



**ISTITUTO DI RICERCA SULL'IMPRESA E LO SVILUPPO
VIA REAL COLLEGIO, 30 - 10024 MONCALIERI**

**Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio
e dell'artigianato in provincia di Torino.
Aggiornamento congiuntura secondo trimestre 2012 e dati
contabili annuali 2010-2011**

a cura di:
Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali

Rapporto di ricerca per la CCIAA di Torino, svolto in collaborazione con le seguenti associazioni imprenditoriali: Ascom Torino, Casartigiani Torino, Confartigianato Torino, Confesercenti Torino, CNA Torino

Torino, Febbraio 2013

**Osservatorio sui dati contabili delle imprese del commercio e
dell'artigianato in provincia di Torino.
Aggiornamento congiuntura secondo trimestre 2012 e dati contabili
annuali 2010-2011**

a cura di Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali

INDICE

Premessa 4

Prima parte

Analisi dei dati contabili annuali (2010-2011).....

Analisi dei dati contabili annuali (2010-2011) 6

1. Variabilità dell'universo, rilevanza del campione e metodologia di analisi 6

 1.1 Struttura degli investimenti e delle fonti. Valori aggregati 10

 1.2 L'indebitamento: dimensioni e tipologia 16

 1.2.1 Analisi delle medie ponderate 16

 1.2.2 Analisi disaggregata 20

2. Analisi economica 26

 2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini 26

 2.2 Efficacia, efficienza, redditività 30

3. Note conclusive 42

 3.1 Note contestuali 42

 3.2 Note congiunturali 43

Seconda parte

**Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di
Torino: aggiornamento al secondo trimestre 2012**

1. Introduzione 45

2. Metodologia di analisi 46

3. Variabili statistiche osservate 48

4. La struttura del campione 48

 4.1 La dimensione delle imprese 49

 4.2 I settori merceologici delle imprese 52

 4.3 La localizzazione delle imprese 54

5. 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 2012: 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	63
7.	La congiuntura nel secondo trimestre 2012: il confronto con l'anno precedente	64
7.1	Il dato aggregato.....	64
7.2	L'ambito dimensionale	65
7.3	L'ambito territoriale	66
7.4	L'ambito settoriale	66
8.	La congiuntura nel secondo trimestre 2012: la dinamica tendenziale	68
8.1	Il dato aggregato.....	68
8.2	L'ambito dimensionale	69
8.3	L'ambito territoriale	69
8.4	L'ambito settoriale	70
9.	Conclusioni	70

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

Aggiornamento congiuntura secondo trimestre 2012 e dati contabili annuali 2010-2011

a cura di Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali

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.

L' 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'imprese che rappresentino un campione significativo dell'universo.

La nostra è l'unica ricerca a livello provinciale basata sull'elaborazione dei bilanci di micro-imprese commerciali, artigiane e di servizi. Il materiale su cui lavoriamo è costituito sia da bilanci formalizzati, sia dai valori contabili rilevati dalle contabilità d'impresa 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 imprese 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 imprese a contabilità ordinaria che, da quest'anno, sarà allargata alle imprese 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 imprese 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 imprese 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 imprese per rispondere alle turbolenze del mercato.

2) un'analisi trimestrale su insiemi uniformi di imprese che evidenzia l'andamento congiunturale dei ricavi, indagine che interessa circa 5.000 imprese. 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 (2010-2011)

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 di imprese di cui disponessimo almeno tre anni di bilanci. 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 quasi scomparse 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 tre anni.

Si noti che noi estraiamo il campione sempre dalle stesse fonti; tecnicamente dovremmo ottenere quindi non un campione ma 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 o piccole, e si utilizzano

anche i valori rielaborati da terzi, non si può correre il rischio di calcolare 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	175
Artigiani filiera della casa	131
Artigiani trasporto	19
Artigiani servizi alle persone e alle imprese	52
Totale artigiani	376
Somministrazione	168
Non food	407
Food	92
Totale commercio e somministrazione	667

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. 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 1043 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 (2011)

Settori	Ricavi	Valore aggiunto
Artigiani manifatturieri	1166610	362401
Artigiani filiera della casa	1082673	315378
Artigiani trasporto	1886679	383528
Artigiani servizi	1141013	388185
Somministrazione	503245	165446
Non food	996201	220629
Food	1618208	263535

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 il campione è relativo al trasporto merci). Confrontando i dati medi dello scorso anno registriamo variazioni in diminuzione perché abbiamo anche quest'anno optato per una dimensione delle imprese inferiore a quella dello scorso anno.

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 tutte le imprese questa operazione è stata da noi effettuata sulla base dei dati dell'ultimo anno.

Tabella 3: Struttura patrimoniale delle imprese del commercio (2011)

	Food	Non food	Somministrazione
grado di immobilizzazione	28,66	26,05	62,14
grado di elasticità	71,34	73,95	37,86
rimanenze su totale attivo	26,60	41,77	5,20
crediti a breve su totale attivo	24,41	18,58	19,08
liquidità su totale attivo	11,13	8,11	6,65
copertura immob. (secondario)	0,94	1,41	0,71
copertura immob. (primario)	0,56	0,87	0,25
debiti a breve su passivo	61,40	54,96	49,87

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Tabella 3.1: Struttura patrimoniale delle imprese del'artigianato (2011)

	manifattura	Filiera casa	trasporti	servizi
grado di immobilizzazione %	24,03	14,28	30,64	22,51

grado di elasticità %	75,97	85,72	69,36	77,49
rimanenze su totale attivo %	13,46	22,28	1,03	15,09
crediti a breve su totale attivo %	50,78	48,48	65,55	46,97
liquidità su totale attivo %	7,94	7,18	2,67	10,13
copertura immob.(secondario)	1,41	2,55	1,67	1,53
copertura immob.(primario)	0,91	1,61	0,73	1,11
debiti a breve su passivo %	55,50	59,83	59,47	57,92

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Rispetto agli investimenti in costi pluriennali si accentua il fenomeno che vede in crescita da anni il dato del commercio al dettaglio alimentare che diventa di molto superiore a quello dell'artigianato manifatturiero: un dato impensabile nei decenni passati causato dagli investimenti per gli adeguamenti frequenti dei reparti di vendita (per la messa a punto di quei "non luoghi" di cui esiste ormai ampia letteratura) e di stoccaggio, per l'aggiornamento delle attrezzature per la conservazione delle merci e per i sempre più sofisticati apparecchi elettronici per la sicurezza e l'anti taccheggio.

Anche nel commercio non food la percentuale di investimenti in immobilizzazioni è di tutto rispetto (in questo caso incidono spesso i costi di "ambientazione")

Tutto ciò ha modificato, come vedremo in seguito, le barriere all'entrata in queste aree d'affari.

Continuano ad essere elevati gli investimenti fissi nell'area somministrazione e, per contro, molto bassi in quella dell'edilizia che, come sappiamo, ricorre spesso al noleggio dei macchinari.

Notevole è l'incidenza delle rimanenze per le aree del dettaglio non alimentare e dell'artigianato della casa. Ciò naturalmente costituisce un costo sia in termini di spazi necessari sia in termini di interessi sul capitale investito. Quest'ultima componente di costo diminuisce nella misura in cui le imprese riescono ad ottenere crediti di fornitura.

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

Le aree con maggiore liquidità sono il commercio food e l'artigianato dei servizi.

Questo indice (relativo alla cassa e conti correnti a vista) si conferma il più omogeneo fra quelli calcolati nelle tabelle precedenti.

Le imprese artigianali hanno una maggiore quota di vendite ad altre imprese per cui la loro quota di crediti a breve sul capitale investito è assai superiore di quello evidenziato

dal commercio dettaglio che vende prevalentemente ai consumatori finali e quindi incassa subito i corrispettivi di vendita.

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) Quando il capitale proprio e i debiti a lungo termine sono sufficienti a coprire tutte le immobilizzazioni (indice secondario > 1) si realizza un importante requisito di equilibrio finanziario perché anche la corrispondenza delle scadenze fra attività e passività a breve termine risulta equilibrata e favorevole.
- 2) Un valore dell'indice di copertura secondario 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.

Confermiamo, come lo scorso anno, 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), 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.

La figura 1 ci parla anche delle rilevanti differenze operative che caratterizzano le diverse aree d'affari, in alcuni casi introducendo alcune distorsioni. Ad esempio le imprese dell'area somministrazione praticano un ricarico sul costo di magazzino assai elevato in confronto alle altre aree del commercio; da ciò deriva una valutazione del

CCN che potremmo definire sottostimata. Quindi l'indice induce ad una valutazione peggiore di quella che probabilmente è la realtà. 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 (2011)



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Se si confrontano i dati della figura 1 con l'indice di copertura delle immobilizzazioni riportato nelle tabelle 3 si nota una certa correlazione degli andamenti (indici di copertura bassi corrispondono a CCN negativi, indici di copertura più elevati corrispondono a CCN positivi maggiori.)

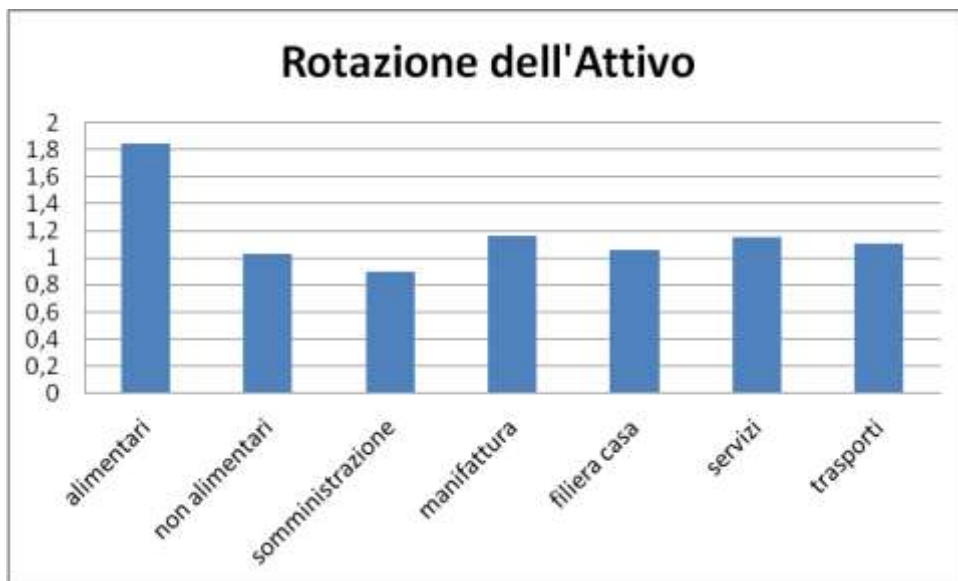
Questo dato conferma l'importanza degli indici di copertura non solo come indicatori centrali di stabilità finanziaria ma anche come segnalatori dell'equilibrio finanziario a breve scadenza.

