

Ascom Torino

Confesercenti Torino

CasArtigiani Torino

*Camera di Commercio Artigianato Industria e
Agricoltura di Torino*

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

*Analisi congiuntura II trimestre 2009
e dati contabili annuali 2007- 2008.*

a cura di:

Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali - Ceris-Cnr

Torino, Dicembre 2009

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

Analisi congiuntura II trimestre 2009 e dati contabili annuali 2007- 2008.

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

Premessa

Prima parte:

Analisi dei dati contabili annuali (2007-2008)	7
1. Variabilità dell'universo, rilevanza del campione e metodologia di analisi	7
1.1 Struttura degli investimenti e delle fonti. Valori aggregati.....	11
1.2 L'indebitamento: dimensioni e tipologia	19
1.2.1 Analisi delle medie ponderate.....	19
1.2.2 Analisi disaggregata.....	25
2. Analisi economica.....	32
2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini.....	32
2.2 Efficacia, efficienza, redditività.....	37
2.3 Note conclusive.....	46

Seconda parte:

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: dati relativi al II trimestre 2009.....	49
1. Introduzione	49
2. Metodologia di analisi.....	50
3. Variabili statistiche osservate.....	51
4. La struttura del campione.....	52
4.1 La dimensione delle imprese.....	52
4.2 I settori merceologici delle imprese	56
4.3 La localizzazione delle imprese	57
5. L'analisi della congiuntura: la stagionalità della distribuzione	58
5.1 Il dato aggregato.....	58
5.2 L'ambito dimensionale	61
5.3 L'ambito territoriale.....	62
5.4 L'ambito settoriale	62
6. La congiuntura nel II trimestre 2009: il confronto con il trimestre precedente	64
6.1 Il dato aggregato.....	64
6.2 L'ambito dimensionale	65
6.3 L'ambito territoriale.....	65
6.4 L'ambito settoriale	66

7. La congiuntura nel II trimestre 2009: il confronto con l'anno precedente	67
7.1 Il dato aggregato.....	67
7.2 L'ambito dimensionale	68
7.3 L'ambito territoriale.....	69
7.4 L'ambito settoriale	69
8. Conclusioni	71

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

*Analisi congiuntura II trimestre 2009
e dati contabili annuali 2007- 2008.*

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

Premessa

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

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

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

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

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

La nostra è l'unica ricerca a livello provinciale basata sull'elaborazione dei bilanci di micro-impresе commerciali, artigiane e di servizi. Il materiale su cui lavoriamo è costituito sia da bilanci formalizzati, sia dai valori contabili rilevati dalle contabilità d'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 impresе soggette all'obbligo di pubblicazione, al fine di operare su dati che diano il massimo della garanzia possibile circa l'attendibilità. Il fatto che le associazioni da sempre applicano procedure standardizzate e conformi alle normative vigenti costituiva un primo livello di garanzia; l'obbligo pubblicazione rafforza ulteriormente la credibilità dei dati che analizziamo.

L'integrazione delle fonti delle Associazioni imprenditoriali con le banche dati disponibili presso la CCIAA ci ha consentito di operare su un campione più ampio e di disporre di un numero adeguato di bilanci aggiornati all'esercizio immediatamente precedente l'anno solare in corso; ciò consente di presentare elaborazioni di dati relativamente "freschi" e di superare il ritardo di due anni registrato nei report degli anni precedenti il 2006.

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 2000 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 2007 al II trimestre 2009 è pertanto di 3.441 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 (2007-2008)

a cura di Paolo Vaglio, Ceris-Cnr

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

L'elevato indice di rotazione delle imprese di vicinato, siano esse appartenenti al settore del commercio o della somministrazione ci ha imposto, fin dall'inizio di questa esperienza, la formulazione di campioni su base biennale. Le attività artigianali sono certamente più stabili, tuttavia anche esse non presentano più quel carattere di continuità che le contraddistingueva nei decenni passati; una piccola parte di attività artigianali presenta livelli di precarietà simili a quelli del commercio, una parte maggiore si consolida sul territorio per periodi misurabili in lustri, mentre sembrano scomparire le attività artigianali che mantengono la stessa localizzazione 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 "a occhio". Si consideri poi che la variabilità dell'universo da noi preso in esame è superiore alla media del settore poiché si tratta di una fetta di imprese costituite in forma di società di capitali che, come è noto, consentono facilmente l'ingresso di nuovi soci i quali possono modificare la missione dell'impresa, inoltre le società di capitali si prestano a fondersi con iniziative imprenditoriali di segno diverso.

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

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

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

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

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

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

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

Tabella 1: Composizione dei campioni

Settori	Numero imprese
Artigiani manifatturieri	264

Artigiani edili	193
Artigiani trasporto	24
Artigiani servizi alle persone e alle imprese	79
Totale artigiani	560
Somministrazione	165
Non food	402
Food	89
Totale commercio e somministrazione	656

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Come abbiamo già avuto modo di dire nelle passate edizioni di questo Osservatorio in rapporto alle attività del commercio, si tratta di campioni casuali altamente rappresentativi dell'universo; lo stesso si può dire per i campioni delle imprese artigiane. Si consideri infatti che se le imprese di vicinato commerciali e artigianali si misurano nella provincia di Torino in decine di migliaia, percentualmente poche sono quelle che, per dimensione o forma giuridica, sono soggette alla pubblicazione di bilancio. Il nostro universo è valutabile in non più di settemila imprese, dunque un campione di 1200 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 (dati 2008)

Settori	Ricavi	Valore aggiunto
Artigiani manifatturieri	1.343.000	376.000
Artigiani edili	1.250.000	305.000
Artigiani trasporto	1.647.000	351.000

Artigiani servizi	726.000	220.000
Somministrazione	748.000	237.000
Non food	1.628.000	323.000
Food	2.696.000	494.000

Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Le imprese di minori dimensioni nei due comparti appartengono alle aree della somministrazione e dei servizi. Come avremo modo di osservare più avanti si tratta delle imprese che generano percentualmente un maggiore valore aggiunto perché, per queste aree d'affari, il peso del fattore lavoro è assai elevato. Nel commercio al dettaglio si conferma la maggiore dimensione media dell'area food, mentre nel comparto artigianale il maggiore fatturato medio è registrato dalle imprese di trasporto (persone e cose ma con una forte prevalenza del trasporto merci).

Per dare un valore di sintesi del nostro campione sottolineiamo che:

- le imprese artigiane ad esso appartenenti fatturano complessivamente € 2,8 miliardi generando un valore aggiunto totale di € 701 milioni ;
- le imprese del commercio incluse nel campione fatturano complessivamente € 3,3 miliardi e generano un valore aggiunto totale di € 590 milioni.

Questi numeri sottolineano la notevole consistenza del campione in esame, sul quale non cesseremo di intervenire anche nelle prossime edizioni, per continuare comunque a migliorarlo.

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.

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.

1.1 Struttura degli investimenti e delle fonti. Valori aggregati

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

Tabella 3: Struttura patrimoniale delle imprese del commercio (2007-2008)

	Food	non food	somministrazione
grado di immobilizzazione	31,2	25,96	59,04
grado di elasticità	68,8	74,04	40,96
rimanenze su totale attivo	23,74	39,46	10,51
crediti a breve su totale attivo	23,72	22,75	16,92
liquidità su totale attivo	15,93	7,95	8,90
copertura immob.(secondario)	0,9975	1,5799	0,7265
copertura immob.(primario)	0,4475	0,9719	0,2503
debiti a breve su passivo	65,47	56,30	54,93

Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

Tabella 3.1: Struttura patrimoniale delle imprese del'artigianato (2007-2008)

	manifattura	edilizia	trasporti	servizi
grado di immobilizzazione	25,94	14,23	27,37	22,76
grado di elasticità	74,06	85,77	72,63	77,24
rimanenze su totale attivo	13,86	30,26	1,03	15,92
crediti a breve su totale attivo	48,32	45,78	57,03	48,73
liquidità su totale attivo	7,19	6,58	3,23	6,26
copertura immob.(secondario)	1,3695	2,2968	1,1045	1,5906
copertura immob.(primario)	0,7007	1,1388	0,6634	0,8492
debiti a breve su passivo	62,00	65,42	67,38	62,21

Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

Costituisce certamente una parziale sorpresa constatare che l'indice di immobilizzazione (e per conseguenza quello di elasticità) è fra quelli che presentano un maggior grado di omogeneità: a parte l'area dell'artigianato edile e della

somministrazione, le restanti 6 aree d'affari hanno valori oscillanti fra 23% e 31%.

L'idea che le attività artigianali comportino investimenti fissi maggiori rispetto a quelle del commercio al dettaglio è un pregiudizio fondato su modelli obsoleti. Come si vede (escludendo sempre l'area della somministrazione di cui parleremo più avanti) il commercio al dettaglio degli alimentari è quello che comporta maggiori investimenti in immobilizzazioni, e si noti inoltre che, sotto questo aspetto, il commercio non food mostra valori simili all'artigianato manifatturiero. La spiegazione è la seguente: i reparti di vendita abbisognano di un rinnovamento assai più frequente di quello dei reparti produttivi poiché gli arredi e le attrezzature non devono rispondere solo ad un criterio di funzionalità produttiva ma anche ad una funzionalità indirizzata alle esigenze di marketing che è assai più variabile di quella guidata dalle scelte di ottimizzazione della produzione. Per l'area alimentare si aggiungono gli investimenti in attrezzature legate alla catena del freddo per la conservazione dei prodotti. Gli elevati investimenti fissi dell'area somministrazione sono da noi rilevati con regolarità da anni e non sorprendono se si pensa al ciclo produttivo di queste imprese. I valori molto bassi evidenziati dall'artigianato edile sono legati, probabilmente, alla prassi diffusa di ricorrere al noleggio delle macchine necessarie in relazione a ciascuna commessa.

Un altro indice molto rilevante per le conseguenze che comporta sui risultati economici è quello che segnala l'incidenza delle rimanenze; è noto infatti che le dimensioni medie del magazzino incidono notevolmente su una delle principali voci di costo occulto. Non sono naturalmente possibili confronti trasversali fra aree diverse poiché la consistenza media delle rimanenze dipende prima di tutto dalla tipologia del business. Possiamo invece in questa sede definire quali attività risentono maggiormente dei costi finanziari, operativi e strutturali legati alla necessità di un livello consistente di rimanenze.

Nel commercio al primo posto il dettaglio non alimentare con un'incidenza sull'attivo che sfiora il 40%, nell'artigianato il settore dell'edilizia che registra in bilancio rimanenze pari al 30% circa dell'attivo. Strutturalmente questo problema è molto piccolo per gli operatori della somministrazione che operano piccole e frequenti forniture ed è inesistente per gli artigiani dell'area trasporto.

L'indice più omogeneo in assoluto è quello relativo alla liquidità (cassa e conti correnti a vista) poiché in ben 5 aree d'affari oscilla fra 6% e 9% circa mentre questo indice appare assai più alto per il commercio alimentare e molto più basso per i trasporti.

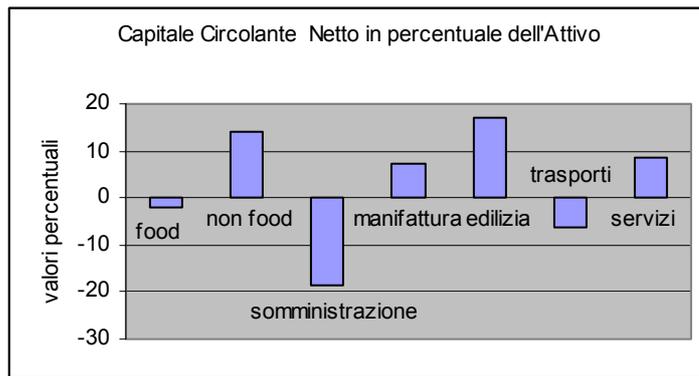
Il peso dei crediti a breve sul capitale investito dei comparti artigianali è assai superiore a quello evidenziato dal commercio dettaglio e ciò appare logico e sensato, poiché il mix della clientela (consumer – business) è certamente diverso: le imprese artigianali hanno una maggiore quota di vendite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

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

- 1) un'impresa che riesce a finanziare i beni a lungo ciclo di utilizzo solo con il capitale proprio e i debiti a medio – lungo termine soddisfa certamente il più importante requisito di equilibrio finanziario perché realizza anche la corrispondenza delle scadenze fra attività e passività a breve termine.
- 2) Un valore dell'indice di copertura secondario uguale o superiore ad 1 è tanto più auspicabile quanto più i cicli aziendali (tecnico, economico e finanziario) sono lunghi. Infatti, se il ritorno monetario avviene in tempi brevi, l'impresa crea molta liquidità e può tollerare un valore dell'indice inferiore ad 1. Si comprende quindi che le aree del commercio alimentare e della somministrazione che hanno i più elevati indici di liquidità ed evidenziano livelli di copertura delle immobilizzazioni insoddisfacenti non sono necessariamente, sotto questo aspetto, in difficoltà.
- 3) Dopo quanto espresso ai punti 1 e 2 vogliamo comunque precisare che le imprese dell'area somministrazione sono, a nostro avviso, mediamente sottocapitalizzate, per questo sono da ritenersi le imprese di vicinato a maggiore rischio di insolvenza.

Una conferma a quanto appena espresso ci viene dal calcolo del Capitale Circolante Netto che è leggermente negativo per il dettaglio food, negativo per l'area trasporti e molto negativo per la somministrazione, mentre è positivo per tutte le altre aree.

Grafico 1. Capitale Circolante Netto



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

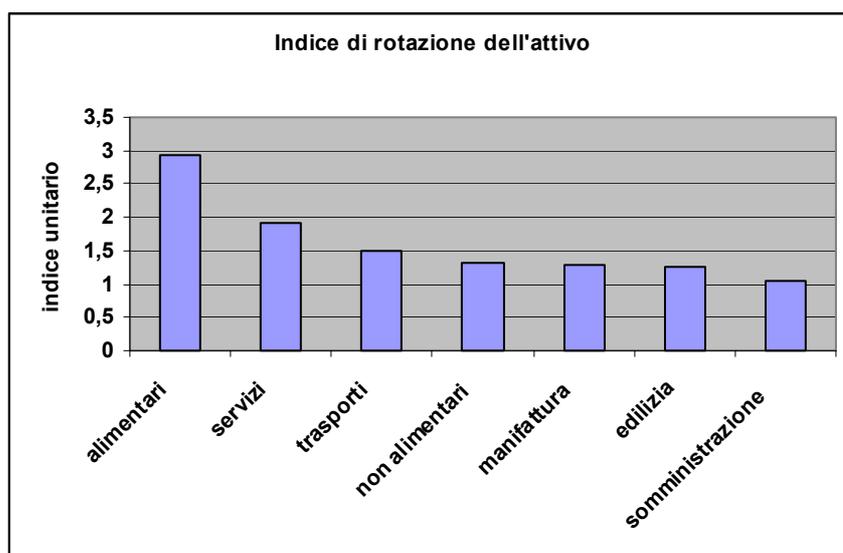
Anche in questo caso per una lettura corretta occorrono alcune precisazioni:

- 1) Il Capitale Circolante Netto è la differenza fra Attivo Circolante e Passività a breve; nell'Attivo circolante sono comprese le scorte valutate, secondo le disposizioni civilistiche, al costo (varie modalità);
- 2) si ritiene ragionevole che la liquidazione delle attività a breve consenta di saldare i debiti a breve e quindi si considera auspicabile $CCN > 0$;
- 3) nel caso delle imprese della somministrazione esiste, come già detto, un inadeguato equilibrio finanziario ma il calcolo del CCN sottolinea eccessivamente questa situazione perché non prende in considerazione l'elevato ricarico normalmente realizzato da queste imprese sul costo delle merci (la liquidazione dell'attivo genera valori molto più elevati di quelli presi in considerazione nel nostro calcolo).
- 4) Tutti i dati confermano comunque che l'equilibrio finanziario a breve scadenza è strettamente correlato con l'indice di copertura delle immobilizzazioni.

