

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

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

a cura di:

Paolo Vaglio e Giampaolo Vitali - Ceris-Cnr

Torino, agosto 2009

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

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

## Premessa

Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: dati relativi al I trimestre 2009 .....	3
1. Introduzione.....	3
2. Metodologia di analisi .....	4
3. Variabili statistiche osservate .....	5
4. La struttura del campione .....	6
4.1 La dimensione delle imprese .....	6
4.2 I settori merceologici delle imprese.....	10
4.3 La localizzazione delle imprese.....	11
5. L'analisi della congiuntura: la stagionalità della distribuzione .....	12
5.1 Il dato aggregato .....	12
5.2 L'ambito dimensionale .....	14
5.3 L'ambito territoriale .....	15
5.4 L'ambito settoriale.....	16
6. La congiuntura nel I trimestre 2009: il confronto con il trimestre precedente .....	17
6.1 Il dato aggregato .....	17
6.2 L'ambito dimensionale .....	18
6.3 L'ambito territoriale .....	18
6.4 L'ambito settoriale.....	19
7. La congiuntura nel I trimestre 2009: il confronto con l'anno precedente .....	20
7.1 Il dato aggregato .....	20
7.2 L'ambito dimensionale .....	21
7.3 L'ambito territoriale .....	21
7.4 L'ambito settoriale.....	22
8. Conclusioni.....	23

# Analisi della congiuntura delle imprese del commercio e dell'artigianato in provincia di Torino: dati relativi al I 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 biennio (2008-2009).

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 2008-2009. 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 IV trimestre 2008 viene condotto utilizzando i dati di 2.864 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 2864 imprese che formano il campione chiuso 2008-2009 hanno una dimensione media di 119.000 euro nel 2008.

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

Infatti, l'analisi della distribuzione dei ricavi netti delle singole imprese del campione indica che a fronte di poche imprese che superano i 200 mila euro di fatturato annuo (sono 274 e rappresentano il 10% delle imprese del campione) ve ne sono tantissime che si posizionano al di sotto dei 50.000 euro di fatturato (1.195 imprese che rappresentano il 42% delle imprese presenti).

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

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

Nel 2008 il campione appare abbastanza concentrato, in quanto le 10 imprese più grandi rappresentano ben il 19% del fatturato totale e le prime 25 imprese più grandi il 26% del fatturato totale. Tale distribuzione è stessa 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

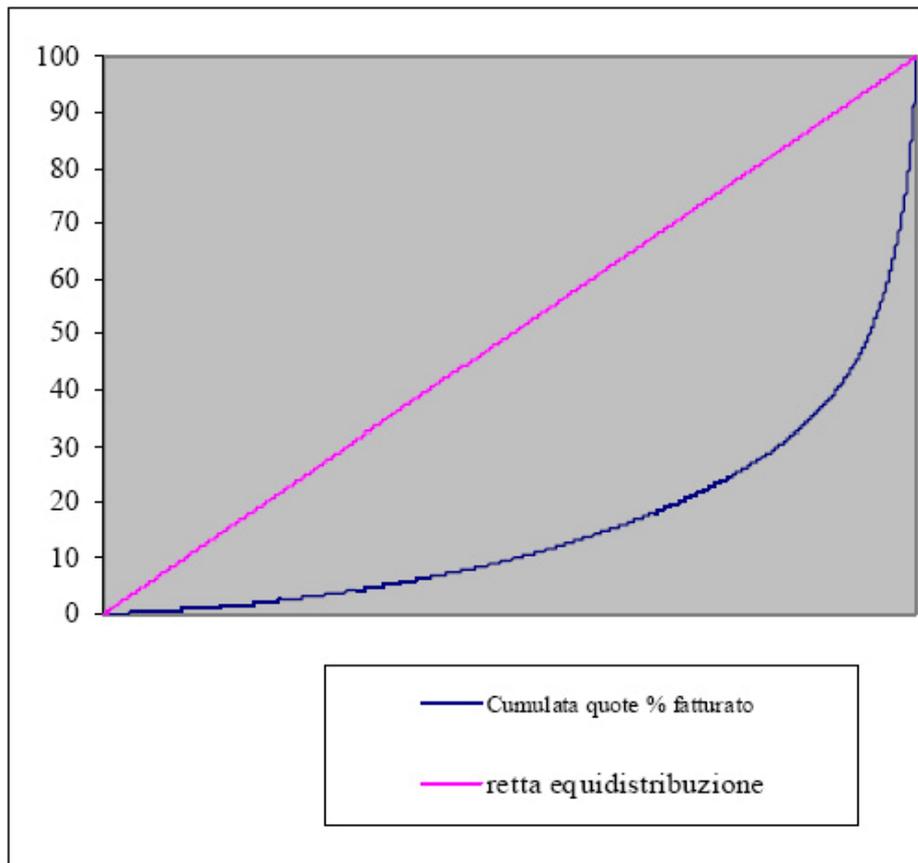
	Peso % 2008
Prima impresa	7,6
Prime 10 imprese (C10)	19,5
Prime 25 imprese(C25)	26,3