Altro dato rilevante ai fini della stabilità finanziaria è la durata dei cicli aziendali poiché essi influiscono sulla capacità delle imprese di far fronte ai propri debiti a breve scadenza; 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 il valore annuo della produzione 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 2011)

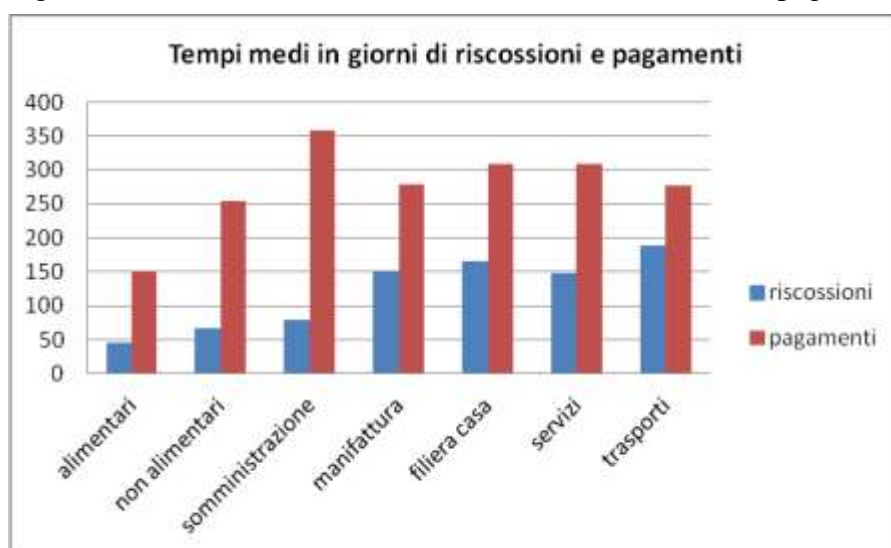


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

I risultati confermano le attese della teoria: i valori più bassi corrispondono alle due aree d'affari il cui ciclo tecnico è più lungo e complesso (la somministrazione nel comparto del commercio e l'edilizia in quello dell'artigianato). Nella somministrazione l'indice di rotazione dell'attivo è basso a causa dei notevoli investimenti in capitale fisso, tuttavia anche nell'ambito del commercio non alimentare i valori non sono alti perché in questo caso incide l'elevata consistenza media delle 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 monetario 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 e dagli acquisti e il flusso di liquidità in uscita. La grande differenza fra i tempi di dilazione delle riscossioni e dei pagamenti dipende dal fatto che stiamo analizzando imprese che operano

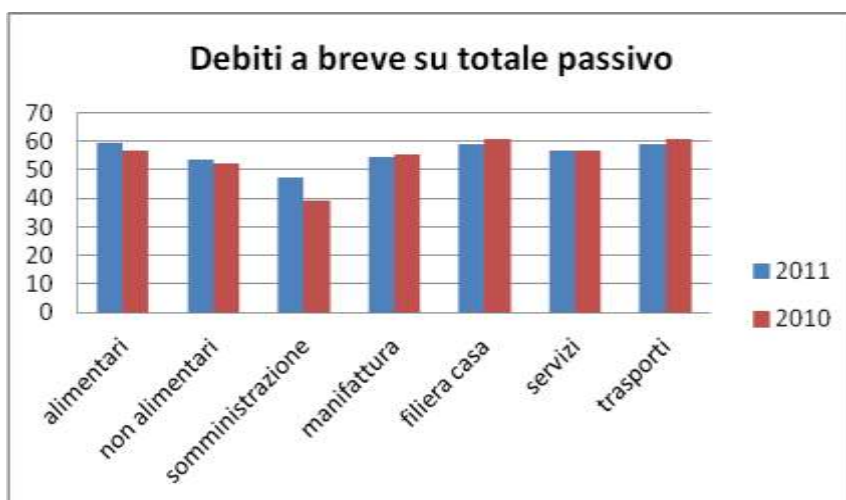
prevalentemente nei confronti di consumatori finali con incasso immediato alla vendita.

1.2 L'indebitamento: dimensioni e tipologia

1.2.1 Analisi delle medie ponderate

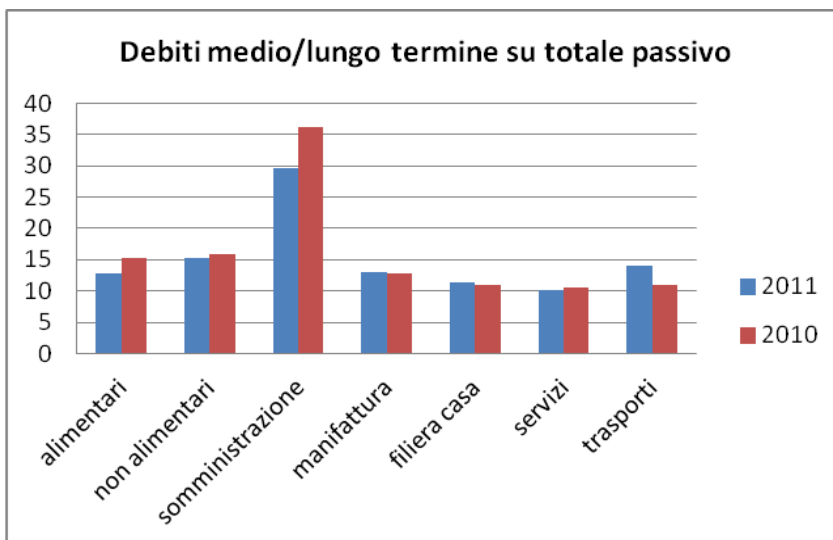
Dedichiamo ora la nostra attenzione alla struttura e all'entità del debito delle imprese per cercare di capire se esistono situazioni di rischio o se queste si possono prospettare nella difficile congiuntura che stiamo attraversando (figura 4).

Figura 4: Indebitamento a breve termine su totale passivo



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

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



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Uno sguardo d'insieme ci conferma che la composizione del debito vede la prevalenza del debito a breve termine con la parziale eccezione delle imprese della somministrazione.. Circa il 60% del passivo è costituito da indebitamento a breve (prevalentemente debiti di fornitura apparentemente non onerosi). Per le attività di somministrazione la composizione del passivo si differenzia notevolmente sia per la necessità di ricorrere ai debiti a lunga scadenza per finanziare i maggiori costi pluriennali sia per la minore necessità di finanziamenti di fornitura.

Se poniamo attenzione al quadro contestuale del biennio 2010, 2011 rileviamo una dinamica assai pericolosa che ha interessato tutte le aree del commercio e, particolarmente, la somministrazione. In quest'anno è avvenuto lo spostamento di una parte considerevole del debito a medio lungo termine su scadenze brevi. Com'è noto ciò comporta un restringimento dei margini di manovra degli amministratori e una minore stabilità finanziaria.

Per verificare l'indebitamento finanziario costituito da fondi negoziati sul mercato presso banche o altre istituzioni finanziarie abbiamo verificato che i dati bancari a nostra disposizione non sono sufficientemente certi, inoltre possiamo disporre, in ogni caso, del solo dato al 31 dicembre che poco ci dice rispetto all'esposizione debitoria media annuale.

Procediamo quindi a misurare gli oneri finanziari netti (proventi finanziari meno oneri finanziari) che sono la conseguenza certa dell'indebitamento finanziario. Il primo tipo di misurazione è relativo poiché si procederà al rapporto con il valore Aggiunto: dovremmo in questo modo appurare su quale area d'affari pesa maggiormente l'indebitamento.

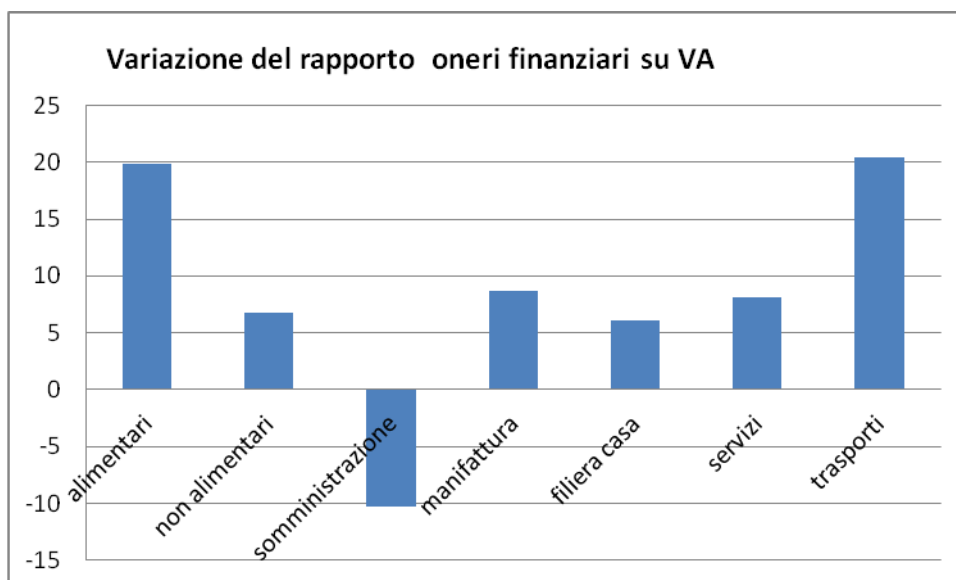
Figura 6: Incidenza degli oneri finanziari su V.A.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La figura 6 consente una graduatoria delle aree d'affari che sopportano il maggior sacrificio, in termini di erosione del VA, connesso al pagamento di interessi su posizioni debitorie.

Figura 7. Variazione del rapporto oneri finanziari / Valore aggiunto



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La figura 7 segnala, in percentuale, la variazione del rapporto degli oneri finanziari netti su valore aggiunto. Si tratta di variazioni che tengono conto dell'eventuale crescita o decrescita del valore aggiunto e quindi sono valori significativi (se ad esempio i costi finanziari sono raddoppiati ma, nello stesso periodo, è raddoppiato anche il valore aggiunto l'incremento è pari a zero). La dinamica è molto peggiore rispetto ai cambiamenti 2009 – 2010. Per quasi tutte le aree il rapporto oneri finanziari / V.A. peggiora; inaspettatamente fa eccezione l'area della somministrazione che, evidentemente, ha tratto qualche vantaggio dalla ristrutturazione del debito.

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 2010 e 2011). Si tenga conto che, anche in questo caso, 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 8).

Figura 8. Oneri finanziari netti su totale debiti.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Dopo due anni virtuosi in cui, fatta eccezione per l'area alimentari, l'onerosità media del debito complessivo era sensibilmente diminuita, il 2011 segna un'inversione di tendenza con la sola eccezione dell'area della somministrazione. 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 palesi (debiti di fornitura).

Vogliamo infine sottolineare il caso delle imprese del dettaglio alimentare: fino allo scorso anno registrava costi finanziari su totale debiti minori rispetto ad altre aree d'affari ma il peggioramento di questo indicatore registrato negli ultimi due anni fa sì che oggi il dato di quest'area sia allineato alle altre. Questo avviene nonostante il privilegio di cui quest'area gode a livello di generazione di liquidità.

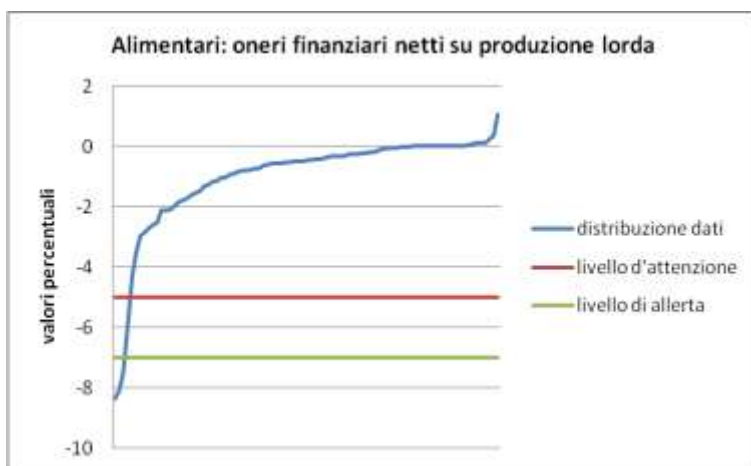
1.2.2 Analisi disaggregata

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 prodotti. 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 difficilmente accettabili per le imprese.

Figura 9: Imprese dettaglio alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011) - Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La percentuale delle imprese che registrano prevalentemente costi finanziari molto elevati e possono quindi essere considerate a rischio non è mutata rispetto all'anno precedente (6%) così come sono rimaste invariate sia la percentuale delle imprese che hanno una gestione finanziaria positiva (22%) sia quella delle imprese che sostengono costi finanziari accettabili (78%)

Figura 10: Imprese dettaglio non alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011) - Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La situazione delle imprese del dettaglio non alimentare (figura 10) è identica a quella dell'area "alimentari" per quanto concerne le imprese a rischio ma è peggiore per ciò che concerne le imprese che non sopportano oneri finanziari (solo il 12%).

Figura 11: Imprese della Somministrazione. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011) - Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Già il primo sguardo alla figura ci segnala che in questo caso la soluzione è decisamente peggiore perché risulta elevato il numero delle imprese sotto le soglie di attenzione e di allerta e perché appare ridotta la schiera di imprese che hanno un risultato della gestione finanziaria positiva. In effetti dalla verifica dei dati queste imprese sono meno del 10 % mentre quelle che sopportano oneri finanziari, a nostro avviso, eccessivi sono un po' più del 15%.

In sintesi: delle tre aree d'affari del commercio le imprese della somministrazione sono quelle che sopportano maggiori oneri finanziari in rapporto al fatturato mentre le imprese delle altre aree nel 2011 si trovano in una situazione di rischio comparabile.

Le aree d'affari artigiane hanno, in genere, un ciclo tecnico più lungo e un mix di clientela con una quota "consumer" molto minore; tutto ciò comporta, come abbiamo avuto modo di vedere in figura 3, un ciclo monetario più lungo ma non necessariamente, come abbiamo visto in figura 6, un maggior carico di oneri finanziari netti rapportati al Valore Aggiunto prodotto dall'impresa. Verificheremo ora se il valore medio ponderato descrive adeguatamente la situazione media di tutte le imprese.

Figura 12: Artigiani manifatturieri. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La situazione qui sembra avere un maggior tasso di "normalità" sotto due aspetti: come nel caso della somministrazione sono poche le imprese con risultato

finanziario positivo (9% circa) ma in questo caso si aggiunge un ulteriore elemento di normalità perché solo il 3 per cento delle imprese supera il livello di attenzione. Si tratta di un'area d'affare che sotto questo aspetto offre garanzie di una discreta solidità.

