



## TORINO CONGIUNTURA<sup>1</sup>

### Nr. 72 settembre 2018

#### SOMMARIO

- LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE..... pag. 2  
**II trimestre 2018: modesta crescita della produzione industriale**
- FOCUS CONGIUNTURA INDUSTRIALE..... pag. 3  
**Le imprese torinesi e il web**
- IL COMMERCIO ESTERO ..... pag. 4  
**Nei primi sei mesi del 2018 in calo le vendite all'estero torinesi**
- LA DINAMICA DELLE IMPRESE.....pag. 5  
**Continua la diminuzione della consistenza imprenditoriale in provincia di Torino nei primi sei mesi del 2018**
- CREDITO.....pag. 6  
**Crescono i depositi delle imprese**
- APPROFONDIMENTO.....pag. 7  
**Il progetto "S.I.S.PR.IN.T." - Sistema Integrato di Supporto alla Progettazione degli Interventi Territoriali**

---

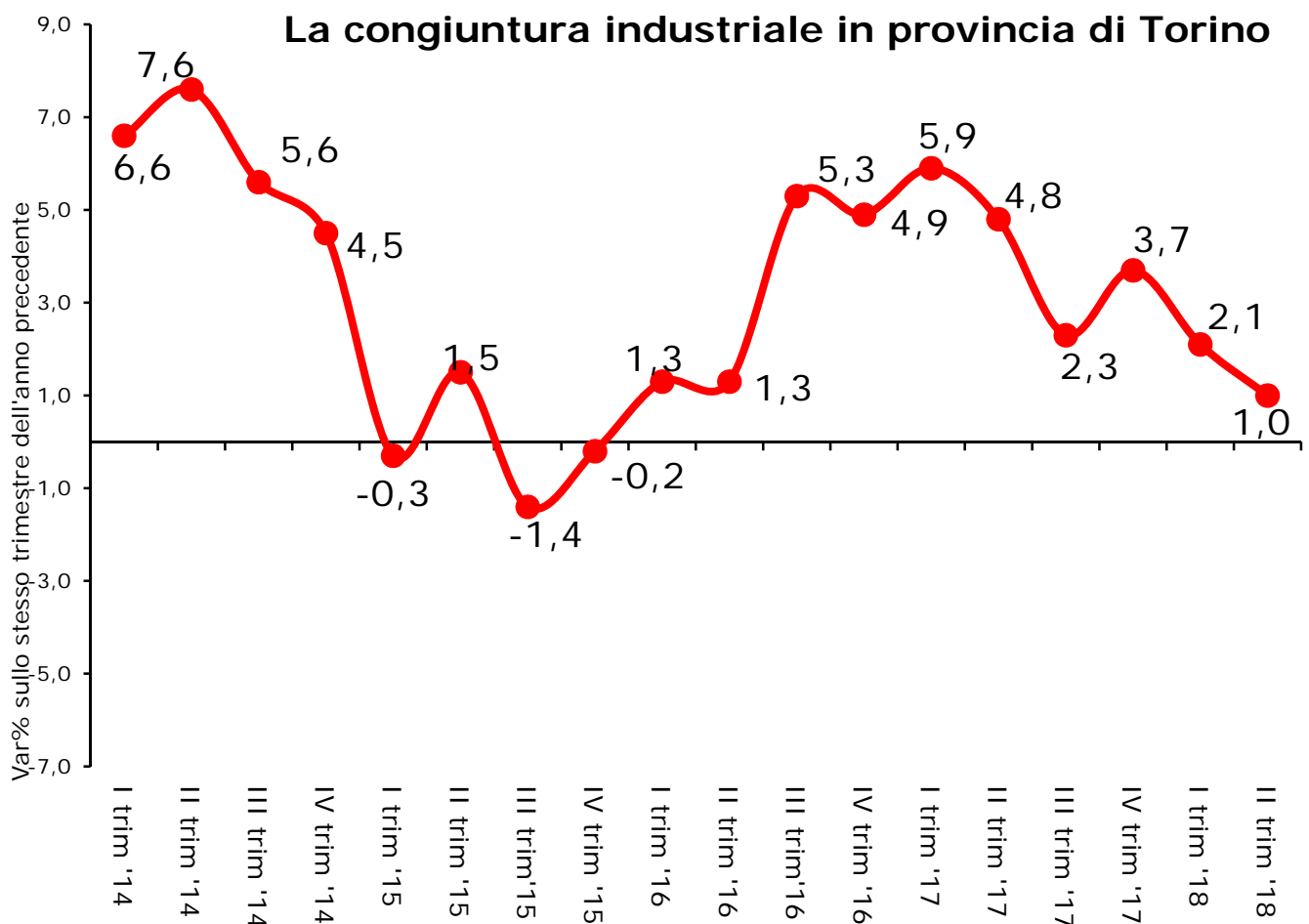
<sup>1</sup> Testata registrata presso il Tribunale di Torino con provvedimento n. 43 del 12 aprile 2007.

## LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE

### II trimestre 2018: modesta crescita della produzione industriale

Come già avvenuto nei primi tre mesi dell'anno, anche nel secondo trimestre 2018 l'andamento della produzione industriale torinese, seppur positivo (+1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), ha registrato un rallentamento: in Piemonte, dove la crescita è stata dell'1,8%, Torino con tale risultato è la provincia che ha chiuso il trimestre con l'andamento più contenuto, seconda solo ad Asti, unica ad aver visto calare la produzione manifatturiera.

Sono oltre un terzo le imprese che hanno dichiarato di aver registrato un incremento della produzione manifatturiera: il valore medio è dovuto, da un canto, alla crescita della produzione per le industrie elettriche ed elettroniche (+4%), per le industrie meccaniche (+3,7%) e dei metalli (+2,4%); dall'altro, alla diminuzione che ha riguardato il tessile e l'abbigliamento (-0,4%) ma, ancor più, l'industria dei mezzi di trasporto (-1,6%).



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino, 186° indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

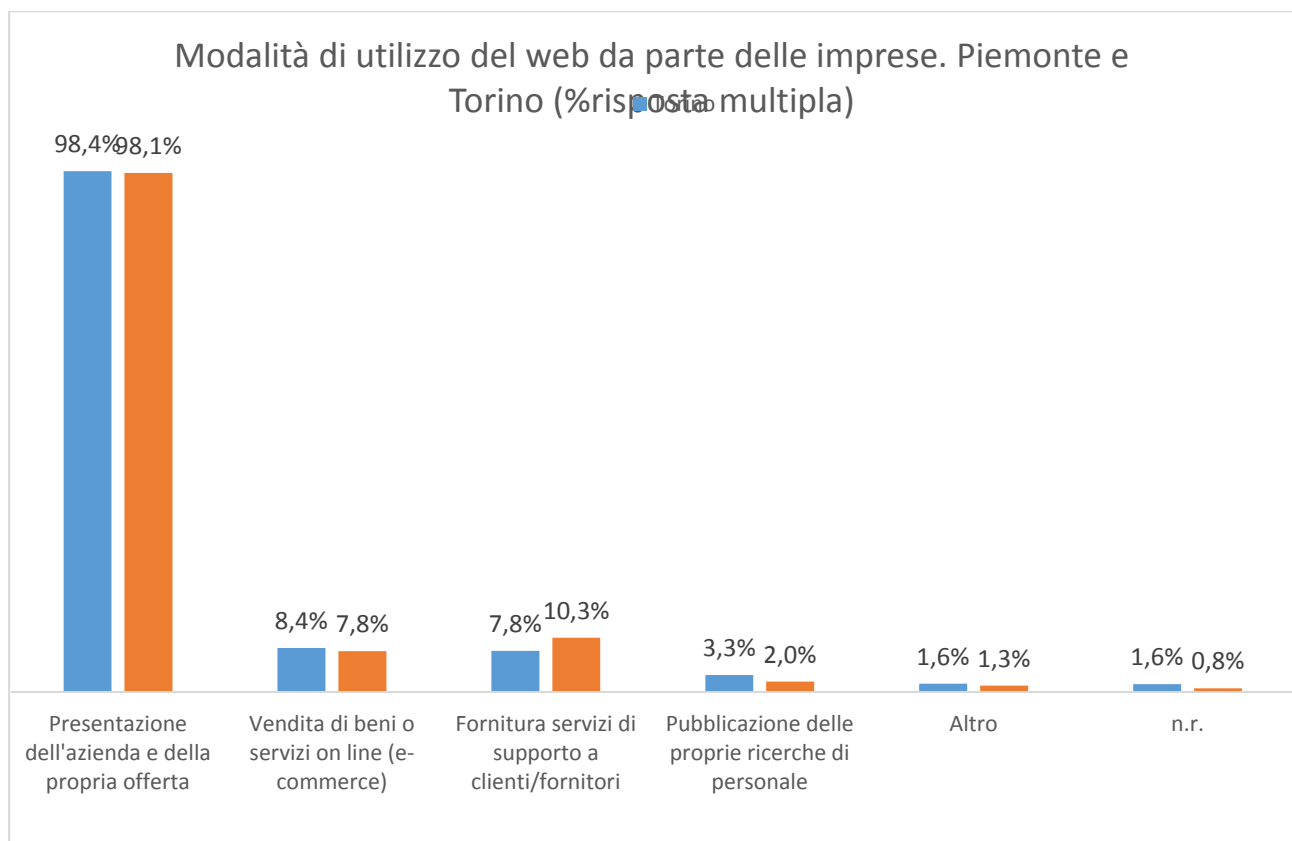
L'elemento di debolezza è ancora rappresentato dalla domanda interna: l'incremento della produzione e del fatturato, che complessivamente cresce dell'1,2%, sono da imputare quasi esclusivamente all'andamento degli ordinativi esteri e del fatturato estero che aumentano rispettivamente del +2,5% e del +3,5%, mentre il mercato interno si mantiene poco dinamico (+0,3%). Fra le imprese che esportano, circa il 45% delle rispondenti, l'incidenza del fatturato prodotto all'estero è significativa: nel