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 0,577, e può essere giudicato come relativamente alto, anche se si è ridotto leggermente rispetto al 2007 (quando misurava 0.590).

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).

Il primo gruppo è formato da 2.005 imprese, che rappresentano ben il 70% delle imprese presenti nel campione, mentre le medie imprese sono 832 (il 29% delle imprese totali) e le grandi imprese solo 27 (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	2005	70,0
Medie imprese	tra 100 mila e un milione di euro	832	29,1
Grandi imprese	maggiore di un milione di euro	27	0,9
Totale campione		2864	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 29% della numerosità di imprese determinano ben il 47% dei ricavati totali.

Tabella 4.3: Peso dei ricavi per dimensione di impresa

	Peso % ricavi 2008
Piccole imprese	28,4
Medie imprese	46,6
Grandi imprese	25,0
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 48 mila euro nel 2008, da parte delle piccole imprese, si nota un ricavo di 184 mila euro per le medie imprese e di 3,3 milioni di euro per le grandi imprese.

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

	2008
Piccole imprese	48.391
Medie imprese	183.884
Grandi imprese	3.363.109
Totale campione	119.002

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 molto più di un terzo delle imprese afferisca alle attività commerciali, un quarto 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 dei trasporti e, soprattutto, del commercio food e non-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, delle attività industriali, della ristorazione (bar, ristoranti, hotel), 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	697	24	18
Commercio food	268	9	31
Attività manifatturiere	212	7	6
Commercio non-food	610	21	22
Ristorazione	198	7	6
Altri servizi	751	26	12
Trasporti	128	4	5
Totale	2.864	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 quasi i 400 mila euro, anche grazie alla presenza

di alcuni supermercati. Gli altri comparti sono abbastanza vicini alla dimensione media del campione (119 mila euro nel 2008).

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

Tabella 4.6: Ricavi medi d'impresa per settore

Settore	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var. % 08 - 07
Edilizia	85.619	86.152	0,6
Commercio food	389.809	389.856	0,0
Attività manifatturiere	103.308	102.461	-0,8
Commercio non-food	123.208	123.835	0,5
Ristorazione	99.806	103.386	3,6
Altri servizi	54.849	56.047	2,2
Trasporti	121.758	128.661	5,7
Totale	117.927	119.002	0,9

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 27% delle imprese (773) sono presenti nel capoluogo, mentre il 73% nel resto della provincia di Torino (2.091).

La composizione dei ricavi mostra che il capoluogo torinese con il 27% 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	773	27	31
Resto della provincia	2.091	73	69
Totale	2.864	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 136 mila euro nel 2008, valore nettamente maggiore rispetto al resto della provincia (111 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 calo dei ricavi medi nel capoluogo (-0,7%).