Figura 13: Artigiani dei servizi. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

I risultati disaggregati per impresa della figura 13 confermano pienamente i risultati aggregati della figura 6. Pare che le imprese artigianali dei servizi siano fra quelle che sopportano oneri finanziari minori. Tutte le imprese sono ben lontane dal livello di attenzione.

Figura 14: Artigiani del trasporto. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione lorda (2011). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Il campione delle imprese di trasporto è assai piccolo rispetto a quelli delle altre aree, tuttavia è significativo rispetto all'universo. Una sola impresa supera il livello di attenzione e di allerta e costituisce il 5% circa del totale delle imprese. La situazione dell'area nel suo complesso è definibile "buona" poiché il 95% delle imprese ha oneri finanziari facilmente sostenibili.

Figura 15: Artigiani filiera dell'edilizia. Rapporto % risultato gestione finanziaria su Produzione Lorda (2011) - Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Qui la situazione è ben diversa e, per giunta, leggermente più grave di quanto mostri il grafico in quanto per renderlo più leggibile abbiamo scartato poco meno del 2% delle imprese. L'8% delle imprese supera il livello di allerta e questo dato, a nostro avviso, è peggiore del 15% registrato dall'area somministrazione perché in questo caso il ciclo tecnico di produzione è molto più lungo e conseguentemente anche il ciclo monetario. La figura 6 ci dice che complessivamente l'area d'affari non sopporta costi finanziari esorbitanti e quindi dobbiamo dedurre che solo alcune imprese potrebbero trovarsi in difficoltà.

Fra le aree del commercio le imprese della somministrazione tornano, dopo due anni, a presentare una maggiore percentuale di soggetti a rischio.

Per il secondo anno consecutivo, fra gli artigiani, il maggior numero di imprese in sofferenza finanziaria lo si riscontra nell'edilizia, mentre a livello aggregato, gli

artigiani del trasporto sono coloro che consumano più valore aggiunto per pagare gli interessi sul debito.

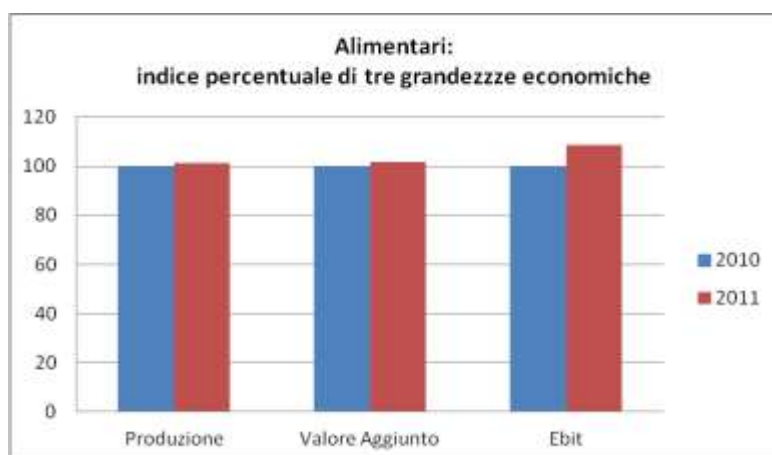
Alla luce di quanto esposto in figura 7 si può affermare che la situazione degli oneri finanziari delle imprese di vicinato è peggiorata nel 2011 e, tuttavia, la successiva analisi disaggregata ci dice che la maggioranza delle imprese si mantiene in zona di sicurezza.

2. Analisi economica

2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini

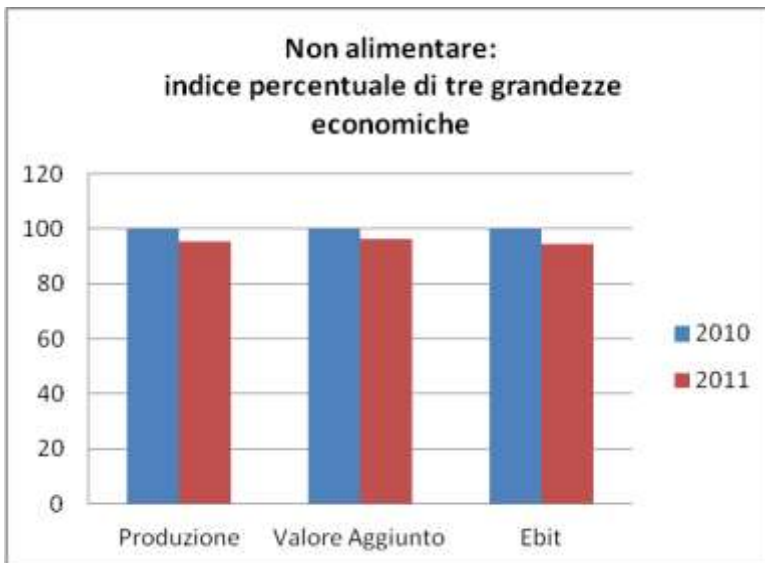
In questo paragrafo cercheremo di dare conto del trend delle più significative grandezze relative ai risultati d'esercizio.

Figura 16: Imprese dettaglio alimentare. Trend di tre grandezze economiche



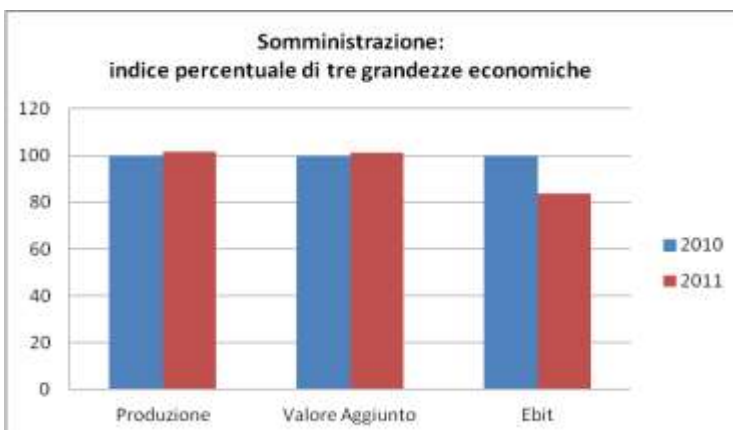
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

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



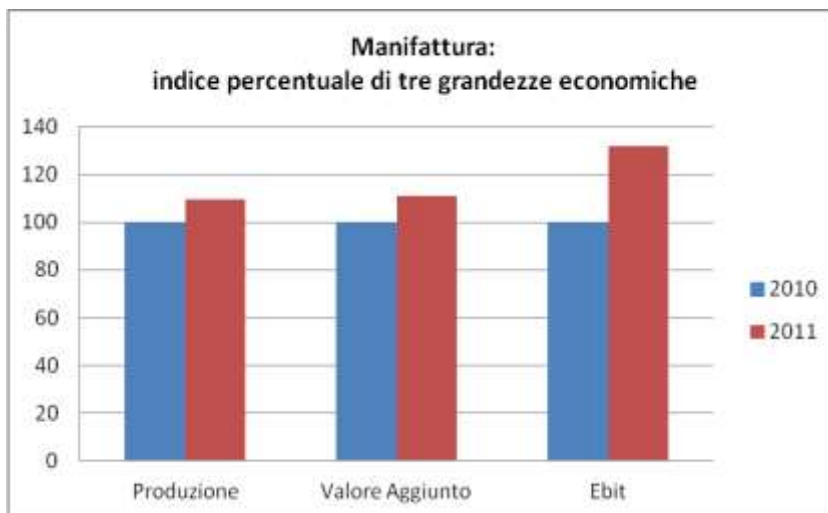
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 18: Imprese della somministrazione. Trend di tre grandezze economiche



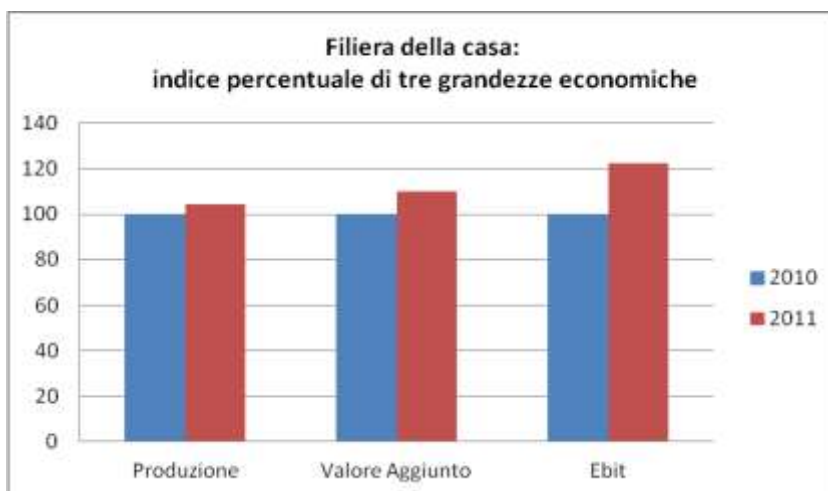
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 19: Artigianato manifatturiero. Trend di tre grandezze economiche



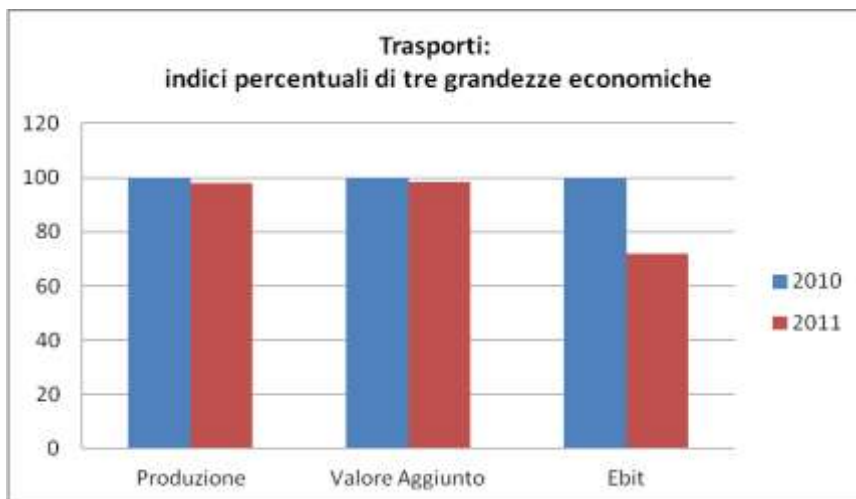
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 20: Artigianato filiera della casa. Trend di tre grandezze economiche



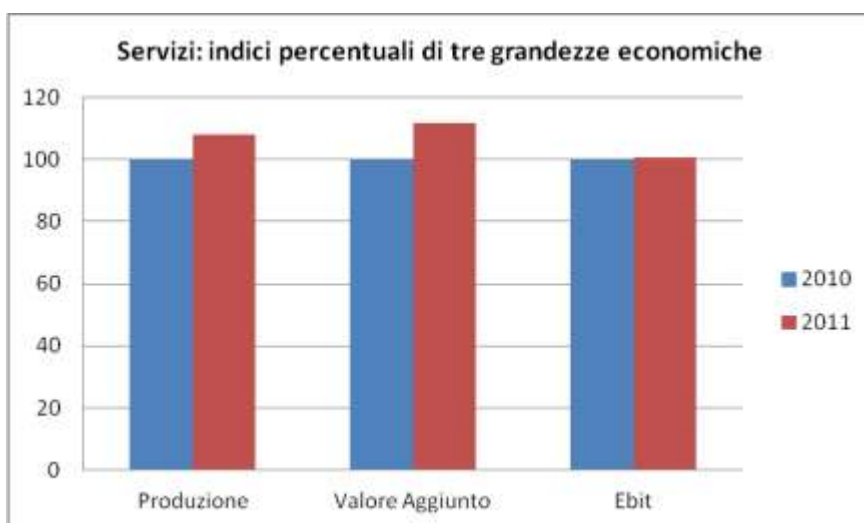
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 21: Artigianato trasporti. Trend di tre grandezze economiche



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 22: Artigianato servizi. Trend di tre grandezze economiche



Quella che venne definita la “ripresina del 2011” si manifesta in cinque aree d'affari su sette: due del commercio e tre dell'artigianato. Questa affermazione vale se si guarda alla produzione mentre se guardiamo all'Ebit solo tre aree su sette evidenziano miglioramenti. Il diminutivo fu appropriato perché anche l'aumento della produzione appare complessivamente debole con la sola eccezione dell'area della manifattura per la quale si può, a ragione, parlare di ripresa. Anche il 2010 aveva dato qualche segnale positivo per le imprese della manifattura, ma ci preme segnalare che i recuperi in termini di produzione, valore aggiunto ed ebit realizzati nel biennio 2010- 2011 non sono sufficienti a bilanciare la disastrosa caduta dell'anno 2009

Naturalmente per quanto riguarda le aree d'affari a ciclo tecnico molto lungo, come la filiera della casa, l'effetto di trascinamento maschera una crisi che, come sappiamo, diventerà palese dal 2012.

