Netto su totale degli investimenti. Il CCN è una differenza (rimanenze + crediti a breve) – (debiti a breve) tenendo conto che le rimanenze vengono valutate al costo; si ritiene auspicabile che la liquidazione delle attività a breve consenta di saldare i debiti a breve e quindi si considera auspicabile $CCN \geq 0$;

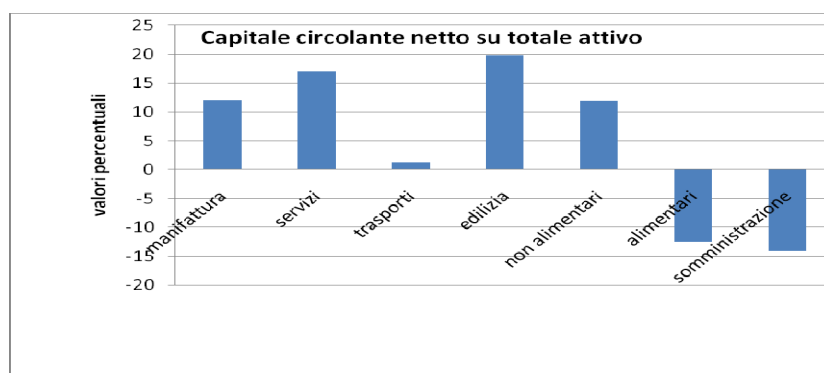
In genere si osservano le variazioni di CCN ma noi preferiamo confrontare le diverse aree per avere conferme circa il minore o maggiore grado di liquidità e quindi sulla capacità delle imprese di far fronte ai debiti a breve scadenza. Ma la figura 1 ci parla anche delle rilevanti differenze operative che caratterizzano le diverse aree d'affari.

Nel caso delle imprese della somministrazione esiste, come già detto, un inadeguato equilibrio finanziario ma il calcolo del CCN sottolinea eccessivamente

questa situazione perché non prende in considerazione l'elevato ricarico normalmente realizzato da queste imprese sul costo delle merci (la liquidazione dell'attivo genera valori molto più elevanti di quelli presi in considerazione nel nostro calcolo).

Anche nel caso delle imprese del dettaglio alimentare la situazione è meno critica di quanto mostri la figura 1 poiché queste imprese godono di un ciclo monetario molto vantaggioso (come vedremo più avanti).

Figura 1. Capitale Circolante Netto su Totale Attivo (2009)



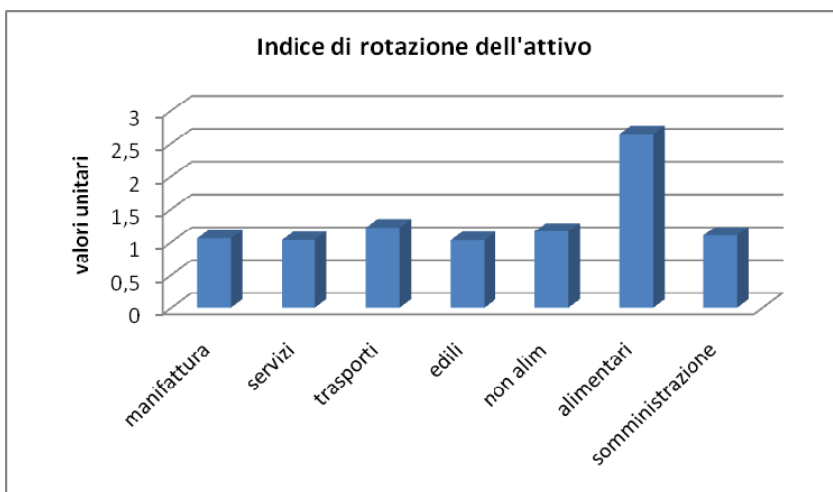
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

I dati della tabella 1 confermano comunque che l'equilibrio finanziario a breve scadenza è correlato, anche se indirettamente, con l'indice di copertura delle immobilizzazioni.

L'importanza della brevità dei cicli aziendali nell'influire sulla capacità delle imprese di far fronte ai propri debiti a breve scadenza è notevole; in modo particolare è rilevante, a questo scopo, la lunghezza del ciclo monetario che è sempre in parte collegata al ciclo tecnico e a quello economico.

Ci può servire a questo scopo l'indice di rotazione dell'attivo che mette in relazione i ricavi annui con il totale degli investimenti e misura, in qualche modo, i tempi di ritorno del capitale investito (figura 2). Ad indici elevati corrispondono cicli brevi e viceversa.

Figura 2. Indice di rotazione dell'attivo. (dati 2009)

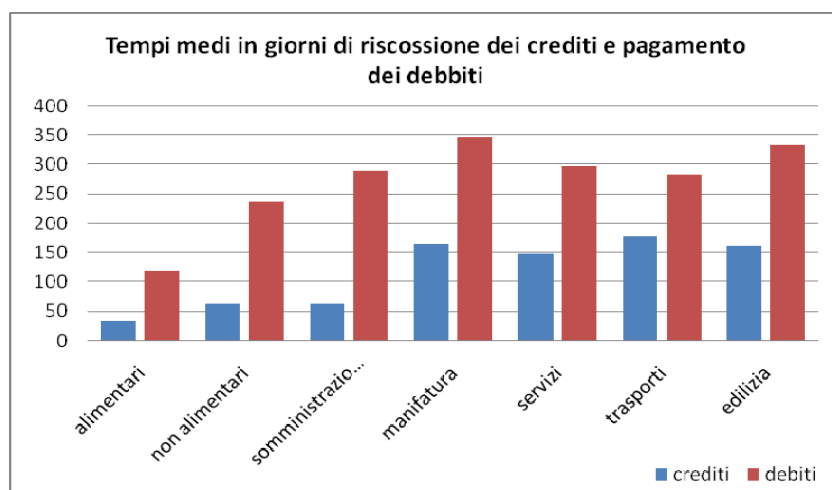


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

I valori più bassi corrispondono, in genere, alle due aree d'affari il cui ciclo tecnico è più lungo e complesso (la somministrazione nel commercio e l'edilizia nell'artigianato), tuttavia dai dati 2009 si desume che le distanze fra queste aree e quelle del dettaglio non alimentare e dei servizi si sono praticamente ridotte o annullate. Nella somministrazione l'indice di rotazione dell'attivo è basso a causa dei notevoli investimenti in capitale fisso mentre nel commercio non alimentare il basso valore di rotazione dell'attivo si concretizza in consistenti rimanenze di magazzino.

Se l'analisi dell'indice di copertura delle immobilizzazioni e del CCN ci avevano portati ad esprimere qualche riserva circa l'equilibrio finanziario delle imprese del dettaglio alimentare, il valore dell'indice di rotazione dell'attivo fig. 2 ci spiega, in parte, come queste imprese possano superare l'handicap della sotto capitalizzazione. Una conferma della relativa brevità del ciclo monetario per le imprese del dettaglio alimentare ci viene sia dalla figura 3 sia, come già detto, dall'osservazione degli indici di liquidità (tabella 3): esso è quasi il doppio di quello delle altre aree del commercio.

Figura 3: Ciclo monetario – dilazioni medie di riscossioni e pagamenti.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

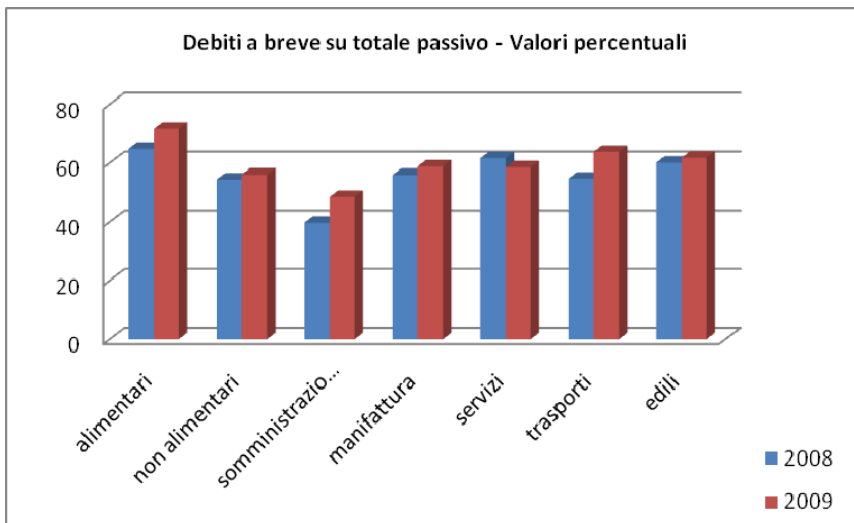
Dalla figura 3 abbiamo purtroppo informazioni parziali poiché per valutare con esattezza la durata media del ciclo finanziario occorrerebbe poter calcolare la durata media del ciclo tecnico (impossibile con i dati a nostra disposizione); la figura è comunque utile per segnalare quanti giorni mediamente passano dalla vendita al flusso di liquidità in entrata.

1.2 L'indebitamento: dimensioni e tipologia

1.2.1 Analisi delle medie ponderate

Dedichiamo ora la nostra attenzione alla struttura e all'entità del debito delle imprese per cercare di capire se esistono situazioni di rischio o se queste si possono prospettare nella difficile congiuntura che stiamo attraversando (figura 4).

Figura 4: Indebitamento a breve termine su totale passivo

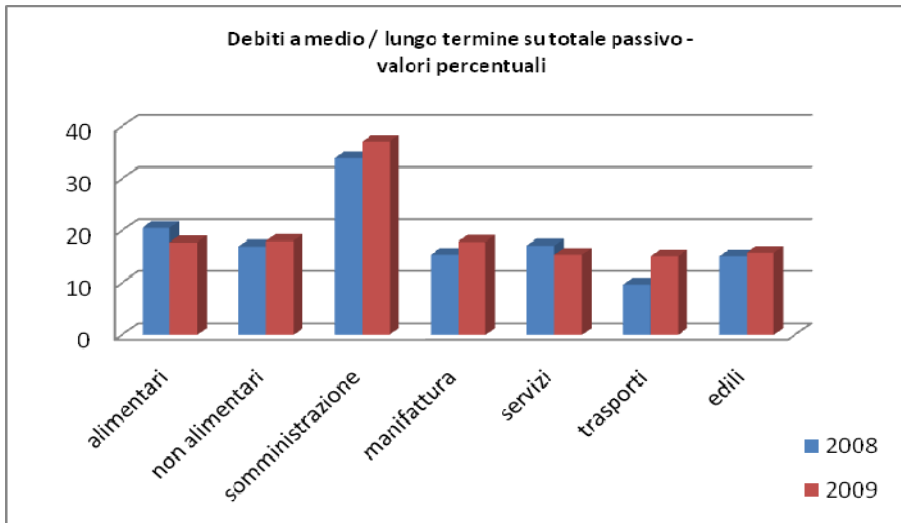


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Due note rilevanti:

- 1) La forte contrazione dei debiti di fornitura registrata a fine 2008, probabilmente a causa del crash finanziario, sembra essere superata e queste imprese sembrano tornate a godere di credito presso i propri fornitori. Come sempre sottolineiamo che noi disponiamo solo della fotografia al 31 dicembre e non delle medie giornaliere, ciò nonostante riteniamo che il dato conservi un buon livello di significatività
- 2) Mediamente il rapporto fra debiti a breve e totale passivo è maggiore per le imprese artigiane, ma fuori del dato medio il dettaglio alimentare è quello che registra il valore più alto.

Figura 5: Indebitamento a medio e lungo termine su totale passivo

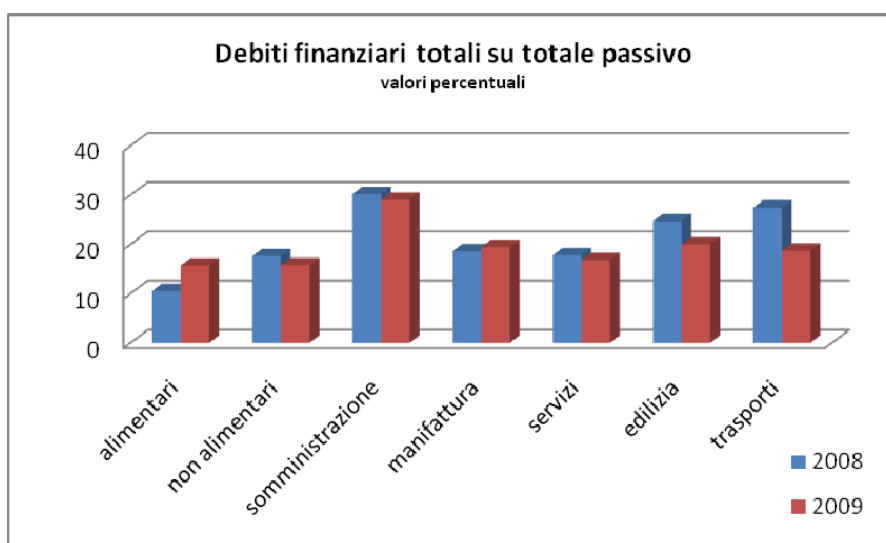


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Come mostra la figura 5 anche il rapporto dei debiti a medio lungo termine con il totale passivo cresce per quasi tutte le aree d'affari: ciò è possibile in quanto a fronte dell'aumento degli investimenti non è cresciuto proporzionalmente il capitale proprio.

Verifichiamo ora l'indebitamento finanziario costituito da fondi negoziati sul mercato presso banche o altre istituzioni finanziarie (figura 6).

Figura 6: Variazione dell'indebitamento finanziario.

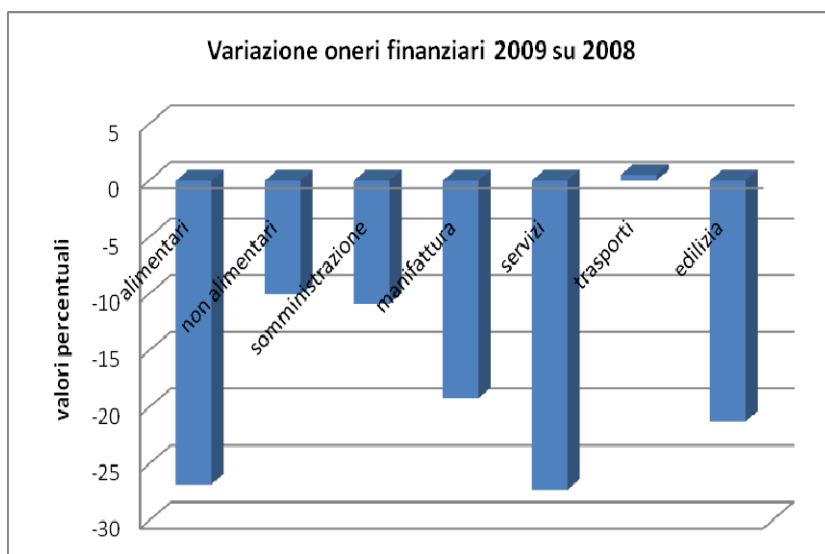


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

I debiti finanziari nel 2009 sono compresi fra il 15% e il 28% del totale passivo. Si tratta di una media ponderata che possiamo considerare non elevata: solo le aree della somministrazione e dei trasporti evidenziano un dato medio sotto il quale potrebbe nascondersi un numero elevato di situazioni critiche. Annotiamo che le imprese del dettaglio alimentare si confermano, nel 2009, meno indebitate di quelle delle altre aree.

