

**PRIMA PARTE / STRUTTURA
E RISORSE UMANE**



1. Economia

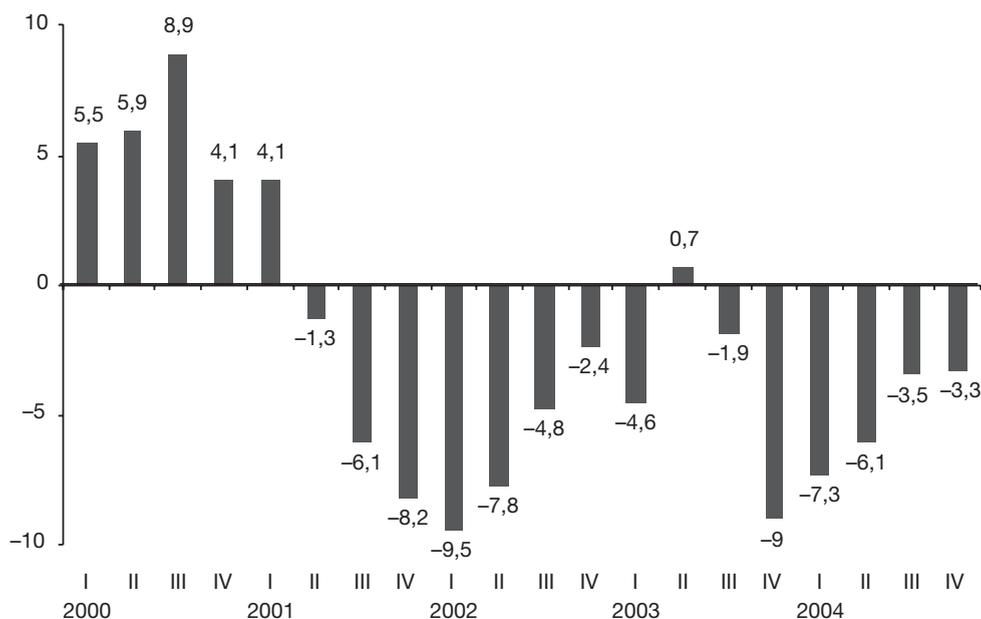


ANCORA UN ANNO D'ATTESA

Gli ultimi dodici mesi sono ancora stati caratterizzati da un clima di attesa: la ripresa dell'economia europea prevista per i primi mesi del 2002, poi rimandata alla fine del 2003, potrebbe essere finalmente prossima, ma probabilmente si rivelerà al di sotto delle aspettative. L'Italia, poi, crescerà forse a ritmi ancora più lenti.

In questo quadro, la provincia torinese continua a manifestare una profonda crisi e le soluzioni ai tanti problemi dell'industria sembrano ancora lontane. In definitiva, non solo l'anno appena trascorso non ha visto un'inversione di tendenza dei principali indicatori economici, ma anche il 2005 potrebbe «non essere ancora l'anno della svolta» (Cciaa di Torino, 2004c). Da metà del 2003 la produzione industriale continua a segnare valori negativi, ma in realtà il ciclo è negativo da oltre tre anni (con la sola eccezione del terzo trimestre 2003), da quando, cioè, la crisi dell'auto non è stata bilanciata da una sufficiente crescita di altri settori industriali. Complessivamente il 2004 si è chiuso con un calo della produzione industriale del -5,1 per cento, un dato peggiore del -3,7 per cento del 2003.