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

Area	Ricavi medi 2007 (euro)	Ricavi medi 2008 (euro)	Var.% 08 – 07
Capoluogo	136.180	135.184	-0,7
Resto della provincia	111.179	113.019	1,7
Totale	117.927	119.002	0,9

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 I trimestre del 2009).

Tabella 5.1: Evoluzione ricavi del totale campione (euro)

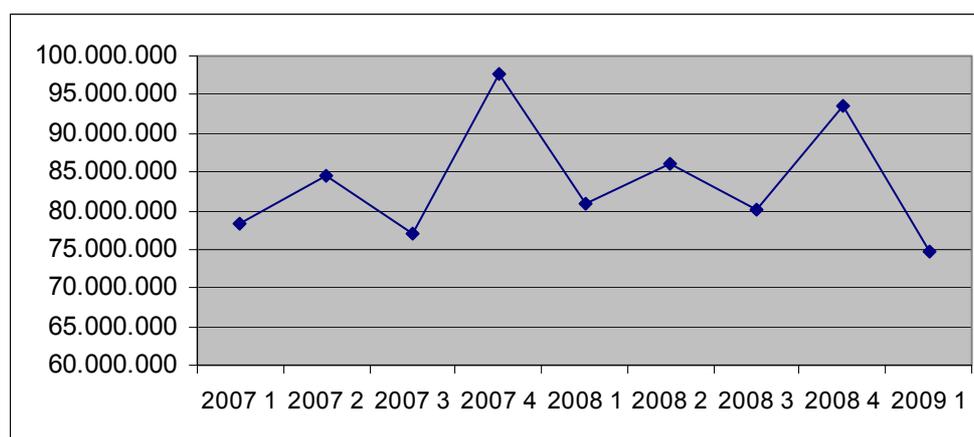
Trimestre	Ricavi
2007 1	78.303.056
2007 2	84.576.472
2007 3	77.126.784
2007 4	97.735.346
2008 1	81.003.000
2008 2	86.021.617
2008 3	80.235.495
2008 4	93.560.390
2009 1	74.774.641

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 I trimestre del 2009 se il punto più basso di tutta la 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	100	91	116	95	101	94	110	100			

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 16% 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 8 punti percentuali rispetto al corrispondente trimestre del 2008.

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	125	103	110	102	119	95			

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.

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	125	100	106	99	116	100			

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 5.2 L'ambito dimensionale

La tabella 5.5 rappresenta la suddivisione dimensionale delle imprese in base alla classe dimensionale di appartenenza. Si nota che i gruppi dimensionali di imprese si comportano in modo piuttosto simile tra loro: la stagionalità dei ricavi è quasi sempre la

stessa, indipendentemente dalla dimensione delle imprese. Ciò che cambia è talvolta il livello raggiunto dai ricavi in ogni trimestre: si segnala, per esempio, il picco (+41%) raggiunto dalle piccole imprese nel IV trimestre del 2008, o il calo del III trimestre 2007 nel caso delle grandi imprese (-10%).

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 più bassa delle altre dimensioni: ciò significa ricavi più stabili e indipendenti dalle fluttuazioni congiunturali.

Il dato del I trimestre 2009 mostra che la crisi colpisce soprattutto le imprese di medie e quelle di grandi dimensioni, che hanno raggiunto un livello di ricavi nettamente più basso di quello iniziale (-8% e -7%, rispettivamente); al contrario, le imprese di piccole mostrano un livello di fatturato che è in linea con quello di due anni prima (+3% rispetto al I trimestre 2007).

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Piccole imprese	100	108	98	125	103	110	102	119	103			
Medie imprese	100	114	104	139	108	118	112	141	92			
Grandi imprese	100	109	101	128	104	111	100	119	93			
Totale campione	100	102	90	107	99	99	98	100	95			

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 28% superiore a quello iniziale.