Abbiamo affermato l'importanza della brevità dei cicli aziendali nell'influire sulla capacità delle imprese a far fronte ai propri debiti a breve scadenza ; in modo particolare è rilevante la lunghezza del ciclo monetario che è sempre in parte collegata al ciclo economico che dipende da quello tecnico.

Ci può servire a questo scopo l'indice di rotazione dell'attivo che mette in relazione i ricavi annui con il totale degli investimenti e misura, in qualche modo, i tempi di ritorno del capitale investito.

Grafico 2. Indice di rotazione dell'attivo.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

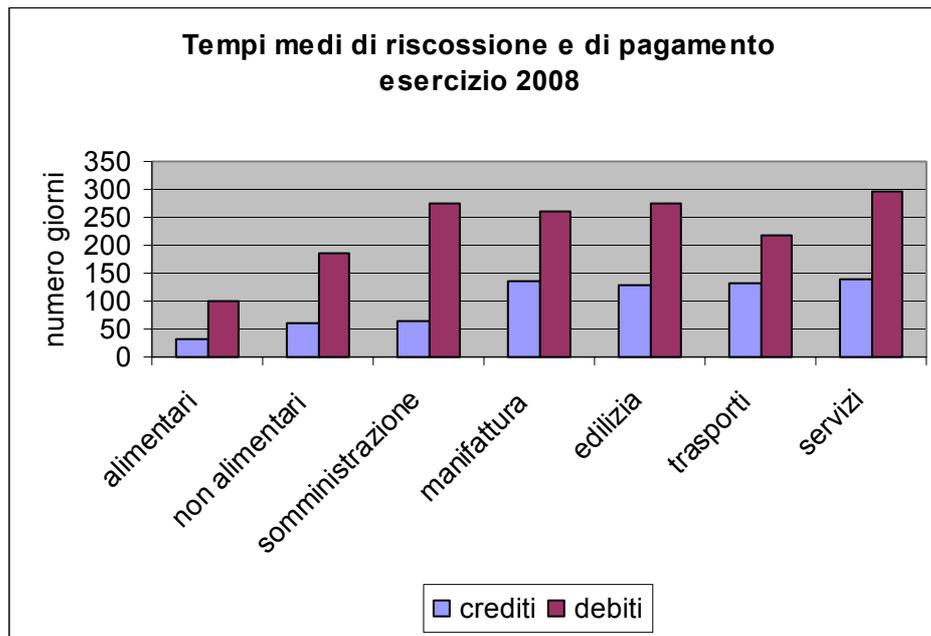
Assumiamo questi valori come approssimazione della durata del ciclo tecnico: i valori più bassi corrispondono alle due aree d'affari il cui ciclo risulterebbe più lungo e complesso (la somministrazione nell'area commercio e l'edilizia nell'artigianato). Ciò conferma che in parte il tempo di ritorno del capitale investito è collegato alla durata del ciclo tecnico; intervengono, tuttavia, anche altre variabili quali, ad esempio, l'entità dei costi pluriennali. Si noti ad esempio che l'indice di rotazione delle attività di manifattura non è molto superiore a quello dell'edilizia e ciò proprio in collegamento ai maggiori investimenti fissi. Il grafico 2 deve ritenersi utile solo per un'indicazione di massima.

Notevole è la differenza fra l'area del dettaglio alimentare e quella del non alimentare: un risultato simile lo abbiamo ottenuto quando abbiamo confrontato l'indice di liquidità.

Con i dati a nostra disposizione non è possibile calcolare la durata media del ciclo monetario che è tanto più positivo per l'azienda quanto più è breve. Il caso che maggiormente apporta benefici all'impresa è quello di un "ciclo negativo" cioè il caso in cui la riscossione del credito avviene prima del pagamento del debito (tempi medi). Per calcolare il ciclo monetario dovremmo disporre non solo del tempo di dilazione media delle riscossioni dei crediti legati alle vendite e dei pagamenti degli acquisti di beni e servizi (dato da noi calcolabile) ma anche della durata media del ciclo economico (di cui potremmo calcolare un dato molto approssimato per il solo commercio al dettaglio). Poiché il ciclo economico dipende anche dal ciclo tecnico (occorre disporre del bene cedibile prima di venderlo) per le aree dell'artigianato la possibilità di ottenere dai nostri dati, informazioni sulla durata del ciclo economico è nulla.

Il grafico 3 riporta i tempi medi di riscossione dei crediti dai clienti e di pagamento dei debiti ai fornitori, elementi utili per esprimere una valutazione rispetto alla gestione della liquidità.

Grafico 3: tempi medi di riscossione e pagamento.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

La rappresentazione del grafico 3 sembrerebbe delineare per tutte le aree d'affari un ritorno monetario favorevole, tuttavia, come già precisato occorre tener conto della durata del ciclo economico (cioè del tempo medio che intercorre fra sostenimento del costo e ottenimento del ricavo o se si preferisce fra l'acquisto e la vendita). Per il commercio siamo riusciti a raggiungere una stima accettabile: calcoliamo il ciclo economico del dettaglio alimentare in 41 giorni circa mentre per il non alimentare in 165 giorni (stime ottenute dai tempi media di giacenza in magazzino). Da quanto appena detto, nell'area del commercio, il dettaglio alimentare gode di una situazione estremamente favorevole facendo registrare un ciclo monetario negativo (incassa i crediti mediamente 26 giorni prima del pagamento dei debiti); dai nostri calcoli il dettaglio non alimentare incassa i crediti 43 giorni dopo il pagamento dei debiti.

Per le imprese della somministrazione e dell'artigianato questo calcolo non è possibile poiché il ciclo tecnico da cui inevitabilmente dipende il ciclo economico è assai più complesso e non abbiamo sufficienti dati a disposizione. Inoltre anche le situazioni contrattuali si presentano a volte assai complesse e variegate: nell'edilizia, ad esempio, la possibilità di ottenere pagamenti anticipati e

tempestivi deriva anche dal potere contrattuale che le imprese coinvolte detengono nei confronti di altri soggetti sul mercato.

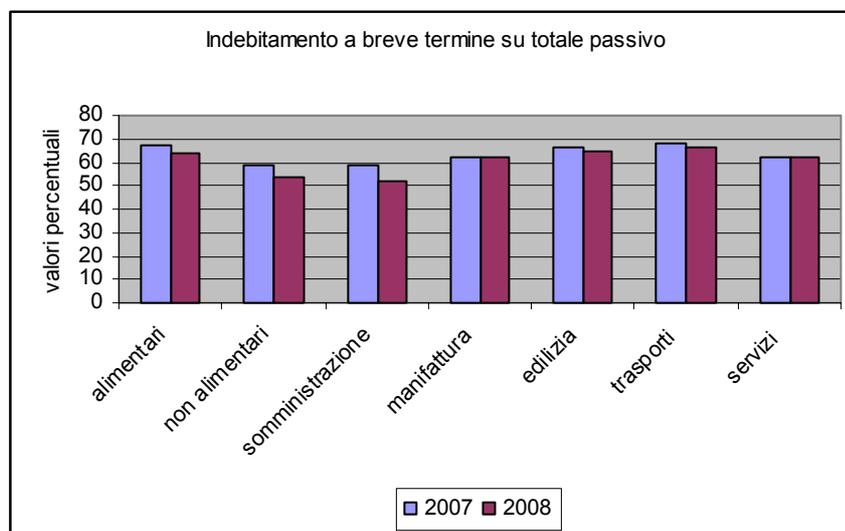
Qualche risposta in più la troveremo analizzando l'onerosità del debito: come vedremo esistono corrispondenze fra minori oneri finanziari e ciclo monetario favorevole.

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.

Grafico 4: Indebitamento a breve termine su totale passivo



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

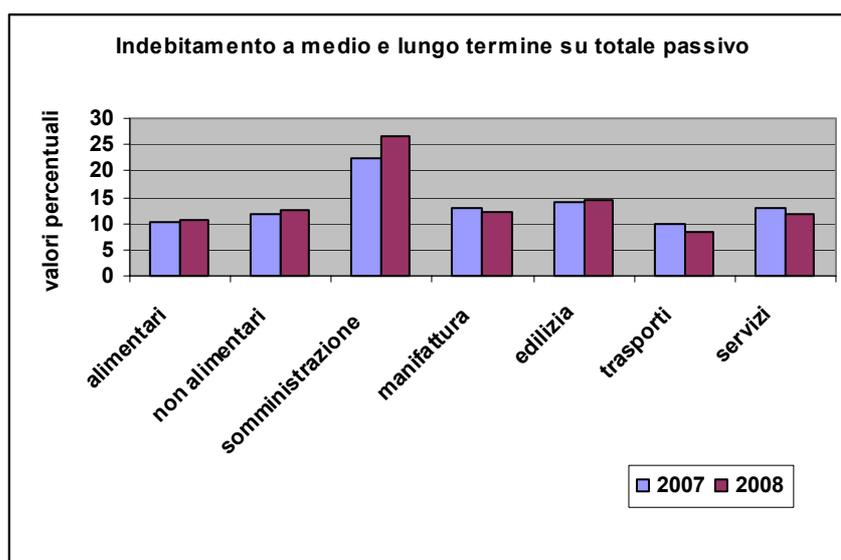
Due note rilevanti:

- 1) se nei ricavi 2008, come vedremo, ancora non ci sono i segni della grave crisi manifestatasi nell'ultimo trimestre, nei bilanci si trovano, tuttavia, i riscontri della prima conseguenza di rilievo della crisi: la forte contrazione

del credito a disposizione delle imprese fotografata al 31.12.-2008. La stragrande maggioranza di questi debiti sono generati dalla fornitura, si tratta quindi di imprenditori che diminuiscono il credito ad altri imprenditori, probabilmente a causa di restrizioni subite o temute dalle banche. Naturalmente dal grafico non si può dedurre che nel corso dell'intero anno 2008 le imprese abbiano goduto di minor credito rispetto all'anno precedente. Dal grafico si deduce solo che al 31.12.2008 la percentuale sul passivo dei debiti contabilizzati è inferiore a quella di un anno prima. Ciò può, verosimilmente, essersi verificato nell'ultima parte dell'anno come reazione al terremoto finanziario che ha investito tutti i mercati mondiali.

- 2) Sempre al 31.12 degli anni 2007 e 2008 l'indebitamento medio a breve del comparto artigianale rapportato al totale fonti è superiore a quello del commercio al dettaglio e della somministrazione : 64% circa contro il 59% (medie sul biennio dei due comparti). Questo risultato era già intuibile osservando la tabella 3.

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

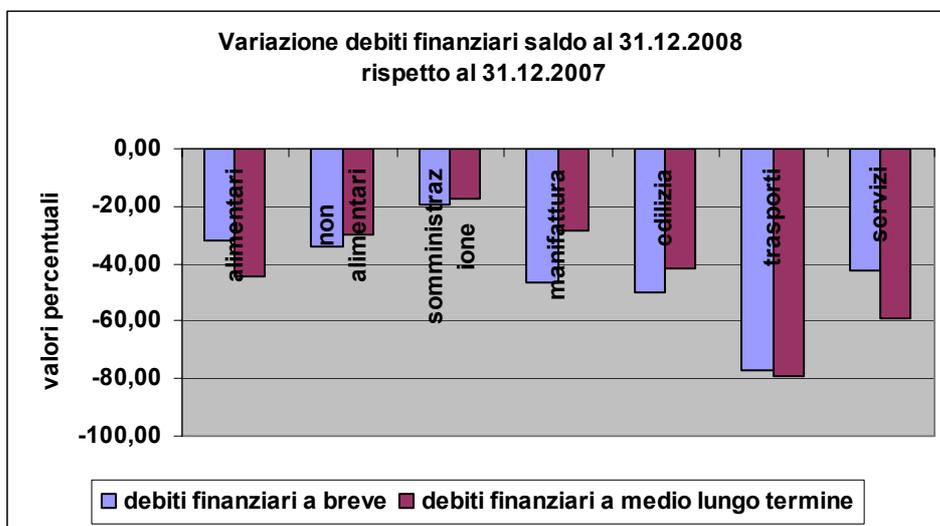


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

L'indebitamento a medio e lungo termine appare molto più stabile poiché subisce diminuzioni per manifattura, trasporti e servizi mentre si incrementa per le altre aree. Le oscillazioni nei due sensi sono comunque quasi sempre di piccola entità: questo tipo di debito è, per sua natura, più rigido, essendo al riparo da restrizioni improvvise. L'unica variazione di rilievo riguarda le imprese della somministrazione che normalmente registrano un'incidenza dei debiti a medio e lungo termine assai maggiore rispetto alle altre aree d'affari e che nel 2008 fa segnare un'ulteriore significativa crescita di questi debiti (dal 22% al 26% circa).

Ma vediamo cosa accade se invece di considerare l'intera posizione debitoria ci limitiamo ad analizzare il solo indebitamento finanziario costituito da fondi negoziati sul mercato presso banche o altre istituzioni finanziarie.

Grafico 6: Variazione dell'indebitamento finanziario a breve termine percentuale su totale debiti a breve termine.