Non stupisce l'andamento negativo dell'area del dettaglio non food che dall'inizio della crisi ha dato pochissimi segnali di vitalità.

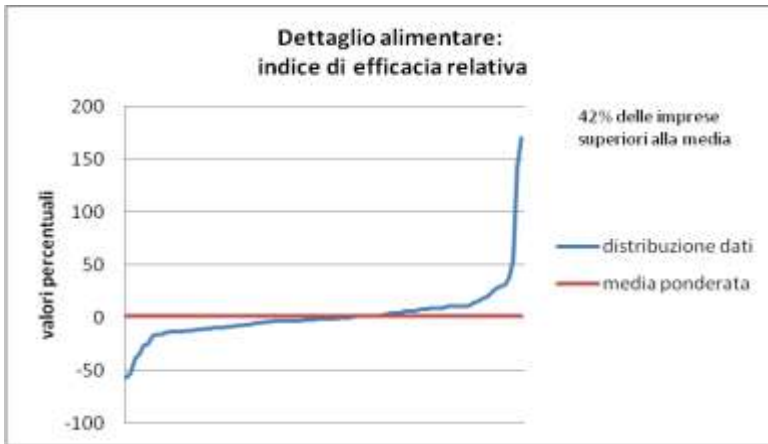
2.2 Efficacia, efficienza, redditività.

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);

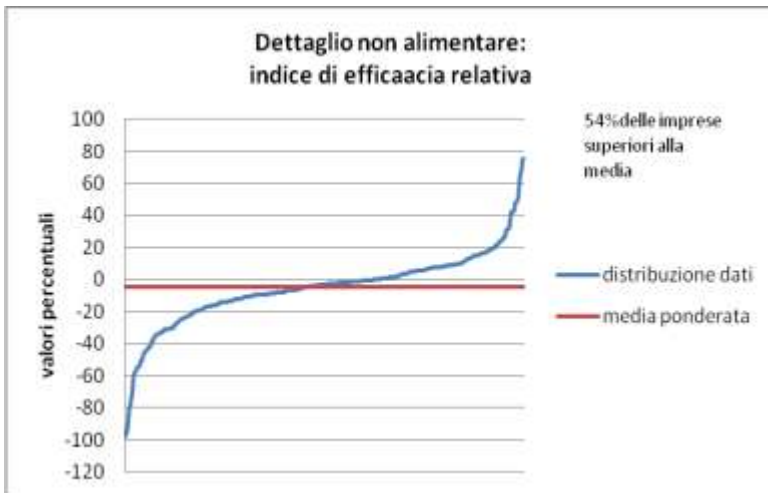
- con la seconda misuriamo il valore medio del settore dell'efficienza utilizzando la differenza tra la variazione del Risultato Operativo e quella del Valore Aggiunto (Δ Valore Aggiunto - Δ Risultato Operativo). Su questo indicatore di efficienza possono essere sollevate numerose obiezioni dagli amici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

Figura 24 . Imprese alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



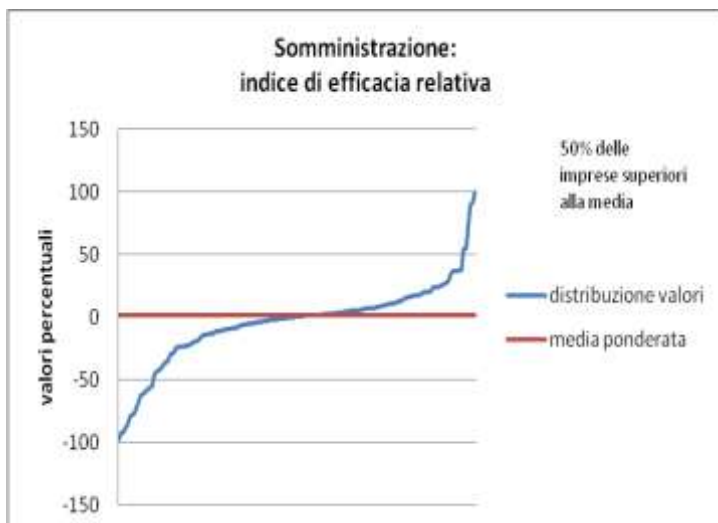
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 25. Imprese non alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

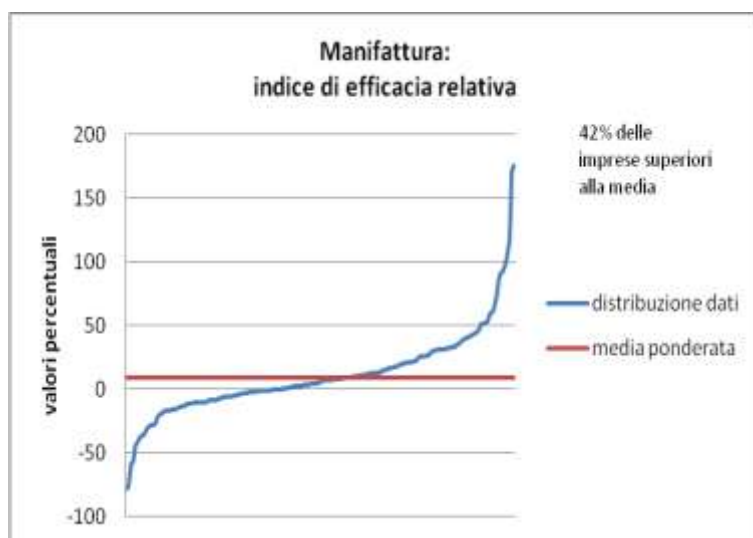
Figura 26 . Imprese della somministrazione: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

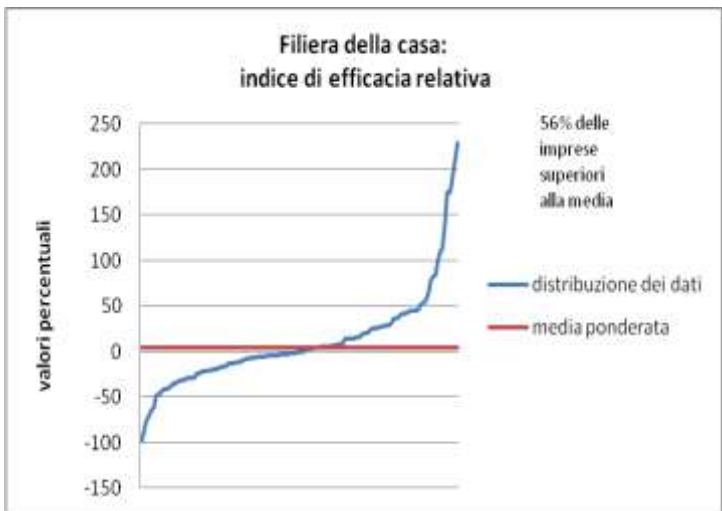
Mediamente, nelle aree del commercio un imprenditore su due si dimostra maggiormente abile ad accaparrarsi quote di mercato; si può quindi affermare che per ciascuna impresa che vede diminuire il proprio giro d'affari ce n'è una che lo aumenta. Naturalmente questo dato è approssimativo ma i dati esatti, riportati nelle figure non sono molto diversi.

Figura 27 . Artigiani manifatturieri: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 28. Artigiani edili: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 29. Artigiani del trasporto: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Figura 30. Artigiani dei servizi: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

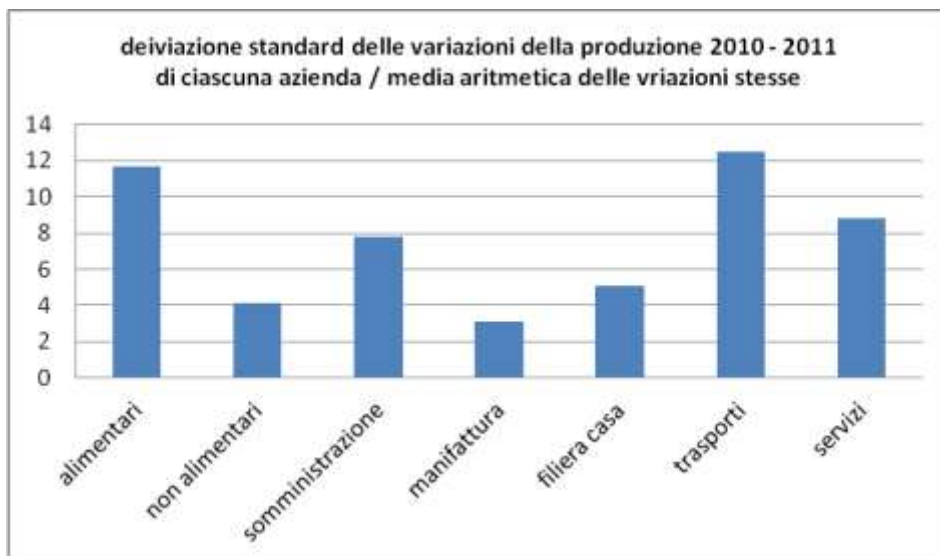
Quando, come nel caso dei servizi, ad una forte crescita media corrisponde un piccolo numero di imprese sopra la media si può affermare che ci si trova di fronte ad un'offerta estremamente disomogenea rispetto alla capacità di stare sul mercato.

Come si può constatare, al contrario di quanto avviene nelle aree del commercio, in nessun caso la funzione media incontrando la linea della distribuzione dei valori delle singole aziende dividendo in parti uguali le aziende; l'efficacia dell'azione imprenditoriale appare molto più differenziata per le aree dell'artigianato.

Naturalmente per le aree d'affari in cui più della metà delle imprese si colloca sopra la media si possono dedurre condizioni competitive omogenee e quindi un livello di concorrenza più basso e minori difficoltà di gestione. Quando la maggioranza delle imprese si colloca sotto la media significa che per molte si restringe il mercato, la competizione diventa più dura e maggiore è la differenziazione fra vincenti e sconfitti. Per approfondire meglio l'omogeneità delle variazioni in aumento e in diminuzione delle singole imprese utilizziamo un indice di dispersione relativo.

La figura 31 rappresenta i valori del rapporto deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della produzione delle singole imprese.

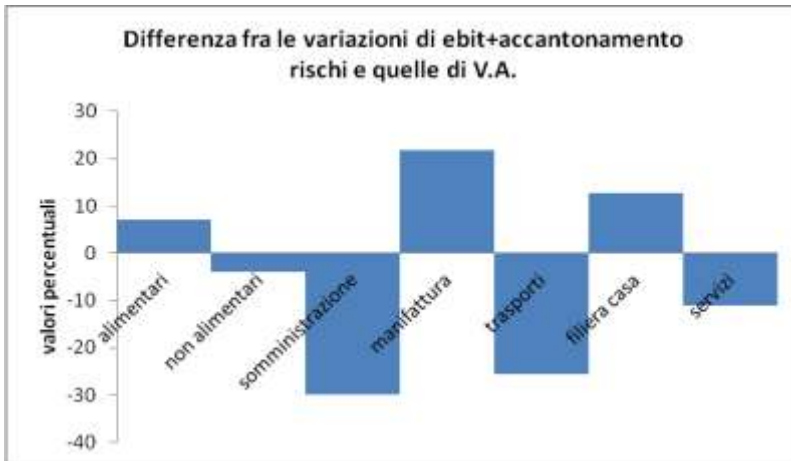
Figura 31. Rapporti deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della produzione 2011 su 2010. Valori Assoluti



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Sono stati assunti i valori assoluti perché qui non è rilevante il segno delle variazioni ma l'entità. Occorre leggere la figura 31 tenendo conto delle figure precedenti; la situazione è molto variabile di anno in anno poiché il quadro competitivo si modifica anche con i cambiamenti congiunturali. Sicuramente a valori maggiori corrisponde una media degli scostamenti relativi più elevata e quindi una maggiore differenziazione dei risultati che potrebbe corrispondere ad una concorrenza più elevata.

