



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

C TORINO CONGIUNTURA

trimestrale dicembre 2014 anno 15 - n. 57 (analisi congiunturale luglio - settembre 2014)



E-NEWSLETTER

STAMPA TUTTO
IL DOCUMENTO

Scopri tutte le Newsletters
della Camera di commercio
di Torino!

SOMMARIO

		pag.
SCENARI INTERNAZIONALI	Obiettivo crescita ancora lontano	2
SCENARI NAZIONALI	I desideri sospesi di famiglie ed imprese	3
LA CONGIUNTURA INDUSTRIALE	Continua il trend positivo della produzione industriale torinese	4
LA CONGIUNTURA NEL SETTORE COMMERCIO	Vendite negli esercizi di vicinato e somministrazione stabili, criticità per la GDO	7
COMMERCIO ESTERO	Continua il trend positivo delle esportazioni torinesi nel III trimestre dell'anno	8
LA DINAMICA DELLE IMPRESE	Calo del numero di imprese in tutti i settori, salvi solo turismo e servizi alle imprese	9
CREDITO	Continua la flessione degli impieghi torinesi	10
FALLIMENTI	Continua l'aumento dei fallimenti nella provincia di Torino	11
Approfondimenti	La contraffazione dei prodotti cosmetici, il punto di vista dei consumatori	12



Obiettivo crescita ancora lontano

Con la recente divulgazione dell'ultimo Economic Outlook¹, l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) ha confermato, sia nelle stime di crescita elaborate, sia nelle considerazioni relative agli scenari di sviluppo economico futuri, quanto già emerso nel World Economic Outlook pubblicato lo scorso mese di Ottobre dal Fondo Monetario Internazionale: le previsioni di crescita del PIL mondiale restano ancora modeste se confrontate con il periodo pre-crisi ed i tempi di ripresa saranno estremamente differenti da Paese a Paese. Per gli economisti dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, infatti, si stima un tasso di crescita del 3,3% nel 2014, con un'accelerazione al 3,7% nel 2015 e al 3,9% nel 2016. Se sul fronte delle economie "emergenti" si prospettano performance alquanto divergenti per gli anni a venire, anche a seguito dell'acuirsi delle tensioni geopolitiche, fra le economie "avanzate" si può parlare di crescita ma anche qui con le dovute differenze. Nell'Area Euro la previsione è di una crescita debole nel 2014 (0,8%), con una successiva risalita dell'1,1% nel 2015 e dell'1,7% nel 2016, mentre gli Stati Uniti rappresentano il Paese che svilupperà maggiormente la propria forza economica, con previsioni di crescita del 2,2% nel 2014 e di circa il 3% nel 2015 e nel 2016.

Tali prospettive devono comunque fare ancora i conti con i lasciti del periodo di boom economico e quelli della successiva crisi - ivi inclusi gli alti livelli di debito pubblico e privato - che gettano un'ombra sulle tempistiche e sulle possibili modalità di recupero.

Eppure, sono proprio queste previsioni economiche globali modeste, insieme alla persistenza di un'elevata disoccupazione e al ridimensiona-

mento del potenziale produttivo, a detta degli economisti dell'OCSE, a dover spronare urgentemente i governi ad impiegare tutte le leve monetarie, fiscali e strutturali necessarie a supportare la crescita, soprattutto in quell'Europa in cui il crescente rischio di stagnazione rischia di avere un impatto a livello mondiale.

Segnali positivi in tal senso sono emersi in occasione del Summit di Brisbane, in Australia, nell'ambito del quale i leader dei Paesi G20 hanno fatto esplicita richiesta all'OCSE e al Fondo Monetario Internazionale di monitorare i loro obiettivi di rafforzamento della crescita economica e di creazione di nuovi posti di lavoro, rafforzando in tal modo la credibilità dell'impegno assunto. Con il Brisbane Action Plan, infatti, i leader dei G20 hanno formalizzato l'intenzione di accrescere il PIL globale di un ulteriore 2,1% entro il 2018, nonché ridurre il gap di genere nel tasso di partecipazione alla forza lavoro al 25% entro il 2025, consentendo ad oltre 100 milioni di donne di rientrare fra le forze lavoro, con un conseguente incremento della crescita globale ed una riduzione della povertà e della disuguaglianza. Quest'ultimo fattore, infatti, non è da sottovalutare poiché è anch'esso determinante nel rallentamento della crescita economica: il Focus² pubblicato ancora una volta dall'OCSE su disuguaglianza e crescita, afferma che il gap fra popolazione povera e ricca nella maggior parte dei Paesi aderenti all'Organizzazione è ai più alti livelli degli ultimi 30 anni. Oggi, il reddito del 10% della popolazione più ricca è superiore di 9,5 volte a quello del 10% della popolazione più povera, il cui reddito è sì cresciuto, ma a ritmi più lenti. A metà degli Ottanta il rapporto era di 7 a 1.

⁽¹⁾ Presentato in data 25/11/2014 e consultabile sul sito: www.oecd.org/economy/outlook/economicoutlook.htm

⁽²⁾ Consultabile sul sito: <http://www.oecd.org/social/inequality-and-poverty.htm>



I desideri sospesi di famiglie ed imprese

La lettura del 48° Rapporto Censis sulla situazione sociale del Paese non lascia spazio ad ambigue interpretazioni. La crisi che si è riversata con forza sull'Italia ha lasciato un vuoto che non è ancora stato colmato ed il panorama sociale ed economico complessivamente è ancora troppo inerte. Il Sistema Paese, secondo il Censis, ha adottato una strategia "difensiva", attendista e adattativa di fronte alle incertezze: così le famiglie, che vivono una gestione dei soldi di breve o brevissimo periodo, ma che corrono anche ai ripari incrementando laddove possibile, con il cosiddetto "cash di tutela", l'ammontare dei contanti e dei depositi bancari. Ed infatti, incertezza, vulnerabilità e mancanza di reti di protezione sono oggi le paure più radicate fra gli italiani. Non è un caso che i più recenti dati Istat³ sui flussi di migrazioni internazionali ed interne segnalino una riduzione delle immigrazioni dall'estero - nel 2013 pari a 307mila, 43mila in meno rispetto all'anno precedente: il nostro Paese ha perso "appeal", sia che si tratti di cittadini stranieri, sia di flussi di ritorno dall'estero di cittadini italiani. Per contro, il numero di emigrati italiani è pari a 82 mila unità - il più alto degli ultimi dieci anni - in crescita del 20,7% rispetto al 2012: Regno Unito, Germania, Svizzera e Francia sono i Paesi che accolgono più della metà di questo flusso, e circa il 30% di coloro che emigrano è in possesso di una laurea.

Sul fronte economico, il Rapporto Censis rileva che le imprese hanno diminuito investimenti e produzione, e contestualmente hanno con-

tinuato ad ampliare il proprio patrimonio netto, arrivando a creare una vera e propria "discrasia" tra le risorse potenzialmente disponibili e ciclo produttivo: mentre l'incidenza degli investimenti fissi lordi sul Pil si è ridotta al 17,8% raggiungendo il minimo dal dopoguerra, il patrimonio netto delle imprese è aumentato negli anni della crisi arrivando a pesare nel 2013 5,8 volte l'ammontare degli investimenti effettuati. Come già avvenuto in epoche passate, tuttavia, vi è un'importante eccezione rappresentata dal microcapitalismo di territorio - ne sono un ben noto esempio i distretti industriali italiani - il quale ha dato segnali di crescita decisamente convincenti dimostrando ancora una volta il successo di un modello produttivo tipicamente italiano.