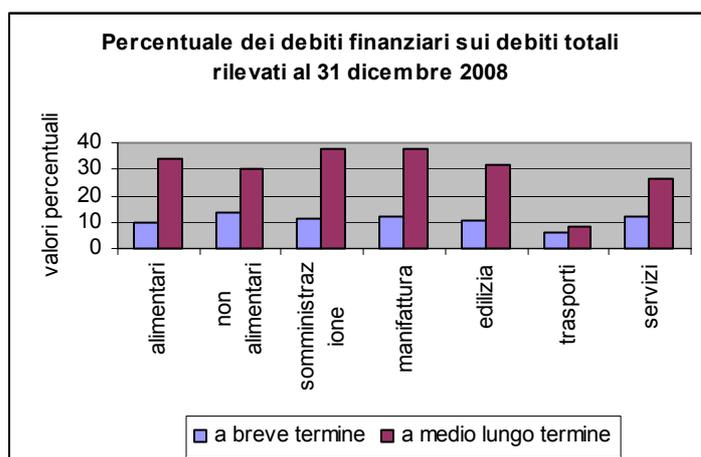


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

La posizione al 31/12/2008, come si vede è ben diversa rispetto a quella di un anno prima. La diminuzione della posizione debitoria nei confronti del sistema bancario riguarda sia i prestiti a breve sia quelli a medio lungo termine. Annotiamo che le

proteste del mondo dell'impreditoria nei confronti del sistema bancario levatesi nei primi mesi del 2009 erano senza dubbio fondate. Avvertiamo l'esigenza di segnalare che a percentuali assai elevate corrispondono importi in euro relativamente modesti poiché le imprese qui analizzate ricorrono principalmente a debiti di fornitura e in misura assai minore a debiti bancari; il grafico 6 conferma che più del 90% del debito a breve è di fornitura mentre a medio e lungo termine un terzo circa dell'indebitamento è di origine finanziaria.

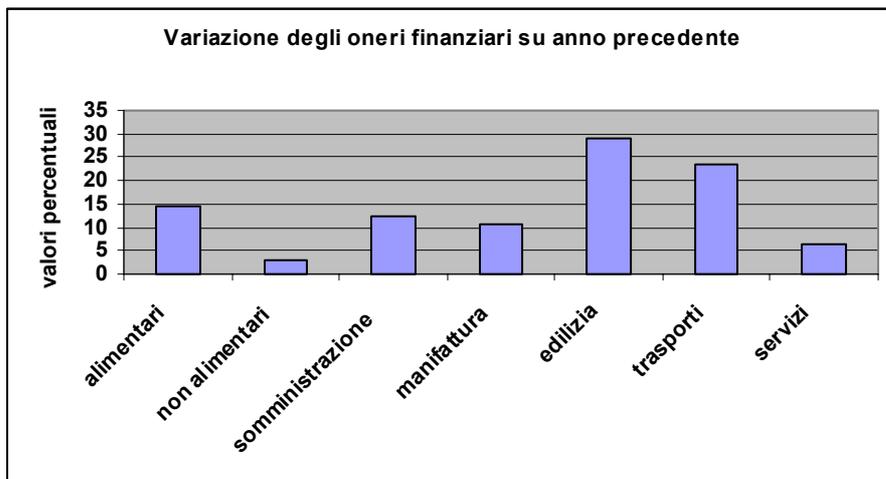
Grafico 7: Incidenza dell'indebitamento finanziario su totale debiti



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Poiché, i dati esposti nei grafici 3, 4, 5 e 6 non rappresentano una fotografia realistica della media dell'indebitamento annuale, ma solo la situazione al 31 dicembre di ciascun anno, e poiché non è così scontato che tutti i debiti di fornitura siano privi di oneri, passiamo ora a considerare l'aspetto economico dell'indebitamento, misurando la variazione del peso degli oneri finanziari netti e del rapporto degli stessi con il valore aggiunto

Grafico 8: variazione degli oneri finanziari netti 2008 su 2007



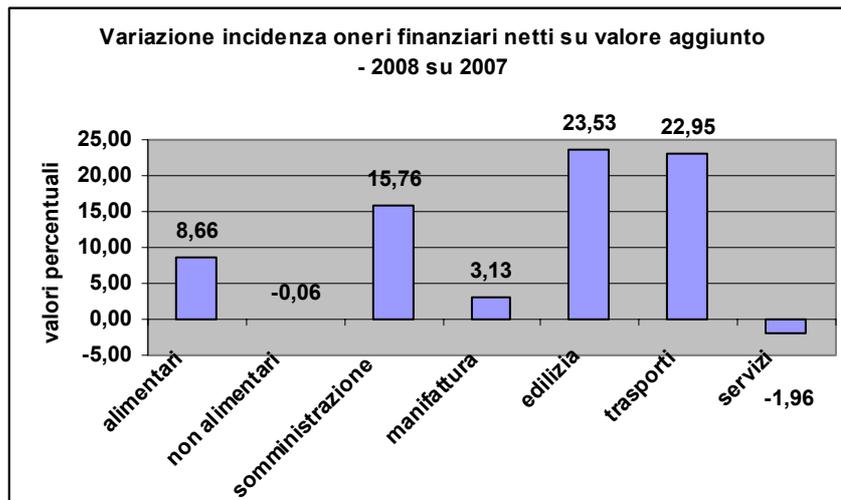
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Il grafico 8 ci segnala un incremento generalizzato degli oneri finanziari particolarmente significativo per edilizia, trasporti e dettaglio alimentare. Le imprese hanno sostenuto costi finanziari netti superiori all'anno precedente e, considerata l'entità delle variazioni aggregate, il fenomeno dovrebbe interessare la maggioranza degli operatori.

Non sappiamo se questo incremento ha inciso sui risultati economici in misura maggiore rispetto all'anno precedente.

Il grafico 9 fornisce una prima risposta a questa domanda.

Grafico 9: variazione dell'incidenza degli oneri finanziari netti sul valore Aggiunto 2008 su 2007

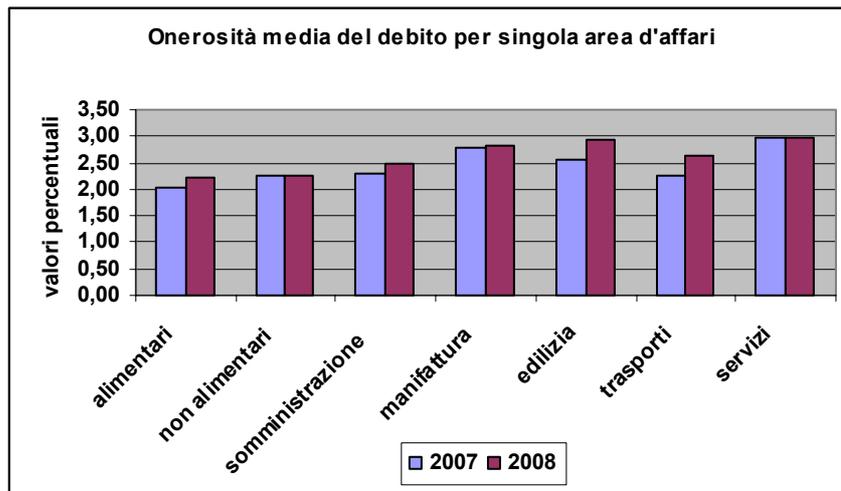


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

E' ovvio che questo rapporto è sensibile sia alle variazioni di oneri sia alle variazioni di valore aggiunto nel senso che cresce quando crescono gli oneri o, a parità di oneri, quando decresce il valore aggiunto, e viceversa. Il risultato a cui si perviene è così sintetizzabile: il peso degli oneri finanziari cresce in modo ragguardevole da un anno all'altro per almeno quattro aree d'affari.

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.-12 (anni di riferimento 2007 e 2008). Si tenga conto che è stato assunto il risultato netto della gestione finanziaria del bilancio somma (che comprende proventi ed oneri) ed il totale dei debiti di qualsiasi natura. Si tratta quindi di un risultato medio ponderato a livello di singola area d'affari, il cui valore dipende anche dal mix della tipologia di debiti.

Grafico 10: Oneri finanziari netti su totale debiti.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

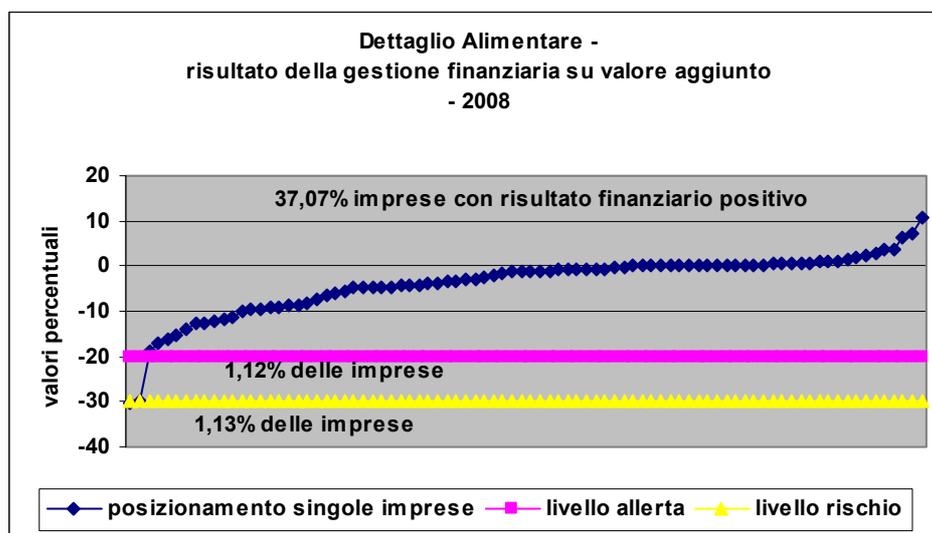
Che si registri una crescita di questo rapporto non ci coglie di sorpresa poiché abbiamo già appurato che gli oneri sono aumentati e il debito, nel suo complesso, diminuito. Conforta l'omogeneità del valore medio ponderato (compreso fra 2,2 % e 3%) perché risultati disomogenei, in questo caso, avrebbero messo in dubbio la credibilità dei dati su cui lavoriamo: questo risultato dipende sia dal mix (debiti di fornitura e debiti di finanziamento) sia dalle condizioni contrattate con le istituzioni finanziarie. Trattandosi di centinaia di imprese di dimensioni simili non sarebbe stato credibile un risultato che comportasse politiche di accesso al credito molto diverse fra loro.

Infine segnaliamo che percentuali così basse non rappresentano necessariamente un risultato molto favorevole alle imprese perché sono riferite all'onerosità media di tutto il debito (compreso il debito di fornitura quasi sempre non oneroso).

1.2.2 Analisi disaggregata

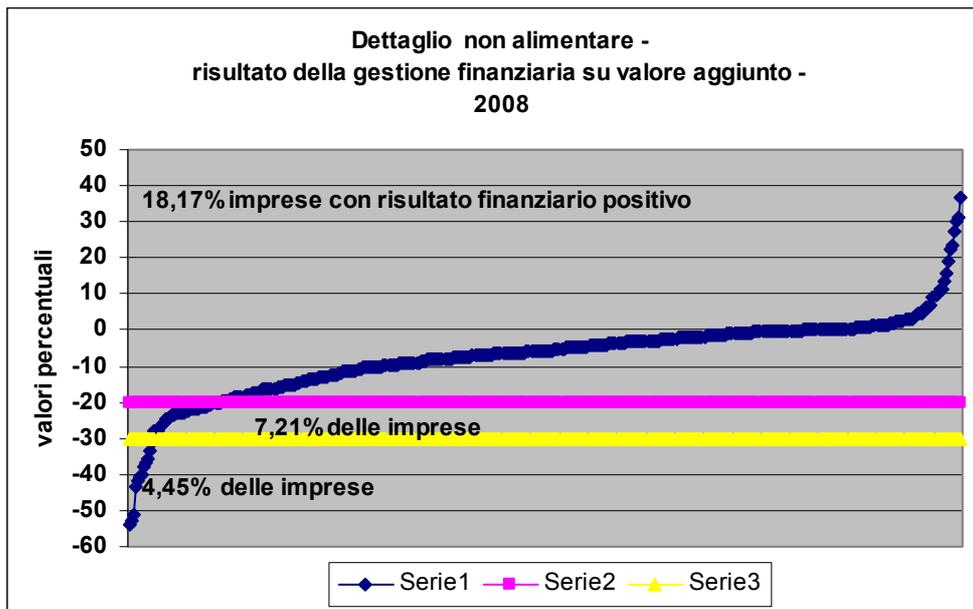
Per valutare il peso degli oneri finanziari a livello di singola impresa misuriamo l'incidenza del risultato finanziario sul valore aggiunto.

Grafico 11: Imprese dettaglio alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



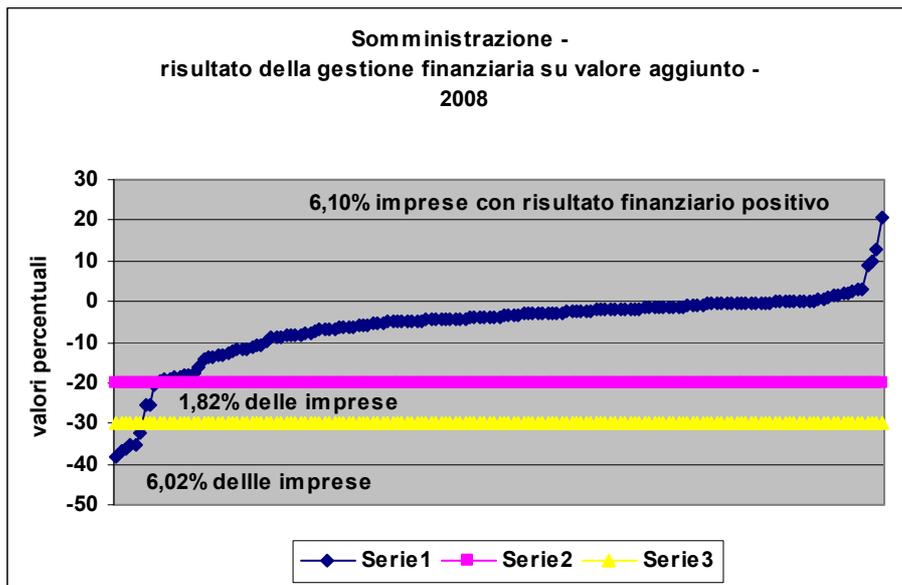
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 12: Imprese dettaglio non alimentare. Rapporto % risultato gestione finanziaria su produzione netta (2008). Analisi disaggregata per impresa.