Figura 32. Efficienza della gestione: differenza fra le variazioni percentuali dell'ebit + accantonamenti rischi e quelle del valore aggiunto. 2011 su 2010



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

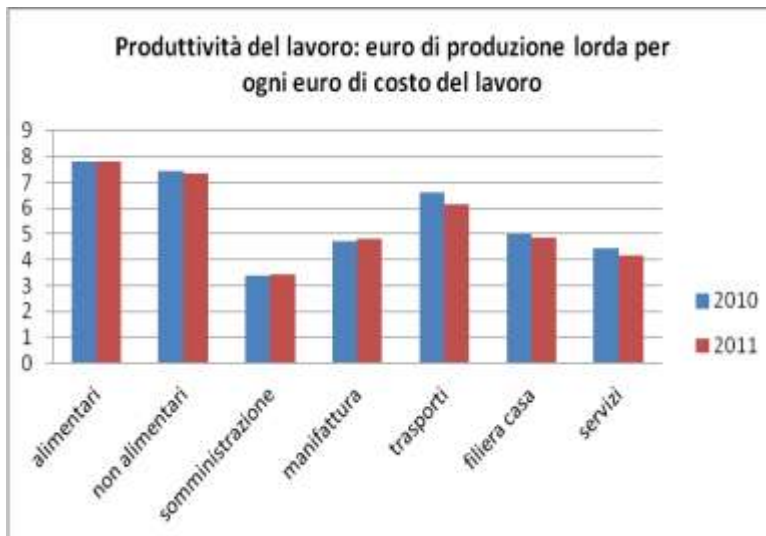
Abbiamo aggiunto l'accantonamento rischi all'EBIT per neutralizzare l'effetto di una posta di bilancio che risulta spesso influenzata da valutazioni soggettive.

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 per 4 delle sette aree che qui stiamo studiando. Mostrano risultati positivi il dettaglio alimentare, la manifattura, e la filiera della casa; molto negativi le imprese della somministrazione e quelle dei trasporti.

Nel definire l'efficienza aziendale intervengono più elementi. Certamente influisce molto un razionale utilizzo dei fattori produttivi ma questo, nelle attività di vicinato non sempre è possibile, soprattutto nell'ambito delle attività commerciali che risultano, sotto certi aspetti, meno flessibili.

Ora procederemo ad altre misurazioni che ci permettano di costruire un giudizio equilibrato.

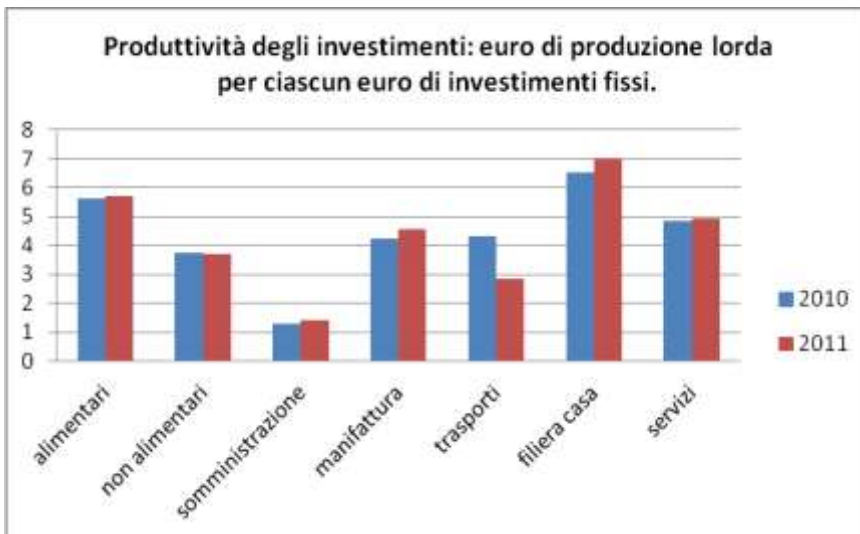
Figura 33. Produttività del lavoro.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Come si vede questo grafico oltre a segnalarci le variazioni di produttività all'interno di ciascuna area, ci fornisce anche una graduatoria delle imprese redatta sulla base "labour intensive" che vede al primo posto la somministrazione e all'ultimo il dettaglio alimentare. Si registrano lievi miglioramenti nelle aree della manifattura mentre le altre aree o mostrano un risultato invariato oppure lievemente peggiore. Sostanzialmente la situazione non è molto diversa dall'anno precedente.

Figura 33bis. Efficienza della gestione: produttività degli investimenti pluriennali.



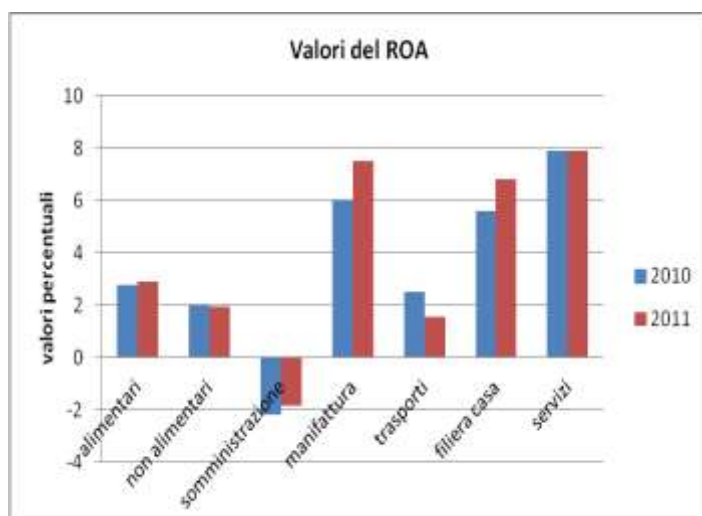
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

Con l'eccezione dei trasporti e del dettaglio non alimentare la produttività degli investimenti migliora un poco in tutte le aree.

La manifattura e la filiera della casa registrano un miglioramento per il secondo anno consecutivo. Il risultato della manifattura è più significativa perché si riferisce ad un'area che investe molto in immobilizzazioni: l'incremento della produzione ha consentito di utilizzare in modo più intensivo gli impianti. L'edilizia e le altre attività collegate con la casa, investono pochissimo in strutture preferendo noleggiare gli impianti necessari ad ogni singola produzione.

Da quanto su esposto si può desumere credibilmente che il peggioramento dei risultati economici parziali (vedi grafici dal 16 al 22) di alcune aree si è giunti, nonostante la "ripresina" a causa di un peggioramento dell'efficienza. 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.

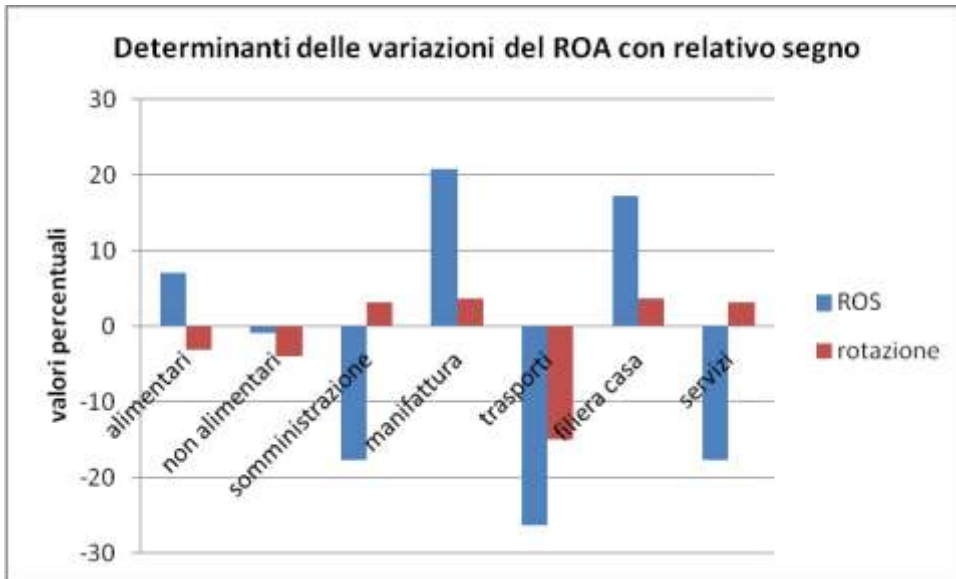
Figura 34. Indici di redditività dell'attivo nel biennio 2010 - 2011



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

L'unica area fra gli artigiani che registra un diminuzione di redditività dell'attivo è quella dell'artigianato dei trasporti mentre due aree crescono e una resta invariata. Fra le aree del commercio quella della somministrazione evidenzia per il secondo anno un miglioramento ma nell'ambito di risultati negativi. Vorremmo ora capire se le variazioni del ROA siano dipese maggiormente da quelle del quantitativo delle vendite o da una diversa redditività unitaria delle vendite.

Figura 35 . Causa delle variazioni del ROA



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Confartigianato, CNA

La figura 35 ci spiega le cause della variazione dell'indice di redditività dell'attivo e il segno delle variazioni dei componenti; poiché la variazione del ROA è la somma algebrica dei componenti la figura consente una lettura completa.

Ad esempio. Alimentari : il miglioramento del ROA si è verificato nonostante un peggioramento dell'indice di rotazione grazie ad un aumento della redditività unitaria delle vendite. In linguaggio meno esatto ma più comprensibile ai profani si può dire che il dettaglio alimentare ha venduto meno dell'anno precedente in rapporto agli investimenti ma ha guadagnato mediamente di più sulle vendite.

I casi estremi sono dati dalla manifattura che migliora tutti gli indici e, all'estremo opposto le imprese artigiane del trasporto che registrano un peggioramento di redditività dell'attivo a causa di un contemporaneo peggioramento dei componenti della stessa.

3. Note conclusive.

3.1 Note contestuali.

Una buona fetta delle imprese rappresentate dal nostro campione ha una dimensione intermedia fra la micro e la grande distribuzione ed occupa spazi rilevanti sul mercato della distribuzione al dettaglio; si tratta di soggetti rilevanti in molti ambiti: “alimentari e grocery”, “elettronica”, “auto”, “ferramenta”, e in altri segmenti specializzati.

Rispetto alla clientela, il mix consumatori – imprese, si differenzia nettamente a seconda che si prendano in considerazione imprese operanti nel commercio o nell’artigianato.

Ma altre sono le differenze rilevanti fra questi due comparti:

- scelta delle localizzazioni
- natura e il curriculum dell’imprenditore
- politiche aziendali.

In questi anni per motivi diversi, fra i quali assumono una rilevanza notevole il progresso tecnologico e la grave crisi economica, il mercato ha subito trasformazioni strutturali notevoli che hanno comportato cambiamenti quantitativi e qualitativi in tutte le aree operative.

Gli imprenditori piccoli e medi hanno dovuto adeguarsi alla nuova realtà modificando a volte la mission e/o le modalità operative. Ad esempio nell’ambito del commercio alcune nicchie di specializzazione sono scomparse o, perlomeno, si sono ridotte, assorbite da una sempre maggiore pervasività della GDO. Un esempio di modifica delle modalità operative è data dalle imprese artigiane le quali in, in gran numero, anno dovuto creare e curare un sito internet aziendale per poter difendere le proprie quote di mercato.

Il contesto a livello di struttura dell’offerta ha subito altre importanti modificazioni in alcune aree. Come abbiamo già avuto modo di osservare nel report dello scorso anno, l’analisi della struttura patrimoniale delle imprese ci conferma che nonostante l’ideologia liberista dominante le barriere all’entrata si alzano sempre più nell’ambito delle vendite al dettaglio, e ciò avviene per due motivi. Da anni registriamo un incremento del peso degli investimenti fissi per i reparti di vendita alimentare, incremento che necessariamente comporta una maggiore disponibilità di capitali di rischio; stessa necessità deriva da un altro fenomeno registrato non in questo studio ma dai dati raccolti a livello di CCIAA: il costante incremento della dimensione media dei reparti Sia alimentari che non alimentari.

Poiché le attività di vicinato nascono spesso per iniziativa di gruppi familiari, il capitale di rischio necessario non viene raccolto sul mercato ma apportato da patrimoni

personali; per questo motivo un aumento del capitale necessario costituisce spesso una barriera insormontabile.

Nell'ambito delle attività artigianali e della somministrazione gli investimenti fissi sono da sempre elevati, ma le imprese artigianali possono godere spesso di meccanismi di prestiti agevolati a lungo termine che in una certa misura sostituiscono il capitale di rischio. Per questo motivo abbiamo registrato (tabelle 3) indici di copertura inadeguati per le imprese del dettaglio alimentare e della somministrazione.

Abbiamo comunque verificato (figura 3) che il ciclo monetario favorevole aiuta in molti casi a sopportare il problema dell'inadeguatezza del capitale proprio che abbiamo segnalato in relazione ad alcune aree d'affari.

Nonostante la crisi abbiamo ancora una volta constatato (figure 9-15) come il problema degli oneri finanziari eccessivi riguardi solo una piccola percentuale delle imprese. Nel valutare questo aspetto, collegato al livello di rischio di insolvenza per gli imprenditori, dobbiamo comunque sempre ricordare che questo studio non conteggia il livello di mortalità che è dato rilevante poiché la maggior parte delle imprese di vicinato, essendo ad impronta familiare, prima di fallire chiude. Analizzando noi solo le imprese rimaste sul mercato otteniamo un'informazione utile ai fini della valutazione dell'offerta ma non ai fini della valutazione della gravità della congiuntura.