Per avere un quadro vicino alla realtà, poiché, con i dati che abbiamo a disposizione, non sempre è disponibile una fotografia realistica dell'indebitamento annuale, ma solo la situazione al 31 dicembre di ciascun anno, e poiché non è così scontato che tutti i debiti di fornitura siano privi di oneri, passiamo ora a considerare l'aspetto economico dell'indebitamento, misurando la variazione del peso degli oneri finanziari netti e del rapporto degli stessi con il valore aggiunto

Figura 7: variazione degli oneri finanziari netti 2009 su 2008

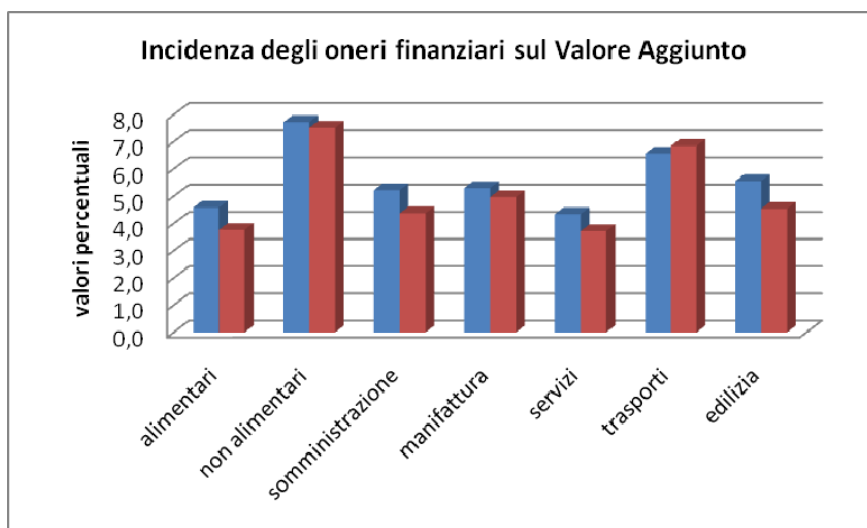


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La figura 7 segnala un decremento generalizzato dell'importo degli oneri finanziari (unica eccezione l'area trasporti che registra un dato praticamente invariato). Occorre tuttavia misurare questo dato in rapporto al Valore Aggiunto al fine di valutarne l'impatto sulla redditività.

La figura 7 è stata costruita a questo scopo.

Figura 8. Incidenza degli oneri finanziari netti sul valore Aggiunto.

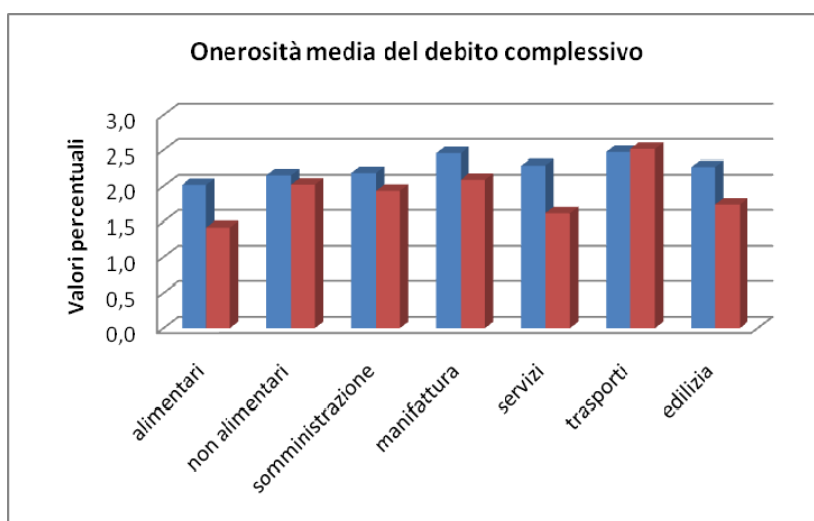


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Anche in rapporto al Valore Aggiunto i valori scendono (fa eccezione anche qui l'area trasporti) e ciò può essere la conseguenza sia della discesa dei tassi sia di una maggiore accortezza da parte delle imprese investite dalla crisi che hanno ridotto investimenti e indebitamento (figura 8).

Per ultimo abbiamo cercato, come misura indicativa, l'onerosità media del debito nel suo insieme, rapportando gli oneri finanziari a tutto il debito registrato il 31 dicembre (anni di riferimento 2008 e 2009). Si tenga conto che è stato assunto il risultato netto della gestione finanziaria del bilancio somma (che comprende proventi ed oneri) ed il totale dei debiti di qualsiasi natura. Si tratta quindi di un risultato medio ponderato a livello di singola area d'affari, il cui valore dipende anche dal mix della tipologia di debiti (figura 9).

Figura 9. Oneri finanziari netti su totale debiti.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La diminuzione dell'onerosità media del debito complessivo rappresenta un'ulteriore conferma della particolare attenzione posta dagli imprenditori al problema del debito. Ribadiamo che la misura, apparentemente contenuta, del costo medio dipende dal fatto che abbiamo preso in considerazione anche i debiti che non generano oneri finanziari (fornitura).

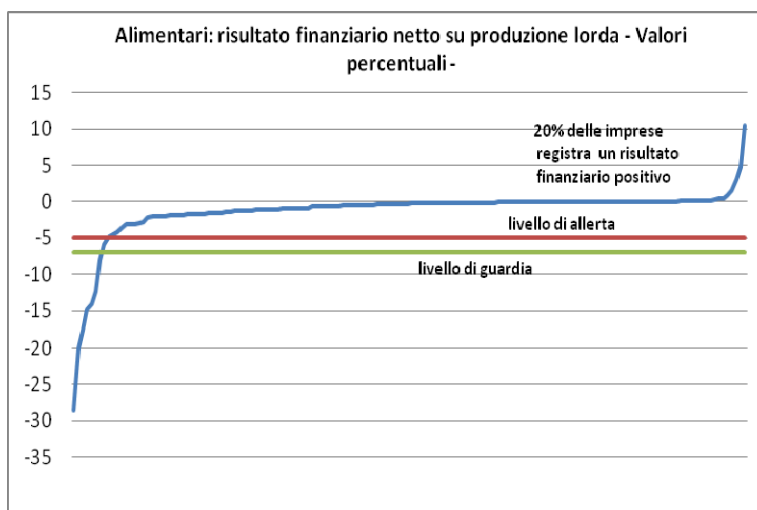
Vogliamo infine sottolineare che il caso delle imprese del dettaglio alimentare conferma che a determinare un buon equilibrio finanziario contribuiscono in egual misura sia il livello di capitalizzazione sia il più o meno favorevole ciclo monetario: pur essendo queste imprese sottocapitalizzate (tabella 3) grazie ad un ciclo monetario favorevole godono di una situazione finanziaria migliore rispetto a quelle delle altre aree d'affari.

1.2.2 Analisi disaggregata

Per valutare il peso degli oneri finanziari a livello di singola impresa misuriamo l'incidenza del risultato finanziario sul valore netto della produzione. Trattandosi di imprese di vicinato il cui valore della produzione si avvicina molto al totale dei ricavi, questo indice ci dice quanti Euro di costo finanziario netto ha ciascuna impresa per ogni 100 Euro incassati. La spiegazione è volutamente semplificata ma sostanzialmente corretta.

Alcune considerazioni sviluppate in seguito all'osservazione dei valori medi ponderati registrati in questi anni ci hanno portato a definire in modo arbitrario ma molto ragionevole due livelli denominati "di allerta" e "di guardia" che consideriamo come riferimenti di un carico di oneri finanziari accettabili per le imprese.

Figura 10: Imprese dettaglio alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2009) - Analisi disaggregata per impresa.

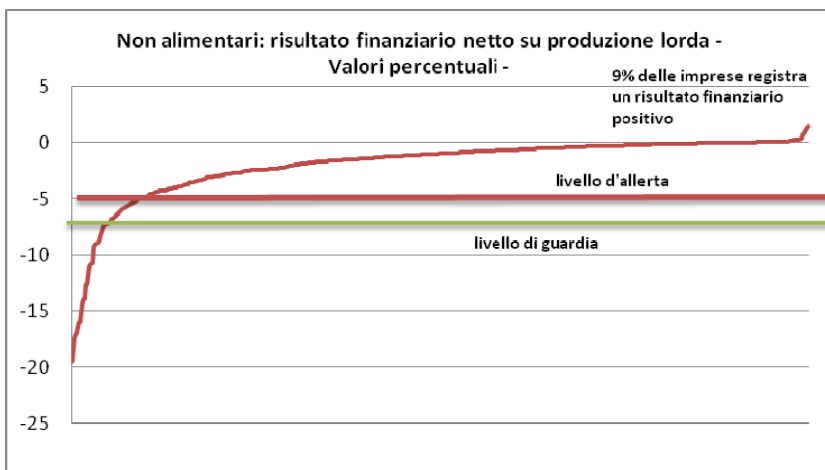


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Il 7% circa delle imprese registrano prevalentemente costi finanziari molto elevati e possono quindi essere considerate a rischio. Il 93% , per contro sostiene costi finanziari accettabili mentre una piccola parte non ha costi finanziari.

La figura 11 evidenzia una situazione diversa.

Figura 11: Imprese dettaglio non alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2009) - Analisi disaggregata per impresa.

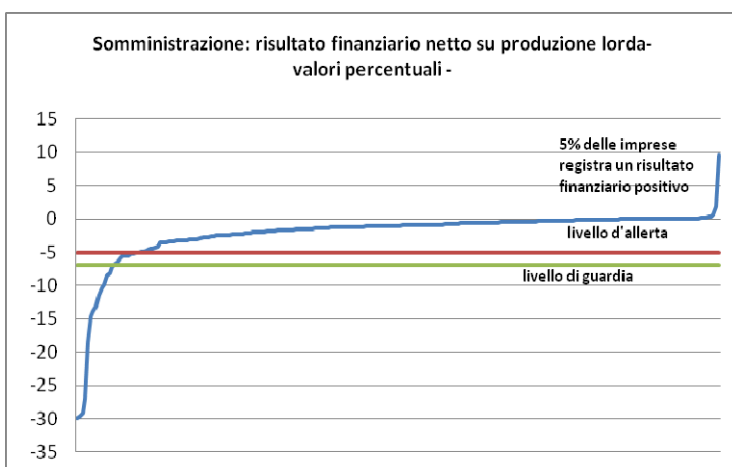


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La situazione delle imprese del dettaglio non alimentare (figura 11) è, sotto l'aspetto esaminato, peggiore in quanto la percentuale di imprese sotto il livello di guardia è maggiore (15% circa).

La distribuzione del carico degli oneri finanziari delle imprese della somministrazione è simile a quella, appena vista, del dettaglio non alimentare.

Figura 12: Imprese della Somministrazione. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2009) - Analisi disaggregata per impresa.

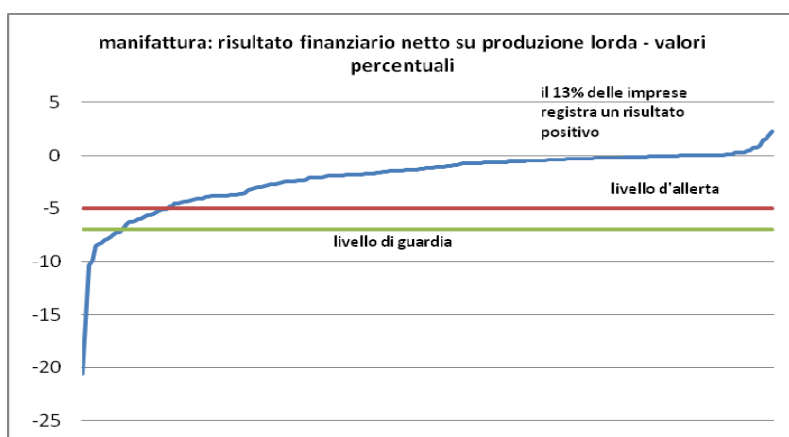


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

In sintesi: delle tre aree d'affari del commercio il dettaglio alimentare è quello che appare meglio posizionato sul fronte finanziario e ciò, lo ripetiamo ancora una volta, nonostante un indice di copertura delle immobilizzazioni non del tutto adeguato.

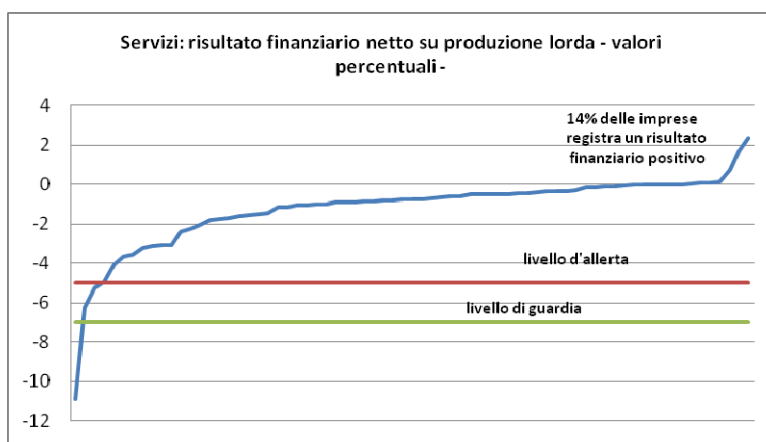
Vediamo ora la situazione delle aree d'affari artigiane

Figura 13: Artigiani manifatturieri. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2009). Analisi disaggregata per impresa.



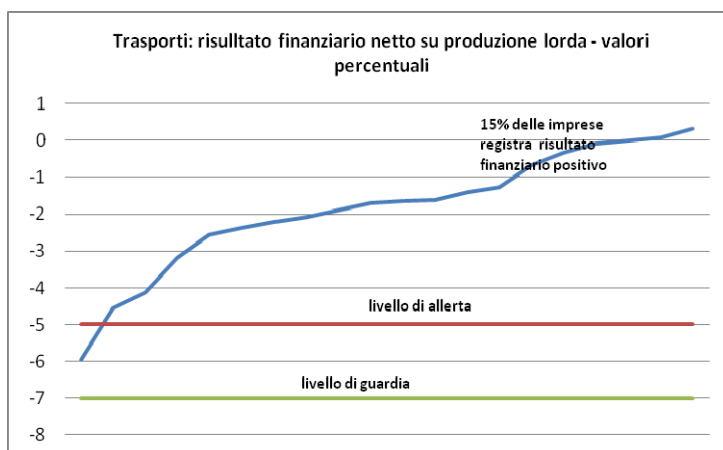
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 14: Artigiani dei servizi. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2009). Analisi disaggregata per impresa.



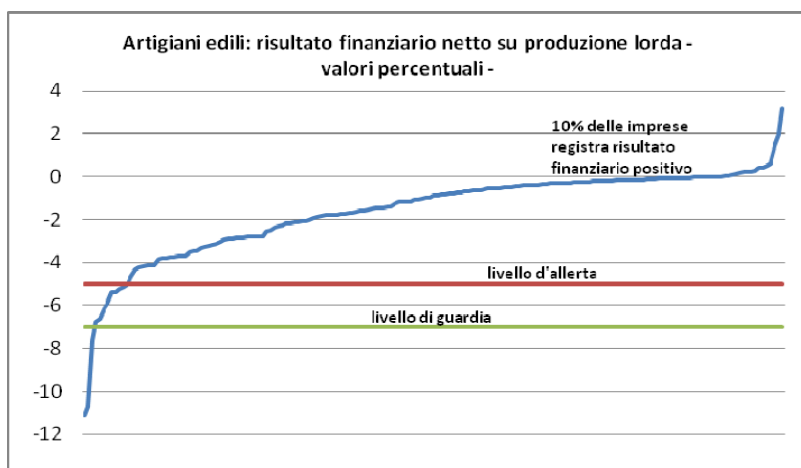
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 15: Artigiani del trasporto. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione lorda (2009). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 16: Artigiani edili. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La distribuzione dei valori per le imprese artigiane è assai più omogenea rispetto a quelle delle aree del commercio ed anche nettamente migliore. Come mostrano le figure poche imprese sopportano oneri finanziari superiori al 5% della produzione lorda mentre sono pochissime quelle che mostrano valori superiori al

7%. Per contro la percentuale di imprese che evidenziano un risultato della gestione finanziaria positivo è più elevata.