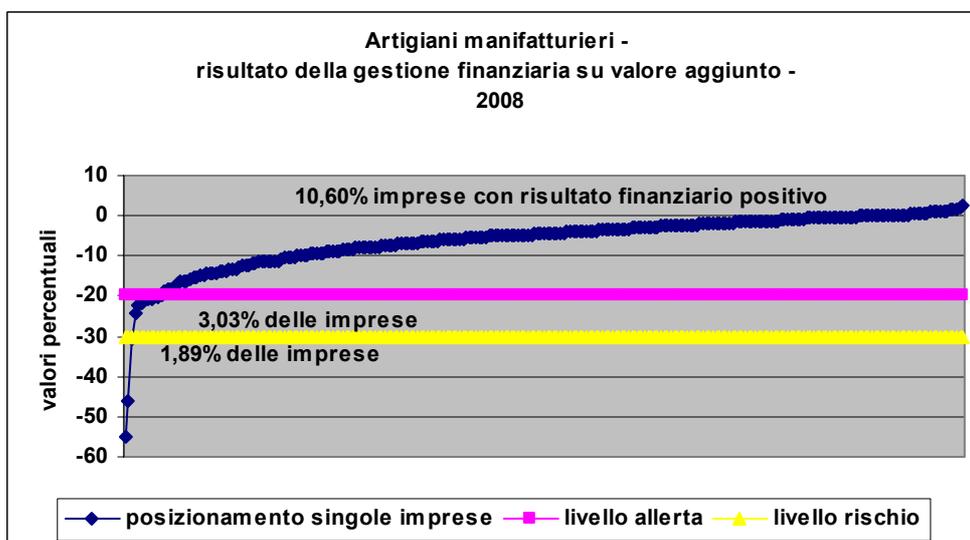
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 13: Imprese della somministrazione. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



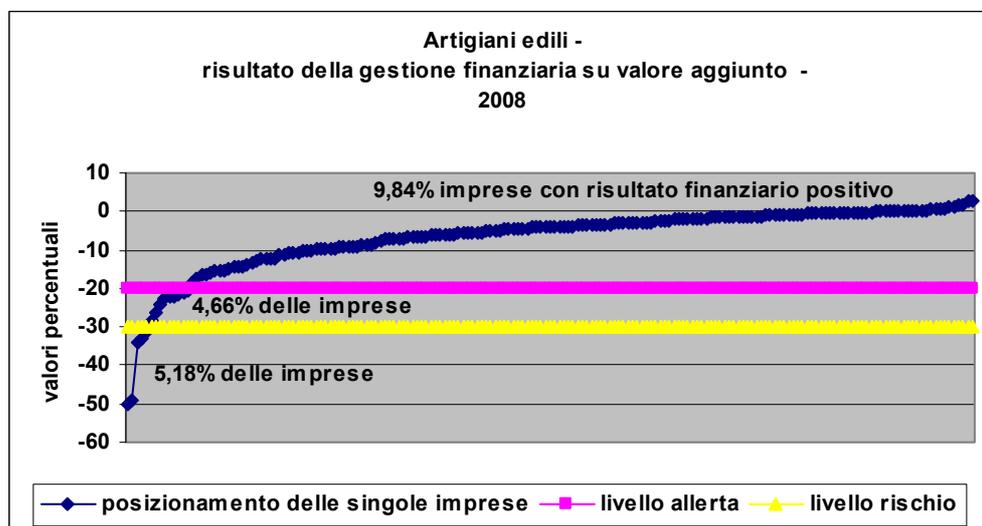
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 14: Artigiani manifatturieri. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

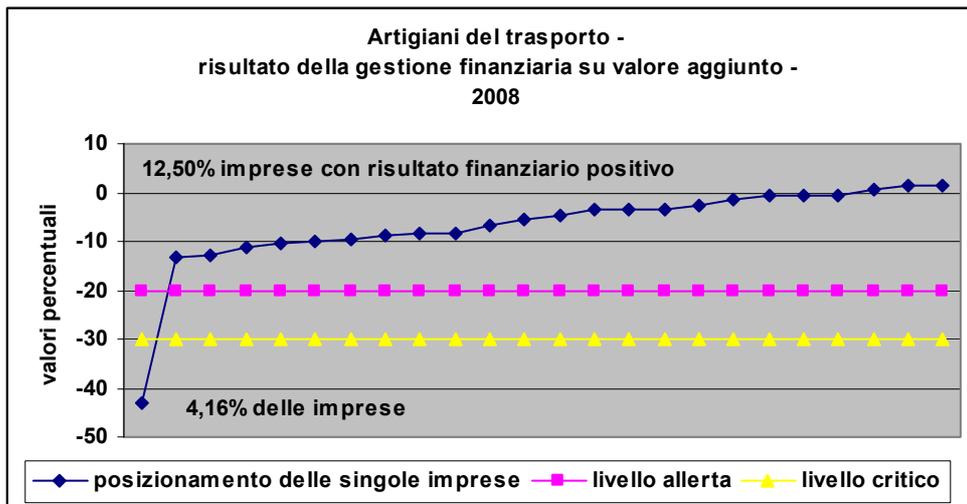
Grafico 15: Artigiani edili. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

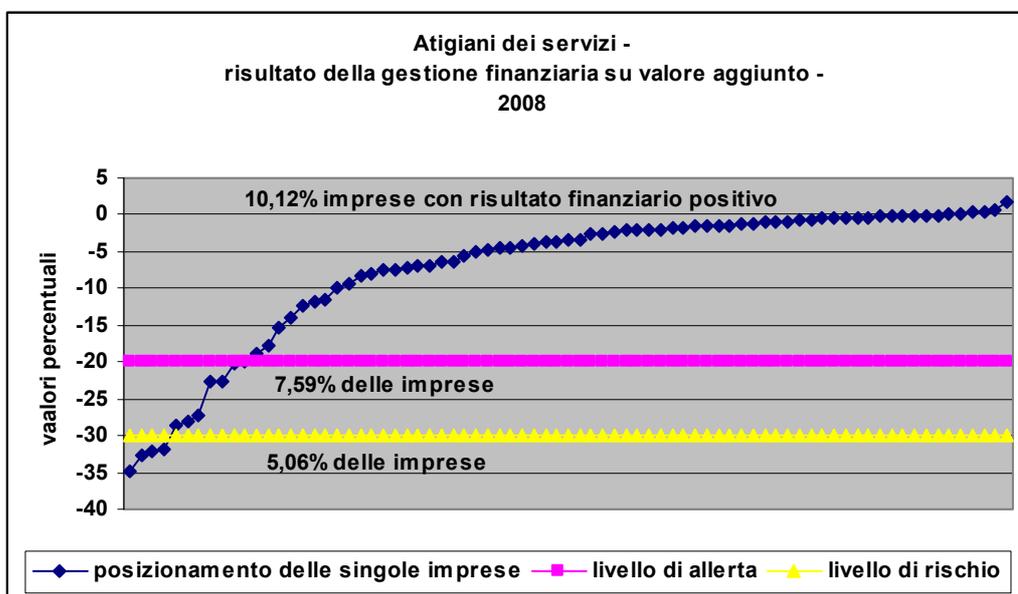
,

Grafico 16: Artigiani del trasporto. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 17: Artigiani dei servizi. Rapporto % risultato gestione finanziaria su valore aggiunto (2008). Analisi disaggregata per impresa.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

I livelli di allerta e di criticità sono stati da noi definiti arbitrariamente sulla base di alcune considerazioni suggeriteci dall'esperienza: costi finanziari compresi fra

il 20% e il 40% del valore aggiunto compromettono notevolmente la redditività dell'impresa perché sottraggono ricchezza che dovrebbe essere destinata principalmente al lavoro e agli ammortamenti; quando gli oneri finanziari superano il 40% del valore aggiunto il rischio di risultati economici negativi e di successiva insolvenza è molto elevato.

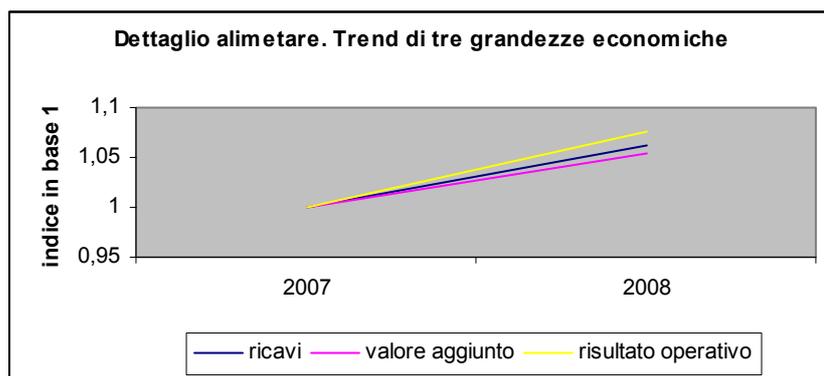
La prima osservazione è che l'analisi disaggregata conferma che il valore medio ponderato (grafico 8) descrive bene le diverse situazioni. Fra gli artigiani le aree che evidenziano il maggior rischio sono i servizi e l'edilizia, l'area della manifattura sembra, sotto questo aspetto, la più solida. Nell'ambito del commercio l'area della somministrazione presenta un maggior numero di situazioni critiche, ma anche il dettaglio non alimentare annovera molti casi in cui sono scattati il livello di allerta e di rischio. Ancora una volta l'area che si presenta meglio attrezzata per far fronte ai problemi finanziari è il dettaglio alimentare (97,7% delle imprese evidenzia risultati finanziari compatibili con la redditività) grazie, pensiamo noi, ad un ciclo monetario più favorevole.

2. Analisi economica

2.1 Ricavi, Valore Aggiunto e Margini

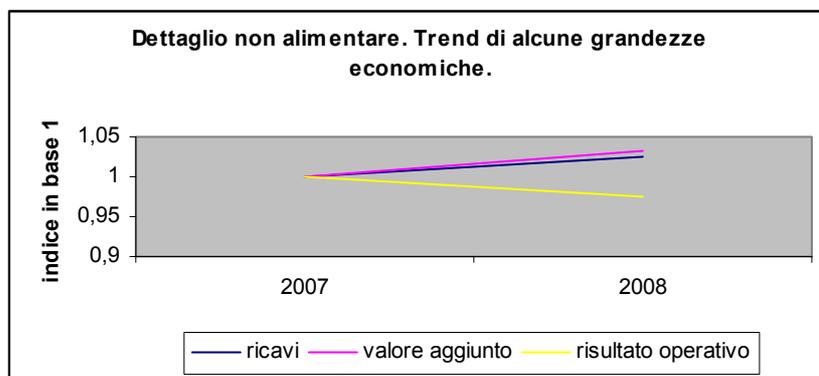
In questo paragrafo cercheremo di dare conto del trend delle più significative grandezze relative ai risultati d'esercizio.

Grafico 18: Imprese dettaglio alimentare. Trend di tre grandezze economiche



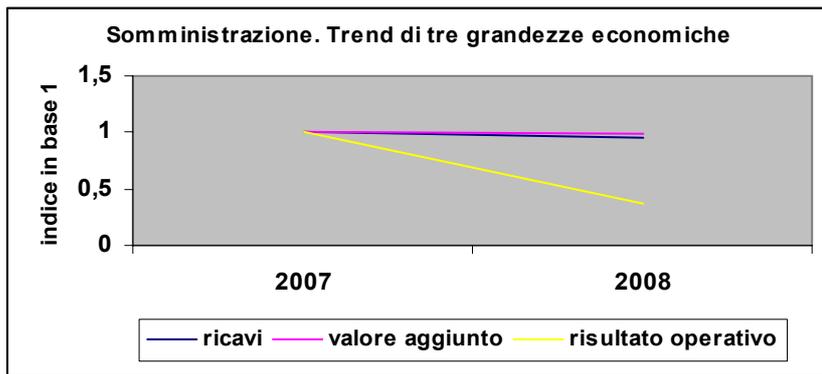
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 19: Imprese dettaglio non alimentare. Trend di tre grandezze economiche



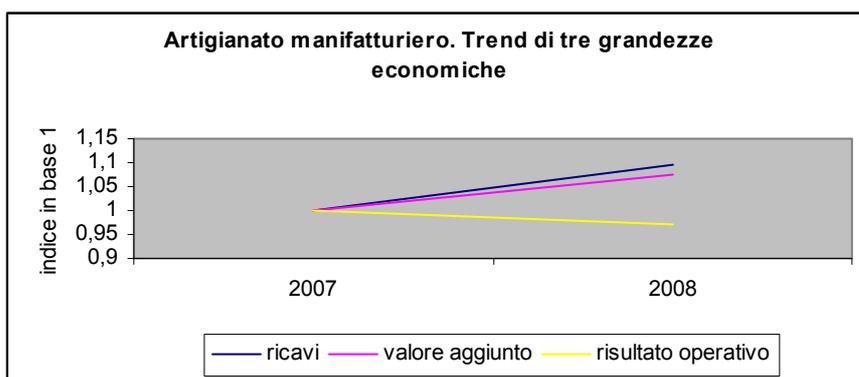
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 20: Imprese della somministrazione. Trend di tre grandezze economiche



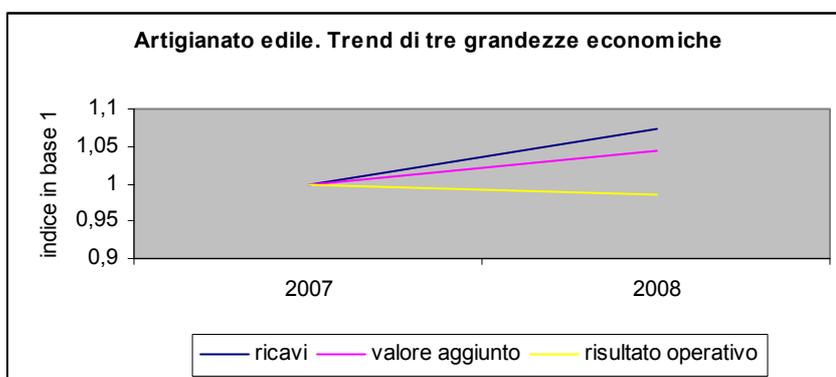
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 21: Artigianato manifatturiero. Trend di tre grandezze economiche



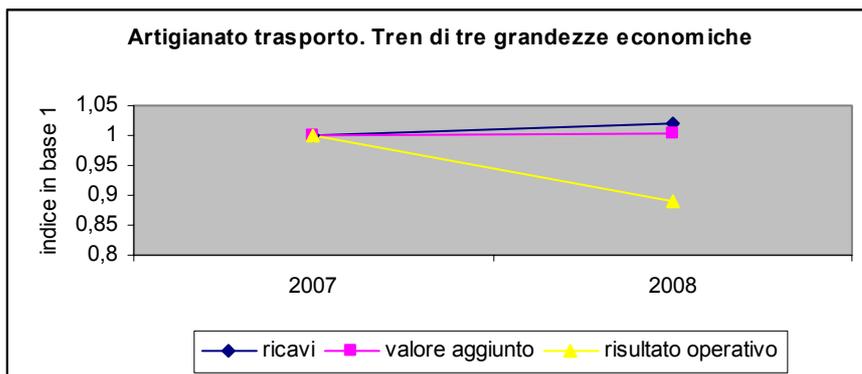
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 22: Artigianato edile. Trend di tre grandezze economiche