complesso rappresenta la metà del fatturato totale, con punte pari al 61% e al 59% fra le industrie dei mezzi di trasporto e quelle meccaniche. Nonostante il ridimensionamento della crescita della produzione, la dinamica occupazionale è positiva, con un aumento del +1,5% rispetto al secondo trimestre 2017: il 36% delle imprese dichiara che il numero di occupati è cresciuto e un ulteriore 40% ha mantenuto stabile il numero di risorse umane impiegate.

## FOCUS CONGIUNTURA INDUSTRIALE

### Le imprese torinesi e il web

Nonostante quasi 8 PMI torinesi su 10 siano online con un sito web – l'anno scorso la percentuale era del 77% - il processo di digitalizzazione delle imprese torinesi è ancora lungo. Pur ormai ottimizzati nella maggioranza dei casi per la consultazione da smartphone e tablet (il 57%), i siti Internet aziendali sono ancora principalmente uno strumento di presentazione dell'impresa e di vetrina dei beni/servizi prodotti (il 98,4%), mentre sono ancora una minoranza le imprese che hanno sviluppato attività di e-commerce (l'8,4%) o piattaforme web che offrano servizi specifici a clienti e fornitori (il 7,8%).



L'aggiornamento dei siti avviene almeno mensilmente per il 30% delle imprese, e di poco superiore è la percentuale di aziende che, al fine di rendere il sito più rispondente, analizzano i dati e il profilo dei visitatori. La presenza sui principali social network è ancora poco diffusa, ad eccezione di Facebook, che è utilizzato dal 30% delle imprese torinesi, LinkedIn e Youtube, adottati da un'impresa su dieci; tuttavia, chi usa i social ha anche una maggior attenzione all'aggiornamento delle informazioni – il 23% lo fa più volte a settimana – e alla profilazione ad uso commerciale dei propri visitatori (il 47%).