3.2 Note congiunturali

Venendo agli aspetti essenziali della congiuntura economica, i dati confermano che vi fu una ripresa economica iniziata nel 2010 e consolidatasi nel 2011. Forse il diminutivo "ripresina" utilizzato sia a livello di media che a livello imprenditoriale descriveva bene il fenomeno da un punto di vista quantitativo ma certo, nella maggioranza dei soggetti interessati, l'aspettativa, fino alla metà del 2011, era quella di un ulteriore miglioramento della congiuntura. I dati relativi alla produzione lorda per la maggior parte delle imprese confermavano questa convinzione. Solo nell'ultimo trimestre del 2011 si cominciò a paventare ciò che in seguito accadde.

Come descrivono bene le figure dal 16 al 21, il segno della ripresa è dato dall'aumento della produzione lorda che nelle attività di vicinato coincide quasi con un aumento delle vendite; solo due aree restano al palo: il dettaglio non alimentare e l'artigianato del trasporto. Dalle stesse figure, si desume, tuttavia, che solo tre aree su sette riescono a migliorare anche i risultati economici. Si tratta certamente di un fatto normale per almeno due ragioni: il prodotto lordo è ancora a livelli assai più bassi rispetto al 2007 e ciò impedisce alle imprese di vicinato di recuperare appieno la produttività; inoltre,

proprio a causa dell'entità della crisi si suppone che le imprese attuino atteggiamenti prudenti.

Come ci mostrano le figure 33 ad una diminuzione della produttività del lavoro per quasi tutte le aree corrisponde un aumento di produttività degli investimenti fissi.

La sintesi è data dalla variazione dell'indice di redditività dell'attivo che migliora in cinque aree su sette.

Queste affermazioni riguardano, come sappiamo, dati ottenuti con medie ponderate: l'analisi disaggregata dell'efficacia (misura delle difficoltà incontrate nella nuova situazione di mercato dalle singole aziende) e dell'efficienza (capacità nell'organizzazione del ciclo produttivo) ci ha indicato i casi in cui il dato ponderato non arriva a descrivere correttamente la situazione.

Alla luce dei dati qui elaborati, riteniamo che le aspettative per un 2012 migliore fossero, fino al mese di luglio 2011 più che giustificate, soprattutto nell'ambito della manifattura e dei servizi. L'aggravamento della crisi manifestatasi in seguito fa presagire una congiuntura negativa di durata eccezionale che avrà come conseguenza più importante ma modifica dell'intera struttura produttiva e quindi anche delle aree di attività di vicinato di cui si occupa questo osservatorio.

La capacità media di sopravvivenza delle imprese che qui interessano è messa a prova ogni anno di più, nonostante le grandi capacità di adattamento mostrate da alcuni imprenditori nell'adeguarsi alle nuove condizioni qualitative e quantitative del mercato.

La presenza sempre più raffinata in rete, l'adeguamento costante della fornitura, la rincorsa alle nuove tendenze di mercato non sono garanzia di successo ma certamente aiutano la sopravvivenza delle imprese.

Non sappiamo se il prossimo anno saremo qui ad occuparci del 2012, sappiamo che, in ogni caso, sarà un compito non gioioso.

Seconda parte

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: aggiornamento al secondo trimestre 2012

a cura di Giampaolo Vitali

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 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 dal primo trimestre 2011 al secondo trimestre 2012.

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 cui 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 2011-2012. 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 secondo trimestre 2012 viene condotto utilizzando i dati di 3.757 imprese. L'unità statistica di rilevazione dell'Osservatorio è l'impresa e non il punto vendita. Le contabilità sono 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 teoria, si potrebbe 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 2011, anno in cui le 3.757 imprese che formano il campione chiuso 2011-2012 hanno una dimensione media di 142.000 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 549 e rappresentano il 15% delle imprese del campione) ve ne sono tantissime che si posizionano al di sotto dei 50.000 euro di fatturato (1.561 imprese che rappresentano il 41% delle imprese presenti).

Si nota un ampio spettro della distribuzione delle imprese: mentre le imprese più piccole fatturano nel 2011 poche migliaia di euro all'anno (si tratta di attività marginali), quella più grande mostra un livello di ricavi annuali che raggiunge quasi i 13 milioni di euro (è un piccolo supermercato).

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 2011 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 pesano per il 17% del fatturato totale.

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

	Peso % 2011
Prima impresa	2,4
Prime 10 imprese	10,1
Prime 25 imprese	17,2

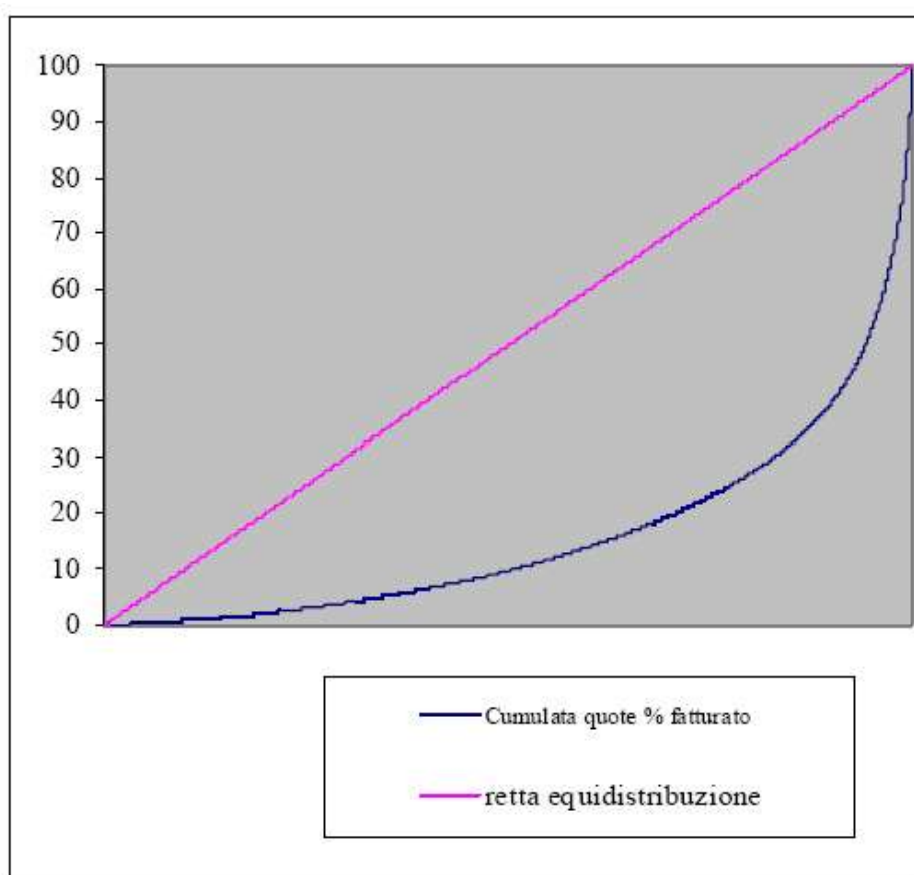
Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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 2011 (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 2011



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La curva di concentrazione del 2011 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 2011 l'indice di Gini ha il valore 0,629 e può essere giudicato come relativamente alto.

Per individuare quali dimensioni di impresa si sono avvantaggiate nel corso del periodo considerato, il campione può essere suddiviso in tre grandi categorie dimensionali: le piccole imprese, e cioè quelle con fatturato al 2011 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 2.571 imprese, che rappresentano ben il 68% delle imprese presenti nel campione, mentre le medie imprese sono 1.128 (il 30% delle imprese totali) e le grandi imprese solo 58 (1% del totale).

Tabella 4.2: Numero di imprese per classe dimensionale

	livello di fatturato al 2011	numero di imprese	% numero di imprese
Piccole imprese	minore di 100 mila euro	2.571	68,4
Medie imprese	tra 100 mila e un milione di euro	1.128	30,0
Grandi imprese	maggiore di un milione di euro	58	1,5
Totale campione		3.757	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 30% della numerosità di imprese determinano ben il 53% dei ricavi totali al 2011, seguita dalle grandi imprese che rappresentano il 25% del fatturato e dalle piccole con il 22%.

Tabella 4.3: Peso dei ricavi per dimensione di impresa

	Peso % ricavi 2011
Piccole imprese	22,2
Medie imprese	52,6
Grandi imprese	25,1
Totale campione	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): mentre le piccole imprese fatturano mediamente solo 46.000 euro, le medie imprese fatturano 249.000 euro e le grandi ben 2,3 milioni di euro.

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

	2011
Piccole imprese	46.176
Medie imprese	249.285
Grandi imprese	2.314.080
Totale campione	46.176

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 della filiera dell'edilizia (che comprende le attività di costruzione, di impiantistica e arredamento), 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.

Il comparto commerciale raccoglie circa un terzo delle imprese totali, con pesi elevati per commercio non-alimentare (16%) e ridotti per quello alimentare (10%) e la ristorazione (8%), mentre la rimanente parte del campione rappresenta il comparto artigiano, con pesi elevati nella filiera della casa (32%) e negli altri servizi (17%), e inferiori nell'industria manifatturiera (14%) e nei trasporti (3%).

Il confronto tra la distribuzione del numero di imprese e da quella dei ricavi 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, delle attività industriali e dell'edilizia, la dimensione media delle imprese è superiore a quella del campione nel suo complesso. Il contrario si registra nei casi in cui l'importanza del settore è maggiore in termini di semplice numerosità delle unità, come nel comparto degli altri servizi.

Tabella 4.5: Numero di imprese per settore di appartenenza

Settore	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2011
Filiera della casa	984	26,2	32,4
Commercio food	266	7,1	9,7
Attività manifatturiere	316	8,4	13,8
Commercio non-food	601	16,0	16,5
Ristorazione	367	9,8	8,1
Altri servizi	1.088	29,0	16,6
Trasporti	135	3,6	2,9
Totale	3.757	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La diversa dimensione media d'impresa emerge chiaramente dalla tabella 4.6: mentre gli altri servizi hanno una dimensione media molto inferiore ai 100 mila euro, quella del commercio food raggiunge i 195 mila euro, anche grazie alla presenza di alcuni piccoli supermercati, mentre le attività manifatturiere fatturano ben 233 mila euro in media e l'edilizia i 176 mila euro. Gli altri comparti sono nell'intorno della dimensione media del campione (142 mila euro nel 2011).

Tabella 4.6: Ricavi medi d'impresa per settore

Settore	Ricavi medi 2011 (euro)
Filiera della casa	175.747
Commercio food	195.012
Attività manifatturiere	232.986
Commercio non-food	146.564
Ristorazione	118.523
Altri servizi	81.475
Trasporti	114.587
Totale	142.169

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 (1.166) sono presenti nel capoluogo, mentre il 69% nel resto della provincia di Torino (2.591).

La composizione dei ricavi mostra che il capoluogo torinese con il 30% delle imprese determina il 31% dei ricavi totali, sintomo che le dimensioni medie d'impresa sono molto simili a quelle relative al resto della provincia.

Tabella 4.7: Numero di imprese per area di localizzazione

Area	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2011
Capoluogo	1.166	31,0	30,7

Resto della provincia	2.591	69,0	69,3
Totale	3.757	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 141 mila euro nel 2011, valore più basso rispetto al resto della provincia (143 mila euro).

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

Area	Ricavi medi 2011 (euro)
Capoluogo	140.770
Resto della provincia	142.798
Totale	142.169

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

5. 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 primo trimestre del 2011 al secondo trimestre del 2012).

Tabella 5.1: Evoluzione ricavi del totale campione (euro)

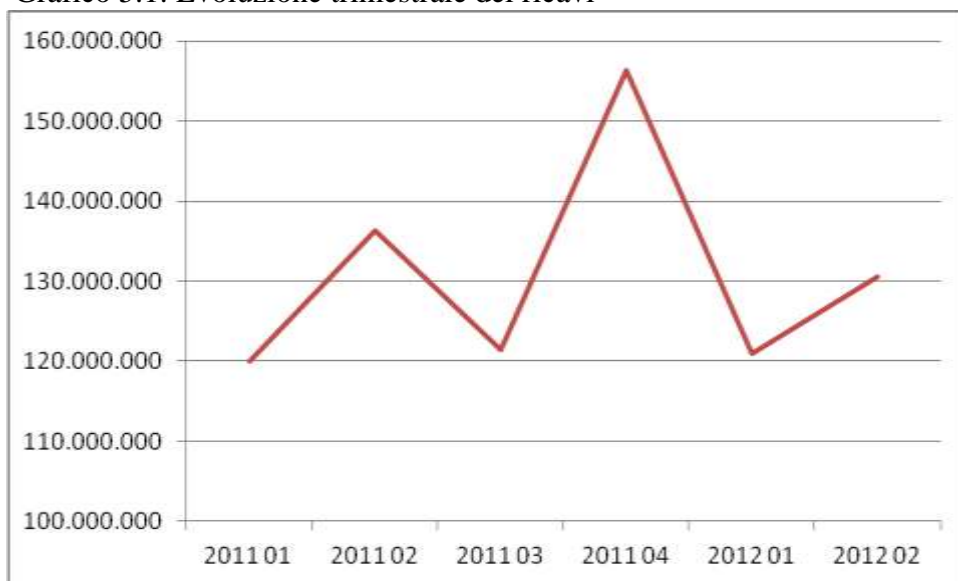
Trimestre	Ricavi
2011 01	120.042.627
2011 02	136.330.791

2011 03	121.472.655
2011 04	156.282.467
2012 01	120.869.346
2012 02	130.511.379

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 di ogni anno. 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.