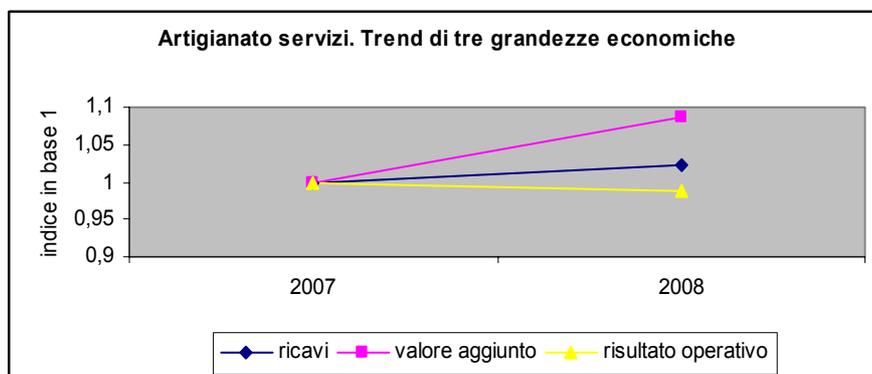
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 23: Artigianato trasporto. Trend di tre grandezze economiche



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

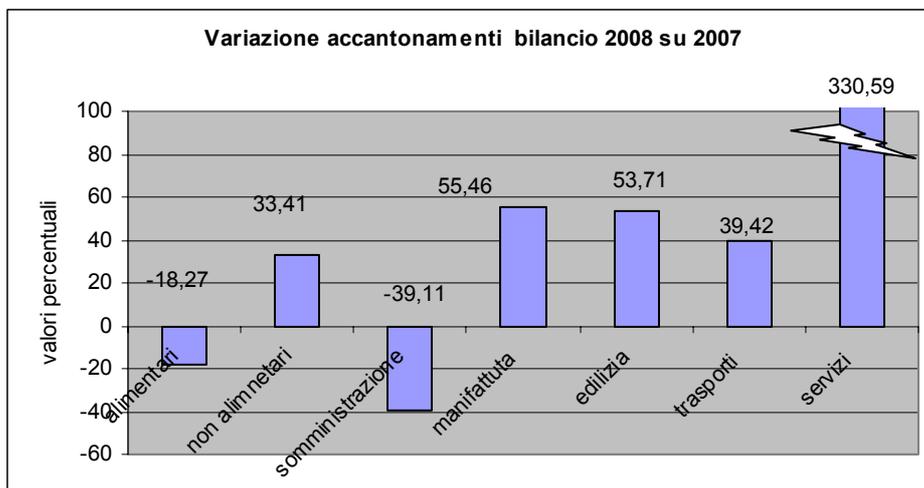
Grafico 24: Artigianato servizi. Trend di tre grandezze economiche



Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

I sette grafici che precedono sono molto interessanti e danno origine ad ipotesi diverse. Come si può facilmente constatare, a parte l'area del dettaglio alimentare, tutte le altre presentano una costante: all'aumento dei ricavi e del valore aggiunto corrisponde una diminuzione del risultato operativo. Si potrebbe desumere che allo tsunami finanziario verificatosi nell'ultimo trimestre le imprese abbiano reagito, oltre che chiudendo i rubinetti del credito (come già appurato precedentemente), anche adottando criteri di bilancio caratterizzati da estrema cautela nelle valutazioni, negli ammortamenti e negli accantonamenti. Questa interpretazione contiene probabilmente elementi di verità, ma, tuttavia, resta un'ipotesi ed è necessario verificarla, almeno in parte, dove possibile. Sulle valutazioni delle rimanenze non abbiamo strumenti per verificare eventuali sottostime, ma sugli ammortamenti e sugli accantonamenti possiamo effettuare delle misurazioni.

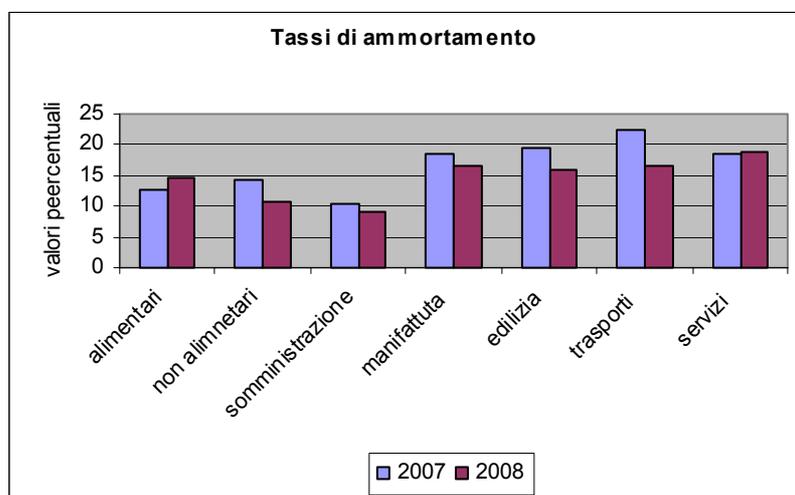
Grafico 25 : Variazioni “accantonamenti rischi” e “altri accantonamenti”



Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

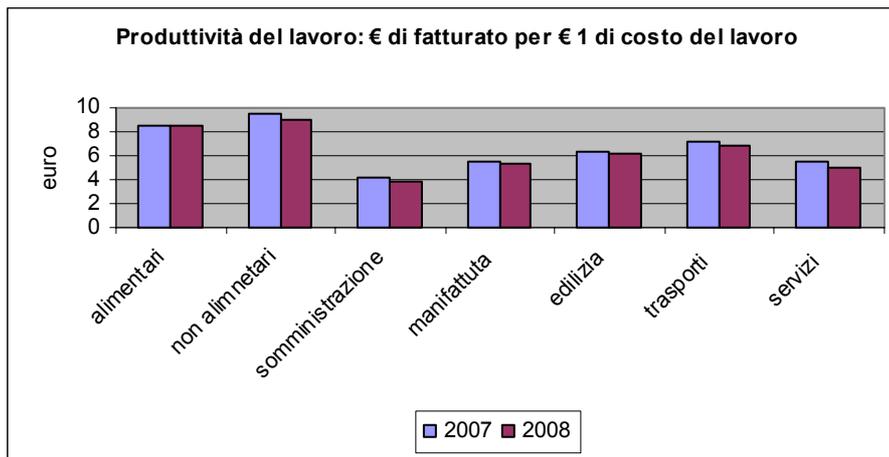
Il grafico 25 testimonia che per le imprese dell'artigianato e della somministrazione, nel bilancio 2008, è possibile che siano stati adottati criteri prudenziali, in sede di bilancio, nella valutazione degli accantonamenti rischi, considerato il notevole tasso percentuale di incremento. Ciò rappresenterebbe un elemento di conferma rispetto all'ipotesi precedentemente formulata; se tuttavia prendiamo in esame gli altri costi coperti dal valore aggiunto riscontriamo elementi contraddittori; ad esempio gli ammortamenti, con la sola eccezione delle imprese dei trasporti, nel bilancio 2008 sono di importo maggiore rispetto all'anno precedente ma se detti importi vengono rapportati al valore netto delle immobilizzazioni, ci accorgiamo che la percentuale di ammortamento diminuisce per le imprese di tutte le aree d'affari (grafico 23). Questo significa che, in questo caso, non sono stati adottati criteri particolarmente prudenziali. Questo dato ci ha indotto a verificare, rimanendo nell'ambito dei componenti del valore aggiunto, il costo del personale che ci è apparso in diffusa crescita: abbiamo quindi calcolato un indice di produttività del lavoro. (grafico 27)

Grafico 26 : Tasso di ammortamento



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 27 : Produttività del lavoro



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Come si vede la produttività del lavoro appare in diminuzione per tutti quei settori che hanno registrato una riduzione del risultato operativo pur in presenza di aumenti dei ricavi e del valore aggiunto.

I grafici 26 e 27 ci inducono a ritenere che la caduta del risultato operativo pur in presenza di aumenti dei ricavi e del valore aggiunto sia solo in parte determinata da maggiore prudenza nelle politiche di bilancio mentre certamente intervengono peggioramenti nella gestione aziendale.

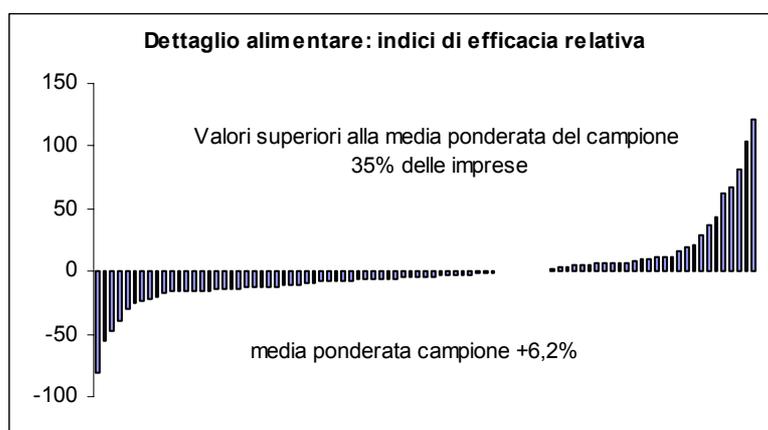
2.2 Efficacia, efficienza, redditività.

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

-con la prima definiamo una misura dell'efficacia dell'azione imprenditoriale confrontando la variazione della produzione di ciascuna area e delle singole imprese con la variazione media dell'area di appartenenza; ci sembra corretto misurare l'efficacia dell'azione imprenditoriale nel commercio e nell'artigianato con la formula ($\Delta\%$ ricavi dell'impresa - $\Delta\%$ ricavi medio del settore);

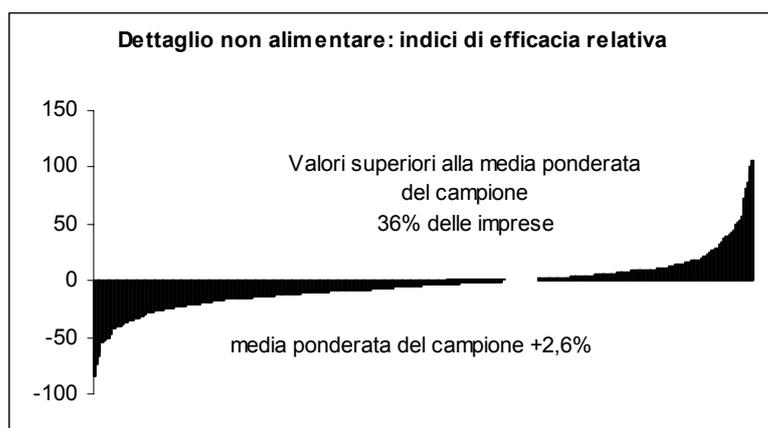
- con la seconda misuriamo il valore medio del settore dell'efficienza utilizzando la differenza tra la variazione del Risultato Operativo e quella del Valore Aggiunto (Δ Risultato Operativo – Δ Valore Aggiunto). Su questo indicatore di efficienza possono essere sollevate numerose obiezioni dagli amici che si occupano di analisi di bilancio. Noi lo utilizziamo insieme ad altri strumenti (vedi ad esempio il grafico 27) per avere una valutazione orientativa sulle politiche di gestione aziendale.

Grafico 28 . Imprese alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

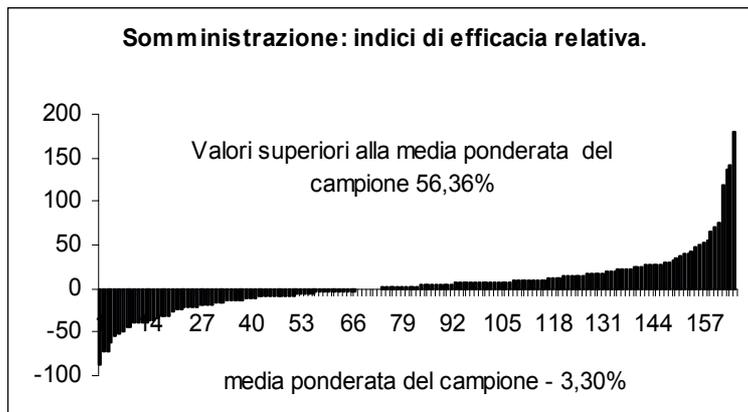
Grafico 29 . Imprese non alimentari: efficacia dell'azione imprenditoriale



Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

Grafico 30 . Imprese della somministrazione: efficacia dell'azione

imprenditoriale.

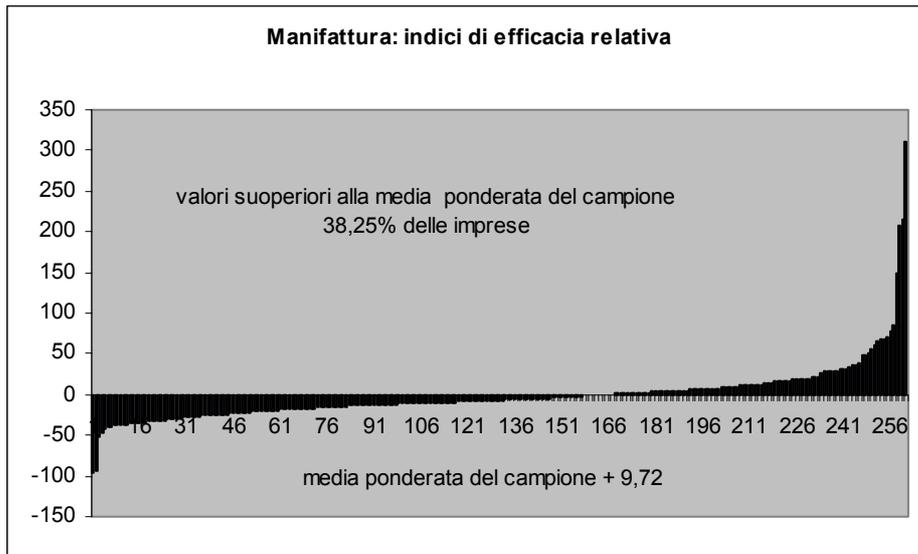


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Il maggiore incremento della produzione (che per queste aree corrisponde alle vendite), è dell'area del dettaglio alimentare, mentre la situazione più critica appare quella della somministrazione che registra un regresso superiore al 3%. Circa un terzo delle imprese del commercio al dettaglio riesce ad avere performance migliori della media, la percentuale sale ad oltre il 56% per gli imprenditori dell'area somministrazione, ma solo il 42% di essi aumenta i ricavi rispetto all'anno precedente. E' evidente che tanto migliore è la performance media ponderata tanto minore è il numero delle imprese che riesce a posizionarsi sopra di essa.