Per le famiglie, così come per le imprese, resta decisivo il peso della pressione fiscale, sebbene di recente l'OCSE abbia rilevato che, in controtendenza rispetto all'andamento registrato dalla media dei Paesi OCSE - dove la pressione fiscale è salita dal 33,7% al 34,1% - in Italia vi è stata una lieve riduzione, passando dal 42,7% al 42,6%: nel 2013 21 dei 30 Paesi OCSE hanno registrato una crescita della pressione fiscale e l'Italia, nella classifica generale ha guadagnato una posizione, passando dal 5° al 6° posto. Le tasse su redditi e prelievi sociali rappresentano rispettivamente due terzi scarsi della torta, seguiti dalle imposte indirette sui consumi e da quelle sui patrimoni.

⁽³⁾ Report pubblicato dall'Istat in data 9 dicembre 2014 e disponibile sul sito: www.istat.it



Continua il trend positivo della produzione industriale torinese

Nel terzo trimestre del 2014 la produzione industriale torinese ha evidenziato una crescita del +5,6% rispetto al corrispondente intervallo dell'anno precedente: si tratta del sesto risultato positivo consecutivo, migliore rispetto a quello registrato a livello regionale (media pari a +2,3%).

Anche il fatturato ottiene un incremento pari al +0,9% nei confronti dell'intervallo luglio - settembre dello scorso anno, valore leggermente superiore a quello piemontese rilevato nello stesso periodo (+0,3%).

Disaggregando il risultato complessivo per settori, a trainare la produzione industriale si confermano le industrie dei mezzi di trasporto (+27,9% nei confronti del terzo trimestre del 2013); le industrie chimiche registrano un aumento del +4,5%, seguono le industrie tessili con un +1,6%. Cala, invece, la produzione del settore alimentare che lo scorso trimestre aveva fatto segnare una performance positiva (-0,4%).

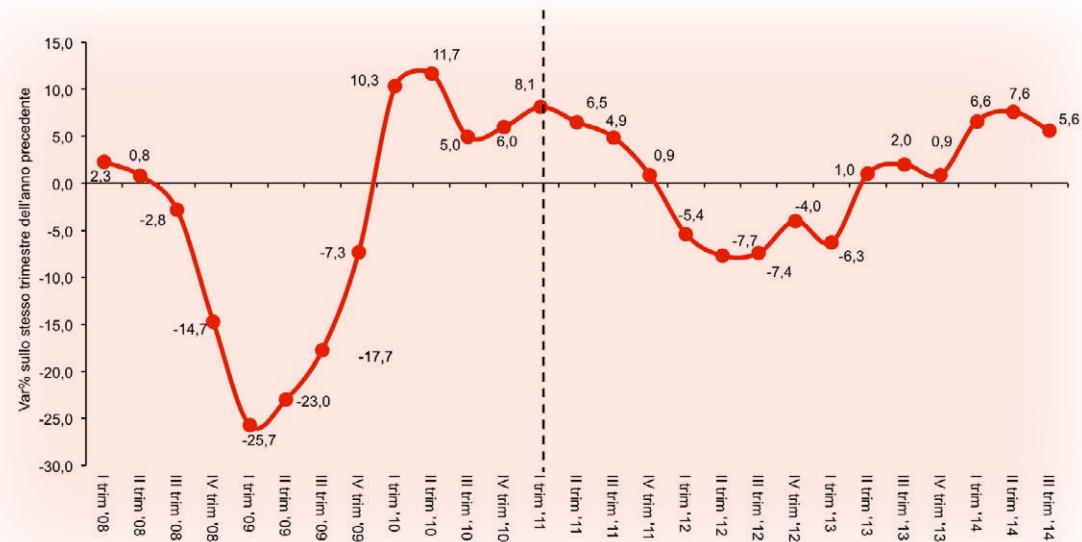
Anche nel terzo trimestre dell'anno, le imprese con oltre 250 addetti hanno registrato la crescita più sostenuta della produzione industriale (+13,4% rispetto all'intervallo luglio - settembre del 2013). Più contenuto è apparso l'incremento ottenuto dalla fascia fra 50 e 249 addetti (+2,1%), mentre le classi da 0 a 9 e da 10 a 49 addetti hanno, per contro, registrato una flessione rispettivamente del -3,5% e del -1%. Nel terzo trimestre la crescita della produzione manifatturiera si conferma pertanto essere determinata dalla grande dimensione aziendale.

Per quanto concerne la domanda, sia gli ordinativi interni sia quelli esteri hanno ottenuto un incremento, rispettivamente del +0,6% e del +3,1% rispetto al terzo trimestre del 2013.

Nel mercato interno, sono soprattutto aumentati gli ordinativi delle industrie meccaniche (+6,4% nei confronti dello stesso trimestre dell'anno precedente) e delle industrie dei mezzi di trasporto (+4,2%). Hanno invece registrato una lieve diminuzione tutti gli altri settori, in particolare

ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE INDUSTRIALE IN PROVINCIA DI TORINO

GRAFICO 1



FONTE: Camera di commercio di Torino, 172° indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese



le industrie tessili (-2,3%), le industrie elettriche (-1,9%) e le industrie dei metalli (-1,8%).

Passando ai mercati esteri, tutti i settori hanno manifestato una crescita degli ordinativi nei confronti del terzo trimestre dell'anno precedente, ad eccezione delle industrie meccaniche che hanno subito un forte calo (-12,2%). Gli aumenti più consistenti degli ordinativi esteri sono stati evidenziati dai settori dei mezzi di trasporto (+10,1% nei confronti dell'intervallo luglio - settembre del 2013) e della chimica e materie plastiche (+8,2%).