Come si nota, in ogni anno il quarto trimestre è il periodo con i ricavi più elevati rispetto alla media annuale, grazie alle festività di fine anno che favoriscono maggiori acquisti: nel 2011 tale trimestre mostra un livello di vendite del 17% più alto di quello medio annuale. A tale trimestre di surriscaldamento dell'economia, si contrappongono il terzo e il primo trimestre dell'anno, tipici periodi di stagnazione stagionale della domanda, ove si registra il punto di minimo dell'anno: nel 2011 i ricavi del terzo trimestre raggiungevano il 91% della media annuale, mentre nel primo trimestre il giro di affari è solo il 90% della media del 2011.

Il secondo trimestre è invece un momento di crescita rispetto al trimestre precedente, ma si pone generalmente intorno alla media annuale, come accade nel 2011 (indice 102) e nel 2012 (indice 104).

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

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	90	102	91	117	96	104		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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 2011. Rispetto al primo trimestre, il secondo trimestre del 2011 mostra un aumento del 14%, mentre la riduzione che avviene generalmente nel terzo trimestre di ogni anno porta il livello del fatturato all'1% in più del dato iniziale; successivamente, la stagionalità del quarto trimestre favorisce un aumento del giro d'affari che raggiunge il 30% in più del dato iniziale.

Il primo trimestre del 2012 indica una stagnazione della congiuntura che ritorna sui livelli del primo trimestre 2011 (indice 101) mentre nel secondo la crescita indica un 9% in più di fatturato rispetto all'inizio del periodo considerato.

Tabella 5.3: Indice trimestrale dei ricavi (primo trimestre 2011=100)

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	114	101	130	101	109		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Il ciclo congiunturale annuale è ancora più palese nella tabella 5.4, che mostra l'evoluzione dei ricavi rispetto al primo trimestre di ciascun anno. Nel caso del 2011, si hanno gli stessi dati commentati in precedenza, mentre per il secondo trimestre 2012 mostra una crescita dell'8% rispetto al primo trimestre dello stesso anno. Le dinamiche trimestrali seguono il tradizionale percorso stagionale, come già indicato.

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

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	114	101	130	100	108		

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 dinamica stagionale dei ricavi è sempre la stessa, indipendentemente dalla dimensione delle imprese. Ciò che cambia è invece il livello dei ricavi in ogni trimestre rispetto al primo trimestre del periodo considerato: si segnala, per esempio, il picco (+35%) raggiunto dalle piccole imprese nel IV trimestre del 2011, o il calo del I trimestre 2012 nel caso delle grandi imprese (-9%).

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 del fatturato nelle grandi imprese, che significa ricavi più stabili e indipendenti dalle fluttuazioni congiunturali. Al contrario, nelle medie imprese la varianza dei dati è più elevata.

Il dato del secondo trimestre 2012 mostra che la ripresa congiunturale dalla crisi degli anni precedenti favorisce soprattutto le piccole imprese, che hanno raggiunto un livello di ricavi (118) più alto di quello delle medie (108) e delle grandi imprese (102).

Tabella 5.5: Indice trimestrale ricavi per dimensione di impresa (I trimestre 2011=100)

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	100	116	110	135	115	118		
Medie imprese	100	112	96	133	99	108		
Grandi imprese	100	115	105	119	91	102		
Totale campione	100	114	101	130	101	109		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

5.3 L'ambito territoriale

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

A fronte di un andamento altalenante, a causa della stagionalità infra-annuale, si segnalano cadute di recessione di diversa intensità nei vari territori, con il Capoluogo che nel primo trimestre 2012 si abbassa allo stesso iniziale, mentre nel quarto trimestre del 2011 raggiunge un livello del 34% superiore all'inizio del periodo.

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

Per quanto riguarda il secondo trimestre 2012, la ripresa positiva dalla crisi economica si afferma in modo migliore nelle imprese del Capoluogo rispetto a quelle del resto della provincia.

Tabella 5.6: Indice trimestrale ricavi per localizzazione dell'impresa (I trimestre 2011=100)

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	100	115	104	134	100	112		
Resto della provincia	100	113	100	128	101	107		
Totale	100	114	101	130	101	109		

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 hanno una congiuntura che varia in modo molto differente, indicando l'influenza delle specificità del settore nel determinare le performance delle imprese.

In primo luogo, merita ricordare la diversa variabilità dei dati: il comparto delle costruzioni ha un'elevata variabilità dei ricavi, mentre negli altri comparti la domanda è più stabile nel tempo.

In secondo luogo, merita ricordare che le dinamiche sono uguali in tutti i comparti, e seguono la tradizionale stagionalità trimestrale, mentre i livelli di tali dinamiche sono profondamente differenti, con percorsi di crescita seguiti dai settori nel corso del tempo che portano a livelli di ricavi molto differenti nello stesso momento temporale. Per esempio, merita ricordare il caso del commercio food, che nel terzo trimestre 2011 ha un livello inferiore del 17% a quello del I trimestre 2011, o quello dell'edilizia che mostra nel quarto trimestre 2011 una ripresa del 46% rispetto al primo trimestre del periodo.

Infine, occorre segnalare quanto si registra nell'ultimo dato disponibile: nel secondo trimestre 2012 tutti i settori hanno un livello più alto del dato iniziale, soprattutto la ristorazione (+17%) e l'edilizia (+11%).

Tabella 5.7: Indice trimestrale ricavi per settore di attività (I trimestre 2011=100)

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Filiera della casa	100	119	119	149	93	111		
Commercio food	100	109	83	132	98	108		
Attività manifatturiere	100	109	97	111	104	106		
Commercio non-food	100	116	95	133	106	108		
Ristorazione	100	117	85	117	103	117		
Altri servizi	100	108	99	119	104	104		
Trasporti	100	109	103	119	117	104		
Totale	100	114	101	130	101	109		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6. La congiuntura nel secondo trimestre 2012: il confronto con il trimestre precedente

6.1 Il dato aggregato

La tabella 6.1 fornisce la variazione percentuale del giro d'affari rispetto al trimestre precedente. Tale dinamica mostra nettamente il ciclo congiunturale già evidenziato nella tabella 5.1 in termini di livelli raggiunti dai valori assoluti e nella tabella 5.2 in termini di andamento dell'indice basato sull'inizio del periodo considerato: dalla tabella 6.1 si ottengono i termini relativi di tale ciclo, discendente nel primo e nel terzo trimestre, ascendente nei due trimestri rimanenti. Come si nota, le variazioni sono particolarmente intense da un trimestre all'altro, indicando una forte stagionalità delle vendite, con picchi positivi del +29% nel quarto trimestre 2011 rispetto al terzo trimestre dello stesso anno, e negativi del -23% nel primo trimestre 2012 rispetto al trimestre precedente.

Il dato relativo al secondo trimestre 2012 è positivo per un chiaro effetto della componente stagionale, che vede sempre un aumento del giro d'affari successivamente al "periodo dei saldi". Tuttavia, tale aumento nel 2012 è più contenuto di quanto avvenuto nel secondo trimestre del 2011, quando il "rimbalzo" era stato del 12%.

Tabella 6.1: Variazione % sul trimestre precedente dei ricavi

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale	n.d.	14	-11	29	-23	8		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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 trimestre considerato.

Nel secondo trimestre 2012 si registra un numero di imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto al trimestre precedente (2.096) che è maggiore rispetto alle imprese che lo aumentano (1.661), a conferma dell'andamento stagionale della distribuzione.

Tuttavia, il saldo pur se positivo è dimezzato rispetto a quanto registrato nel secondo trimestre del 2011, a conferma che la ripresa in atto sembra attenuarsi nel corso dell'anno.

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

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	n.d.	2.475	1.312	2.646	1.202	2.096		
Riducono i ricavi	n.d.	1.282	2.445	1.111	2.555	1.661		
Saldo aumenti – diminuzioni		1193	-1133	1.535	-1.353	435		

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'influenza della variabile stagionale, e seguono quindi la medesima dinamica congiunturale anche se si notano notevoli differenze delle intensità delle dinamiche, e non quindi sul segno delle dinamiche stesse. Si segnala la forte crescita delle grandi imprese nel quarto trimestre 2011 (+39%) o il forte calo subito sempre dalle grandi imprese nel primo trimestre del 2012 (-25%).

A fronte di intensità differenti si notano delle variabilità molto differenti tra le dimensioni. Le grandi imprese, da una parte, e le piccole imprese, dall'altra, mostrano una deviazione standard della serie storica delle variazioni che è nettamente minore rispetto a quella delle medie impresa, segno di una maggiore stabilità del fatturato nel corso del tempo.

La dinamica registrata dalle imprese nel secondo trimestre del 2012 è in linea con le attese della congiuntura, e cioè di un aumento rispetto al dato tradizionalmente basso del primo trimestre dell'anno, dinamica che coinvolge tutte le dimensioni di impresa, ma soprattutto le grandi (+9%) e le piccole (+8%).

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

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	n.d.	14	-11	29	-23	8		
Medie imprese	n.d.	16	-5	23	-15	2		

Grandi imprese	n.d.	12	-14	39	-25	9		
Totale campione	n.d.	15	-9	14	-24	12		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6.3 L'ambito territoriale

Nell'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 (-26%) del primo trimestre 2012 nelle imprese del Capoluogo o il picco positivo (+29) nel quarto trimestre 2011 sempre da parte delle imprese del Capoluogo. La varianza statistica dei dati è più alta nelle imprese del Capoluogo, indice di una maggiore instabilità della domanda.

Il secondo trimestre 2012 mostra il tradizionale miglioramento dell'attività rispetto al trimestre precedente, con un'intensità del fenomeno che maggiore nelle imprese del Capoluogo (+12%) rispetto a quelle del resto della provincia (+6%) (tabella 6.5).

Tabella 6.5: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per localizzazione d'impresa

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	n.d.	15	-9	29	-26	12		
Resto della provincia	n.d.	13	-12	28	-21	6		
Totale campione	n.d.	14	-11	29	-23	8		

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, mentre l'influenza della diversa congiuntura si riflette nelle diverse intensità delle variazioni (tabella 6.6).

Si nota infatti il caso del commercio food, che nel IV trimestre 2011 aumenta addirittura del 58% rispetto al trimestre precedente, oppure quello dell'edilizia, che nel primo trimestre 2012 vede un calo del 38% rispetto al trimestre precedente.

Nel secondo trimestre 2012 la filiera dell'edilizia mostra la ripresa più accentuata rispetto al trimestre precedente, mentre nel caso dei trasporti l'effetto stagionale positivo non riesce a compensare l'andamento congiunturale del comparto, mostrando addirittura un calo dell'11% rispetto al primo trimestre dell'anno.

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

	2011				2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Filiera della casa	n.d.	19	0	26	-38	20		
Commercio food	n.d.	9	-23	58	-26	11		
Attività manifatturiere	n.d.	9	-12	15	-6	2		
Commercio non-food	n.d.	16	-18	40	-20	2		
Ristorazione	n.d.	17	-28	38	-12	14		
Altri servizi	n.d.	8	-8	20	-13	1		
Trasporti	n.d.	9	-6	16	-1	-11		
Totale	n.d.	14	-11	29	-23	8		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7. La congiuntura nel secondo trimestre 2012: il confronto con l'anno precedente

7.1 Il dato aggregato

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

La tabella 7.1 mostra come nel secondo trimestre 2012 l'attività economica sia risultata in netto calo rispetto al secondo trimestre 2011, con una riduzione del giro d'affari che ha raggiunto il 4,3%.

Nei prossimi paragrafi cercheremo di individuare se questo valore medio è omogeneo e negativo in tutto il campione o se vi sono grandi differenze nella congiuntura del secondo trimestre 2012 a seconda delle tipologie di imprese, sulla base della loro dimensione, della loro localizzazione o della loro attività economica.