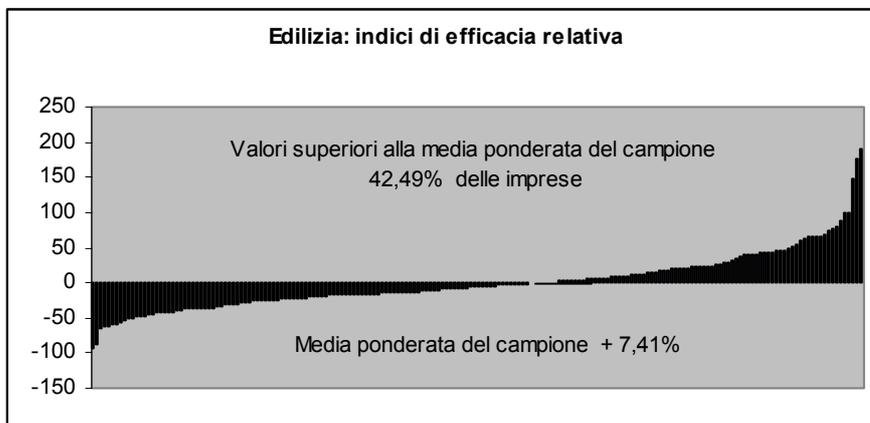
Si noti che si tratta di variazioni nominali, non depurate dell'inflazione: si ritiene quindi che gli incrementi reali siano inferiori a quelli calcolati mentre i decrementi reali sono certamente superiori. Un'ipotesi attendibile è che solo le imprese del campione del dettaglio alimentare ha registrato un incremento delle vendite in termini reali.

Grafico 31 . Artigiani manifatturieri: efficacia dell'azione imprenditoriale.



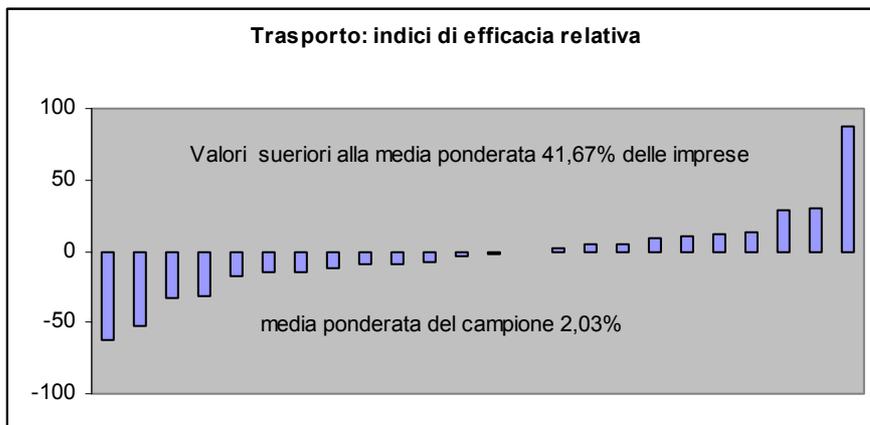
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 32 . Artigiani edili: efficacia dell'azione imprenditoriale.



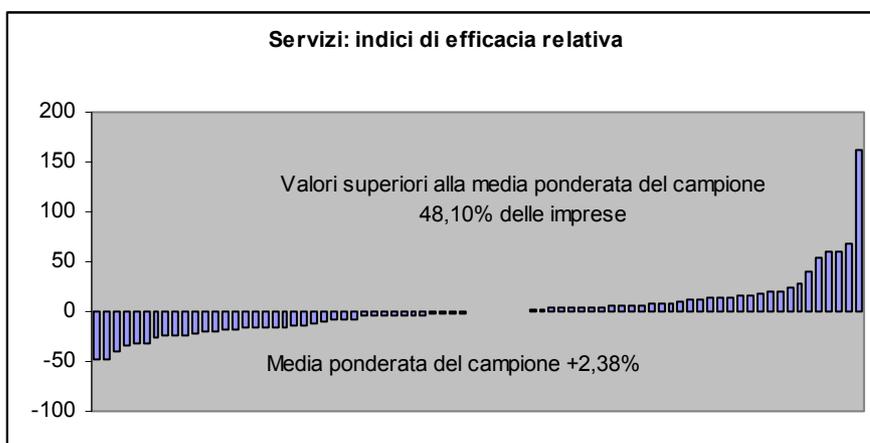
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 33 . Artigiani del trasporto: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 34. Artigiani dei servizi: efficacia dell'azione imprenditoriale.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

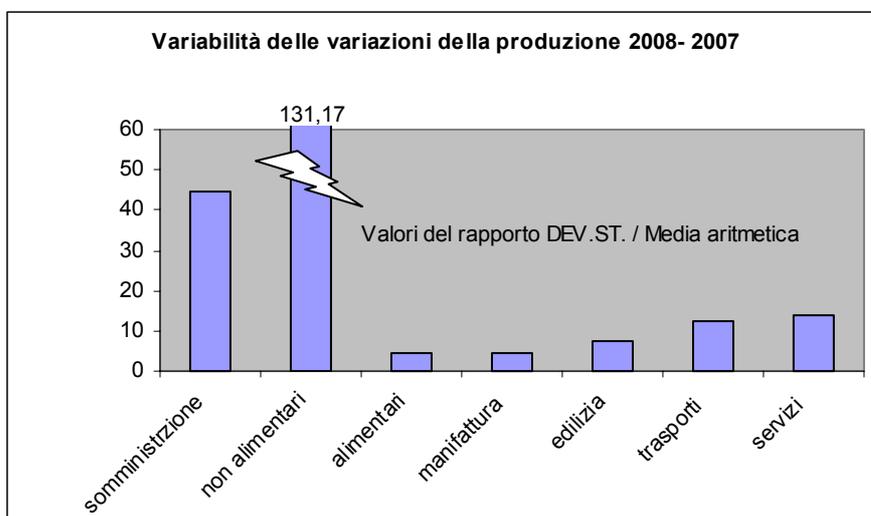
Nel 2008 gli artigiani manifatturieri e quelli dell'edilizia registrano ancora una soddisfacente crescita del fatturato, mentre la produzione delle altre due aree appare stagnante poiché evidenzia un incremento simile a quello del tasso medio di inflazione. Per le prime tre arre d'affari 4 imprese su 10 riescono ad avere una

performance migliore della media ponderata mentre nei servizi quasi un'impresa su due raggiunge questo obiettivo.

I grafici dal 28 al 34 segnalano quale percentuale di imprese ottiene performance migliori della media ponderata, ma nulla ci dicono circa l'omogeneità delle variazioni in aumento e in diminuzione delle singole imprese. E' ragionevole ritenere che le aree che evidenziano variazioni più omogenee siano quelle che incontrino minori difficoltà congiunturali; infatti quando si restringe il mercato la competizione diventa più dura e maggiore è la differenziazione fra vincenti e sconfitti.

Il successivo grafico rappresenta i valori del rapporto deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della produzione.

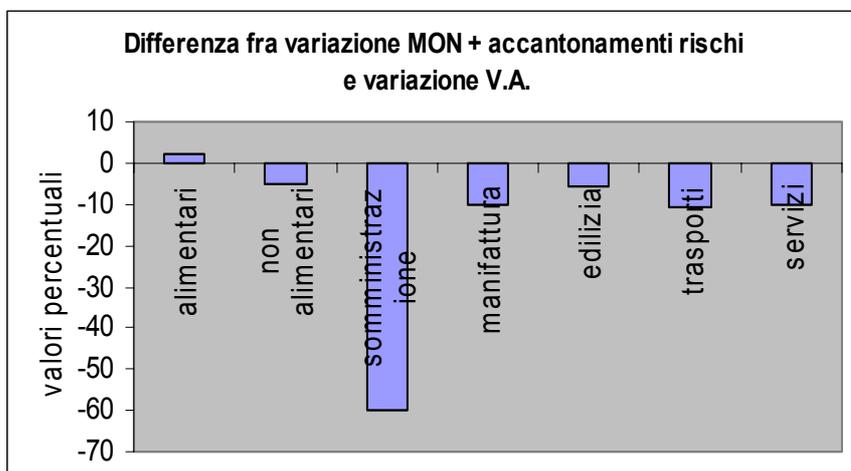
Grafico 35. Rapporti deviazione standard / media aritmetica delle variazioni della produzione 2008 su 2007.



Fonte:Ascom, Confesercenti, Casa,Cna, Confartigianato

La grande variabilità dei ricavi registrati dalle imprese della somministrazione e del dettaglio non alimentare rappresenta, secondo noi, un'ulteriore conferma che nel 2008 le maggiori difficoltà congiunturali sono state registrate da queste aree d'affari.

Grafico 36. Efficienza della gestione: differenza fra le variazioni percentuali di margine operativo netto + accantonamenti rischi e valore aggiunto.

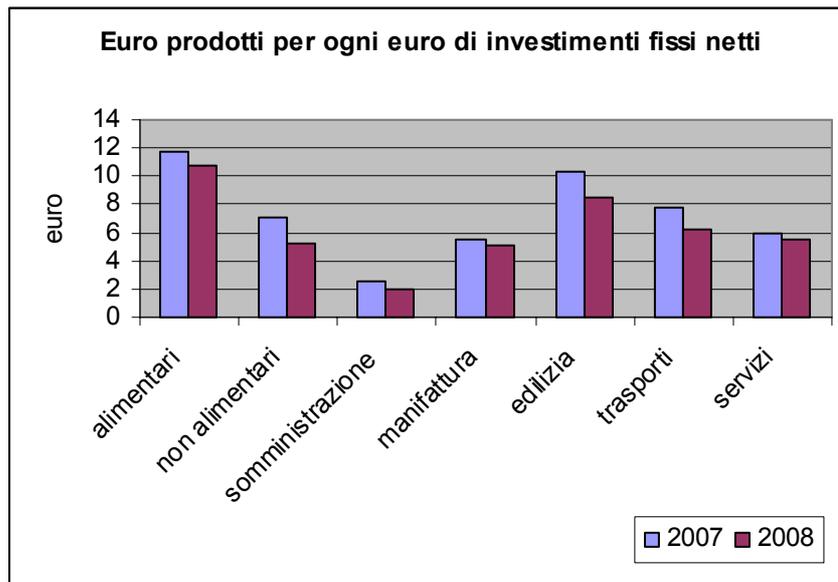


Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Abbiamo aggiunto l'accantonamento rischi al MON in considerazione del fatto che a fine 2008 maggiori i accantonamenti possano essere stati fatti al solo scopo di adottare criteri di massima prudenza visto il terremoto finanziario che si era appena prodotto.

Come anticipato questo strumento di misura dell'efficienza deve essere integrato con altre analisi miranti a cogliere eventuali miglioramenti o peggioramenti nella gestione aziendale. Con il grafico 27 abbiamo colto un peggioramento generalizzato (con l'eccezione del dettaglio alimentare) nell'efficienza dell'utilizzo del fattore lavoro. Ora procederemo ad altre misurazioni che ci permettano di costruire un giudizio equilibrato.

Grafico 37. Efficienza della gestione: produttività degli investimenti pluriennali.



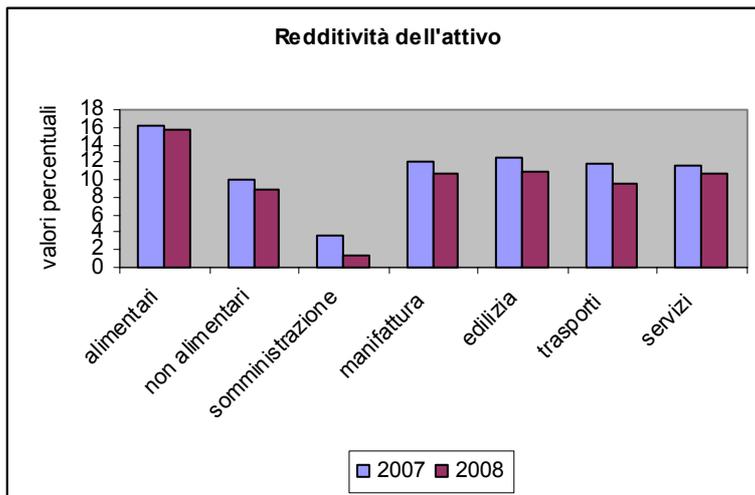
Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

La produttività degli investimenti fissi segna il massimo nel dettaglio alimentare ed il minimo nella somministrazione. La questione rilevante è che tutte le aree d'affari registrano un calo notevole di questo indicatore. Nel 2008 è peggiorata non solo la produttività del lavoro ma anche quella degli investimenti pluriennali netti.

Da quanto su esposto si può desumere credibilmente che il peggioramento dei risultati a fine 2008, pur in presenza nella maggioranza dei casi, di incrementi di fatturato e valore aggiunto, non sia dovuto solo a manovre contabili di bilancio tendenti a rafforzare patrimonialmente le imprese in previsione della difficilissima congiuntura, ma che detto peggioramento sia anche la logica conseguenza di un deterioramento della gestione che ha significativamente ridotto la produttività di alcuni fattori.

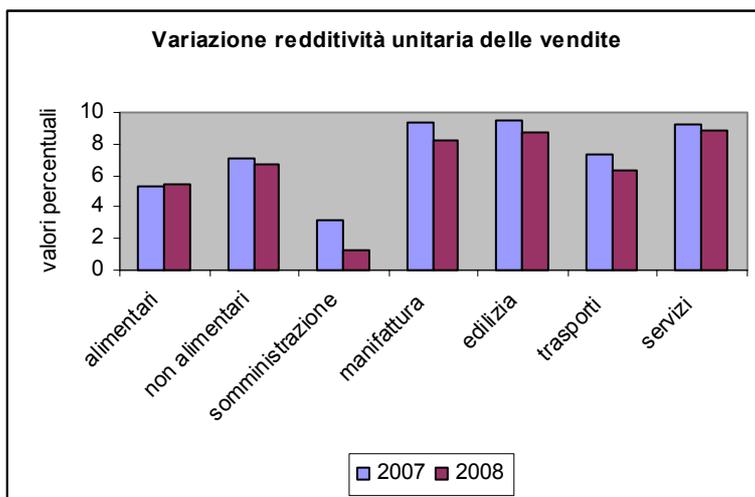
Per avere una misura certa della caduta della redditività procediamo ora al calcolo delle variazioni subite da due importanti indici di redditività: il ROS che misura la redditività unitaria delle vendite ed il ROA che misura la redditività degli investimenti.

Grafico 38. Variazione della redditività dell'attivo.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Grafico 36. Variazione della redditività delle vendite.



Fonte: Ascom, Confesercenti, Casa, Cna, Confartigianato

Entrambi i grafici mostrano un'erosione della redditività dell'attivo registrata a fine anno da tutte le aree d'affari mentre l'area del dettaglio alimentare è l'unica che fa segnare un aumento dell'indice di redditività unitaria delle vendite.

Si tratta di un calo generalmente significativo ma contenuto, con la sola eccezione dell'area della somministrazione che registra un crollo degli indici, peraltro già bassi, registrati nel 2007.

Rilevante è la similarità dei valori delle diverse aree d'affari del comparto dell'artigianato; l'omogeneità appare particolarmente accentuata per i valori del ROA.