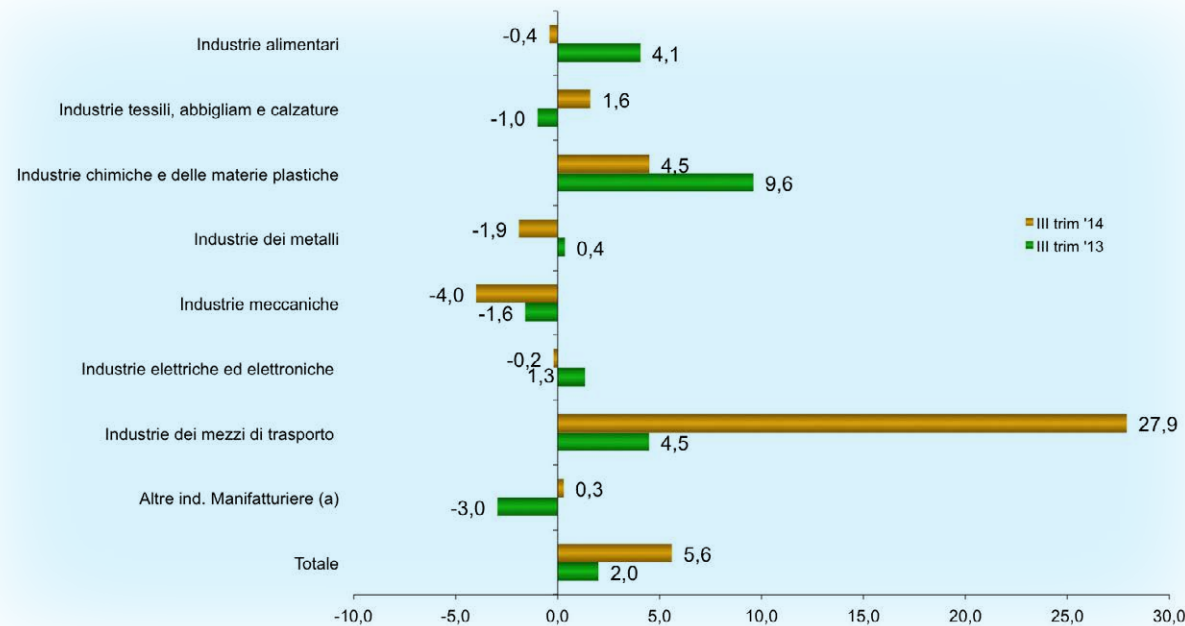
Se si considera la dimensione aziendale, gli ordinativi interni hanno manifestato una variazione positiva per la dimensione maggiore (oltre i 250 addetti), pari al +3,3% nei confronti dello stesso trimestre dell'anno precedente e per la fascia da 50 a 249 addetti (+2,3%). Sono invece

apparse in flessione le classi da 0 a 9 addetti (-2,7%) e da 10 a 49 addetti (-1,2%). Per quanto concerne gli ordinativi esteri, si conferma la crescita delle grandi fasce dimensionali (+3,7% per le imprese con oltre 250 addetti e +4,9% per la fascia 50-249 addetti); stabili le imprese con 10-49 addetti. Si registra invece una flessione degli ordinativi esteri pari a -11,2% nei confronti del corrispondente periodo dell'anno per le micro-imprese.

L'occupazione industriale (del campione analizzato) nel terzo trimestre 2014 ha subito una riduzione dello 0,1% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Le variazioni positive più elevate sono state conseguite dalle industrie chimiche e delle materie plastiche (+4,3%) e dalle industrie elettriche ed elettroniche (+1,2%). Per contro le diminuzioni più consistenti sono state ottenute dalle industrie alimentari (-1,5%) e dalle industrie tessili e dell'abbigliamento (-0,7%).

ANDAMENTO SETTORI III TRIMESTRE 2014

GRAFICO 2



Fonte: Camera di commercio di Torino, 172° indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese



Per quanto concerne la dimensione aziendale, l'occupazione è aumentata del 3% nei confronti dello stesso trimestre dell'anno precedente nella fascia oltre i 250 addetti, mentre la classe da 0 a 9 addetti ha evidenziato la riduzione più elevata (-10,1%).

Le previsioni per il periodo ottobre - dicembre 2014 continuano ad essere improntate al pessimismo: per il 49% degli intervistati la produzione manifatturiera subirà un nuovo calo, per il 37% resterà invariata e solo per il 14% aumenterà.

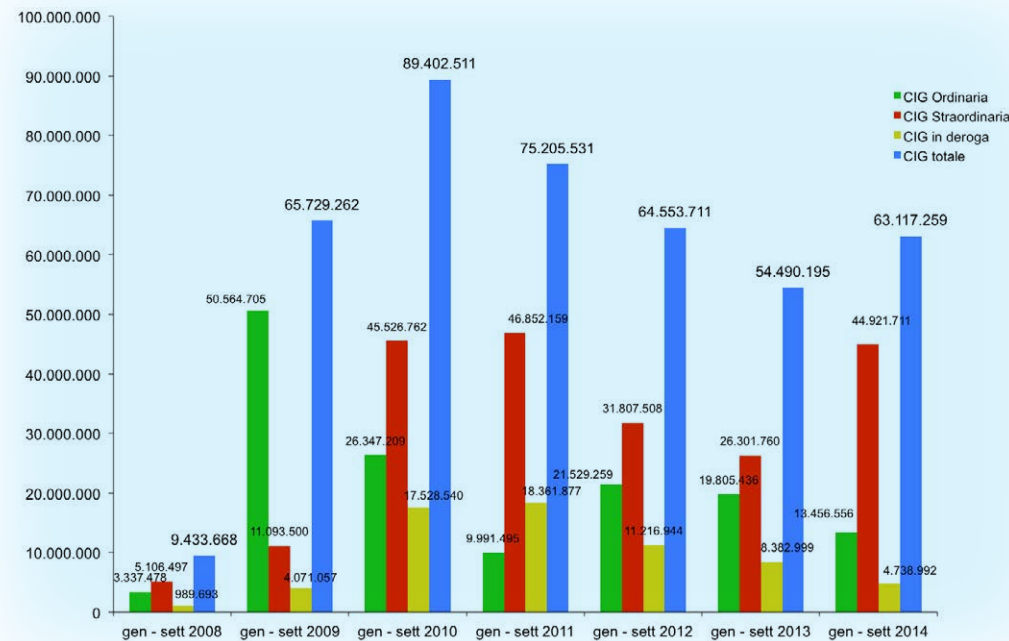
Per il 48% degli intervistati anche il fatturato aziendale nell'ultimo trimestre dell'anno subirà una diminuzione, a fronte di un 19% di intervistati più ottimisti.

Stessa situazione per gli ordinativi interni: il 51% degli intervistati ha dichiarato una riduzione a fronte del 12% di parere contrario. Sembra andare un po' meglio nei successivi tre mesi per gli ordinativi esteri: interrogato sulle previsioni, il 48% degli intervistati si esprime per una stabilità.

I dati INPS relativi al numero di ore autorizzate di Cassa Integrazione Guadagni in provincia di Torino evidenziano che nei primi nove mesi del 2014 sono state autorizzate 63,1 milioni di ore con un incremento del 15,8% nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente. Scendono soprattutto il numero di ore autorizzate di CIG in deroga (-43,5% rispetto all'intervallo gennaio - settembre del 2013) e quelle di CIG ordinaria (-32,1%), mentre quelle di CIG straordinaria salgono del 70,8% (quasi 45 milioni di ore autorizzate).

NUMERO DI ORE DI CASSA INTEGRAZIONE GUADAGNI AUTORIZZATE IN PROVINCIA DI TORINO GENNAIO - SETTEMBRE 2014

GRAFICO 3



FONTE: INPS



Vendite negli esercizi di vicinato e somministrazione stabili, criticità per la GDO

L'analisi trimestrale condotta da Unioncamere Piemonte in collaborazione con gli uffici Studi delle Camere di commercio sul settore della distribuzione, evidenzia nel periodo giugno-settembre 2014 una generale situazione di criticità: le imprese piemontesi denunciano infatti un calo del fatturato pari allo 0,5%.