E' possibile che a determinare il carico di oneri finanziari delle imprese artigiane contribuiscano crediti agevolati di cui questi operatori possono godere.

Alla luce di quanto esposto si può affermare che la situazione del debito delle imprese di vicinato non è peggiorata nel 2009. I debiti che crescono sono quelli di fornitura e questo corrisponde certamente ad una ritrovata fiducia mentre quasi sempre diminuiscono i debiti finanziari ed il conseguente carico dei relativi oneri.

L'area d'affari più debole rimane quella della somministrazione che, tuttavia, affronta la sottocapitalizzazione con un notevole debito a medio e lungo termine.

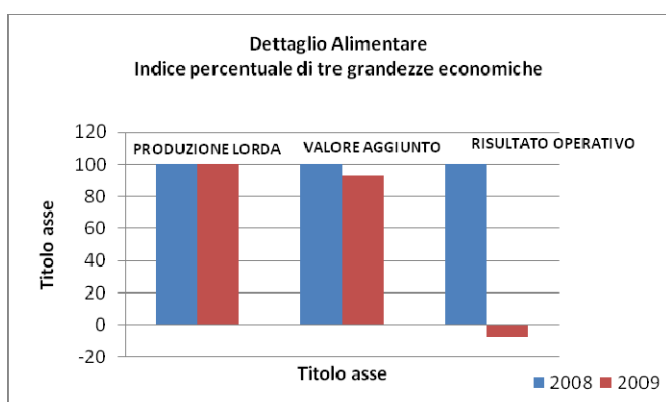
La grande maggioranza delle imprese vive una situazione di tutta tranquillità.

2. Analisi economica

2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini

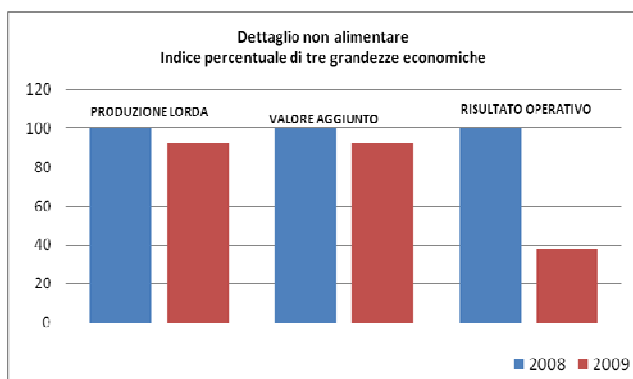
In questo paragrafo cercheremo di dare conto del trend delle più significative grandezze relative ai risultati d'esercizio.

Figura 17: Imprese dettaglio alimentare. Trend di tre grandezze economiche



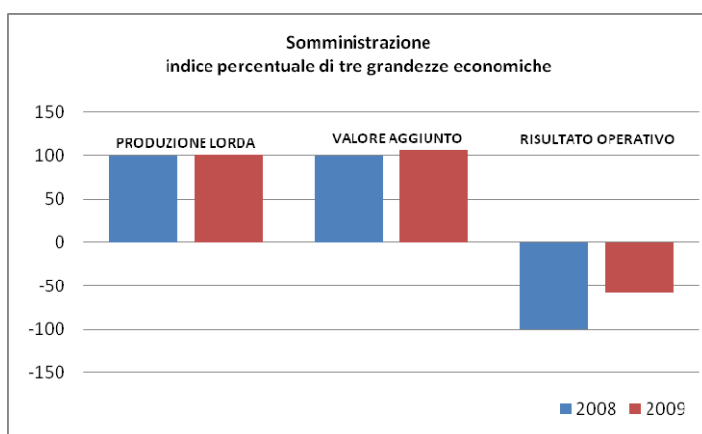
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 18: Imprese dettaglio non alimentare. Trend di tre grandezze economiche



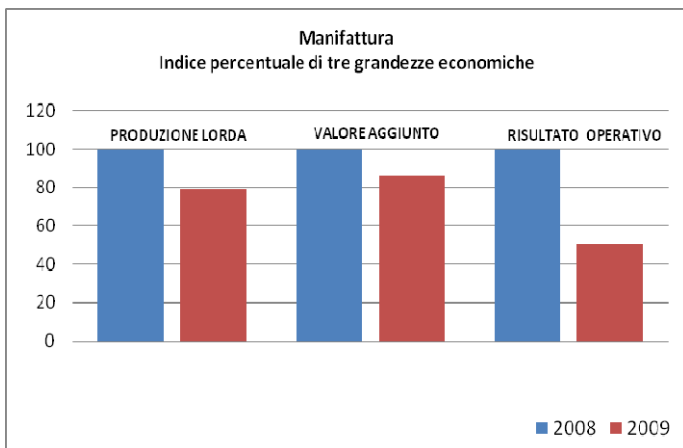
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 19: Imprese della somministrazione. Trend di tre grandezze economiche



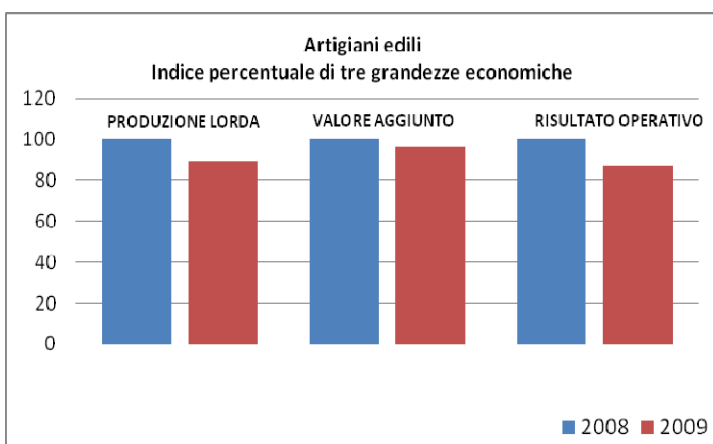
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 20: Artigianato manifatturiero. Trend di tre grandezze economiche



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 21: Artigianato edile. Trend di tre grandezze economiche



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 22: Artigianato trasporto. Trend di tre grandezze economiche

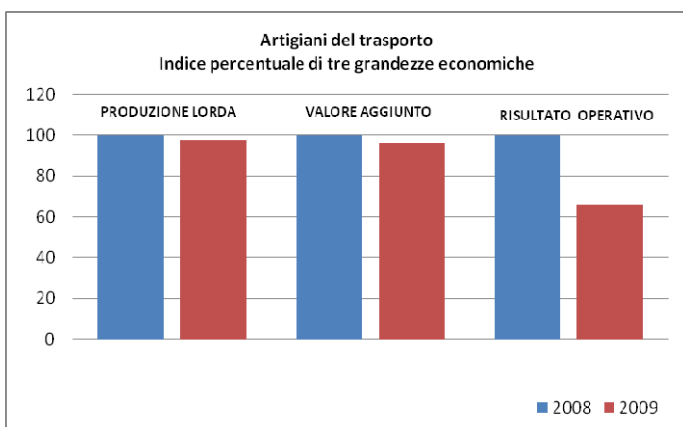
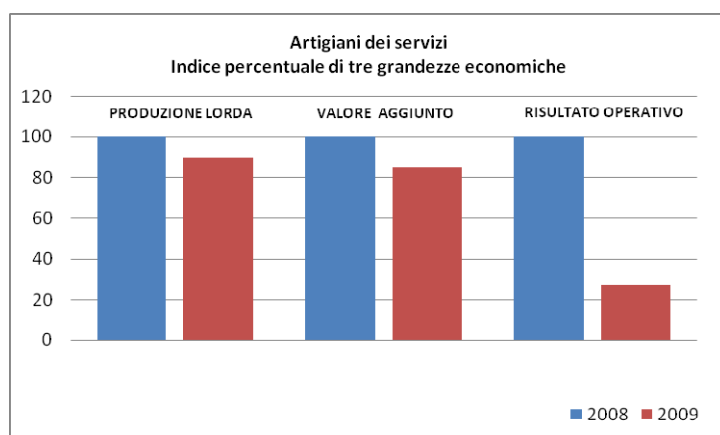


Figura 22: Artigianato servizi. Trend di tre grandezze economiche



Prima di iniziare il commento dei sette grafici che precedono desideriamo precisare che abbiamo verificato un dato dell'area dettaglio alimentare: ci lasciavano perplessi le dimensioni della caduta del risultato operativo.

Abbiamo voluto verificare se il dato fosse viziato da anomalie. Abbiamo appurato che, in effetti, il dato risente in parte del risultato di una sola impresa la quale, tuttavia, risulta operare da anni e non essere in liquidazione. Inoltre abbiamo verificato che la metà circa delle imprese ha visto ridursi, e a volte in modo notevole, il risultato economico e circa il 40% delle imprese registra una perdita operativa nel 2009. Alla luce di queste considerazioni riteniamo che la figura 16 rappresenti la realtà dell'universo di riferimento anche se, probabilmente, in modo un po' peggiorativo.

Nel loro insieme i grafici si prestano ad una lettura interpretativa abbastanza omogenea: è evidente che la caduta di produzione, valore aggiunto e margine operativo riguarda, in modo diffuso, quasi tutte le aree. Fa eccezione l'area della somministrazione che, tuttavia, viene da anni di crisi ed inoltre aveva e continua

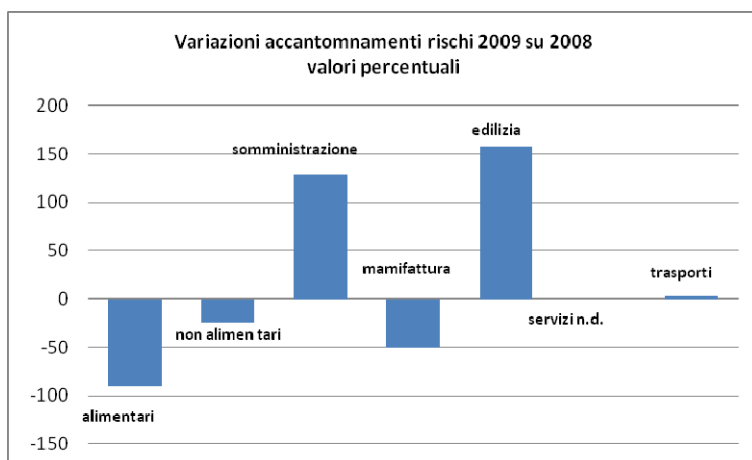
ad avere una perdita operativa.

Per quasi tutte le aree d'affari il trend del risultato operativo è nettamente peggiore rispetto a quello delle altre grandezze (produzione e valore aggiunto), fa eccezione l'edilizia per la ragione assai probabile queste imprese sono caratterizzate da un alto grado di flessibilità.

Se guardiamo al valore assoluto della produzione esso è inferiore a quello del 2007 per gli artigiani della manifattura, dell'edilizia e per il commercio non alimentare, mentre nelle altre aree d'affari qui analizzate esso risulta lievemente superiore. Sicuramente la crisi ha colpito le attività di vicinato, ma non ha prodotto i guasti sofferti dall'industria e dalla finanza. L'ultima affermazione vale per le macro aree qui prese in considerazione, perché quando si scende ad analizzare dei contesti più specifici si possono trovare situazioni assai critiche (è il caso della meccanica, come sarà verificato dall'approfondimento in calce al report dell'osservatorio).

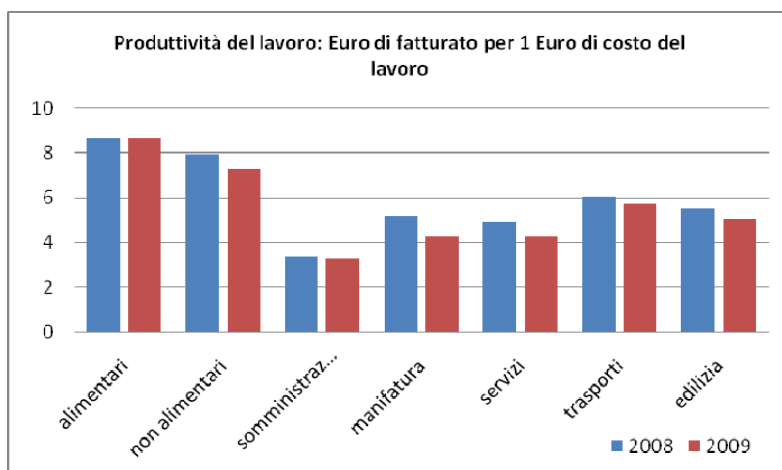
Al contrario di quanto verificato lo scorso anno la figura 24 mostra variazioni degli accantonamenti rischi difformi da area ad area e in ogni caso inferiori al 1% del Valore Aggiunto e quindi di scarso interesse.

Figura 24 : Variazioni “accantonamenti rischi” e “altri accantonamenti”



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 25. Produttività del lavoro.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Per il secondo anno consecutivo la maggior parte delle imprese registra una caduta di questo indice di produttività del lavoro: in particolar modo tutte le aree dell'artigianato segnalano una diminuzione. Nell'ambito del commercio l'area del non alimentare è l'unica a subire una rettifica verso il basso di questo valore.

La diminuzione della produttività del lavoro in tempo di crisi, per le imprese di vicinato, è una conseguenza difficilmente evitabile poiché esse sono caratterizzate da un livello di rigidità del fattore lavoro abbastanza elevato: quando i dipendenti sono pochi ed hanno mansioni esclusive è difficile ridurli ulteriormente.

2.2 Efficacia, efficienza, redditività.

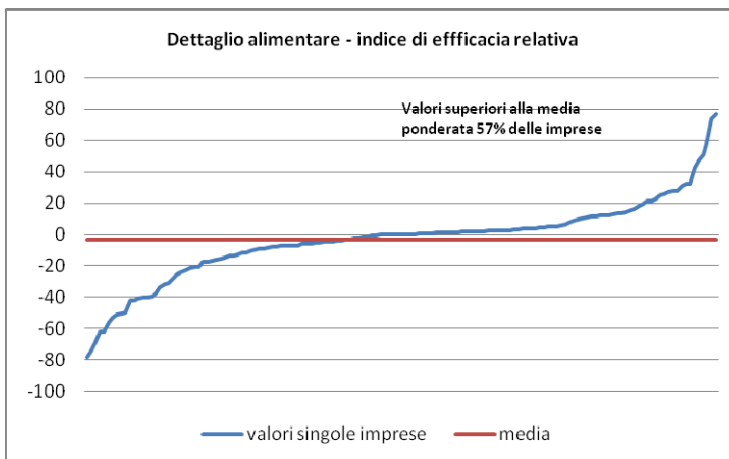
Procediamo ora con due operazioni, già sperimentate negli anni passati, tendenti a misurare, in qualche modo, l'efficacia e l'efficienza delle politiche aziendali:

-con la prima definiamo una misura dell'efficacia dell'azione imprenditoriale confrontando la variazione della produzione di ciascuna area e delle singole imprese con la variazione media dell'area di appartenenza; ci sembra corretto

misurare l'efficacia dell'azione imprenditoriale nel commercio e nell'artigianato con la formula ($\Delta\%$ ricavi dell'impresa - $\Delta\%$ ricavi medio del settore);

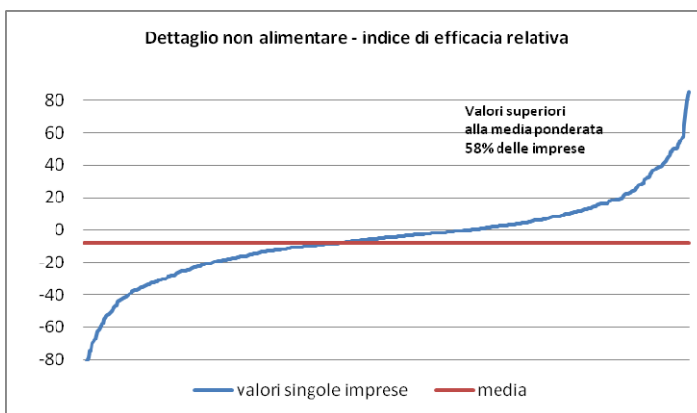
- con la seconda misuriamo il valore medio del settore dell'efficienza utilizzando la differenza tra la variazione del Risultato Operativo e quella del Valore Aggiunto (Δ Risultato Operativo - Δ Valore Aggiunto). Su questo indicatore di efficienza possono essere sollevate numerose obiezioni dagli amici che si occupano di analisi di bilancio. Noi lo utilizziamo insieme ad altri strumenti (vedi ad esempio la figura 26) per avere una valutazione orientativa sulle politiche di gestione aziendale.