3. Note conclusive

Le imprese rappresentate dal nostro campione sono classificabili, secondo la scala europea, "piccole" (vedi tabella 2) ma per il genere di attività che svolgono occupano importanti spazi di mercato. In particolare le imprese delle vendite al dettaglio si inseriscono fra la micro e la grande distribuzione, prevalentemente nell'ambito "alimentari e grocery", elettronica, auto, ferramenta, e in altri segmenti specializzati. Le imprese artigiane hanno un target misto (consumatori finali - imprese) e costituiscono un tessuto indispensabile per i cittadini e per le imprese di dimensioni maggiori.

Per la prima volta abbiamo avuto modo di confrontare attività di vicinato appartenenti a comparti diversi: si tratta di attività affrontate con impostazione e mentalità diverse dall'imprenditore e che, certamente, presuppongono attitudini e conoscenze diverse. Queste differenze esistono, ma se si guarda alla composizione qualitativa e quantitativa del patrimonio aziendale si evidenziano similarità in parte inattese.

E' noto ad esempio che, tradizionalmente, le imprese manifatturiere registravano, in passato, indici di immobilizzazione dell'attivo superiore a quelli delle imprese mercantili; dalla tabella 3 desumiamo che ciò non è verificato oggi e che attività di commercio al dettaglio alimentare necessitano di maggiori investimenti fissi delle attività artigianali manifatturiere. Le cause di ciò sono state da noi evidenziate precedentemente, ora qui osserviamo che i maggiori investimenti necessari hanno comportato nuovi e diversi problemi nella definizione delle fonti di finanziamento per le imprese mercantili, problemi non sempre risolti come verificato in tabella 3 dalla quale appaiono sotto capitalizzate le imprese di due importanti aree d'affari: dettaglio alimentare e somministrazione (per la prima si tratta di una situazione non grave e compensata da un ciclo monetario molto

favorevole, per la somministrazione invece la sotto capitalizzazione appare a livello di rischio).

La particolare debolezza finanziaria delle imprese della somministrazione esiste ed è evidenziata anche dall'analisi del Capitale Circolante Netto, anche se, per le ragioni già esposte, il valore di questo indicatore (- 20% dell'attivo) enfatizza eccessivamente il problema.

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

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

L'osservazione congiunturale ha portato a registrare la prima rilevante conseguenza del crash finanziario verificatosi nel sistema finanziario a fine 2008: la forte contrazione registrata dai debiti bancari al 31 dicembre 2008 non può che essere il frutto di una pressante sollecitazione delle banche ai clienti affinché questi provvedessero al "rientro" delle posizioni debitorie.

Si potrebbe dire che trattasi di cosa risaputa, ma qui abbiamo misure medie ponderate precise che variano dal 20% circa per l'area somministrazione al 80% circa per l'artigianato del trasporto. Una botta notevole e giova in questa circostanza ricordare che le nostre analisi si basano su campioni biennali a scorrimento e che quindi non possiamo e non potremo contare i morti.

Vogliamo essere ottimisti e pensare che la maggioranza delle imprese sia sopravvissuta grazie al relativamente basso ricorso al credito bancario a breve termine.

Il nostro ottimismo si basa anche sull'analisi dell'incidenza degli oneri finanziari: essi aumentano sia in termini assoluti sia in rapporto al valore aggiunto ma le imprese a rischio si aggirano, nel peggiore dei casi (somministrazione) intorno al

6% e si riducono a poco più dell'uno per cento per le imprese dell'area dettaglio alimentare.

Se lo tsunami finanziario ha prodotto immediate conseguenze sulle posizioni bancarie delle imprese, esso appare non percepibile a livello di ricavi 2008.

Per quasi tutte le aree d'affari (con l'eccezione della somministrazione) essi sono in crescita anche se in misura diversa e non sempre soddisfacente. Insieme ai ricavi cresce generalmente, in misura simile, anche il valore aggiunto, a dimostrazione che le imprese hanno conservato efficienza nella fornitura.

La caduta, per certi versi notevole, si registra a carico del margine operativo netto: abbiamo avuto modo di dimostrare che questo peggioramento non è (come speravamo) frutto di politiche di bilancio ispirate alla cautela ma che su di esso ha influito la netta caduta di efficienza del lavoro e degli investimenti. Questa caduta di efficienza è riscontrabile anche nell'erosione dei principali indici di redditività ROA e ROS : il primo scende in riferimento a tutte le aree d'affari mentre il secondo registra una leggera crescita nel dettaglio alimentare e decresce in tutte le altre aree d'affari.

La sensazione è che i riflessi sull'economia reale del terremoto finanziario si siano abbattuti su un contesto che già aveva qualche problema per conto suo.

Notizie recenti non ci rassicurano circa l'evoluzione della situazione nell'esercizio 2009 e in quello che verrà.

Queste imprese avranno bisogno nel futuro prossimo di avere credito dal sistema finanziario a costo sostenibile e avranno bisogno di un risveglio della domanda consumer.

Non è nostro compito indicare quali politiche possano generare questi effetti ma sappiamo che la teoria economica non manca di risposte che la politica possa considerare accettabili.

Parte seconda

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

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

1. Introduzione

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Metodologia di analisi

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

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

Tale database è sicuramente unico nel contesto degli studi congiunturali nazionali e piemontesi. Infatti, a differenza delle analisi di bilancio condotte utilizzando i bilanci presenti presso Cerved e Centrale dei Bilanci, o database similari (come, ad esempio, il database Aida sui bilanci delle imprese italiane), il campione da noi costruito raccoglie

le contabilità generate da società commerciali e artigianali di piccola e media dimensione che, generalmente, non sono costituite in società di capitale e quindi non sono rappresentate negli studi citati (in quanto tali studi raccolgono soltanto i bilanci delle società di capitale, e quindi soltanto le imprese aventi la forma di Spa o di Srl).

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

I dati contabili utilizzati dall'Osservatorio sono quelli delle società di le associazioni di categoria gestiscono la contabilità. Nel complesso si tratta di circa 5000 imprese con cui è stato costruito un "campione chiuso" di imprese presenti nel periodo 2007-2009. Per tale motivo, il numero di imprese che vengono inserite di volta in volta nell'elaborazione trimestrale dei dati è inferiore al complesso del campione: lo studio dei dati contabili relativi al II trimestre 2009 viene condotto utilizzando i dati di 3.441 imprese. L'unità statistica di rilevazione dell'Osservatorio è l'impresa e non il punto vendita. Le contabilità vengono esaminate con cadenza trimestrale, per monitorare la congiuntura del comparto del commercio e artigianato in modo frequente e continuativo.

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

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

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

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

3. Variabili statistiche osservate

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

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

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

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

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

4. La struttura del campione

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

4.1 La dimensione delle imprese

La dimensione delle imprese utilizza i dati medi annuali relativi al 2008, anno in cui le 3.441 imprese che formano il campione chiuso 2007-2009 hanno una dimensione media di 112.000 euro nel 2008.

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

Infatti, l'analisi della distribuzione dei ricavi netti delle singole imprese del campione indica che a fronte di poche imprese che superano i 200 mila euro di fatturato annuo (sono 322 e rappresentano il 9% delle imprese del campione) ve ne sono

tantissime che si posizionano al di sotto dei 50.000 euro di fatturato (1.499 imprese che rappresentano il 44% delle imprese presenti).

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

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

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

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

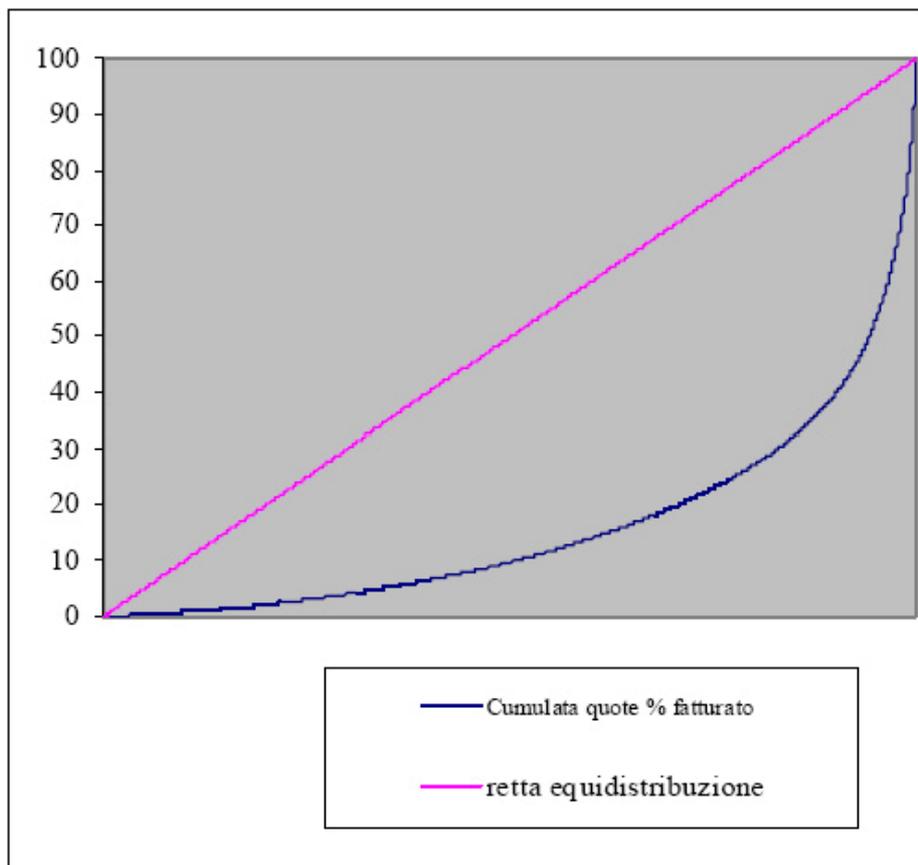
	Peso % 2008
Prima impresa	6,6
Prime 10 imprese (C10)	17,1
Prime 25 imprese(C25)	23,0

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

Grafico 4.1: Curva di concentrazione fatturato 2008



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

e il milione di euro; le grandi imprese, con fatturato superiore al milione di euro (tabella 4.2).

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

Il primo gruppo è formato da 2.446 imprese, che rappresentano ben il 71% delle imprese presenti nel campione, mentre le medie imprese sono 969 (il 28% delle imprese totali) e le grandi imprese solo 26 (l'1% del totale).

Tabella 4.2: Numero di imprese per classe dimensionale

	livello di fatturato al 2008	numero di imprese	% numero di imprese
Piccole imprese	minore di 100 mila euro	2446	71,1
Medie imprese	tra 100 mila e un milione di euro	969	28,2
Grandi imprese	maggiore di un milione di euro	26	0,8
Totale campione		3441	100,0

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

Tabella 4.3: Peso dei ricavi per dimensione di impresa

	Peso % ricavi 2008
Piccole imprese	28,8
Medie imprese	48,0

Grandi imprese	23,3
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): a fronte di un ricavo medio di soli 45 mila euro da parte delle piccole imprese, si nota un ricavo di 191 mila euro per le medie imprese e di 3,4 milioni di euro per le grandi imprese.

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

	2008
Piccole imprese	45.521
Medie imprese	191.496
Grandi imprese	3.461.590
Totale campione	112.440

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

4.2 I settori merceologici delle imprese

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

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

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

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

Tabella 4.5: Numero di imprese per settore di appartenenza

Settore	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2008
Edilizia	866	25	19
Commercio food	269	8	27
Attività manifatturiere	299	9	9
Commercio non-food	605	18	19
Ristorazione	200	6	5
Altri servizi	1042	30	16
Trasporti	160	5	5
Totale	3.441	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

La diversa dimensione media d'impresa emerge chiaramente dalla tabella 4.6: mentre i servizi e l'edilizia hanno una dimensione media inferiore ai 100 mila euro, quella del commercio food raggiunge i 390 mila euro, anche grazie alla presenza di alcuni supermercati. Gli altri comparti sono abbastanza vicini alla dimensione media del campione (112 mila euro nel 2008).

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

Tabella 4.6: Ricavi medi d'impresa per settore

Settore	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var. % 08 - 07
Edilizia	84.966	84.884	-0,1
Commercio food	389.305	389.337	0,0
Attività manifatturiere	110.310	110.997	0,6
Commercio non-food	122.493	123.360	0,7
Ristorazione	98.128	101.409	3,3
Altri servizi	58.072	60.506	4,2
Trasporti	102.936	109.471	6,3
Totale	111.014	112.440	1,3

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

4.3 La localizzazione delle imprese

Per quanto riguarda la distribuzione delle imprese del campione in base all'area geografica in cui esse sono localizzate, dalla tabella 4.7 si evince che il 29% delle imprese (1.009) sono presenti nel capoluogo, mentre il 71% nel resto della provincia di Torino (2.432).

La composizione dei ricavi mostra che il capoluogo torinese con il 29% delle imprese determina il 31% dei ricavi totali, sintomo di una dimensione media leggermente più elevata.

Tabella 4.7: Numero di imprese per area di localizzazione

Area	Numero di imprese	Composizione % numero di imprese	Composizione % ricavi 2008
Capoluogo	1.009	29,3	31
Resto della provincia	2.432	70,7	69
Totale	3.441	100	100

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

Tale fatto trova evidenza nella tabella 4.8, che mostra una dimensione media delle imprese del capoluogo di 119 mila euro nel 2008, valore maggiore rispetto al resto della provincia (110 mila euro). La variazione dei ricavi nel corso del biennio 2008-2007 privilegia le imprese del resto della provincia, che crescono dell'1,7% a fronte di un aumento dei ricavi medi nel capoluogo di solo 0,3%.