Tra le quattro province che hanno subito una diminuzione di fatturato, Torino è quella che riporta il calo minore, pari all'1,2% rispetto al III trimestre del 2013. Dall'indagine, condotta su 481 imprese del territorio, emerge che gli esercizi della grande distribuzione organizzata (medie e grandi strutture di vendita) perdono due punti percentuali rispetto al fatturato di un anno fa, a fronte di un leggero aumento delle attività di somministrazione (+0,5%) e di una sostanziale stazionarietà degli esercizi di vicinato. Disaggregando i dati degli esercizi di vicinato per singole categorie merceologiche, si rileva come alcune attività abbiano ottenuto performance positive (cultura e tempo libero +3,6%; alimentare +0,6%), al contrario di altre che invece hanno riportato variazioni negative (abbigliamento -0,6%; prodotti per la casa e ICT -2,4%).

La flessione generale registrata nel III trimestre dell'anno si ripercuote anche sullo stato d'animo degli imprenditori e sulle prospettive future. Le previsioni del fatturato nei prossimi tre mesi, attese dai commercianti torinesi, sono per lo più pessimistiche, non incoraggiate neppure dall'imminente periodo di acquisti natalizi: per il 44% di essi nel periodo ottobre-dicembre 2014 il fatturato diminuirà del 2% e oltre, mentre solo un commerciante su tre pensa che rimarrà in linea con il periodo attuale. Ne paga le conseguenze anche l'occupazione: solitamente nei mesi di festività vi era una maggiore richiesta di forza lavoro per far fronte all'incremento di vendite e di orari di apertura, ma quest'anno l'aumento sarà minimo (solo il 10% dei rispondenti ha dichiarato che nei prossimi tre mesi il proprio personale aumenterà del 2% o più). Piccola consolazione: tra le province piemontesi, Torino è quella ad avere tale percentuale più alta.

Nel trimestre appena concluso, l'andamento dei prezzi di vendita è rimasto stabile per la maggior parte dei commercianti, anche se un buon numero (quasi il 29%) ne denuncia una diminuzione. Diverso il comportamento nei confronti di fornitori: in generale gli ordini sono calati (per il 47% degli intervistati) o sono rimasti stabili (per il 45%); in pochissimi casi sono aumentati.

ANDAMENTO DEL FATTURATO: MEDIE DELLE VARIAZIONI % PESATE SUL FATTURATO AZIENDALE IN PROVINCIA DI TORINO

TABELLA 1

Settore	Variazioni %
TOTALE ESERCIZI DI VICINATO	0,00%
Alimentare	+0,6%
Abbigliamento	-0,6%
Cultura tempo libero	+3,6%
Prodotti casa e ICT	-2,4%
Altri prodotti	+1,9%
MEDIE E GRANDI STRUTTURE DI VENDITA	-2,0%
SOMMINISTRAZIONE	+0,5%
Totale	-1,2%

FONTE: Unioncamere Piemonte - Camera di commercio di Torino



Torino Congiuntura - trimestrale dicembre 2014 anno 15 - n. 57 (analisi congiunturale luglio - settembre 2014)

Continua il trend positivo delle esportazioni torinesi nel III trimestre dell'anno

Alla fine di settembre 2014, con 15,4 miliardi di euro, le vendite torinesi all'estero registrano un incremento rispetto al III trimestre del 2013 del +5,7%; analogamente, crescono anche le importazioni che raggiungono gli 11 miliardi di euro (+2,2%): ne consegue un saldo della bilancia commerciale di segno positivo pari a +4,3 miliardi di euro.

Se si analizzano i principali prodotti venduti all'estero dalla nostra provincia, si confermano al primo posto le vendite dei mezzi di trasporto (il 42,1% dell'export torinese nel complesso) che segnano anche un incremento rispetto a fine settembre 2013 del +12,7%; seguono, distanziati,

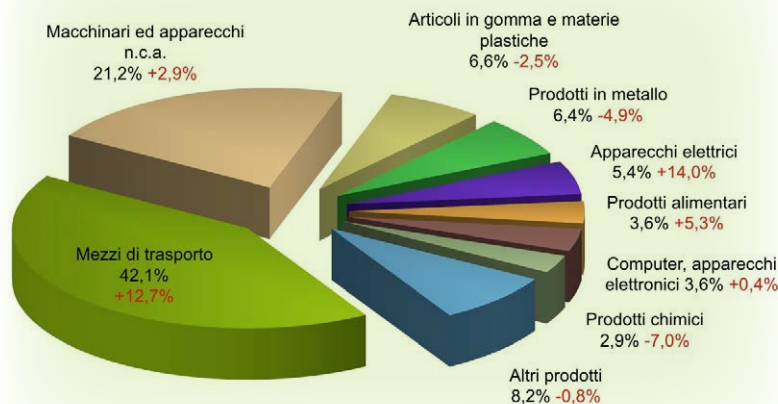
i macchinari ed apparecchi n.c.a. (il 21,2%; +2,9%), gli articoli in gomma e materie plastiche (il 6,6%; -2,5%) e i prodotti in metallo (il 6,4%; -4,9%).

L'Unione Europea a 28 Paesi continua ad essere l'area principale di esportazione dei prodotti subalpini: qui vengono destinate il 54,9% delle merci torinesi; il resto dell'Europa assorbe l'11,3% dell'export torinese.

Germania e Francia si confermano essere i primi Paesi di destinazione dei prodotti subalpini, rispettivamente con il 12,3% (+4,6% rispetto al III trim. 2013) e l'11,8% (+5,0%) dell'export totale. Al terzo posto si collocano gli Stati Uniti, primo paese extraeuropeo, con il 10,3% dell'export ed in crescita di oltre il 40% rispetto a fine settembre 2013.

EXPORT DELLA PROVINCIA DI TORINO AL III TRIM. 2014
PESO % E VAR.% III TRIM. 2014/III TRIM. 2013

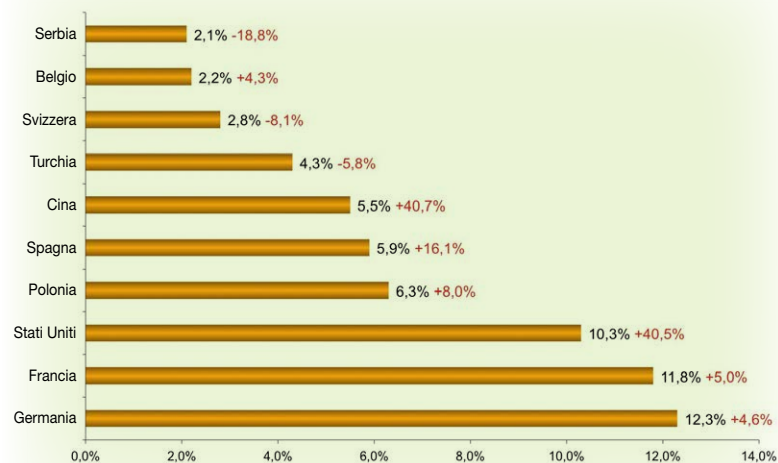
GRAFICO 4



Fonte: ISTAT

PRINCIPALI PAESI DI DESTINAZIONE DELLE MERCI TORINESI
III TRIM. 2014 VAR.% III TRIM.14/III TRIM.13

GRAFICO 5



Fonte: ISTAT



Calo del numero di imprese in tutti i settori, salvi solo turismo e servizi alle imprese

In base ai dati rilevati nel Registro imprese, alla fine del III trimestre 2014 in provincia di Torino risultavano iscritte 227.885 imprese. Rispetto al trimestre precedente non si registrano sostanziali variazioni, mentre il calo è maggiore se si fa un paragone con il III trimestre 2013 (-1,8%).