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

Per quanto riguarda il I trimestre 2009, la crisi economica colpisce soprattutto le imprese presenti nel resto della provincia, che vedono calare il fatturato del 6%, mentre per le imprese del capoluogo esso è stabile rispetto al I trimestre del 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	92	128	101	109	96	120	99			
Resto della provincia	100	107	102	123	104	110	106	119	94			
Totale	100	108	98	125	103	110	102	119	95			

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 piuttosto 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, +64% 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.

In secondo luogo, 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 il caso del IV trimestre 2007, momento 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 60% rispetto al livello iniziale.

Infine, occorre segnalare quanto si registra nell'ultimo dato disponibile: nel I trimestre 2009 si conferma una forte crisi per il comparto delle costruzioni che cala bruscamente rispetto a quanto si era registrato nel IV trimestre 2008. Inoltre, il commercio non-alimentare e le attività manifatturiere sono i settori il cui livello di attività è più basso di tutti, ed è il più basso di tutta la serie storica. Anche nei trasporti si registra un fatturato inferiore quello del I trimestre 2007. Soltanto il commercio alimentare, la ristorazione e gli altri servizi riescono a mantenere un giro d'affari in linea con quello di due anni or sono.

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

	2007				2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Edilizia	100	116	115	164	105	119	121	152	96			
Commercio food	100	107	93	115	103	104	98	111	102			
Attività manifatturiere	100	112	89	122	104	115	90	110	86			
Commercio non-food	100	103	93	121	97	105	99	118	86			
Ristorazione	100	111	110	109	111	112	109	115	103			
Altri servizi	100	107	99	123	105	115	100	118	100			
Trasporti	100	103	105	111	117	116	106	104	91			
Totale	100	108	98	125	103	110	102	119	95			

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 6. La congiuntura nel I 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 I trimestre 2009 è negativo, come da attese, ma rappresenta la peggiore caduta del fatturato (-20%) che si sia mai registrata nel corso dei trimestri 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	-9	27	-17	6	-7	17	-20			

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 -17% nel I trimestre 2008 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 I trimestre 2009 si registra il minor numero di imprese che riescono ad aumentare i ricavi rispetto al trimestre precedente ed il maggior numero di imprese che, invece, li riducono. Pertanto, il saldo negativo è quello con la maggiore intensità di tutta la serie storica.

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.	1798	1008	2082	857	1720	1027	1980	691			
Riducono i ricavi	n.d.	1066	1856	782	2007	1144	1837	884	2173			
Saldo aumenti – diminuzioni	n.d.	732	-848	1300	-1150	576	-810	1096	-1482			

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 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 I trimestre del 2009 è in linea con le attese di una riduzione generalizzata rispetto al picco stagionale di fine anno. In realtà, tale componente stagionale è enfatizzata dall'attuale crisi economica, tant'è che si registra il calo più intenso di tutta la serie storica (-20%). La crisi investe soprattutto le piccole imprese, che rispetto al IV trimestre 2008 vedono ridurre il giro d'affari del 27%, e un po' meno le grandi dimensioni, il cui fatturato calo solo dell'8%.

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.	14	-9	34	-23	10	-6	26	-27			
Medie imprese	n.d.	9	-7	27	-18	7	-10	19	-22			
Grandi imprese	n.d.	2	-12	19	-8	1	-2	2	-8			
Totale campione	n.d.	8	-9	27	-17	6	-7	17	-20			

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 2008 nelle imprese del Capoluogo, o nel picco positivo (+39) del IV trimestre 2007, sempre in questa area geografica. Tali differenze di intensità si riverberano in una diversa varianza statistica dei dati: la distribuzione delle imprese localizzate nel capoluogo ha infatti una variabilità più elevata rispetto a quella delle altre imprese del resto della provincia torinese.