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

Area	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var.% 08 - 07
Capoluogo	118.603	119.007	0,3
Resto della provincia	107.866	109.716	1,7
Totale	111.014	112.440	1,3

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

5.1 Il dato aggregato

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

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

Tabella 5.1: Evoluzione ricavi del totale campione (euro)

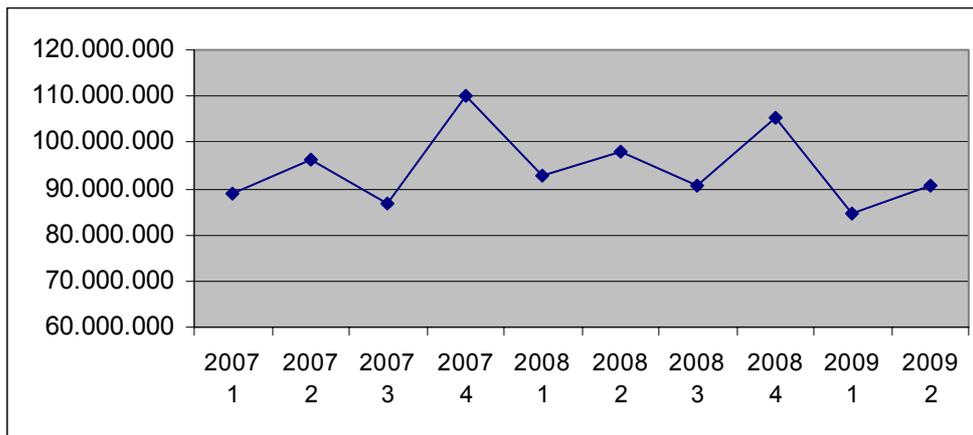
Trimestre	Ricavi
2007 1	88.865.726
2007 2	96.263.451
2007 3	86.908.880
2007 4	109.962.531
2008 1	92.592.236
2008 2	98.189.613
2008 3	90.853.387
2008 4	105.271.154
2009 1	84.509.485
2009 2	90.638.135

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

Grafico 5.1: Evoluzione trimestrale dei ricavi



Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	93	101	91	115	96	102	94	109	97	103		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

La tabella 5.3 entra nel dettaglio dell'evoluzione congiunturale dei dati e mostra l'evoluzione dell'indice avente come base il I trimestre del 2007, primo periodo di rilevazione del nostro database. I trimestri finali di ciascun anno segnano sempre un picco di congiuntura favorevole rispetto al trimestre di inizio delle nostre osservazioni. Il quarto trimestre del 2008 è in linea con l'evoluzione degli anni precedenti, anche se con livelli di crescita nettamente più bassi rispetto al 2007 e indica l'inizio di una crisi economica che si manifesta palesemente nel I trimestre 2009, quando l'indice del fatturato tocca il punto più basso di tutta la serie storica. Il dato relativo al I trimestre 2009 è inferiore del 5% a quello registrato nel I trimestre 2007, e di ben 9 punti

percentuali rispetto al corrispondente trimestre del 2008. Il II trimestre 2009 mostra una netta ripresa rispetto al dato di inizio anno, anche se registra il valore più basso rispetto al secondo trimestre del 2008 e del 2007.

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	108	98	124	104	110	102	118	95	102		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	100	108	98	124	100	106	98	114	100	107		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

5.2 L'ambito dimensionale

Fino qui

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

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

Il dato del II trimestre 2009 mostra che la crisi colpisce soprattutto le imprese di grandi dimensioni, che hanno raggiunto un livello di ricavi più basso di quello iniziale;

al contrario, le imprese di piccole mostrano un livello di fatturato maggiore di quello di due anni prima (+5% rispetto al I trimestre 2007).

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	100	113	103	134	101	109	101	126	95	105		
Medie imprese	100	109	98	125	108	116	104	123	96	102		
Grandi imprese	100	102	92	108	101	102	101	102	94	99		
Totale campione	100	108	98	124	104	110	102	118	95	102		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

5.3 L'ambito territoriale

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

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

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

Per quanto riguarda il II trimestre 2009, la crisi economica colpisce soprattutto le imprese presenti nel resto della provincia, mentre per le imprese del capoluogo il fatturato è ad un livello dell'8% più alto del I trimestre 2007.

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	100	110	91	127	103	110	96	121	100	108		
Resto della provincia	100	108	101	122	105	111	105	117	93	99		
Totale	100	108	98	124	104	110	102	118	95	102		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

5.4 L'ambito settoriale

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

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

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

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

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

	2007				2007				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	100	116	113	155	104	117	116	146	94	109		
Commercio food	100	107	93	116	103	104	98	111	102	108		
Attività manifatturiere	100	109	89	120	106	114	93	106	85	84		
Commercio non-food	100	103	92	120	97	105	99	117	86	94		
Ristorazione	100	109	106	109	110	109	105	114	102	108		
Altri servizi	100	110	97	120	109	117	102	117	100	106		
Trasporti	100	104	104	111	116	119	108	103	92	86		
Totale	100	108	98	124	104	110	102	118	95	102		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

6.1 Il dato aggregato

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

Tabella 6.1: Variazione % sul trimestre precedente dei ricavi

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	5		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

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

Nel II trimestre 2009 si registra un numero di imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto al trimestre precedente che è in linea con quanto avvenuto nel II trimestre del 2008 e del 2007.

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

	2007	2008	2009

	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	n.d.	2174	1179	2496	1084	2039	1221	2358	858	2094		
Riducono i ricavi	n.d.	1267	2262	945	2357	1402	2220	1083	2583	1347		
Saldo aumenti – diminuzioni	n.d.	907	-1083	1551	-1273	637	-999	1275	-1725	747		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6.2 L'ambito dimensionale

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

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

La dinamica registrata dalle imprese nel II trimestre del 2009 è in linea con le attese di un aumento generalizzato rispetto al dato tradizionalmente negativo di inizio anno. Sono soprattutto le piccole imprese, quelle che hanno una ripresa dell'attività rispetto al I trimestre 2009.

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	n.d.	13	-9	30	-25	7	-8	25	-25	11		
Medie imprese	n.d.	9	-10	28	-14	8	-10	18	-22	6		
Grandi imprese	n.d.	2	-10	18	-7	2	-2	2	-8	5		
Totale campione	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6.3 L'ambito territoriale

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

infatti una variabilità nettamente più elevata rispetto a quella delle altre imprese del resto della provincia torinese.

Il II trimestre 2009 mostra un aumento generalizzato dell'attività rispetto al trimestre di inizio anno, con un'intensità del fenomeno che è abbastanza simile tra le imprese del Capoluogo e quelle del resto della provincia (tabella 6.5).

Tabella 6.5: Variazione % ricavi sul trimestre precedente per localizzazione

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capoluogo	n.d.	10	-17	40	-19	6	-12	26	-17	8		
Resto della provincia	n.d.	8	-6	21	-14	6	-5	12	-21	7		
Totale	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

6.4 L'ambito settoriale

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

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

Nel II trimestre 2009 le imprese dell'edilizia si riprendono nettamente rispetto a quanto avvenuto nel trimestre precedente, mentre quelle del commercio, della ristorazione e dei servizi hanno aumenti inferiori. Soltanto le attività manifatturiere e quelle dei trasporti sono in controtendenza rispetto alla stagionalità della distribuzione, segnalando quindi che continua la forte recessione già presente nel trimestre precedente.

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	n.d.	16	-3	38	-33	13	-1	26	-36	16		
Commercio food	n.d.	7	-13	24	-11	1	-6	13	-8	6		
Attività manifatturiere	n.d.	9	-18	34	-11	7	-18	14	-20	-1		
Commercio non-food	n.d.	3	-10	30	-19	9	-6	18	-27	9		
Ristorazione	n.d.	9	-3	3	1	-1	-4	9	-10	6		
Altri servizi	n.d.	10	-12	24	-9	7	-13	15	-14	6		
Trasporti	n.d.	4	1	6	5	2	-9	-5	-10	-7		
Totale	n.d.	8	-10	27	-16	6	-7	16	-20	7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

7.1 Il dato aggregato

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

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

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

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

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	4,2	2,0	4,5	-4,3	-8,7	-7,7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

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

Come si nota, nel corso del 2008 si nota un'inversione di tendenza causata dalla crisi finanziaria: mentre nei primi tre trimestri del 2008 si registra un numero di imprese in crescita che supera quelle in recessione, nel IV trimestre si assiste ad un'inversione del ciclo e le imprese in crescita sono ormai una minoranza nel nostro campione. Tale inversione di ciclo si conferma pienamente nel I e nel II trimestre 2009, quando le imprese in crescita rispetto all'anno precedente sono soltanto il 39% e il 44% del campione. Si conferma pertanto un saldo negativo, che continua la serie di saldi negativi iniziata a fine 2008.

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

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Aumentano i ricavi	1894	1736	1830	1638	1345	1504		
Riducono i ricavi	1547	1705	1611	1803	2096	1937		
Saldo aumenti – diminuzioni	347	31	219	-165	-751	-433		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.2 L'ambito dimensionale

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

Il calo del fatturato che si avverte nel II trimestre 2009 è generalizzato a tutte le dimensioni d'impresa ma è molto più intenso nel caso delle medie imprese, quelle con meno di un milione di euro di fatturato, che calano del 12% rispetto all'anno precedente. Al contrario, le piccole imprese vedono calare il fatturato solo del 3%, indicando che la crisi economica colpisce relativamente di meno questa dimensione imprenditoriale.

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

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	1,4	-3,8	-2,5	-6,6	-6,6	-3,3		
Medie imprese	7,7	6,6	6,5	-2,3	-11,1	-12,2		
Grandi imprese	0,8	0,3	9,7	-5,3	-6,5	-3,6		
Totale campione	4,2	2,0	4,5	-4,3	-8,7	-7,7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.3 L'ambito territoriale

Come mostra la tabella 7.5, la crisi economica colpisce tutte le localizzazioni di impresa, ma soprattutto le imprese presenti nel resto della provincia. Infatti, la variazione dei ricavi del II trimestre 2009 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente indica una dinamica più negativa per le imprese presenti nel resto della provincia, i cui ricavi calano del 10%. Al contrario, le imprese del Capoluogo hanno una riduzione del giro d'affari che è più contenuta.

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

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

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

7.4 L'ambito settoriale

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

Infatti, la dinamica del II trimestre 2009 dei servizi di trasporto (-27%) e delle attività manifatturiere (-26%) è molto più negativa della media del campione. Al contrario, la crisi colpisce in modo più lieve il settore della ristorazione. Solo il commercio alimentare riesce a mostrare una dinamica positiva, probabilmente a causa dell'anomalo dato che si era registrato nel II trimestre 2008 quando il commercio food aveva una dinamica negativa e in controtendenza rispetto agli altri settori.

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

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	3,9	1,2	2,9	-5,8	-9,4	-6,8		
Commercio food	3,4	-2,6	4,6	-4,2	-1,5	3,6		
Attività manifatturiere	6,3	4,9	4,8	-11,1	-20,0	-26,4		
Commercio non-food	-3,2	2,3	7,2	-2,4	-11,4	-11,2		
Ristorazione	10,2	-0,1	-1,1	4,7	-7,1	-0,7		
Altri servizi	8,9	6,3	5,4	-2,7	-8,1	-8,9		

Trasporti	16,0	14,4	3,4	-7,1	-20,4	-27,6		
Totale	4,2	2,0	4,5	-4,3	-8,7	-7,7		

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

8. Conclusioni

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

Il campione di 3.441 imprese di cui abbiamo analizzato l'evoluzione dei ricavi nel periodo compreso tra il I trimestre del 2007 ed il II trimestre del 2009, è formato da imprese del commercio e dell'artigianato torinese, che sono state analizzate a seconda della loro dimensione, della loro localizzazione geografica e della loro attività economica.

La dimensione media delle imprese del campione è di 112 mila euro di ricavi annuali nel 2008, e nasconde tipologie di impresa molto eterogenee: da una parte, abbiamo un nutrito numero di imprese di piccole dimensioni che pesano poco nel definire il bilancio aggregato del campione, dall'altra, un limitato numero di grandi imprese che rappresenta una quota molto elevata del fatturato del campione. Infatti, le imprese con meno di 50.000 euro di fatturato sono 1.499, e cioè il 44% delle imprese presenti, e determinano nel loro insieme solo il 10% del fatturato totale. Al contrario, le imprese con ricavi maggiori di 20 mila euro sono solo 322, il 9% del campione, e determinano il 26% del fatturato totale.

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

La distribuzione settoriale delle imprese è molto eterogenea: si va dal comparto commerciale (diviso a sua volta in ristorazione, commercio alimentare e non alimentare), che contiene più di un quarto delle imprese totali, a quello delle costruzioni (comprende le attività di muratura ma anche di impiantistica) che pesa per un altro quarto del totale, a quello dei servizi (diviso tra servizi di trasporto e altri servizi) che rappresenta un terzo del totale, a quello delle attività di piccola produzione industriale (soprattutto nella metalmeccanica) che pesa solo per il 9% della numerosità totale delle imprese.

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

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

Rispetto l'anno precedente, i ricavi delle imprese nel II trimestre 2009 sono in forte calo (-7,7%), segno evidente di una crisi economica generalizzata che rappresenta

la continuazione di quanto avvenuto nel IV trimestre 2008 e nel I trimestre 2009, quando il calo dei ricavi fu del 4,3% e dell'8,7% rispettivamente.

In realtà, tale dato fortemente negativo non è omogeneo in tutte le realtà economiche del campione, in quanto è una media tra situazioni di forte recessione e di live caduta del fatturato.

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

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

Una prima indicazione che conferma la presenza di una forte crisi economica emerge dall'esame del dato relativo al numero di imprese che nel II trimestre 2009 hanno ridotto i ricavi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: ben 1.937 imprese sono in recessione, contro le 1.504 imprese che aumentano il fatturato. Il saldo è quindi negativo (433 imprese) e conferma l'inversione di tendenza avvenuta nel IV trimestre del 2008 e nel I trimestre 2009, quando il saldo negativo era di 165 e di 751 imprese, rispettivamente. Possiamo quindi confermare che la crescita continua che si era registrata dal I trimestre del 2008 in poi si è definitivamente arrestata e si è trasformata in una profonda recessione.

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

- Le imprese di dimensione media, che riducono i ricavi del 12,2%, valore nettamente più alto della media del campione;
- le imprese del resto della provincia, che vedono calare i ricavi del 10,5%;
- le imprese manifatturiere e dei servizi di trasporto, le cui riduzioni di fatturato sono del 26,4% e del 27,6% rispettivamente.

Le imprese che nel II trimestre del 2009 subiscono in modo più attenuato la generalizzata recessione sono:

- le piccole imprese, e cioè quelle con un fatturato inferiore ai 100 mila euro annui, che riducono i ricavi soltanto del 3,3%;
- le imprese localizzate nel Capoluogo, i cui ricavi calano solo dell'1,5%;
- le imprese del commercio alimentare, che vedono aumentare il fatturato del 3,6%, probabilmente a causa del dato un p' anomalo che si era registrato nel II trimestre del 2008.

Pertanto, si evidenzia una precisa influenza delle determinanti settoriale, dimensionale e territoriale nel definire la risposta alla generale recessione dell'economia nazionale e regionale: le diverse opportunità di reazione alla crisi si esplicitano e si

separano e si rendono autonome dal valore medio del campione, che annienta le differenze comportamentali.

Occorre comunque aggiungere che il dato trimestrale rappresenta il punto di arrivo di una lunga evoluzione del fatturato, che noi abbiamo documentato dal I trimestre 2007 in poi. Infatti, nel II trimestre 2009 il nostro campione di imprese ha un livello di ricavi che è ritornato poco sopra il livello (il 2% in più) del fatturato del I trimestre del 2007, data di inizio della rilevazione statistica.

Sempre con riferimento al dato di inizio della serie storica, le imprese del Capoluogo, quelle dell'edilizia, del commercio food, della ristorazione e degli altri servizi registrano un livello superiore (+6-8% circa) a quello di due anni or sono. Al contrario, le rimanenti imprese hanno oggi un livello di fatturato addirittura inferiore (del 10-15% circa) a quello di inizio dell'analisi, effetto di una crisi che ha colpito soprattutto le imprese manifatturiere, quelle dei trasporti, quelle del commercio non-food.

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