Nel periodo luglio-settembre 2014 vi sono state 2.551 iscrizioni a fronte di 2.450 cessazioni (al netto di quelle d'ufficio), determinando così un saldo positivo di +101 imprese. In confronto al trimestre precedente il numero di iscrizioni è ampiamente diminuito, mentre il numero di cessazioni è rimasto pressoché stabile (il saldo a fine giugno infatti era stato di +1.056 imprese). Il tasso di crescita, di poco sopra lo zero (+0,04%), è leggermente inferiore al dato regionale (+0,11%), a indicare ancora la stasi del tessuto economico provinciale.

Come in passato, anche nel III trimestre 2014 il comparto turistico (il 6,7% del totale delle imprese) e quello dei servizi prevalentemente orientati alle persone (il 6,4%) sono gli unici settori a tenere rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (entrambi +0,1%) e, sempre come in passato, è il settore edile a riportare ad accusare il calo maggiore (-2,7%, il 15,8% del totale). Cala anche il numero di imprese che operano nell'industria (-2%; il 9,9%), nei servizi prevalentemente orientati alle imprese (-1,6%, il 24,6%) e nell'agricoltura (-1,9%; il 5,6%).

Per quanto riguarda la forma giuridica, poco più della metà delle imprese torinesi sono imprese individuali (-1,2% rispetto al III trim 2013), mentre tra le forme societarie primeggiano le società di persone (il 27% del totale, -3,9%); le società di capitali sono il 17,2% del totale e continuano ad aumentare di numero (+1,6%).

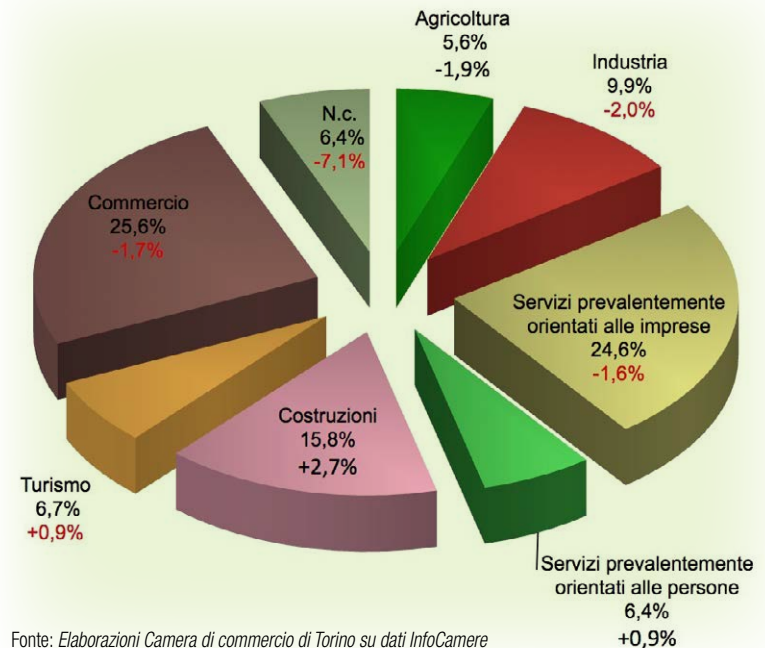
Le imprese artigiane che registrano una diminuzione di stock del 2,4% rispetto al III trimestre 2014, pesano per poco più del 28% sul totale delle imprese torinesi. All'interno del comparto dell'artigianato, il settore prevalente è quello delle costruzioni (il 43% delle imprese artigiane), a cui seguono l'industria (il 20,5%), i servizi prevalentemente orientati alle imprese (il 15%) e i servizi prevalentemente orientati alle persone (il 12,5%).

Il 21,6% delle imprese torinesi è classificata come impresa femminile, ovvero un'impresa in cui vi è una percentuale di partecipazione femminile nelle cariche o quote superiore al 50%: rispetto al III trimestre dello scorso anno il numero di queste imprese è calato di poco meno del 12%. Anche le imprese composte dal 50% o più di giovani sotto i 35 anni (imprese giovanili) che rappresentano il 10% del totale delle imprese subalpine, sono in calo del 5% rispetto al 2013.

Le imprese straniere, che negli ultimi anni hanno manifestato un trend di crescita continuo, aumentano dell'1,3% nei confronti del corrispondente periodo dell'anno precedente e pesano alla fine del III trimestre 2014 per il 10% sul tessuto imprenditoriale torinese. Le imprese straniere si concentrano principalmente nel comparto edile (il 34%) e nel commercio (il 31,5%). Seguono i servizi prevalentemente orientati alle imprese (il 12%), il turismo (l'8%) e l'industria (il 5%).

DISTRIBUZIONE PER SETTORI DELLE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI TORINO PESO % SUL TOTALE E VAR.% III TRIM. 2014 / III TRIM. 2013

GRAFICO 6



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere



Continua la flessione degli impieghi torinesi

Sulla base delle statistiche creditizie elaborate dalla Banca d'Italia⁴, a fine settembre 2014 gli impieghi torinesi erogati dalle banche e dalle casse depositi prestiti ammontavano a 61.696 milioni di euro, con una flessione del 2,2% nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente e del -1,6% rispetto ai tre mesi precedenti.

Se si disaggregano gli impieghi subalpini per settore di attività economica della clientela, solamente gli impieghi delle imprese evidenziano una modesta crescita nei confronti di fine settembre 2013, mentre le variazioni negative più consistenti sono conseguite dalle società finanziarie diverse dalle istituzioni monetarie (-16%) e dalle amministrazioni (-11%). Se il raffronto viene effettuato con il trimestre precedente, quasi tutti i settori di attività economica della clientela manifestano una riduzione. Solo gli impieghi delle imprese rimangono invariati rispetto a giugno 2014, mentre la diminuzione più elevata risulta appannaggio delle società finanziarie diverse dalle istituzioni finanziarie monetarie (-11,2%).

I depositi subalpini presso banche e casse depositi e prestiti al 30 settembre 2014 erano pari a 60.643 milioni di euro, con un incremento dello 0,9% nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente e del +2,1% rispetto a fine del II trimestre dell'anno in corso.

Rispetto a fine settembre del 2013, sono cresciuti soprattutto i depositi delle imprese (+9,9%), delle istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie (+5,6%) mentre l'incremento più modesto è stato registrato dalle famiglie (+0,2%).

Se si effettua il confronto con il 30 giugno di quest'anno, i depositi delle società finanziarie diverse dalle istituzioni finanziarie monetarie registrano l'incremento più sostenuto (+11,9%), seguiti, a distanza, dalle imprese (+2,8%).