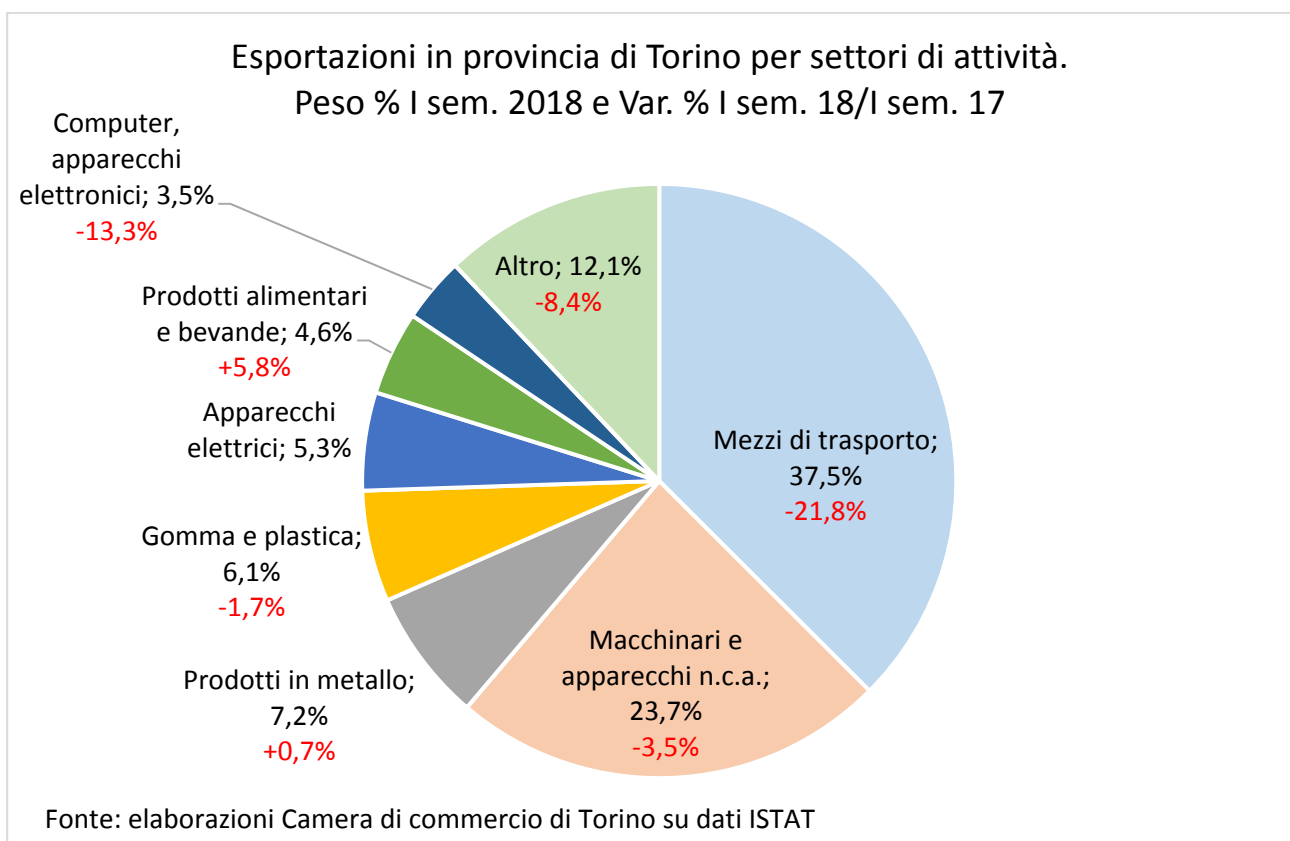
Ad oggi, è ancora raro il ricorso ad una figura professionale ad hoc (il 5,6%) per la gestione dei canali web aziendali, mentre è più frequente che l'attività venga svolta dal responsabile della comunicazione o da un consulente esterno (rispettivamente il 20,6% e il 17,5%). Un'impresa su cinque dichiara di avere già sufficienti competenze per portare avanti il processo di digitalizzazione; tra chi, invece, ha intenzione di portare in azienda ulteriori competenze, prevale la volontà di farlo con la formazione di personale interno (il 21% dei rispondenti) o rivolgendosi a consulenti esterni (il 22%). Tuttavia, solo il 20% delle rispondenti dichiara l'intenzione di fare investimenti nell'anno a venire sulla digitalizzazione dell'impresa, mentre oltre il 60% non ritiene ancora necessario procedere in questa direzione.