Figura 26 . Imprese alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



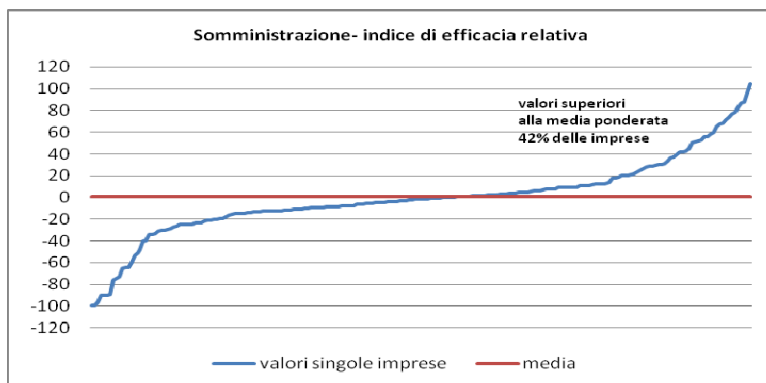
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 27. Imprese non alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 28 . Imprese della somministrazione: efficacia dell'azione imprenditoriale.



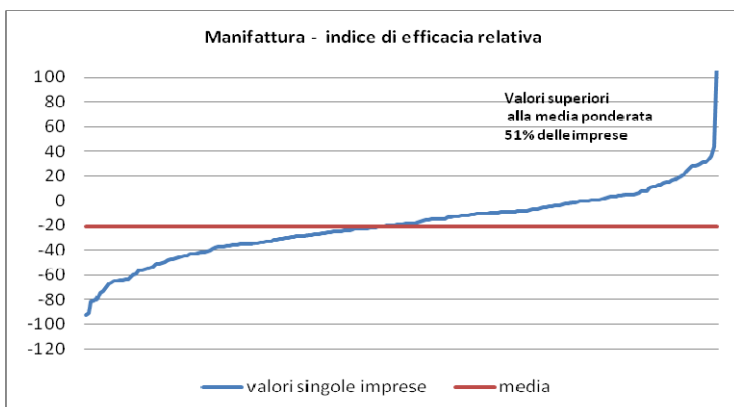
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Come già avevano mostrato le figure 16, 17 e 18, nel 2009 il trend dei ricavi delle aree del commercio è di segno opposto rispetto agli anni precedenti: le aree del dettaglio alimentare e non alimentare subiscono un decremento, mentre la somministrazione, pur venendo da anni difficili, nell'anno della crisi regge.

Le figure 24, 25, e 26 ci forniscono informazioni aggiuntive di peso:

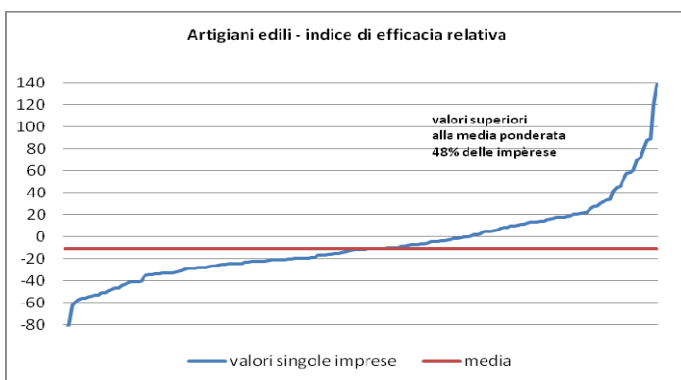
- nelle aree del dettaglio alimentare e non alimentare una fetta maggioritaria di imprese ha una performance migliore della media ponderata, da ciò deduciamo che il dato medio è influenzato dalle imprese maggiori e che le imprese più piccole hanno sofferto meno.
- Il contrario si è verificato se guardiamo l'area della somministrazione che ha mantenuto, nel complesso, i livelli di produzione precedenti, ma che ha visto in maggiore difficoltà le imprese minori.

Figura 29 . Artigiani manifatturieri: efficacia dell'azione imprenditoriale.



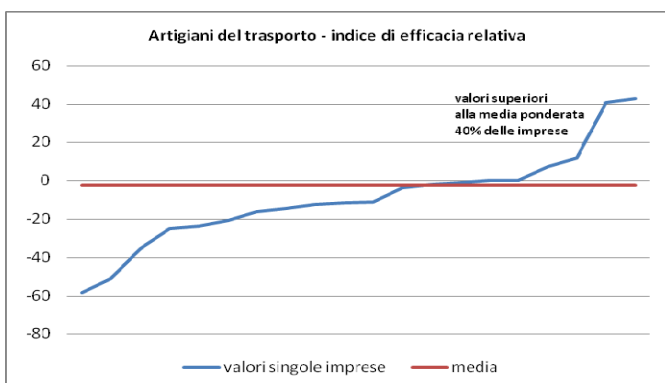
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 30. Artigiani edili: efficacia dell'azione imprenditoriale.



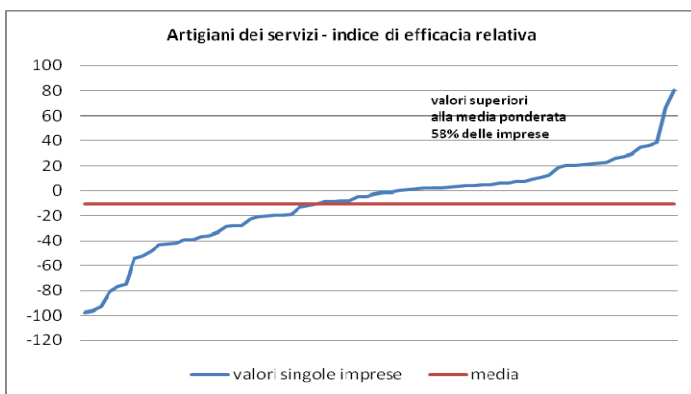
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 31. Artigiani del trasporto: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 32. Artigiani dei servizi: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

In un quadro generale recessivo, le figure dalla 29 alle 32 mostrano tre situazioni diverse:

Per la manifattura e l'edilizia le medie ponderate sembrano esprimere bene la situazione di queste aree poiché la media divide in due parti quasi uguali la curva dei valori delle imprese.

Tra le aziende del trasporto mostrano maggiore sofferenza quelle di dimensione minore.

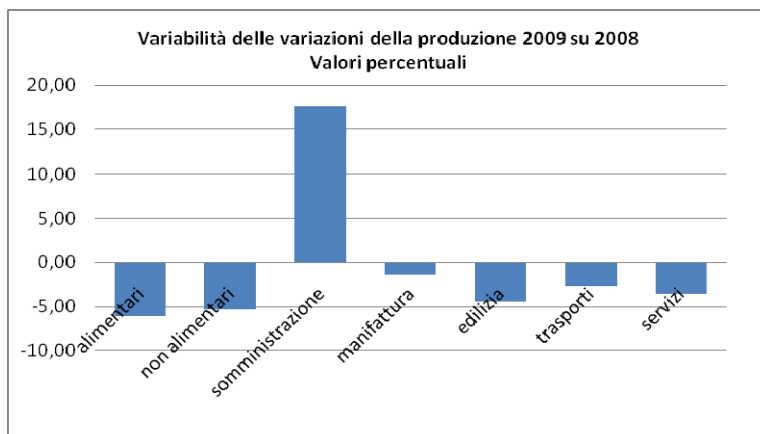
Al contrario fra le aziende dei servizi sono quelle di maggiore dimensione a subire maggiormente il calo della produzione.

Le figure dalla 29 alla 32 segnalano quale percentuale di imprese ottiene performance migliori e peggiori della media ponderata, ma nulla ci dicono circa l'omogeneità delle variazioni in aumento e in diminuzione delle singole imprese. E' ragionevole ritenere che le aree che evidenziano variazioni più omogenee siano quelle in cui le imprese incontrino minore competitività; infatti quando si restringe il mercato la competizione diventa più dura e maggiore è la differenziazione fra vincenti e sconfitti.

La figura 33 rappresenta i valori del rapporto deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della produzione delle singole imprese.

Figura 33. Rapporti deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della

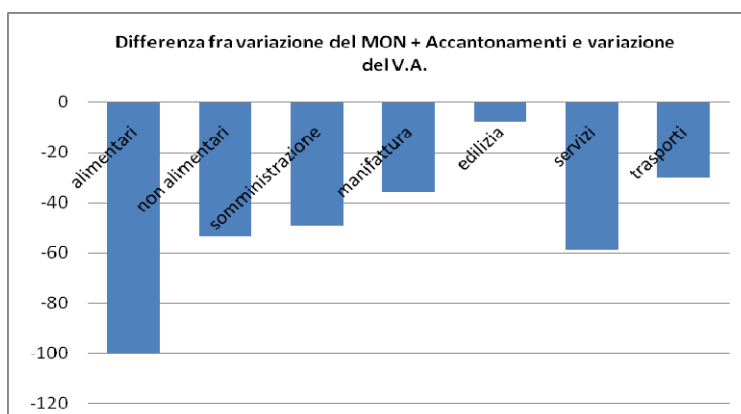
produzione 2008 su 2007.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La grande variabilità degli incrementi e decrementi dei ricavi registrati dalle imprese della somministrazione conferma anche quest'anno che, nonostante i risultati complessivamente non negativi, quest'area d'affari rimane quella che presenta maggiori problemi per gli imprenditori. Le altre variazioni appaiono abbastanza omogenee, ma in generale, le aree dell'artigianato risultano presentare una variabilità degli incrementi e decrementi di produzione più limitata rispetto alle aree del commercio.

Figura 34. Efficienza della gestione: differenza fra le variazioni percentuali di margine operativo netto + accantonamenti rischi e quelle del valore aggiunto.



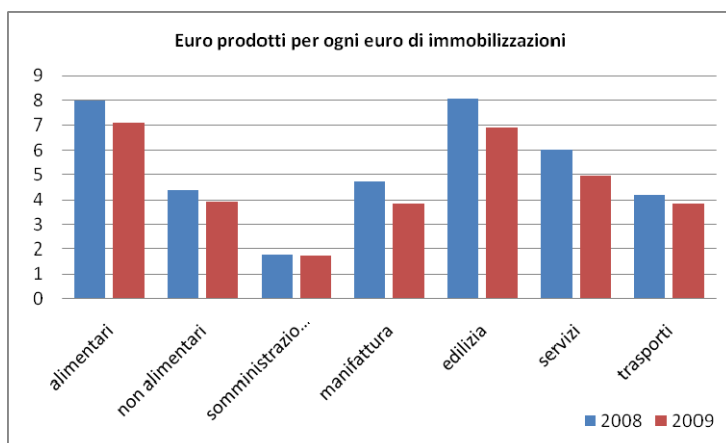
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Abbiamo aggiunto l'accantonamento rischi al MON per neutralizzare l'effetto di una posta di bilancio che risulta spesso influenzata da valutazioni soggettive.

Ribadiamo che lo strumento qui utilizzato per misurare le variazioni di efficienza non è certamente esente da critiche. Precisiamo ancora che intendiamo utilizzarlo insieme ad altri indicatori e con le cautele del caso. La figura 32 ci informa circa una perdita di efficienza del ciclo produttivo generalizzata, e segnala una perdita maggiore per le aree del commercio.

La figura 23 ci ha consentito di cogliere un peggioramento generalizzato nell'efficienza dell'utilizzo del fattore lavoro con l'eccezione del dettaglio alimentare (in apparente contraddizione con la fig. 32 considerato che l'andamento della produttività del lavoro partecipa all'efficienza). Ora procederemo ad altre misurazioni che ci permettano di costruire un giudizio equilibrato.

Figura 35. Efficienza della gestione: produttività degli investimenti pluriennali.



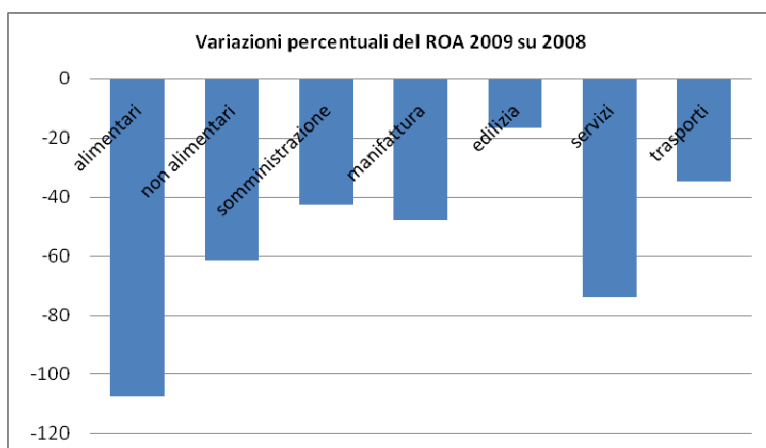
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Quest'anno abbiamo ritenuto di includere tutte le immobilizzazioni (compresi i crediti verso soci e le immobilizzazioni finanziarie): l'indice è più basso rispetto a quello calcolato sui soli investimenti strumentali ma rispecchia meglio la situazione.

La questione rilevante è che tutte le aree d'affari registrano un calo notevole di questo indicatore. Nel 2009 è peggiorata non solo la produttività del lavoro ma anche quella degli investimenti pluriennali netti. In questo caso il fenomeno riguarda anche, e in misura notevole, il dettaglio alimentare.

Da quanto su esposto si può desumere credibilmente che al peggioramento dei risultati economici hanno contribuito la congiuntura e il peggioramento operativo (sottolineando che buona parte del peggioramento operativo è causato probabilmente dalla congiuntura negativa). Per avere una misura certa della caduta della redditività procediamo ora al calcolo delle variazioni subite dal più importante indice di redditività: il ROA che misura la redditività degli investimenti.

Figura 36. Variazione della redditività unitaria dell'attivo

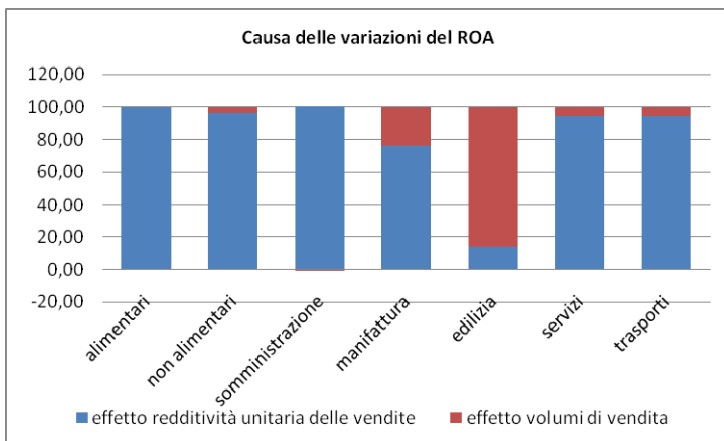


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La variazione superiore al 100% dell'area del dettaglio alimentare è la conseguenza del passaggio da un utile operativo ad una perdita operativa. Come ci si aspettava la caduta di redditività è notevole per quasi tutte le aree: per l'edilizia il dato appare migliore poiché si tratta di un business a lungo ciclo tecnico e che quindi registra il ciclo economico con un po' di ritardo. Fra le aree del commercio quella della somministrazione evidenzia la variazione meno pesante ma occorre ricordare che quest'area registra risultati negativi da anni.