Il I trimestre 2009 mostra una caduta generalizzata dell'attività rispetto al trimestre di fine 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	-16	39	-21	7	-12	26	-18			
Resto della provincia	n.d.	7	-5	22	-15	6	-4	13	-21			
Totale	n.d.	8	-9	27	-17	6	-7	17	-20			

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 I trimestre 2009 le imprese dell'edilizia e del commercio non alimentare manifestano il peggior calo dei ricavi rispetto a quanto si registra nelle imprese degli altri comparti. Sebbene tutti i comparti abbiano un calo del fatturato, il dato dell'edilizia è veramente elevato, anche tenuto conto della crescita che il settore aveva registrato nell'ultimo trimestre dello scorso anno.

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	-1	42	-36	13	2	26	-37			
Commercio food	n.d.	7	-13	24	-11	1	-6	13	-8			
Attività manifatturiere	n.d.	12	-21	38	-15	10	-22	22	-22			
Commercio non-food	n.d.	3	-10	30	-20	9	-6	19	-27			
Ristorazione	n.d.	11	-1	-1	2	0	-3	6	-11			
Altri servizi	n.d.	7	-8	24	-14	10	-13	18	-16			
Trasporti	n.d.	3	2	6	5	0	-8	-3	-12			
Totale	n.d.	8	-9	27	-17	6	-7	17	-20			

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

## 7. La congiuntura nel I 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. Infatti, nel I trimestre del 2009 il calo del fatturato (-7,7%) è addirittura più intenso di quanto avvenuto a fine anno (-4,3%) e conferma l'intensità della crisi economica.

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

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

	2008				2009			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Totale campione	3,4	1,7	4,0	-4,3	-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 trimestre 2009, quando le imprese in crescita rispetto all'anno precedente sono soltanto il 39% del campione.

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	1541	1445	1505	1332	1110			
Riducono i ricavi	1323	1419	1359	1532	1754			
Saldo aumenti – diminuzioni	218	26	146	-200	-644			

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 I 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 10%. Al contrario, le piccole imprese vedono calare il fatturato solo del 4%, 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	7,5	4,2	7,7	1,6	-4,0			
Medie imprese	3,9	2,5	-0,6	-6,6	-10,3			
Grandi imprese	-1,2	-2,3	8,8	-6,6	-7,1			
Totale campione	3,4	1,7	4,0	-4,3	-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 I 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%, rispetto a quelle del Capoluogo, ove il calo è del 2,7%.

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

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

Fonte: Osservatorio sui bilanci del commercio e dell'artigianato

#### 7.4 L'ambito settoriale

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

Infatti, la dinamica del I trimestre 2009 dei servizi di trasporto (-22%) e delle attività manifatturiere (-18%) è molto più negativa della media del campione. Al contrario, la crisi colpisce in modo più lieve il settore del commercio alimentare.

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	5,3	2,6	5,3	-6,9	-9,0			
Commercio food	3,3	-2,7	4,7	-4,2	-1,6			
Attività manifatturiere	4,3	2,8	1,4	-10,0	-17,6			
Commercio non-food	-3,4	2,0	6,7	-2,3	-10,6			
Ristorazione	11,4	0,4	-1,8	5,1	-7,9			
Altri servizi	5,1	7,1	1,3	-3,8	-5,3			
Trasporti	16,5	13,0	1,4	-6,8	-21,7			
Totale	3,4	1,7	4,0	-4,3	-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 2.864 imprese di cui abbiamo analizzato l'evoluzione dei ricavi nel periodo compreso tra il I trimestre del 2007 ed il I trimestre del 2009, è formato da imprese del commercio e dell'artigianato torinese, che sono state analizzate a seconda della loro dimensione, della loro localizzazione geografica e della loro attività economica.