## IL COMMERCIO ESTERO

### Nei primi sei mesi del 2018 in calo le vendite all'estero torinesi

Con 10,1 miliardi di euro nei primi sei mesi del 2018, le esportazioni della provincia di Torino registrano un calo dell'11,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La flessione è imputabile, in particolare, alla diminuzione delle vendite subalpine dei mezzi di trasporto, settore che rappresenta il 37,5% dell'export complessivo e che ha evidenziato un calo del 21,8% rispetto a giugno 2017; all'interno di questo comparto diminuiscono sia le vendite di autoveicoli (-32%; il 43,7% del settore), sia di parti e componenti (-13,4%; il 42%).

Diminuiscono anche le vendite di macchinari ed apparecchi n.c.a. (-3,5%; il 23,7% dell'export torinese), mentre le esportazioni di metalli e prodotti in metallo, che rappresentano la terza voce in ordine di importanza delle vendite subalpine (il 7,2%) registrano un trend positivo (+0,7%).

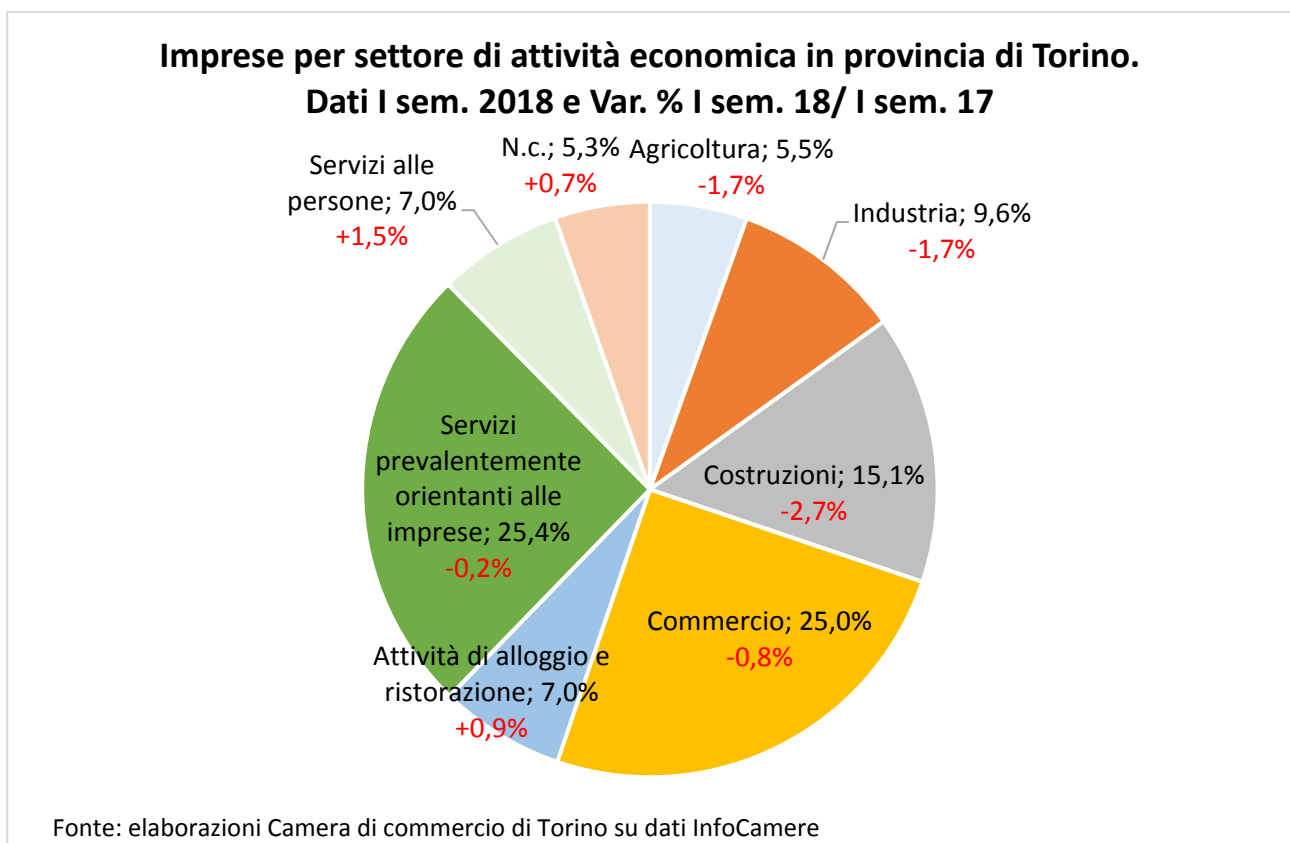


Per quanto riguarda i principali paesi di destinazione delle merci torinesi, ai primi tre posti si confermano per ordine di importanza la Germania, la Francia e gli Stati Uniti. Se le vendite verso la Germania (il 13,1% del totale) e gli Stati Uniti (il 9,7%) registrano un calo congiunturale rispettivamente del -5,5% e del -14,7%, quelle verso la Francia hanno evidenziato, al contrario, un incremento (+1,4%; il 12,4% dell'export).

## LA DINAMICA DELLE IMPRESE

### Continua la diminuzione della consistenza imprenditoriale in provincia di Torino nei primi sei mesi del 2018

A fine giugno 2018 le **imprese registrate** nella provincia di Torino sono ammontate a 221.425 unità, consistenza in calo dello 0,7% rispetto ai primi sei mesi dell'anno precedente. Tra i vari **settori economici**, a