Vorremo ora capire se la forte diminuzione del ROA sia dipesa maggiormente dalla caduta delle vendite o da una minore redditività unitaria.

Figura 37 . Causa delle variazioni del ROA



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Occorre leggere con attenzione la figura 37: essa ci spiega le cause della variazione dell'indice di redditività dell'attivo ma nulla ci dice rispetto ai valori assoluti della redditività unitaria delle vendite o dei volumi di vendita. Ad esempio la forte caduta del ROA nel dettaglio alimentare è causata unicamente dalla diminuzione della redditività unitaria delle vendite e ciò significa che il rapporto vendite / attivo è rimasto praticamente invariato; la non grave diminuzione del ROA nell'ambito delle imprese edili dipende all'84% circa dai volumi di vendita che si sono ridotti in relazione agli investimenti.

I settori commerciali, i servizi e i trasporti hanno visto ridursi il ROA essenzialmente a causa di una redditività unitaria in uguale discesa.

Anche per la manifattura la causa principale della variazione del ROA è la diminuita redditività unitaria delle vendite.

3. Note conclusive.

Le imprese rappresentate dal nostro campione sono classificabili, secondo la scala europea, "piccole" (vedi tabella 2) ma per il genere di attività che svolgono occupano importanti spazi di mercato. In particolare le imprese delle vendite al dettaglio s' inseriscono fra la micro e la grande distribuzione, prevalentemente nell'ambito

“alimentari e grocery” , elettronica, auto, ferramenta, e in altri segmenti specializzati. Le imprese artigiane hanno un target misto (consumatori finali - imprese) e costituiscono un tessuto indispensabile per i cittadini e per le imprese di dimensioni maggiori.

Come già accaduto lo scorso anno, abbiamo avuto modo di confrontare attività di vicinato appartenenti a comparti diversi: si tratta di attività affrontate con impostazione e mentalità diverse dall'imprenditore e che, certamente, presuppongono attitudini e conoscenze diverse. E' confermato che, se si guarda alla composizione qualitativa e quantitativa del patrimonio aziendale si evidenziano similarità.

E' noto ad esempio che, tradizionalmente, le imprese manifatturiere registravano, in passato, indici di immobilizzazione dell'attivo superiore a quelli delle imprese mercantili; dai bilanci relativi a quattro esercizi contabili su cui abbiamo lavorato negli ultimi due anni sappiamo che questa situazione è profondamente mutata e questo mutamento ha comportato nuovi e diversi problemi nella definizione delle fonti di finanziamento per le imprese mercantili, problemi non sempre risolti poiché appaiono mediamente sotto capitalizzate le imprese di due importanti aree d'affari: dettaglio alimentare e somministrazione (confermiamo che per la prima si tratta di una situazione non grave e compensata da un ciclo monetario molto favorevole, per la somministrazione invece la sotto capitalizzazione appare a livello di rischio).

Si conferma la particolare debolezza finanziaria delle imprese della somministrazione che è evidenziata(e forse un po' enfatizzata) anche dall'analisi del Capitale Circolante Netto,.

Siamo partiti, per valutare l'equilibrio finanziario delle imprese, dal fondamentale indice di copertura secondario delle immobilizzazioni; questo indice evidenzia l'elemento base per giudicare la solvibilità di un'impresa: la necessità che investimenti a lungo termine non vengano finanziati con debiti a breve.

Abbiamo anche messo in evidenza quanto sia rilevante un ciclo monetario favorevole alle imprese e, a questo proposito abbiamo segnalato il privilegio del dettaglio alimentare.

L'osservazione congiunturale ha portato a registrare al 31/12/2009 un generale incremento dei debiti di fornitura rispetto al 31/12/2008; noi abbiamo letto questo dato come segnale di un ritorno alla fiducia dopo il panico registrato alla fine dello scorso

anno. I debiti bancari a breve e medio- lungo termine diminuiscono marginalmente come posizione debitoria delle imprese a fine anno. Abbiamo ragione di credere che la diminuzione sia avvenuta anche nel corso dell'esercizio poiché gli oneri finanziari sono in diminuzione sia in rapporto al Valore Aggiunto sia in rapporto al debito totale. L'area del dettaglio non alimentare segnala una percentuale di imprese oberate di oneri finanziari eccessivi superiore alle altre aree d'affari. Complessivamente, la percentuale delle imprese a rischio, sotto questo aspetto, è comunque bassa.

Venendo agli aspetti essenziali della congiuntura economica, assistiamo ad una generale diminuzione di ricavi, valore aggiunto, e risultato operativo. L'unica area che non registra contrazione di ricavi e valore aggiunto è quella della somministrazione che, tuttavia, viene da anni di difficoltà e che nello stesso 2009 registra una contrazione del risultato operativo.

L'analisi disaggregata per impresa dell'efficacia dell'azione imprenditoriale rivela che in cinque aree d'affari su sette il numero d' imprese con valori superiori alla media rappresenta circa la metà del campione mentre per due aree (trasporti e somministrazione) il numero di imprese sotto la media è nettamente superiore a quelle che si comportano meglio.

L'efficacia riguarda essenzialmente li comportamenti esterni in particolare le politiche di marketing; l'efficienza riguarda l'organizzazione del ciclo e quindi è esterna (acquisizione dei fattori) ed interna (utilizzo dei fattori).

Noi abbiamo cercato di misurare la seconda con tre indicatori espressi nelle figure 32, 33, 34. : il primo misura l'efficienza in generale, il secondo e il terzo gli euro prodotti per ciascun euro di lavoro e di immobilizzazioni impiegati. Tutti e tre gli indicatori danno risultati nella stessa direzione : questo calo di efficienza è, probabilmente, in gran parte insito nel calo della produzione al quale le imprese non riescono a contrapporre un proporzionale calo dei costi.

L'ulteriore conferma a quanto detto viene dall'analisi della variazione del ROA (indice di redditività dell'attivo): la figura 35 dimostra che la diminuzione di questo indice deriva principalmente dalla minore redditività unitaria delle vendite causata probabilmente dalla forte contrazione della domanda che ha spinto i prezzi verso il basso.

Ci sentiamo di affermare che nel 2009 le attività di vicinato nel loro insieme hanno sofferto ma in misura minore rispetto ai settori industriali. All'interno delle attività artigianali e commerciali vi sono aree specifiche di crisi acuta, come intuito dalle associazioni di categoria e dagli organi camerali che hanno ricevuto segnali chiari dagli operatori. Lo studio allegato relativo agli artigiani della meccanica si propone di approfondire uno di questi casi.

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: aggiornamento al secondo trimestre 2010

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 gli uffici studi di Ascom, Confesercenti, CNA, Casartigiani, Confartigianato. Merita sottolineare che grazie alla collaborazione delle associazioni di

categoria 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 5.000 contabilità aziendali aventi cadenza trimestrale, da cui viene estratto un campione che copre tutti i trimestri di un triennio (2008-2010).

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 simili (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 5.000 imprese con cui è stato costruito un "campione chiuso" di imprese presenti nel periodo 2008-2010. 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 II trimestre 2010 viene condotto utilizzando i dati di 3.588 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 2009, anno in cui le 3.588 imprese che formano il campione chiuso 2008-2010 hanno una dimensione media di 106.200 euro.

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 marginale.

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 350 e rappresentano il 10% delle imprese del campione) ve ne sono tantissime che si posizionano al di sotto dei 50.000 euro di fatturato (1.542 imprese che rappresentano il 43% delle imprese presenti).

Si nota un ampio spettro della distribuzione delle imprese: mentre le imprese più piccole fatturano nel 2009 poche migliaia di euro all'anno (si tratta di attività marginali), quella più grande mostra un livello di ricavi annuali che raggiunge gli 11

milioni di euro nel 2009 (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 2009 il campione appare abbastanza concentrato, in quanto le 10 imprese più grandi rappresentano ben il 10% del fatturato totale e le prime 25 imprese più grandi il 16% del fatturato totale. Tali pesi sono in leggera diminuzione rispetto a quanto riscontrato nel 2008, indicando come la congiuntura del 2009 abbia favorito le piccole imprese a danno delle grandi.

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

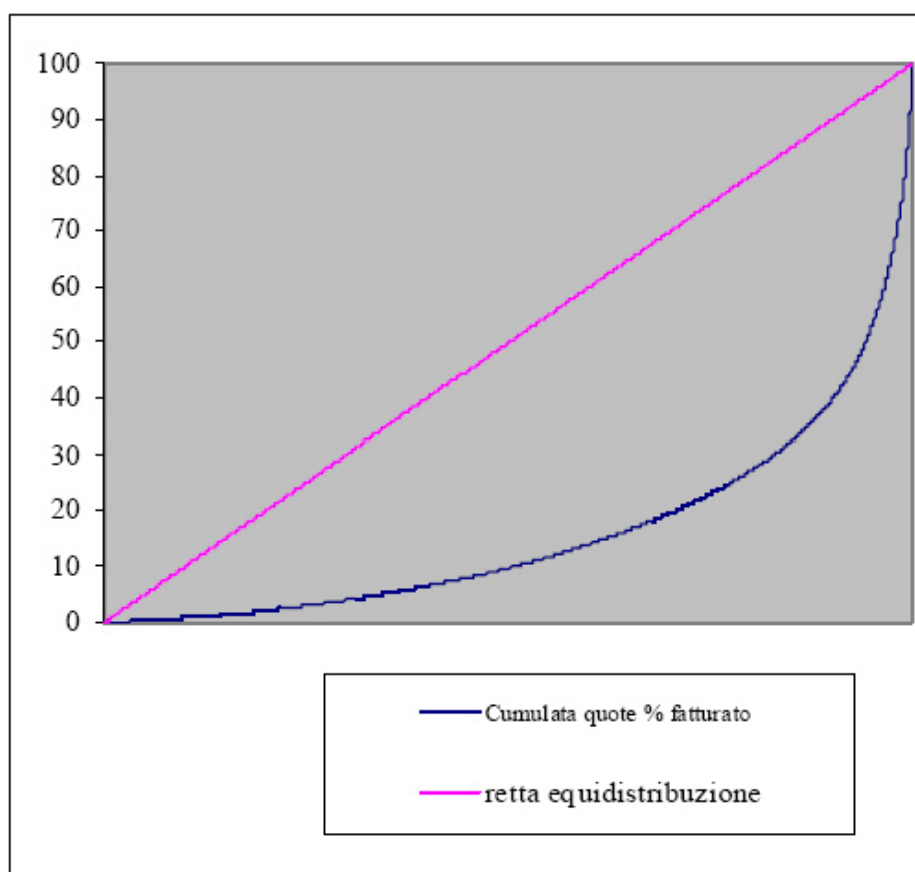
	Peso % 2009	Peso % 2008
Prima impresa	2,9	2,5
Prime 10 imprese	10,3	10,6
Prime 25 imprese	15,9	16,8

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 2009 (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 2009



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La curva di concentrazione del 2009 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 2009 l'indice di Gini ha il valore 0,667 e può essere giudicato come relativamente alto, ma in leggera diminuzione rispetto al 2008 (quando misurava 0.697).

La riduzione della concentrazione nel corso del 2009 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 2009 rispetto all'anno precedente, il campione può essere suddiviso in tre grandi categorie dimensionali: le piccole imprese, e cioè quelle con fatturato al 2009 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 imprese con prevalente carattere familiare, con un business molto limitato, 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 imprenditoria 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 a seconda delle diverse fasce dimensionali e, forse, anche andamenti congiunturali diversi.

Il primo gruppo è formato da 2.559 imprese, che rappresentano ben il 71% delle imprese presenti nel campione, mentre le medie imprese sono 1.000 (il 28% delle imprese totali) e le grandi imprese solo 29 (l'1% del totale).

Tabella 4.2: Numero di imprese per classe dimensionale

	livello di fatturato al 2009	numero di imprese	% numero di imprese
Piccole imprese	minore di 100 mila euro	2559	71,3
Medie imprese	tra 100 mila e un milione di euro	1000	27,9
Grandi imprese	maggiore di un milione di euro	29	0,8

Totale campione		3588	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 che ha la sua classe modale rappresentata dalle imprese di medie dimensioni, che con solo il 28% della numerosità di imprese determinano ben il 52% dei ricavi totali al 2009, seguita dalle piccole imprese che rappresentano il 31% del fatturato. In entrambi i casi, i pesi percentuali si sono leggermente ridotti nel biennio 2008-2009, indicando che la crisi economica è stata meno pesante per le imprese di grandi dimensioni.

Tabella 4.3: Peso dei ricavi per dimensione di impresa

	Peso % ricavi 2009	Peso % ricavi 2008
Piccole imprese	31,2	31,7
Medie imprese	51,7	51,6
Grandi imprese	17,0	16,6
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): nel 2008 a fronte di un ricavo medio di soli 46 mila euro da parte delle piccole imprese, si nota un ricavo di 210 mila euro per le medie imprese e di 2,3 milioni di euro per le grandi imprese; nel 2009 i ricavi medi sono generalmente più bassi a causa della crisi economica, che ha colpito maggiormente le piccole imprese rispetto alle grandi.

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

	2008	2009	Var.%
Piccole imprese	50.583	46.444	-8,2
Medie imprese	210.555	196.803	-6,5
Grandi imprese	2.340.613	2.231.581	-4,7

Totale campione	113.678	106.011	-6,7
-----------------	---------	---------	------

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 edilizia 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 all'attività commerciale, un quarto all'edilizia e un quarto ai servizi, mentre un decimo alla ristorazione e 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 2009
Edilizia	838	23	21
Commercio food	279	8	20
Attività manifatturiere	339	9	9
Commercio non-food	661	18	21
Ristorazione	379	11	11
Altri servizi	964	27	15

Trasporti	128	4	3
Totale	3.588	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 trasporti e gli altri servizi hanno una dimensione media inferiore ai 100 mila euro, quella del commercio food raggiunge i 269 mila euro, anche grazie alla presenza di alcuni supermercati. Gli altri comparti sono nell'intorno della dimensione media del campione (106 mila euro nel 2009), a parte il caso del commercio non-food (123 mila euro).

Come si vedrà nei capitoli successivi, la congiuntura del 2009 è meno pesante nei comparti dei servizi, del commercio food e dell'edilizia, che hanno un minore calo del fatturato medio rispetto agli altri settori. I dati più negativi si registrano nei trasporti, nel commercio non-food e nell'industria.

Tabella 4.6: Ricavi medi d'impresa per settore

Settore	Ricavi medi 2008 (euro)	Ricavi medi 2009 (euro)	Var. % 08 – 07
Edilizia	97.473	93.853	-3,7
Commercio food	278.545	269.381	-3,3
Attività manifatturiere	117.887	101.625	-13,8
Commercio non-food	140.294	123.047	-12,3
Ristorazione	116.242	110.634	-4,8
Altri servizi	60.822	60.179	-1,1
Trasporti	102.287	84.652	-17,2
Totale	113.678	106.011	-6,7

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 31% delle imprese (1.120) sono presenti nel capoluogo, mentre il 69% nel resto della provincia di Torino (2.468).