La dimensione media delle imprese del campione è di 119 mila euro di ricavi annuali nel 2008, e nasconde tipologie di impresa molto eterogenee: da una parte, abbiamo un nutrito numero di imprese di piccole dimensioni che pesano poco nel definire il bilancio aggregato del campione, dall'altra, un limitato numero di grandi imprese che rappresenta una quota molto elevata del fatturato del campione. Infatti, le imprese con meno di 50.000 euro di fatturato sono 1.195, e cioè il 42% delle imprese presenti, e determinano nel loro insieme solo il 10% del fatturato totale. Al contrario, le 25 imprese più grandi determinano il 26% del fatturato totale.

Il 27% delle imprese è localizzato nel Capoluogo piemontese, mentre il rimanente 73% 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 terzo delle imprese totali, a quello delle costruzioni (comprende le attività di muratura ma anche di impiantistica) che pesa per un quinto del totale, a quello dei servizi (diviso tra servizi di trasporto e altri servizi) che rappresenta un sesto del totale, a quello delle attività di piccola produzione industriale (soprattutto nella metalmeccanica) che pesa solo per il 6% 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 I trimestre 2009 con i ricavi che le identiche imprese avevano nello stesso periodo dell'anno precedente, e cioè nel I 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 I 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, quando il calo dei ricavi fu del 4,3%.

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 I 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 I trimestre 2009 hanno ridotto i ricavi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: ben 1.754 imprese sono in recessione, contro le 1.110 imprese che aumentano il fatturato. Il saldo è quindi negativo (644 imprese) e conferma l'inversione di tendenza avvenuta nel IV trimestre del 2008: la crescita continua che si era registrata dal I trimestre del 2008 in poi si è definitivamente arrestata.

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 10,3%, valore nettamente più alto della media del campione;
- le imprese del resto della provincia, che vedono calare i ricavi del 9,9%;
- le imprese manifatturiere e dei servizi di trasporto, le cui riduzioni di fatturato vanno dal 18% delle attività manifatturiere al 22% dei trasporti.

Le imprese che nel I trimestre del 2009 hanno un calo del giro d'affari inferiore alla media sono:

- le piccole imprese, e cioè quelle con un fatturato inferiore ai 100 mila euro annui, che riducono i ricavi "soltanto" del 4%;
- le imprese localizzate nel Capoluogo, i cui ricavi calano solo del 2,7%;
- le imprese del commercio alimentare, che vedono calare il fatturato soltanto dell'1,6%.

Pertanto, si evidenzia una precisa influenza delle determinanti settoriali, dimensionale e territoriale nel definire la risposta alla generale recessione dell'economia nazionale e regionale, che conferma le diverse opportunità di reazione alla crisi che le imprese hanno a seconda delle loro caratteristiche dimensionali, settoriali o geografiche.

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, mentre il campione nel I trimestre 2009 ha un livello di

ricavi che è del 5% più basso di quanto si registrava due anni prima (il I trimestre 2007), le medie e le grandi imprese mostrano un livello del 7-8% più basso. Sempre con riferimento al dato di inizio serie storica, le imprese del Capoluogo sono sullo stesso livello di ricavi, mentre quelle del resto della provincia hanno solo il 94% dei ricavi del I trimestre 2007. Maggiori differenze si notano nella disaggregazione settoriale, con edilizia, commercio alimentare, ristorazione e altri servizi che hanno più o meno lo stesso livello di fatturato di due anni prima, mentre le attività industriali, il commercio non-alimentare e i servizi di trasporti hanno un livello nettamente più basso (-10/15%).

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 la stasi maggiore si ha nel III trimestre. Questa stagionalità deve essere tenuta in debito conto nell'interpretazione dei singoli dati trimestrali. Quest'ultimo aspetto metodologico ha anche forti implicazioni nell'analisi dei dati congiunturali basata su metodologie diverse dall'analisi dei bilanci d'impresa, quali sono le indagini che esaminano le variazioni delle percezioni degli imprenditori rispetto al trimestre precedente: una parte di tali percezioni positive o negative sono influenzate dalla stagionalità delle vendite, che induce a dichiarare un aumento/diminuzione delle vendite che non tiene 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.