registrare la diminuzione più marcata sono state le imprese delle costruzioni, che registrano una flessione del -2,7% (il 15,1% delle imprese complessive), seguite dalle imprese dell'industria manifatturiera e dell'agricoltura, comparti che hanno manifestato entrambi una decrescita del -1,5% rispetto a giugno 2017, e che rappresentano rispettivamente il 9,6% ed il 5,5% del tessuto imprenditoriale subalpino. Buone, invece, le variazioni registrate dai servizi alla persona (+1,5%; il 7%) e dalle attività di alloggio e ristorazione (+0,9%; il 7%) che si confermano i settori che, al momento, stanno trainando il sistema imprenditoriale torinese.



Se si considera **la forma giuridica**, le imprese individuali erano 117.926 unità (il 53,7% del totale; -1,5% rispetto al primo semestre 2017); seguono le società di

persone (il 24,8%; -2,3%). Continua, invece, il trend positivo delle società di capitale (+3,7%), che rappresentano ben il 19,7% del nostro territorio.

Se si analizzano, infine, le diverse componenti imprenditoriali, le imprese femminili continuano a rappresentare stabilmente il 22,1% del tessuto imprenditoriale complessivo e, con 49.041 unità, la consistenza rimane invariata rispetto ai primi sei mesi del 2016. Crescono, invece, le imprese straniere (+2,9%; l'11,6% del totale) mentre, le imprese giovanili registrano una contrazione (-3%; il 9,1%).

Infine, le **dichiarazioni di fallimento** nella Città Metropolitana di Torino nei primi sei mesi dell'anno sono ammontate a 209 unità, dato in leggera flessione rispetto a quello analogo dell'anno precedente (-1,4%). I servizi alle imprese e l'industria manifatturiera hanno registrato il maggior numero di fallimenti (rispettivamente il 25,4% ed il 24,9%); segue, poco distanziato, il commercio con il 20%.