La composizione dei ricavi mostra che il capoluogo torinese con il 31% delle imprese determina il 32% dei ricavi totali, sintomo di dimensioni medie d'impresa non particolarmente differenti.

Tabella 4.7: Numero di imprese per area di localizzazione

Area	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2009
Capoluogo	1120	31,2	32,1
Resto della provincia	2468	68,8	67,9
Totale	3.588	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Tale fatto trova conferma nella tabella 4.8, che mostra una dimensione media delle imprese del capoluogo di 109 mila euro nel 2009, valore solo leggermente più elevato rispetto al resto della provincia (106 mila euro). La crisi dei ricavi nel corso del biennio 2009-2008 colpisce di più le imprese del resto della provincia, il cui fatturato medio cala dell'8,2% a fronte di un calo dei ricavi medi nel capoluogo del 6,7%.

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

Area	Ricavi medi 2008 (euro)	Ricavi medi 2009 (euro)	Variazione %
Capoluogo	112.991	109.002	-3,5
Resto della provincia	113.989	104.654	-8,2
Totale	113.678	106.011	-6,7

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 2008 al II trimestre del 2010).

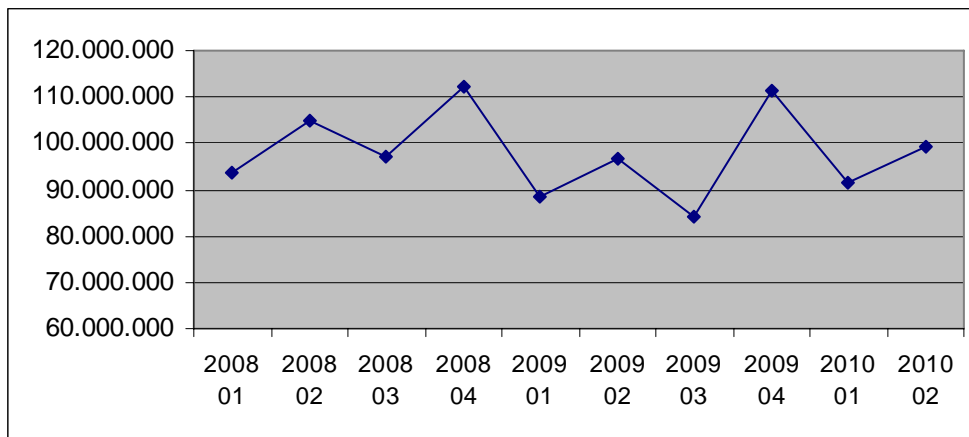
Tabella 5.1: Evoluzione ricavi del totale campione (euro)

Trimestre	Ricavi
2008 01	93.656.409
2008 02	104.899.716
2008 03	96.917.576
2008 04	112.401.341
2009 01	88.294.105
2009 02	96.641.737
2009 03	84.252.276
2009 04	111.180.586
2010 01	91.400.490
2010 02	99.316.838

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 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.

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)

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	92	103	95	110	93	102	89	117	96	104		

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 2009 tale trimestre mostra un livello di vendite del 17% 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 2009 i ricavi del III trimestre raggiungevano soltanto l'89% della media annuale. Il primo trimestre rappresenta un altro periodo di stagnazione, con un giro di affari inferiore alla media annuale (92% nel 2008), mentre nel secondo trimestre il livello aumenta e supera di poco la media annuale (104 nel 2010).

La tabella 5.3 entra nel dettaglio dell'evoluzione congiunturale dei dati e mostra l'evoluzione dell'indice avente come base il primo trimestre del 2008. Il secondo trimestre del 2010 è in linea con l'evoluzione degli anni precedenti e indica un leggero miglioramento della congiuntura.

Tabella 5.3: Indice trimestrale dei ricavi (primo trimestre 2008=100)

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	112	103	120	94	103	90	119	98	106		

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. Le dinamiche trimestrali seguono il tradizionale percorso stagionale.

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

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	112	103	120	100	109	95	126	100	109		

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 (+22%) raggiunto dalle piccole imprese nel IV trimestre del 2009, o il calo del III trimestre 2009 nel caso delle medie imprese (-12%).

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 significa ricavi più stabili e indipendenti dalle fluttuazioni congiunturali.

Il dato del II trimestre 2010 mostra che la ripresa congiunturale dalla crisi degli anni precedenti favorisce soprattutto le imprese di medie dimensioni, che hanno raggiunto un livello di ricavi più alto di quello delle piccole e delle grandi imprese.

Tabella 5.5: Indice trimestrale ricavi per dimensione di impresa (I trimestre 2008=100)

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	100	108	98	120	89	97	90	115	89	101		
Medie imprese	100	114	104	123	96	106	88	122	101	110		
Grandi imprese	100	113	112	113	100	109	96	114	105	105		
Totale campione	100	112	103	120	94	103	90	119	98	106		

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 parte l'anomalia del 2008, causata dalla forte caduta del fatturato a fine anno).

A fronte di un andamento altalenante, a causa della stagionalità infra-annuale, si segnalano cadute di recessione di diversa intensità nei vari territori, con il Capoluogo che nel terzo trimestre 2009 raggiunge un livello del 13% inferiore a quello iniziale.

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 II trimestre 2010, la ripresa dalla crisi economica si afferma in modo omogeneo nei diversi ambiti territoriali.

Tabella 5.6: Indice trimestrale ricavi per localizzazione dell'impresa (I trimestre 2008=100)

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	100	113	96	125	98	108	87	125	100	107		
Resto della provincia	100	112	107	118	93	101	91	116	96	106		
Totale	100	112	103	120	94	103	90	119	98	106		

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, 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 quarto trimestre 2009, in cui a fronte di settori al di sotto del livello del I trimestre 2008, come i trasporti (-16%), si contrappone l'edilizia con un aumento del 52% rispetto al livello iniziale.

Infine, occorre segnalare quanto si registra nell'ultimo dato disponibile: nel secondo trimestre 2010 si conferma una forte crisi per i servizi di trasporto, settore che mostra un livello molto più basso del dato iniziale (-18%).

Tabella 5.7: Indice trimestrale ricavi per settore di attività
(I trimestre 2008=100)

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	100	125	123	151	105	116	109	152	111	128		
Commercio food	100	103	92	105	96	103	81	107	94	98		
Attività manifatturiere	100	126	110	119	102	99	86	106	98	106		
Commercio non-food	100	110	104	126	84	99	80	123	92	100		
Ristorazione	100	109	98	109	88	105	93	111	97	106		
Altri servizi	100	109	99	112	100	104	100	112	100	107		
Trasporti	100	99	91	86	82	73	73	84	84	82		
Totale	100	112	103	120	94	103	90	119	98	106		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6. La congiuntura nel secondo trimestre 2010: 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 secondo trimestre 2010 è positivo, per effetto della componente stagionale e della parziale ripresa dalla crisi economica dei trimestri passati.

Tabella 6.1: Variazione % sul trimestre precedente dei ricavi

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	n.d.	12	-8	16	-21	9	-13	32	-18	9		

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 +32% nel quarto trimestre 2009 rispetto al terzo trimestre dello stesso anno, e negativi del -21% nel primo 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 secondo trimestre 2010 si registra un numero di imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto al trimestre precedente che è superiore rispetto alle imprese in calo, a conferma dell'andamento congiunturale della distribuzione. Anche il saldo del secondo trimestre 2010 è leggermente superiore al saldo registrato nel II trimestre del 2009 e del 2008, indicando la ripresa in atto.

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

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi		2145	1266	2418	1050	2167	1272	2502	968	2027		
Riducono i ricavi		1443	2322	1170	2538	1421	2311	1080	2322	1263		
Saldo aumenti diminuzioni	-	702	-1056	1248	-1488	746	-1039	1422	-1354	764		

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 leggermente 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 II trimestre del 2010 è in linea con le attese della congiuntura, e cioè di un aumento rispetto al dato tradizionalmente basso del

primo trimestre dell'anno. Sono soprattutto le piccole imprese quelle che crescono di più rispetto al I trimestre 2010.

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

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	n.d.	8	-9	21	-25	8	-7	29	-23	13		
Medie imprese	n.d.	14	-9	18	-22	10	-16	39	-18	9		
Grandi imprese	n.d.	13	-1	0	-12	9	-12	19	-8	0		
Totale campione	n.d.	12	-8	16	-21	9	-13	32	-18	9		

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 (-22%) del primo trimestre 2009 nelle imprese del Capoluogo o nel loro picco positivo (+44) nel quarto trimestre 2009. 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 II trimestre 2010 mostra un miglioramento dell'attività rispetto al I trimestre dell'anno, con un'intensità del fenomeno che favorisce soprattutto le imprese localizzate nel resto della provincia torinese (tabella 6.5).

Tabella 6.5: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per localizzazione

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	n.d.	13	-15	30	-22	11	-20	44	-20	7		
Resto della provincia	n.d.	12	-4	10	-21	9	-9	27	-17	10		
Totale	n.d.	12	-8	16	-21	9	-13	32	-18	9		

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 causa della forte componente stagionale, a parte il caso dei trasporti che mostra molti casi di controtendenza, causati dalla particolare intensità della crisi economica nei confronti di questo settore (tabella 6.6).

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

Nel II trimestre 2010 le imprese dei trasporti hanno nuovamente un dato in controtendenza rispetto al normale andamento congiunturale, che si registra in tutti gli altri settori, con particolare intensità di crescita nell'edilizia e nella ristorazione.

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

	2008				2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	n.d.	25	-2	23	-31	11	-6	40	-27	15		
Commercio food	n.d.	3	-10	13	-9	8	-21	32	-13	5		
Attività manifatturiere	n.d.	26	-13	9	-14	-3	-13	23	-7	8		
Commercio non-food	n.d.	10	-5	22	-34	18	-19	55	-25	9		
Ristorazione	n.d.	9	-9	10	-20	20	-12	20	-13	10		
Altri servizi	n.d.	9	-10	14	-11	5	-4	12	-11	7		
Trasporti	n.d.	-1	-8	-6	-5	-10	0	14	1	-3		
Totale	n.d.	12	-8	16	-21	9	-13	32	-18	9		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7. La congiuntura nel secondo trimestre 2010: 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 emerge soprattutto gli effetti del ciclo-trend della domanda.

La tabella 7.1 mostra come nel corso del 2009 l'attività economica abbia subito pesantemente la crisi iniziata nel IV trimestre 2008: tanto nel I trimestre (-5,7%) che nel II trimestre (-7,9%), ma soprattutto nel III trimestre (-13,1%) il calo del fatturato rispetto al corrispondente trimestre del 2008 è stato molto pesante. Al contrario, nel quarto trimestre 2009 si nota un'attenuazione della caduta del fatturato (-1,1%), con una netta ripresa nel I trimestre del 2010 (+3,5%) a cui segue un consolidamento della crescita nel II trimestre 2010, periodo in cui il fatturato delle imprese aumenta del 2,8% rispetto al dato di crisi che si era registrato nel II trimestre del 2009.

Nei prossimi paragrafi cercheremo di individuare se questa dinamica positiva 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

	2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	-5,7	-7,9	-13,1	-1,1	3,5	2,8		

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 2009 continua l'effetto negativo della crisi finanziaria iniziata nel IV trimestre 2008, anche se con intensità inferiore a quanto si era registrato nei primi trimestri dell'anno: per tutto il 2009 le imprese in crescita sono sempre una minoranza, tuttavia il saldo negativo tende ad attenuarsi (da -608 del primo trimestre a -150 del quarto trimestre). L'inizio del 2010 mostra finalmente un saldo positivo, a conferma della leggera ripresa in atto, che si conferma anche nel II trimestre dell'anno.

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

	2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	1490	1606	1529	1719	1670	1670		
Riducono i ricavi	2098	1982	2059	1869	1620	1615		
Saldo aumenti – diminuzioni	-608	-376	-530	-150	50	55		

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 il 2% delle imprese riesce a crescere in tutti i trimestri del 2009 e in quello del 2010, mentre più del doppio non aumenta mai il fatturato nel periodo considerato. Inoltre, un quinto delle imprese lo aumenta una sola volta, mentre il valore modale è rappresentato dalla crescita per soli tre trimestri, performance raggiunta dal 28% delle imprese.

Al fine di approfondire le tipicità della crisi economica, e le modalità della ripresa in atto, sarebbe utile analizzare le caratteristiche delle 162 imprese il cui fatturato si riduce continuamente nel corso del biennio e quelle delle 80 imprese che invece sono riuscite ad aumentare il fatturato anche durante il periodo della crisi.

Tabella 7.3: Numero di imprese con crescita positiva rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (periodo I trimestre 2008 – II trimestre 2010)

	Numero di imprese	%
Imprese che non crescono mai	162	4,5
Imprese che crescono solo per un trimestre	445	12,4
Imprese che crescono per 2 trimestri	922	25,7
Imprese che crescono per 3 trimestri	1009	28,1
Imprese che crescono per 4 trimestri	662	18,5
Imprese che crescono per 5 trimestri	308	8,6
Imprese che crescono per 6 trimestri	80	2,2
Totale	3588	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.2 L'ambito dimensionale

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

Il calo del fatturato che si è avvertito per i primi tre trimestri del 2009 mostra un'attenuazione quarto trimestre del 2009 e un'inversione di tendenza dal primo trimestre 2010. Tale andamento non è generalizzato in tutte le dimensioni di impresa, in quanto si avverte una brillante ripresa per le imprese di medie dimensioni, e cioè quelle il cui fatturato annuo è compreso tra i 100 mila e il milione di euro: le medie imprese aumentano il fatturato tanto nel primo che nel secondo trimestre 2010. Al contrario, le altre due dimensioni aziendali hanno un andamento altalenante: mentre le grandi imprese (fatturato al di sopra del milione di euro) sono positive nel I trimestre ma negative nel successivo, le piccole imprese (fatturato minore di 100 mila euro) mostrano ancora una leggera caduta del fatturato nel I trimestre dell'anno (-0,6%) e una netta ripresa nel II trimestre (+4,4%).

Se anzichè esaminare le variazioni percentuali, ricordiamo il livello raggiunto dal fatturato (vedi tabella 5.5) nel II trimestre 2010, notiamo come nonostante la forte ripresa qui evidenziata nelle piccole imprese, il loro livello del fatturato è solamente in linea con quello di inizio 2008 (ed inferiore a quanto si registra nelle medie e nelle grandi imprese).

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

	2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	-10,6	-10,5	-8,9	-3,5	-0,6	4,4		
Medie imprese	-4,3	-7,5	-14,9	-0,3	5,4	3,9		
Grandi imprese	-0,4	-4,1	-14,8	1,1	5,0	-3,3		
Totale campione	-5,7	-7,9	-13,1	-1,1	3,5	2,8		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.3 L'ambito territoriale

Come mostra la tabella 7.5, nel 2009 la crisi economica colpisce tutte le localizzazioni di impresa in modo molto simile, quasi con la stessa intensità, a parte il caso del Capoluogo dal IV trimestre 2009. Infatti, le imprese del Capoluogo sembrano

anticipare la ripresa già nel quarto trimestre del 2009, e la confermano nel I trimestre 2010 ma sono oggetto di una battuta d'arresto nel II trimestre 2010, quando il fatturato diminuisce dell'1,5%. Al contrario, le imprese localizzate nel resto della provincia crescono dal I trimestre 2010 ad un tasso nettamente superiore alla media del campione, mostrando come la ripresa sia più solida in tali territori.