I depositi delle istituzioni pubbliche senza scopo di lucro registrano la flessione più rilevante (-3% rispetto ai tre mesi precedenti), davanti a quelli delle amministrazioni pubbliche (-1,5%) e delle famiglie (-0,9%).

⁽⁴⁾ A partire dal giugno 2011 è stato modificato il criterio di rilevazione degli impieghi e i depositi, includendo anche quelli erogati/presso le casse depositi e prestiti. Le nuove serie non sono più confrontabili con quelle delle rilevazioni precedenti.

SISTEMA CREDITIZIO IN PROVINCIA DI TORINO

(IMPIEGHI/DEPOSITI EROGATI/PRESSO BANCHE E CASSE DEPOSITI E PRESTITI PER SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA DELLA CLIENTELA)

TABELLA 2

	IMPIEGHI (IN MLN DI EURO)			DEPOSITI (IN MLN DI EURO)		
	Situazione 30/09/2014	Situazione 30/06/2014	Situazione 30/09/2013	Situazione 30/09/2014	Situazione 30/06/2014	Situazione 30/06/2013
Famiglie	22.951	23.074	23.210	37.363	37.691	37.300
Società finanziarie diverse da istituzioni finanziarie monetarie	4.610	5.193	5.529	12.692	11.338	13.000
Società non finanziarie	25.593	25.592	24.768	8.984	8.739	8.171
Istituzioni senza scopo di lucro al servizio delle famiglie	232	244	249	960	990	909
Amministrazioni pubbliche	8.308	8.576	9.335	469	476	591
Unità non classificabili e non classificate	2	2	3	175	171	152
Totale	61.696	62.681	63.094	60.643	59.405	60.123

FONTE: Banca d'Italia



Continua l'aumento dei fallimenti nella provincia di Torino

Nel primi nove mesi del 2014 le dichiarazioni di fallimento in provincia di Torino sono state 476, con un incremento del 25,6% nei confronti dello stesso periodo dell'anno precedente.

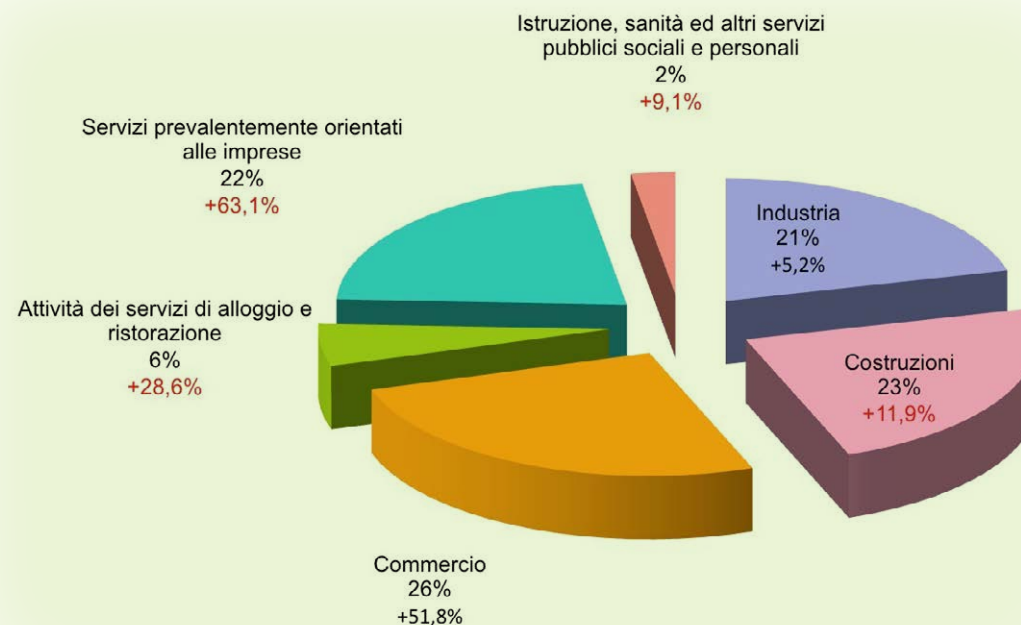
Dalle statistiche elaborate mensilmente dalla Camera di commercio di Torino si registra un maggior numero di fallimenti nei settori del commercio (il 26,5% del totale provinciale), delle costruzioni (il 23,7%), dei servizi alle imprese (il 22%) e dell'industria manifatturiera (il 21,4%).

I servizi prevalentemente orientati alle imprese ed il commercio si confermano i settori con gli incrementi maggiori di fallimenti rispetto a settembre 2013 (rispettivamente +63% e +52%). Più contenute le variazioni degli altri comparti, in particolare le costruzioni hanno evidenziato un incremento del +12%, l'industria manifatturiera del +5,2%.

Quanto alla natura giuridica delle imprese, il 90% dei fallimenti ha riguardato le società (+31,4% rispetto a gennaio-settembre 2013). Le ditte individuali, con 45 fallimenti a settembre 2014, registrano una diminuzione dei fallimenti del -12% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

FALLIMENTI IN PROVINCIA DI TORINO PER SETTORE DI ATTIVITÀ
(PESO PERCENTUALE SUL TOTALE E VAR% GENNAIO - SETTEMBRE 2014/GENNAIO - SETTEMBRE 2013)

GRAFICO 7



FONTE: Camera di commercio di Torino



La contraffazione dei prodotti cosmetici, il punto di vista dei consumatori

La Camera di commercio di Torino, nell' ambito dell'Osservatorio sul fenomeno della contraffazione in provincia di Torino - nato nel 2008 su invito della Prefettura - ha presentato lo scorso 24 novembre i risultati di un'indagine sul fenomeno della contraffazione di prodotti cosmetici rivolta ad un campione di consumatori.

L'Osservatorio, costituito con l'obiettivo di analizzare la diffusione della contraffazione e i problemi connessi all'impatto sui prodotti e sui settori di rilievo economico e sociale, persegue la finalità di diffondere la consape-