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

	2012			
	1	2	3	4
Totale campione	0,7	-4,3		

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 del fatturato, in quanto rappresenta soprattutto la componente di ciclo-trend depurata dell'effetto stagionale.

Come si nota, nel secondo trimestre 2012 il saldo è significativamente negativo, segno della fine della ripresa economica in atto dal 2010 in poi. Il primo trimestre 2012 era invece positivo, e rappresenta pertanto un giro di boa dell'andamento del fatturato delle imprese nel corso del 2012.

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

	2012			
	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	2.080	1.739		
Riducono i ricavi	1.677	2.018		
Saldo aumenti – diminuzioni	403	-279		

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.

Mentre nella media del campione le imprese mostrano un netto calo del fatturato rispetto al secondo trimestre del 2011, dentro le singole dimensioni di impresa il segno e l'intensità della ripresa sono molto differenti: a fronte di un consistente calo del fatturato nelle grandi imprese (-11,7%) si nota una continuazione della ripresa, seppur

debole, nelle piccole imprese (+1,6%). Le medie imprese (-3,1%) seguono l'andamento dell'intero aggregato.

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

	2012			
	1	2	3	4
Piccole imprese	15,5	1,6		
Medie imprese	-0,6	-3,1		
Grandi imprese	-9,0	-11,7		
Totale campione	0,7	-4,3		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.3 L'ambito territoriale

Come mostra la tabella 7.5, nel secondo trimestre 2012 la crisi dell'economica colpisce tutte le imprese indipendentemente dalla loro locazione. Tuttavia, il calo del fatturato è più evidente nelle imprese del resto della provincia (-4,9%) rispetto alle imprese del Capoluogo (-2,8%). Si tratta di un andamento opposto a quanto si era registrato nel primo trimestre del 2012, quando la ripresa congiunturale aveva favorito soprattutto le imprese del resto della provincia (in crescita dell'1,1%) rispetto a quelle del Capoluogo (in stasi).

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

	2012			
	1	2	3	4
Capoluogo	-0,2	-2,8		
Resto della provincia	1,1	-4,9		
Totale campione	0,7	-4,3		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.4 L'ambito settoriale

Nel secondo trimestre del 2012 la crisi economica non è generalizzata in tutti i settori di attività, ma presenta forti differenze causate dalla variabile settoriale: mentre il fatturato nel commercio non food cala del 7,3% e quello dell'edilizia del 6,6%, nella ristorazione si registra una sostanziale stabilità del giro d'affari rispetto al secondo trimestre del 2011.

Per alcuni settori, il dato del secondo trimestre segna una svolta nel recupero della crisi che si era individuato nella congiuntura del primo trimestre del 2012, mentre per altri settori si tratta di una conferma del dato già visto a inizio anno.

Infatti, l'edilizia già nel primo trimestre 2012 aveva mostrato un calo del fatturato del 7,4%, in netta controtendenza rispetto alla crescita generalizzata di tale trimestre. Al contrario, il commercio non food era molto brillante nel primo trimestre, e decisamente in crisi nel secondo.

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

	2012			
	1	2	3	4
Filiera della casa	-7,4	-6,6		
Commercio food	-2,3	-0,3		
Attività manifatturiere	4,2	-2,5		
Commercio non-food	6,1	-7,3		
Ristorazione	3,5	0,2		
Altri servizi	3,8	-3,1		
Trasporti	17,4	-4,2		
Totale	0,7	-4,3		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8. La congiuntura nel secondo trimestre 2012: la dinamica tendenziale

8.1 Il dato aggregato

Come affermato, la variazione dei ricavi rispetto al trimestre dell'anno precedente ci consente di individuare abbastanza correttamente la componente congiunturale della dinamica dei fatturati senza subire gli effetti della stagionalità dei ricavi, molto forte in tutte le attività di vicinato (soprattutto in quelle di tipo commerciale).

Per avere un'ulteriore indicazione della congiuntura del comparto, possiamo esaminare la componente di ciclo-trend della dinamica del fenomeno, e cioè quella parte della crescita o della recessione del settore che oltre a non essere legata alla congiuntura, come nel caso della variazione rispetto al trimestre dell'anno precedente, tiene anche conto dell'evoluzione tendenziale del fenomeno che stiamo studiando.

Per ottenere un'indicazione della tendenza della congiuntura, prendiamo in considerazione il ricavo cumulato nei trimestri dell'anno in corso.

Si tratta di un metodo in grado di darci informazioni corrette in relazione alla tendenza media 2012 rispetto alla tendenza media del 2011, confrontando il dato cumulato dei primi due trimestri di tali anni. Il trend della dinamica sarà positivo o negativo a seconda che la media dei primi due trimestri del 2012 superi o meno quella relativa ai primi due trimestri del 2011.

Questo dato ci consentirà anche una migliore interpretazione del dato esaminato nel capitolo precedente, quello che confronta il secondo trimestre 2012 con il secondo trimestre 2011, in quanto attenua gli andamenti irregolari eventualmente avvenuti in tale trimestre di riferimento.

Come si nota dalla tabella 8.1, la somma dei ricavi dei primi due trimestri del 2012 si posiziona al di sotto di quella dei primi due trimestri del 2011, indicando un calo dell'1,95% dei ricavi.

Ciò conferma che il calo dei ricavi che si registra nel confronto tra il II trimestre 2012 rispetto allo stesso periodo del 2011 è un elemento di conferma dell'inversione della dinamica di crescita, che non coinvolge soltanto un trimestre, ma tutto il semestre del 2012 rispetto a quello dell'anno precedente.

Nel presente capitolo cercheremo di capire se tale tendenza negativa investe tutte le imprese del campione o è una prerogativa soltanto di alcune tipologie di imprese, aggregabili sulla base della loro dimensione, della loro localizzazione territoriale, del loro comparto di attività.

Tabella 8.1: Tendenza della crescita: variazione % ricavi cumulati nei primi due trimestri dell'anno

	Var. % 2012/2011
Totale campione	-1,95

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8.2 L'ambito dimensionale

Se confrontiamo i primi due trimestri del 2012 con i primi due trimestri del 2011 notiamo una conferma della notevole diversità delle imprese presenti nel nostro campione (tabella 8.2). Il calo che il campione registra nei primi due trimestri nel 2012 (-1,95% rispetto allo stesso periodo cumulato dell'anno precedente) è la media tra una forte crescita che investe le piccole imprese (+8%), una dinamica più contenuta delle imprese di medie dimensioni (-1,9%) e un forte calo delle grandi (-10,4%).

Tabella 8.2: Tendenza della crescita: variazione % ricavi cumulati nei primi due trimestri dell'anno per dimensione di impresa

	Var. % 2012/2011
Piccole imprese	8,0
Medie imprese	-1,9
Grandi imprese	-10,4
Totale campione	-1,9

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8.3 L'ambito territoriale

La tabella 8.3 mostra la dinamica delle variazioni dei ricavi cumulati dei primi due trimestri del 2012 rispetto ai primi due trimestri del 2011, indicando come le imprese localizzate nel capoluogo torinese registrino performance meno peggiori di quelle presenti nel resto della provincia: le prime riducono i ricavi dell'1,6%, mentre le seconde li vedono ridurre del 2,1%.

Tabella 8.3: Tendenza della crescita: variazione % ricavi cumulati nei primi due trimestri dell'anno per localizzazione di impresa

	Var. % 2012/2011
Capoluogo	-1,6
Resto della provincia	-2,1

Totale campione	-1,9
-----------------	------

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8.4 L'ambito settoriale

Il ciclo-trend negativo seguito dai ricavi è diverso a seconda del settore di attività delle imprese del nostro campione.

La tabella 8.4 evidenzia una dicotomia tra la forte ripresa delle attività dei trasporti (+6%) e il calo di attività nell'edilizia (-7%). Negli altri comparti, le eventuali variazioni negative del secondo trimestre 2012 si compensano con quelle positive del primo trimestre 2012 e mostrano un risultato tendenziale, dato dalla somma dei primi due trimestri dell'anno, che è in linea con il dato medio del campione.

Tabella 8.4: Tendenza della crescita: variazione % ricavi cumulati nei primi due trimestri dell'anno per settore di attività

	Var. % 2012/2011
Filiera della casa	-7,0
Commercio food	-1,3
Attività manifatturiere	0,7
Commercio non-food	-1,1
Ristorazione	1,7
Altri servizi	0,2
Trasporti	6,1
Totale	-1,9

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

9. 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 3.757 imprese di cui abbiamo analizzato l'evoluzione dei ricavi, nel periodo compreso tra il primo trimestre del 2011 ed il secondo trimestre del 2012, 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.

Le imprese con meno di 50.000 euro di fatturato sono 1.561, e cioè il 41% delle imprese presenti, e determinano nel loro insieme poco più di un decimo del fatturato totale. Al contrario, le 25 imprese più grandi determinano il 17% 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: il comparto commerciale raccoglie circa un terzo delle imprese totali, con pesi più elevati per il commercio non-alimentare (16%) rispetto a quello alimentare (10%) e alla ristorazione (8%); la rimanente parte del campione rappresenta il comparto artigiano, con pesi più elevati nella filiera della casa (32%), rispetto agli altri servizi (17%), all'industria manifatturiera (14%) e ai trasporti (3%).

Il dato più significativo per sintetizzare l'evoluzione della congiuntura del comparto è quello che confronta i ricavi delle imprese del secondo trimestre 2012 con i ricavi che le identiche imprese avevano nello stesso periodo dell'anno precedente, e cioè nel secondo trimestre 2011.

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.

L'andamento dei ricavi nel secondo trimestre 2012 mostra nettamente un'inversione della ripresa economica che si era registrata dal 2010, e che era ancora evidente nel primo trimestre 2012. Il fatturato dell'intero campione cala del 4,3% rispetto al secondo trimestre 2011 e il numero di imprese che nel secondo trimestre 2012 hanno aumentato il fatturato rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (1.739) è minore del numero di imprese che invece subisce una riduzione del fatturato (2.018).

In realtà, questo valore medio di forte calo del fatturato non è omogeneo in tutto il campione, in quanto vi sono profonde differenze nella congiuntura del secondo trimestre 2012 a seconda delle tipologie di imprese, sulla base della loro dimensione, della loro localizzazione o della loro attività economica. Quali sono le imprese che sono state maggiormente colpite dallo stop impresso alla ripresa economica nel secondo trimestre 2012? Quali sono le imprese che hanno invece mantenuto una qualche forma di crescita, o comunque di stabilità 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 disaggregati per tipologia di impresa ci consente di affermare che la crisi del secondo trimestre 2012 coinvolge soprattutto:

- le imprese che abbiamo definito di grande dimensione (e cioè con un fatturato annuo maggiore di un milione di euro), che riducono i ricavi del 12% rispetto al secondo trimestre 2011;
- le imprese localizzate nel resto della provincia, che riducono i ricavi del 4,9%, dopo aver mostrato una ripresa nel primo trimestre dell'anno;
- le imprese del commercio food (-7,3%) e quelle dell'edilizia (-6,6%): nel primo caso si tratta di una vera e propria inversione rispetto alla brillante crescita del primo trimestre (+6,1%), mentre nel caso dell'edilizia si conferma la caduta del fatturato già registrata a inizio anno (-7,4%).

Al contrario, le imprese che nel secondo trimestre 2012 hanno una performance migliore della media sono:

- le imprese di piccole dimensioni (quelle con un fatturato minore di 100.000 euro), che continuano ad aumentare i ricavi, come avvenuto nel primo trimestre dell'anno, seppur con debole intensità (+1,6%);
- le imprese localizzate nel Capoluogo, che riducono i ricavi solo del 2,8%, un dato migliore della media del campione (-4,3%);
- le imprese della ristorazione e del commercio food, che hanno dei ricavi sostanzialmente stabili rispetto al calo generalizzato che si avverte negli altri settori.

L'analisi della negativa congiuntura del secondo trimestre 2012 è stata confermata dal dato relativo ai primi due trimestri dell'anno, che fornisce un valore tendenziale del primo semestre 2012 rispetto al primo semestre 2011: è anch'esso negativo, a conferma che l'inversione di tendenza che si registra nel secondo trimestre 2012 è particolarmente forte e significativa.

Infine, merita ricordare come la ricerca ha confermato l'esistenza di una forte stagionalità infra-annuale nella dinamica dei ricavi delle imprese, che si esplicita in una crescita dei ricavi nel secondo trimestre dell'anno, in una riduzione nel terzo trimestre, in un aumento nel quarto ed in un calo nel primo trimestre. Il picco annuale dei ricavi si raggiunge nel quarto trimestre dell'anno, mentre la stasi maggiore si ha nel terzo 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 al 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 pienamente 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.