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

	2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	-2,3	-3,8	-9,6	0,4	2,6	-1,5		
Resto della provincia	-7,3	-9,7	-14,5	-1,8	4,0	4,8		
Totale	-5,7	-7,9	-13,1	-1,1	3,5	2,8		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.4 L'ambito settoriale

Nel corso del 2009, la crisi economica colpisce tutti i settori di attività, che infatti mostrano un generalizzato calo del fatturato, che è molto intenso nei casi del commercio, dell'industria e dei trasporti, e meno intenso nel caso dell'edilizia.

Nel quarto trimestre 2009 si assiste già ad un'inversione di tendenza che non è generalizzata a tutti i comparti, ma premia soprattutto i comparti del commercio alimentare e della ristorazione.

Nel primo trimestre del 2010 finalmente la ripresa si estende a quasi tutti i comparti, soprattutto alla ristorazione e al commercio non alimentare, mentre le attività industriali continuano a mostrarsi in profonda recessione. Nel II trimestre 2010 la ripresa si conferma e si consolida ovunque, tranne nel comparto alimentare che, stranamente, continua a ridurre il fatturato. La ristrutturazione avvenuta in un paio di supermercati presenti nel campione ha probabilmente influenzato in modo significativo l'andamento della media del comparto food.

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

	2009				2010			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	4,5	-7,3	-11,6	0,3	5,8	9,9		
Commercio food	-4,5	-0,1	-11,9	2,3	-2,0	-4,2		
Attività manifatturiere	2,2	-21,8	-21,7	-11,4	-4,1	6,7		
Commercio non-food	-16,1	-9,9	-23,2	-2,5	9,6	1,2		
Ristorazione	-12,5	-3,4	-5,9	1,8	10,4	1,0		
Altri servizi	-0,5	-4,9	1,5	-0,1	0,6	2,8		
Trasporti	-18,4	-25,9	-20,0	-3,0	3,4	11,6		
Totale	-5,7	-7,9	-13,1	-1,1	3,5	2,8		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8. Conclusioni

L'Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio e dell'artigianato consente di monitorare la congiuntura trimestrale delle imprese dei servizi di vicinato della provincia di Torino.

Il campione di 3.588 imprese di cui abbiamo analizzato l'evoluzione dei ricavi, nel periodo compreso tra il primo trimestre del 2008 ed il secondo trimestre del 2010, 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 106 mila euro di ricavi annuali nel 2009, 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 1.542, e cioè il 43% delle imprese presenti, e determinano nel loro insieme poco più di un decimo del fatturato totale. Al contrario, le 25 imprese più grandi determinano un sesto del fatturato totale.

Il 31% delle imprese è localizzato nel Capoluogo piemontese, mentre il rimanente 69% 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 la filiera dell'edilizia, dalle attività di muratura all'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 abbigliamento, metalmeccanica, industria alimentare) 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 II trimestre 2010 con i ricavi

che le identiche imprese avevano nello stesso periodo dell'anno precedente, e cioè nel II trimestre 2009.

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 all'anno precedente, i ricavi delle imprese nel II trimestre 2010 hanno terminato la lunga discesa mostrata in tutti i quattro trimestri del 2009, quando si sono registrati cali del fatturato del -6%, -8%, -13% e -1% rispettivamente. Al contrario, il I trimestre 2010 mostra l'inizio della congiuntura positiva (+3,5% rispetto al dato del I trimestre 2009), che è confermata anche nel II trimestre 2010 (+2,8% rispetto al II trimestre 2009). Possiamo cautamente affermare che la crisi delle attività artigianali e commerciali si è forse fermata nel IV trimestre 2009 e che nel corso del 2010 la ripresa si sta consolidando.

Un'altra indicazione della diffusa presenza della crisi, ma anche dell'inversione di tendenza che si assiste dall'inizio del 2010, emerge dall'esame del numero di imprese che hanno ridotto i ricavi rispetto all'anno precedente. In questo caso non si fa riferimento al fatturato aggregato del campione, ma al numero di imprese in recessione o in crescita nei vari trimestri considerati. In tutti i trimestri del 2009 la maggioranza delle imprese registra un calo del fatturato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, determinando sempre un saldo negativo tra imprese in recessione e crescita. Tale saldo ha avuto un picco negativo nel primo trimestre 2009, quando era di -608 imprese, e si è attenuato nel corso dei trimestri successivi per giungere a -150 imprese nel quarto trimestre. Finalmente, dal primo trimestre del 2010 si nota un'inversione di tendenza, confermata nel II trimestre del 2010, quando a fronte di 1.615 imprese che sono ancora in recessione, si segnalano ben 1.670 imprese che riescono ad aumentare il fatturato, ottenendo così un saldo positivo di 55 imprese. La crisi si è fortemente ridotta e attenuata nel corso del 2009, e la recessione è (mediamente) scomparsa nel primo trimestre 2010, per lasciare il posto ad una debole, ma solida, ripresa congiunturale.

Il dato di leggera crescita del secondo trimestre 2010 non è omogeneo in tutte le realtà economiche del campione, in quanto è una media tra numerose situazioni di lieve ripresa e alcuni casi di continuazione della caduta del fatturato.

Quali sono le imprese che sono state maggiormente favorite dalla ripresa economica del secondo trimestre 2010? Quali sono le imprese che hanno invece mantenuto una qualche forma di recessione, o comunque di mancata ripresa 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.

L'analisi dei dati ci consente di affermare che le imprese che crescono di meno o che continuano a subire la recessione anche nel secondo trimestre 2010 sono soprattutto le seguenti:

- le imprese che abbiamo definito di grande dimensione (e cioè con un fatturato annuo superiore al milione di euro), che riducono i ricavi del 3,3% rispetto al II trimestre del 2009;
- le imprese localizzate nel Capoluogo, che riducono i ricavi dell'1,5%, nonostante avessero superato la recessione già nel IV trimestre 2009;
- le imprese del commercio food, che mostrano una riduzione del fatturato (-4,2%), dopo aver invertito l'andamento recessivo nel IV trimestre 2009.

Le imprese che nel secondo trimestre del 2010 hanno invece una netta ripresa del giro d'affari, e che possono quindi essere definite come le imprese che stanno uscendo dalla crisi economica, sono:

- le medie imprese (quelle con un fatturato compreso tra 100 mila e un milione di euro) e le piccole imprese (hanno un fatturato inferiore ai 100 mila euro): le prime riescono ad aumentare i ricavi del 4,4%, mentre le seconde del 3,9%;
- le imprese localizzate nel resto della provincia torinese, che aumentano i ricavi di un valore nettamente più elevato della media del campione (+4,8%);
- le imprese dei trasporti, con un aumento del fatturato dell'11,6%, escono finalmente dalla pesante recessione che le aveva condizionate per tutto il 2009, mentre le imprese dell'edilizia confermano la ripresa in atto dal IV trimestre 2009.

Pertanto, si evidenzia una precisa influenza delle determinanti territoriali, settoriali e dimensionali 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 strutturali.

Infine, merita ricordare come la ricerca ha confermato l'esistenza di una forte stagionalità infra-annuale nella dinamica dei ricavi delle imprese (grafico 5.1), 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.

Terza Parte:

Approfondimento relativo all'area "artigiani del metallo"

a cura di Paolo Vaglio

9. Introduzione

La decisione di procedere ad un approfondimento relativo alle imprese artigiane operanti nell'ambito della lavorazione dei metalli è maturata in seguito a numerosi segnali d'allarme giunti sia nelle sedi associative sia in quelle istituzionali, prima fra tutte la CCIIA di Torino.

E' noto che si tratta di un'area d'affari tradizionalmente forte nella nostra provincia e che, come vedremo, ha dato segni di forte vitalità per gran parte del primo decennio di questo secolo: le conseguenze di una crisi di questi operatori possono rivelarsi particolarmente gravi.

Questo studio verrà condotto parallelamente a quello più ampio riguardante tutte le attività di vicinato (artigianali e commerciali) della provincia di Torino, studio noto come "Osservatorio Provinciale...".

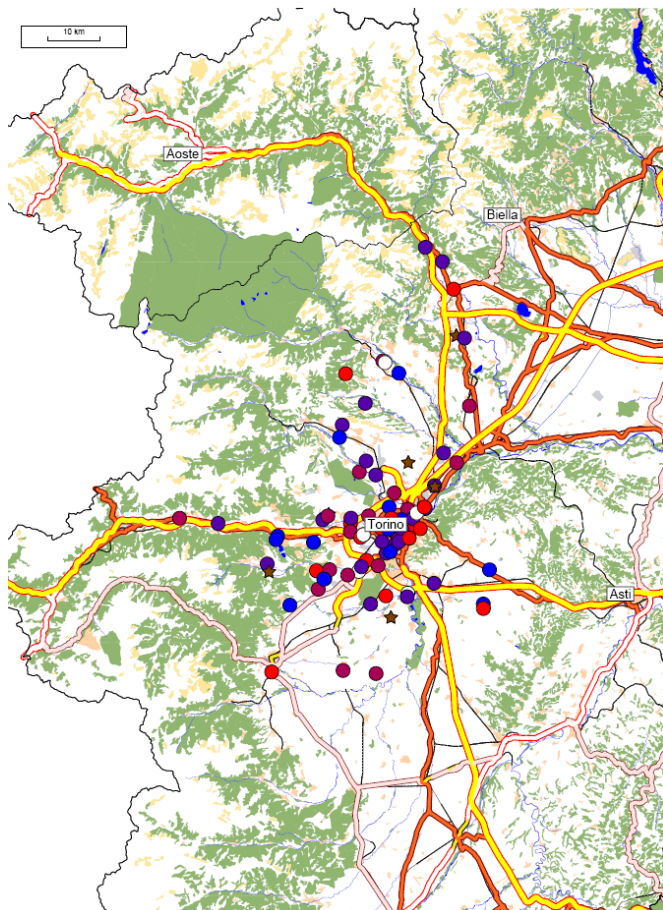
La fonte dei dati sarà la stessa ma a livello di elaborazione metteremo in atto una metodologia diversa su due questioni rilevanti:

- a) il periodo di osservazione verrà prolungato a quattro anni;
- b) saranno utilizzati in parallelo due campioni; il primo proveniente dal data base dei bilanci annuali presentati dalle imprese costituite in forma di società di capitali; il secondo riguarderà le rilevazioni dei ricavi trimestrali delle imprese dal 2008 al secondo trimestre 2010.

L'attuazione di questa metodologia dovrebbe permetterci di disegnare un quadro abbastanza preciso dell'andamento di queste imprese negli ultimi anni e delle conseguenze dell'impatto della crisi. L'utilizzo parallelo di due campioni ci servirà sia per ottenere parziali verifiche dei risultati sia di prolungare l'osservazione al primo semestre del 2010, cosa che non sarebbe possibile se ci limitassimo ad utilizzare il data base dei bilanci annuali.

Il campione per il quale utilizzeremo i bilanci annuali comprende 110 imprese delle quali procederemo ora a dare una rappresentazione della distribuzione territoriale e settoriale.

Figura 1. Distribuzione territoriale delle imprese del campione.



Legenda:

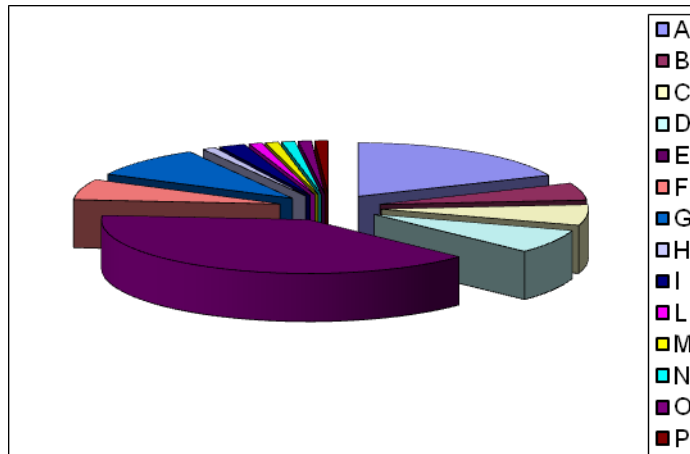
MENO DI QUATTRO

TRA 4 E 7

TRA 8 E 11

OLTRE 11

Figura 2. Composizione settoriale del campione.



	Numero di imprese
LEGENDA	
strutture metalliche e parti assemblate di strutture	A 18
porte finestre e loro telai	B 5
fucinatura, imbutitura, stampaggio e profilatura dei metalli, metallurgia delle polveri.	C 6
trattamento e rivestimento metalli	D 7
lavori di meccanica generale	E 38
utensileria ad azionamento manuale e partoi intercambiabili di macchine utensili	F 6
fabbricazione di stampi portastampi sagome, forme per macchine	G 9
prodotti con fili metallici	H 1
molle	I 2
articoli di bulloneria	L 1
prodotti in metallo nca	M 1
casseforti	N 1
oggetti in ferro e in rame	O 1
minuteria metallica	P 1

Come si può desumere dalla figura due, gli unici sottocampioni la cui numerosità ci potrà consentire eventualmente di operare dei confronti sono quelli relativi alle strutture metalliche e ai lavori di meccanica generale.

Le imprese comprese nel campione sono classificabili, da un punto di vista dimensionale, “micro” e “piccole”; tutte hanno la caratteristica di operare in ambito artigianale con forti legami con il territorio in cui sono insediate. La tabella 1 ci fornisce alcuni dati medi che ci aiutano a cogliere la natura di queste aziende.

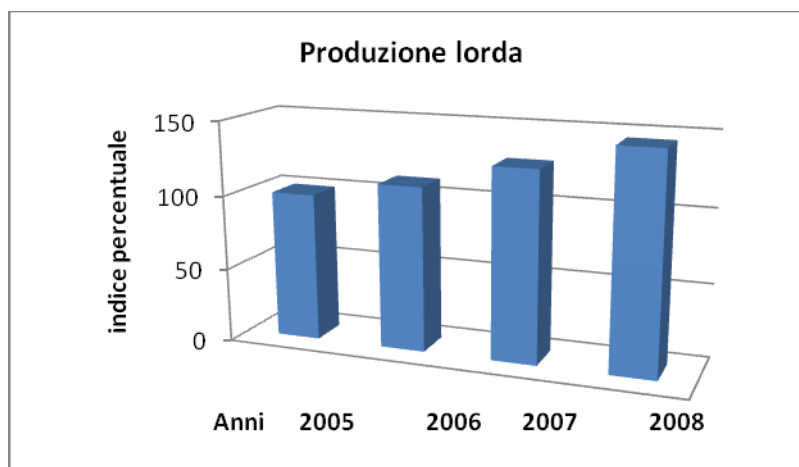
Tabella 1- Caratteristiche del campione selezionato (Valori medi ponderati)

fatturato	valore aggiunto	utile operativo	totale attivo
1408994	427972	89963	812390

10. Gli anni della crescita.

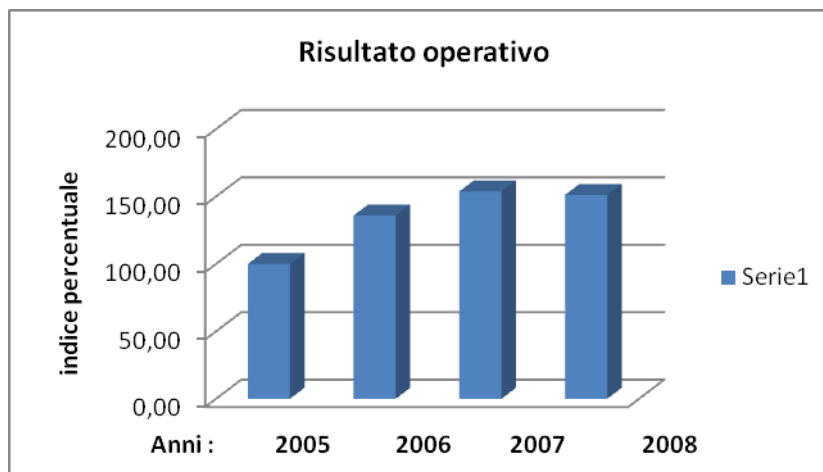
Il periodo compreso fra il 2005 ed il 2008 è caratterizzato da una congiuntura che, alla luce dei dati in nostro possesso, appare particolarmente positiva per quanto concerne il trend della produzione lorda (figura 3) e del risultato operativo (figura 4): la prima cresce in modo significativo in ciascun anno del periodo mentre il secondo cresce nei primi due anni mentre nel 2008 si ridimensiona leggermente. A questo proposito abbiamo ragione di ritenere che la diminuzione del risultato operativo nell’esercizio 2008, pur in presenza di un buon incremento della produzione, sia dovuto a specifiche politiche prudenziali di bilancio messe in atto dopo il grave crack finanziario dell’ultimo trimestre 2008.