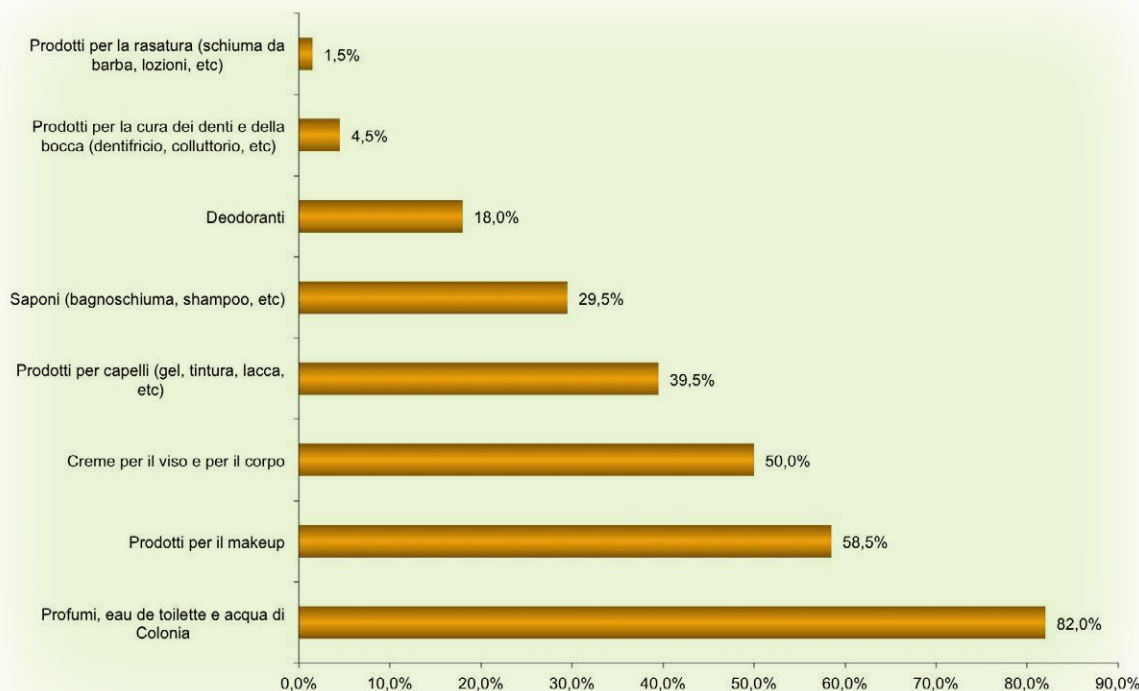
volezza che "l'incauto acquisto" di merce contraffatta rende l'acquirente complice di un atto le cui conseguenze immediate sono l'evasione fiscale, la messa in pericolo della sicurezza e della salute pubblica e privata, nonché come conseguenza i tagli di posti di lavoro nell'economia regolare.

Nel 2014 il questionario di indagine è stato sottoposto ad un insieme di 200 famiglie residenti sul territorio di Torino e prima cintura, tra maggio ed ottobre 2014.

Nell'esaminare le abitudini di acquisto di prodotti cosmetici e le opinioni rispetto alla contraffazione di tali prodotti, sono state prese in considerazione le risposte fornite dal capo-famiglia, intesa come persona

I PRODOTTI COSMETICI MAGGIORMENTE CONTRAFFATTI PER I CONSUMATORI
VALORI % SU RISPOSTE MULTIPLE

GRAFICO 8



FONTE: Elaborazioni Camera di commercio di Torino



di riferimento all'interno del nucleo familiare indagato, e dalla famiglia, analizzata nella sua tipologia (single, coppia con o senza figli, etc.).

Per quanto riguarda l'analisi del fenomeno nel complesso, è emerso che il 15% dei consumatori ha acquistato, almeno una volta, un cosmetico contraffatto. I principali motivi che inducono i consumatori all'acquisto di cosmetici contraffatti, al primo posto il budget (l'80% dei casi), al secondo posto la convenienza del prezzo (57,3% delle risposte) e l'impossibilità economica di acquistare l'originale (il 22,1%). Alla domanda rivolta ai consumatori di esprimere, secondo il loro parere, quali fossero i prodotti cosmetici maggiormente contraffatti, le famiglie torinesi al primo posto si sono espresse a favore della categoria "profumi, eau de toilette e acqua di Colonia" (l'82% dei consumatori), seguiti a distanza dai "prodotti per il makeup" (il 58,5%) e "le creme per il viso e per il corpo" (il 50%).

È stata posta ai consumatori anche una domanda riguardo al luogo dove, a loro parere, sono più facilmente acquistabili prodotti cosmetici contraffatti: nei negozi specializzati, nelle farmacie e nella grande distribuzione organizzata, la totalità dei consumatori ha dichiarato che è impossibile, o comunque poco probabile, acquistare cosmetici contraffatti. Discount, mercati rionali e internet, al contrario, si confermano i luoghi a più elevato rischio di acquisto di cosmetici contraffatti.

Quanto ai luoghi di acquisto, la predilezione dei consumatori varia a seconda delle tipologie dei prodotti: quelli generici e di uso quotidiano, come saponi, prodotti per i capelli, prodotti per la cura di denti e bocca, deodoranti e prodotti per la rasatura si comprano nella maggioranza dei casi nei supermercati e ipermercati. Per i prodotti più specifici si ricorre ad altri canali di vendita: le creme, i prodotti per il make up e i profumi vengono infatti acquistati per lo più in negozi specializzati, quali erboristerie o profumerie.

Quanto spendono in media i consumatori per questa tipologia di prodotti? In relazione alla propria capacità di spesa e ai propri bisogni effettivi, le famiglie intervistate si dividono tra quelle che spendono in media meno di 20 euro al mese per l'acquisto di prodotti cosmetici (il 51%) e quelle che spendono dai 20 ai 50 euro (il 47%).

I motivi che inducono il consumatore a comprare un cosmetico, scegliendolo rispetto ad un altro sono principalmente due: l'abitudine e il

miglior rapporto qualità/prezzo (entrambi totalizzano il 60% delle risposte). Determinante è anche il fatto che il prodotto da acquistare sia in offerta (poco meno del 30% delle risposte), mentre incide meno il prestigio o la "marca" o il consiglio di amici e parenti. In coda alla lista dei fattori di scelta, si posizionano la visione della pubblicità in tv o su un giornale o la scelta del prodotto più economico in vendita; anche le persone che acquistano un prodotto sulla base degli ingredienti utilizzati sono una minoranza: si riscontra questa motivazione solo nel 4% dei casi. Indipendentemente dai motivi di acquisto, solo il 38% degli intervistati ha dichiarato di prestare attenzione agli ingredienti dei cosmetici e di essere in grado di riconoscerne la nomenclatura, a fronte del 62% che invece non ne tiene conto, o per mancanza di interesse, o per incapacità di leggere le diciture con cui sono codificati gli ingredienti.

Un'ultima sezione del questionario di indagine ha indagato i possibili danni derivanti dalla contraffazione di prodotti cosmetici e le politiche di lotta e di prevenzione necessarie per poter arginare e sconfiggere il fenomeno secondo il parere dei consumatori.

Da un lato, il prezzo maggiormente conveniente, dall'altro l'impossibilità di acquistare il prodotto originale: sono questi i principali motivi per cui i consumatori ritengono che le persone acquistino prodotti cosmetici contraffatti. La convinzione che il prodotto contraffatto abbia la stessa qualità dell'originale è la terza motivazione di acquisto di cosmetici illegali, mentre solo il 7% dei consumatori ritiene che l'inconsapevolezza nel momento dell'acquisto del prodotto sia la motivazione che spinge le persone a comprarlo.

Salute e qualità, queste sono le parole chiave e i fattori che spingono le persone a non acquistare cosmetici contraffatti: il 75,5% dei consumatori intervistati ha infatti dichiarato che le persone non comprano merce illegale per paura di danni alla salute e, quasi il 60%, afferma che la minore qualità del prodotto sia la seconda causa per cui le persone non comprano queste tipologie di prodotti.

La paura di danneggiare l'economia, così come i possibili danni ambientali e il rischio di essere multati dalle autorità competenti, invece, non sembrano essere buone motivazioni per cui le persone dovrebbero astenersi dall'acquisto di cosmetici contraffatti.