## CREDITO

### Crescono i depositi delle imprese

Sulla base delle statistiche elaborate da Banca d'Italia, nei primi sei mesi del 2018 l'ammontare degli **impieghi erogati** nel torinese dalle banche e da Cassa Depositi e Prestiti sono ammontati a 61.095 milioni di euro, con una flessione dell'1,2% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno.

Impieghi e depositi bancari per settore di attività della clientela in provincia di Torino (in mln di euro)

Settori di attività della clientela	Impieghi		Depositi	
	I sem. 2018	I sem. 2017	a fine giugno 2018	a fine giugno 2017
Amministrazioni Pubbliche	7.239	7.552	543	484
Famiglie consumatrici, istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie e unità n.c.	23.048	22.550	41.824	40.156
Famiglie produttrici (a)	2.487	2.588	2.127	1.928
Società non finanziarie (b)	23.507	24.336	10.301	8.557
Società finanziarie diverse da istituzioni finanziarie monetarie	4.814	4.803	8.264	7.799
Totale residenti e non residenti al netto delle istituzioni finanziarie monetarie	61.095	61.829	63.059	58.924

(a)+(b): sistema imprenditoriale

Fonte: Banca d'Italia

Disaggregando questo dato per **settore di attività economica della clientela**, risulta che gli impieghi del sistema imprenditoriale subalpino (imprese e famiglie produttrici) hanno accusato una contrazione del 3,5% rispetto al primo semestre del 2017, dovuto al rallentamento della produzione industriale e del PIL. I bassi tassi di interesse hanno, invece, favorito gli investimenti delle famiglie consumatrici e delle istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie, che sono cresciuti del 2,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A causa della risalita dello spread e conseguentemente dei tassi di interesse, questo andamento potrebbe subire un rallentamento nella seconda parte dell'anno.

Le aspettative incerte sul trend dell'economia domestica hanno originato una nuova crescita dei **depositi** bancari torinesi, che hanno raggiunto quota 63.059

milioni di euro (maggiore rispetto a quella degli investimenti) a fine giugno 2018, pari una variazione del +7% confronti del corrispondente periodo del 2017.

Tutti i settori hanno evidenziato un incremento dei depositi: il più elevato è stato registrato dal sistema imprenditoriale (+18,5% rispetto al 30 giugno dello scorso anno).

La diminuzione dei finanziamenti bancari ha determinato una contrazione delle sofferenze bancarie, che nei primi tre mesi del 2018 risultavano pari a 3.632 milioni di euro (-25,4% rispetto al primo trimestre del 2017).

## **Il progetto “S.I.S.PR.IN.T.” - Sistema Integrato di Supporto alla Progettazione degli Interventi Territoriali**

La Camera di commercio di Torino partecipa al progetto S.I.S.PR.IN.T. come **Antenna Territoriale**.

Il progetto, realizzato con il coordinamento di Unioncamere (<http://www.unioncamere.gov.it/P42A0C3673S145/sisprint.htm>), si propone di **rafforzare** la capacità delle Amministrazioni titolari della **programmazione** di dare risposta alle esigenze puntuali delle imprese e dei territori, rendendo disponibile una strumentazione in grado di **qualificare la progettualità** per lo sviluppo e sostenere la competitività. Questa strumentazione valorizza il patrimonio di dati del Registro delle imprese delle Camere di commercio e di altre fonti camerali, integrandolo con fonti statistiche e le informazioni di cui dispone l'Agenda per la Coesione territoriale.

Il progetto prevede anche lo sviluppo di modalità interattive di **consultazione dei dati** per ambiti di policy specifici, che guideranno i decisori a utilizzare efficacemente i dati disponibili. Gli strumenti messi in campo intendono rafforzare la capacità di identificazione, lettura e interpretazione dei dati da parte dei soggetti attuatori degli interventi.

Nell'ambito del progetto è stata attivata una rete fisica e virtuale di Antenne Territoriali presso alcune Camere di commercio, al fine di **monitorare costantemente le esigenze delle imprese** per rendere l'offerta di strumenti da parte delle PA sempre più coerente e capillarmente comunicata e diffusa.