Figura 3. Trend della produzione lorda.



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

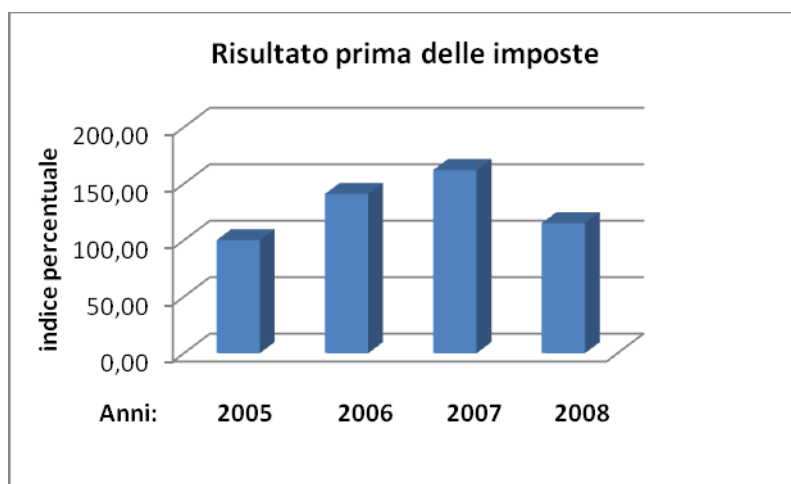
Figura 4. Trend del risultato operativo



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

La virata prudentziale messa in atto sui bilanci 2008 appare ancora più evidente dall'esame del risultato prima delle imposte che torna a valori di poco superiori a quelli del 2005.

Figura 5. Trend del risultato prima delle imposte.



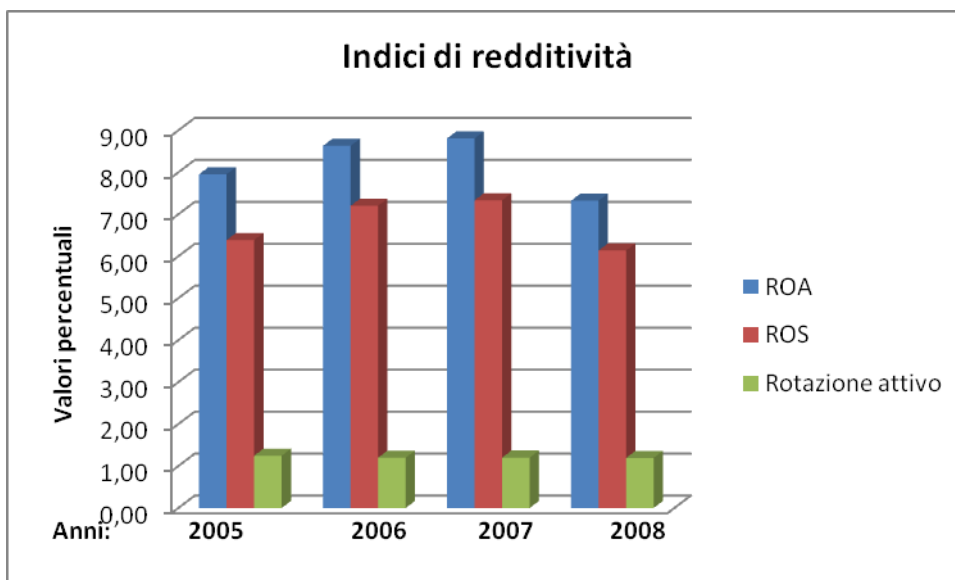
Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Quindi, in sintesi, la produzione cresce fino al 2008 anno in cui si registra il massimo nonostante la forte caduta dei mercati finanziari avvenuta nel quarto trimestre dell'anno. Questo avviene perché molte attività artigianali operano su commesse ricevute in precedenza e quindi

hanno tempi tecnici più lunghi del commercio anche nel registrare gli effetti della congiuntura. Quando gli amministratori redigono il bilancio, nell'aprile 2009, hanno già sotto gli occhi le dimensioni e la portata tragica della crisi e quindi si muovono in modo da mettere l'impresa al riparo dagli effetti negativi aumentando notevolmente gli atteggiamenti prudentziali; il ridimensionamento dei risultati economici (utile operativo e utile ante imposte) è la conseguenza di queste decisioni.

Per contro, gli indici di redditività del periodo si mantengono abbastanza stabili registrando un'oscillazione massima intorno all'1%. Ancora più stabile appare l'indice di rotazione dell'attivo che registra il rapporto fra ricavi e investimenti lordi (figura 6). La stabilità di questi indici, pur in presenza di una forte caduta del fatturato, è un significativo segnale di adeguata flessibilità nel senso che queste imprese hanno saputo e potuto adeguare gli investimenti ai minori ricavi.

Figura 6. Indici di redditività.



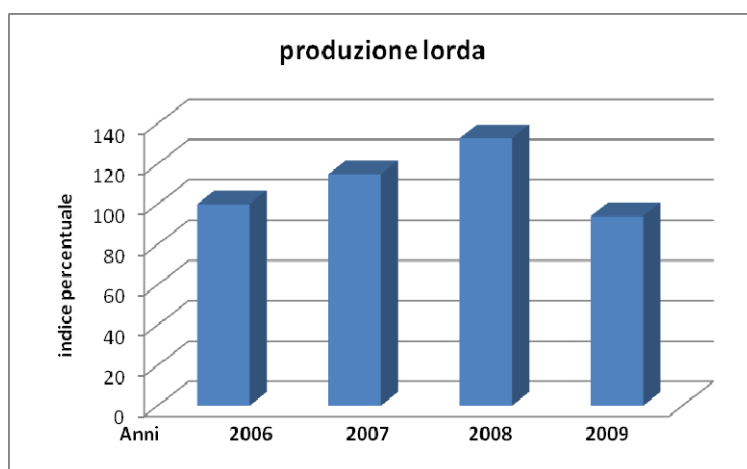
Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Si tratta di valori positivi anche se non entusiasmanti: gli operatori di quest'area sono abituati e accettano volentieri livelli di redditività medi anche perché, in passato, la meccanica torinese ha sempre rappresentato una garanzia di lavoro e di sviluppo.

11. La crisi

La prudenza degli amministratori nel redigere i bilanci 2008 aveva ragioni valide, infatti nel 2009, improvvisamente, i livelli di produzione scendono a 6 punti sotto il dato 2006 come risulta dalla figura 7.

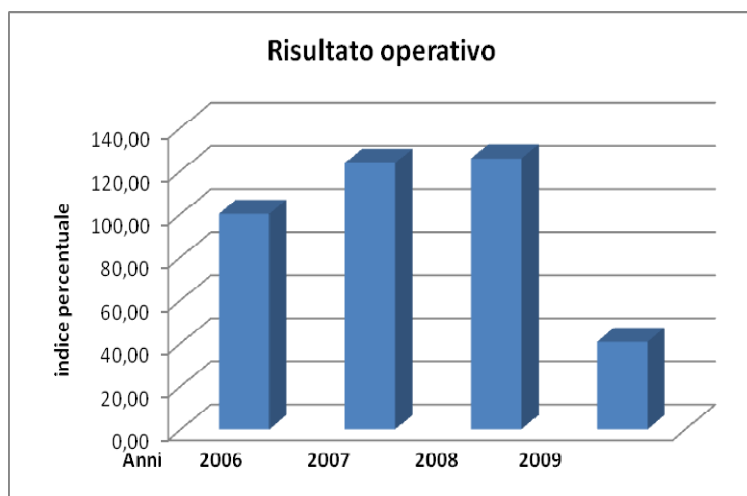
Figura 7 Produzione lorda.



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Ancora peggio vanno i risultati economici, primo fra tutti il risultato operativo (figura 8) che precipita. Si tenga conto che il dato aggregato è frutto di una somma algebrica e che un'impresa su tre registra nel 2009 una perdita operativa.

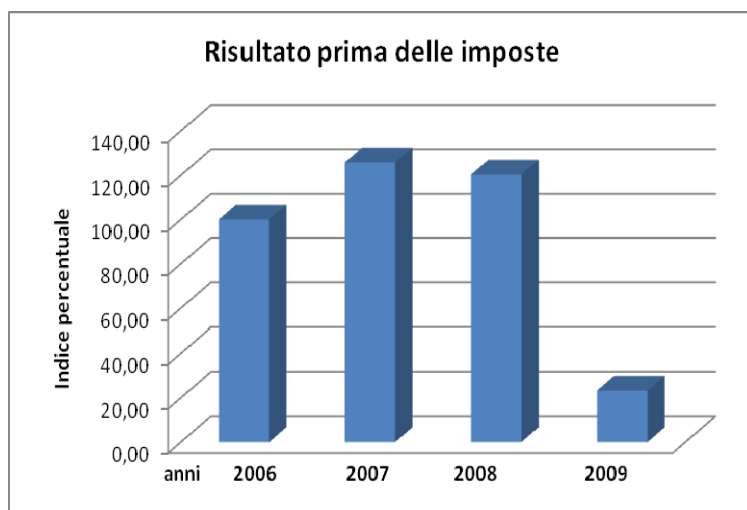
Figura 8. Risultato operativo



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Il grafico 9 che mostra il trend del risultato ante imposte (figura 9) sembra la copia di quello relativo al risultato operativo segnalando così la scarsa incidenza della gestione finanziaria.

Figura 9. Risultato prima delle imposte



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Sulle dimensioni della crisi non ci sono e non ci sono mai stati dubbi. Tutti gli interrogativi sono concentrati su quanto tempo durerà o meglio su quando si comincerà ad uscire da questa situazione.

Per cercare di contribuire, dal nostro piccolo punto di osservazione, a dare risposte sui tempi di uscita dalla crisi riteniamo utile utilizzare un secondo campione ricavato, anche questo, dalle rilevazioni dell'osservatorio provinciale.

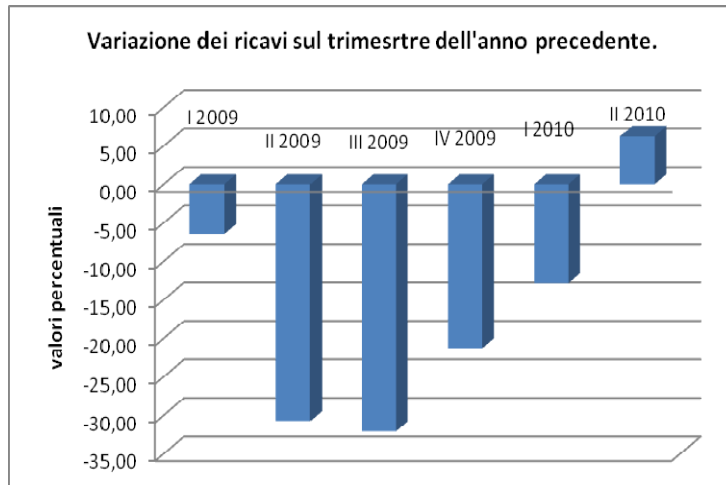
Questo secondo campione ha alcune caratteristiche diverse da quelle del primo. Si tratta sempre di imprese artigianali della meccanica operanti in provincia di Torino, quindi attinenti all'area d'affari che stiamo studiando ma la dimensione media delle stesse è assai più piccola (circa € 130.000 fatturato)

Si tratta di imprese che in grande maggioranza si trovano in regime di contabilità semplificata, hanno un legame molto forte con il territorio e operano con pochi addetti.

Nonostante le differenze con il primo campione di imprese utilizzato riteniamo che il contributo che potremo avere da questo secondo campione potrà rivelarsi prezioso perché in grado di fornirci informazioni con grande anticipo rispetto alla pubblicazione dei bilanci 2010. Abbiamo infatti dati che confermano che l'andamento dei ricavi delle imprese di quest'area d'affari non è collegato strettamente alla dimensione.

I dati sono attinti dalla rilevazione trimestrale dei ricavi e ci consentono di cogliere il dato congiunturale epurato dell'andamento stagionale (figura 10).

Figura 10. Variazioni dei ricavi rispetto al trimestre dell'anno precedente.

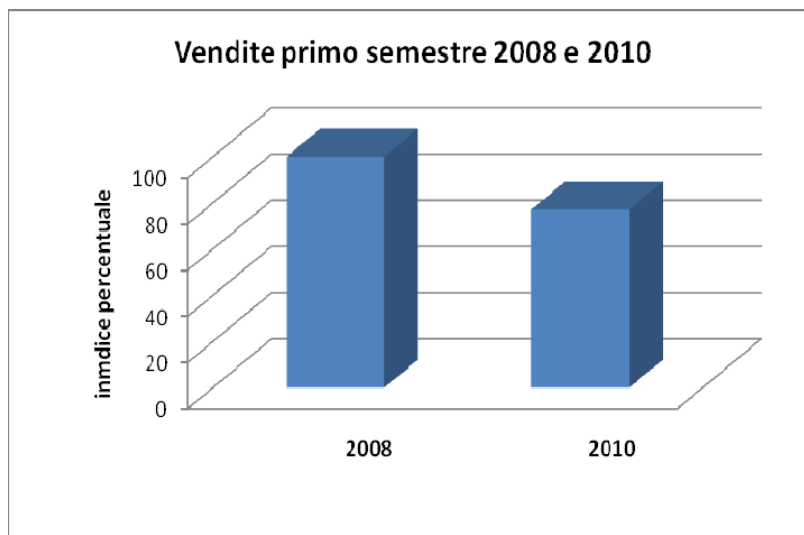


Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Ci pare di poter dire che la figura 10 consente un cauto ottimismo. Da quattro trimestri il dato è in miglioramento e con il secondo trimestre 2010 la variazione passa su valori positivi.

Se non ci sono dubbi sulla direzione del trend e l'ottimismo, sotto questo aspetto, appare giustificato, grandi apprensioni genera la figura 11 dalla quale si desume che la forza della congiuntura positiva è molto contenuta ed il valore delle vendite totali per queste imprese è ancora molto al di sotto del dato di due anni fa.

Figura 11. Valore delle vendite



Fonte: Osservatorio Provinciale sui bilanci delle attività di vicinato

Ci pare di poter dire che l'anno orribile, con la produzione in caduta libera, è alle nostre spalle. Questo studio non è in grado di valutare il prezzo pagato in termini di occupazione e di fallimenti, ma le notizie che riceviamo a questo proposito dalla cronaca quotidiana sono purtroppo pessime.

Anche se sappiamo che la meccanica torinese non è totalmente dipendente dal settore automotive, dobbiamo comunque constatare che, a questo punto, una vigorosa ripresa del giro d'affari di quest'area dipende fortemente dal futuro della produzione automobilistica nella nostra provincia.

Anche se ridimensionato, il ruolo di Mirafiori appare quindi, ancora oggi, fondamentale per la ripresa dell'attività produttiva più importante della provincia e quindi per la crescita economica della stessa.