A conferma di quanto appena evidenziato, secondo i consumatori sono proprio i danni alla salute e la sicurezza del consumatore le principali conseguenze nell'acquisto di cosmetici contraffatti (il 79,5% degli intervistati). L'attenzione verso i danni al tessuto imprenditoriale si pone al secondo posto: per oltre il 58% dei consumatori il commercio di cosmetici illegali crea principalmente danni alle imprese che producono legalmente e, di conseguenza, provoca una diminuzione dei posti di lavoro nel mercato lecito.

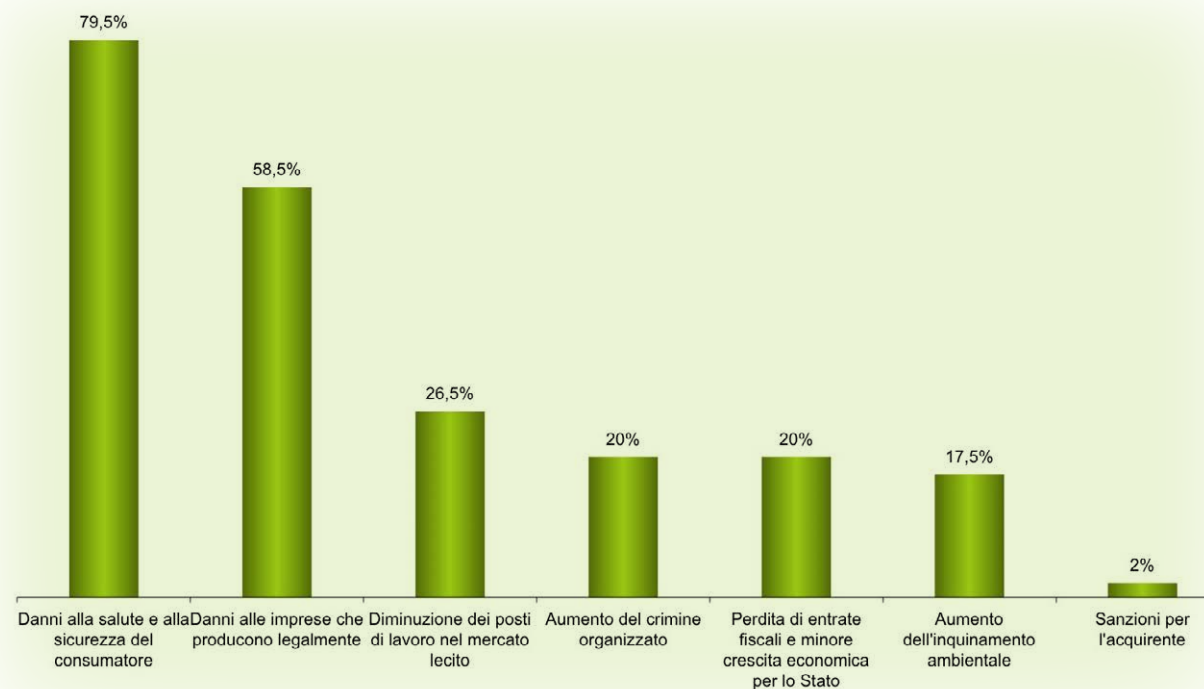
Infine, le possibili soluzioni per contrastare la contraffazione cosmetica; fra gli strumenti più efficaci per limitare il fenomeno della contraffazione di cosmetici, i consumatori individuano sia quello di ridurre i

prezzi dei prodotti originali (il 38% di preferenze), sia l'introduzione nel mercato di linee secondarie di prodotti originali a prezzi più accessibili (il 26%). Significativa anche la percentuale di consumatori che ritengono utile attuare una campagna di prevenzione e sensibilizzazione dei consumatori, affiancata ad una maggiore necessità di apporre sui prodotti una certificazione di garanzia sulla loro tracciabilità.

La ricerca completa è disponibile sul sito internet della Camera di commercio di Torino alla pagina www.to.camcom.it nella sezione Regolazione del mercato e tutela del consumatore/Osservatorio provinciale sulla contraffazione/indagini.

PRINCIPALI CONSEGUENZE E I DANNI PIÙ GRAVI NELL'ACQUISTO DI COSMETICI CONTRAFFATTI
(VALORI % SU RISPOSTE MULTIPLE)

GRAFICO 9



FONTE: Elaborazioni Camera di commercio di Torino



Torino Congiuntura

luglio - settembre 2014 anno 15 - n. 57

Testata registrata presso il Tribunale di Torino
con provvedimento n. 43 del 12 aprile 2007

Direttore responsabile: Guido Bolatto

Redazione: Settore Studi, Statistica e Documentazione,
Camera di commercio di Torino
via San Francesco da Paola 24 Torino, tel 011 5714706
studi@to.camcom.it

Coordinamento: Settore Comunicazione esterna e URP, Camera di commercio di Torino

Impaginazione: Tipografia De Franco - Reggio Calabria

Per ricevere Torino Congiuntura occorre iscriversi all'apposita lista
di distribuzione dalla Home Page del sito www.to.camcom.it alla sezione newsletter
o inviare un'email a studi@to.camcom.it

LE NEWSLETTER DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO

TORINO AMBIENTE è la newsletter, in uscita ogni trimestre, dedicata all'ambiente. Obiettivo dello strumento è informare, formare e aggiornare gli operatori del settore su norme spesso complesse e articolate, che cambiano frequentemente. Dall'Albo Gestori Rifiuti alle risposte a dubbi e domande: sono tante le rubriche e gli approfondimenti previsti della pubblicazione per orientare e sensibilizzare le imprese. Con una particolare e sempre maggiore attenzione allo sviluppo sostenibile e alle energie rinnovabili.

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/torinoambiente

NEWSMERCATI è la newsletter del Gruppo delle Strutture Camerali per l'internazionalizzazione, cui collabora anche la Camera di commercio di Torino. Fornisce, ogni quindici giorni, informazioni su dogane, pagamenti, trasporti, contrattualistica, fiscalità, marchi e brevetti, oltre alla segnalazione di iniziative a supporto del business internazionale. Alla sua redazione collaborano professionisti nel campo del commercio internazionale, per accompagnare l'attività delle imprese italiane nei mercati europei ed extraeuropei.

Per maggiori informazioni: www.newsmercati.com

TOPTECH & TRADE è la pubblicazione mensile online che presenta le offerte e le richieste tecnologiche e commerciali e le ricerche partner trasmesse dalla rete Enterprise Europe Network. TOP TECH & TRADE prevede anche degli invii per approfondimenti tematici (ambiente e energia, agroalimentare, ICT, automotive, design, tessile, aerospazio, biotech e materiali).

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/toptech

EUROFLASH è la pubblicazione mensile online che informa le imprese piemontesi sulle opportunità offerte dall'Europa. Strutturata in quattro sezioni (Bandi di gara comunitari, Eventi, Notizie e Normativa), Euroflash racchiude informazioni di fonte comunitaria sia di carattere generale, sia dedicate in modo specifico ai temi della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Per maggiori informazioni: www.to.camcom.it/euroflash