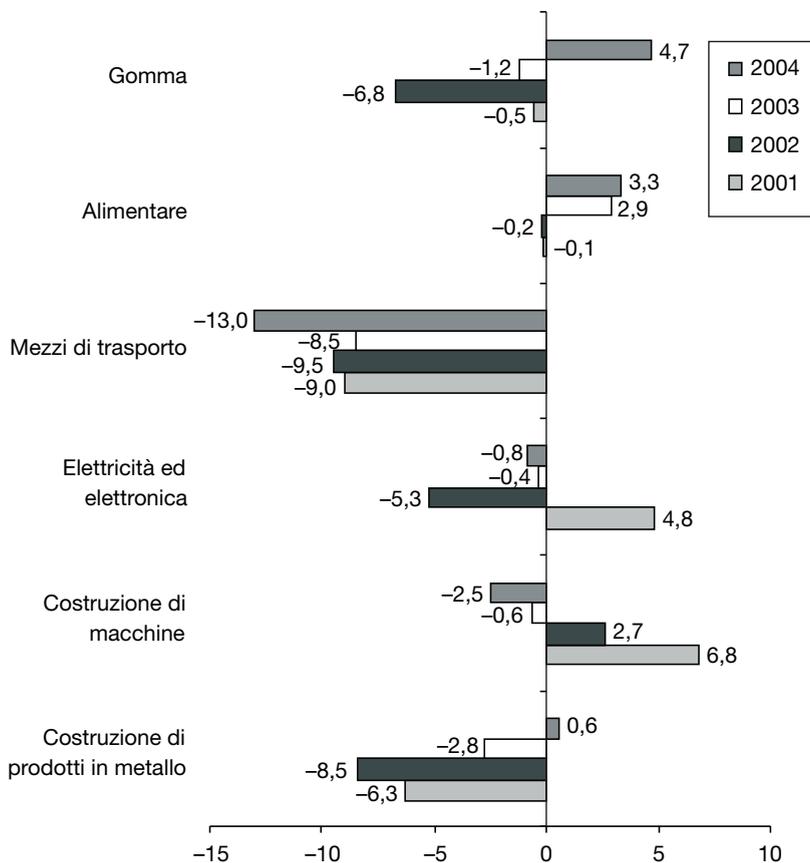
Figura 1 – **Andamento della produzione industriale in provincia di Torino**
(variazione percentuale sullo stesso trimestre dell'anno precedente; fonte: Cciaa di Torino)



A pesare sul dato negativo della produzione industriale è soprattutto la crisi dell'auto: il risultato dell'ultimo trimestre 2004 della produzione di mezzi di trasporto (-13 per cento) è il peggiore fra quelli (già negativi) degli ultimi quattro anni. Nel 2004

sono invece tornati a crescere il settore della gomma e delle costruzioni di prodotti in metallo.

Figura 2 – **Andamento della produzione industriale per settori in provincia di Torino**
(variazione percentuale sullo stesso trimestre dell'anno precedente; fonte: Cciao di Torino)



Malgrado la situazione economica poco incoraggiante, i dati del 2004 confermano la tendenza ad un incremento del numero di imprese nell'area torinese: dal 1999 al 2004, sono aumentate da 148.068 a 160.500 (+8,4 per cento) con un tasso di crescita superiore a quello nazionale. In particolare, nell'ultimo anno sono aumentate le imprese del turismo (+4,5 per cento) e delle costruzioni (+7,3 per cento). Quest'ultimo settore, del resto, continua a caratterizzarsi per l'accentuata polverizzazione in piccole e medie imprese, con numerosi lavoratori dipendenti che diventano autonomi. Al contrario, l'industria manifatturiera, dopo aver «retto» nel biennio 2000-2002, ha subito un'inversione di tendenza, registrando nel 2004 un calo vicino allo 0,7 per cento. Nel panorama di una crescente terziarizzazione dell'economia, il settore dei

servizi alle imprese è aumentato dell'1,7, quello dei servizi alla persona del 3 per cento; dopo un biennio di sviluppo limitato, il commercio è tornato a crescere in misura più significativa, confermandosi con oltre 45.000 imprese come il comparto più numeroso dell'area torinese.

L'analisi della forma giuridica permette di cogliere una progressiva maggiore strutturazione e capitalizzazione delle imprese. Pur rimanendo prevalenti le imprese individuali, nel quinquennio 1999-2004 sono cresciute le società di capitali, dal 14,8 al 17 per cento del totale.

Figura 3 – Tassi di crescita delle imprese

(variazione percentuale sull'anno precedente; fonte: elaborazione Cciao di Torino su dati Infocamere)

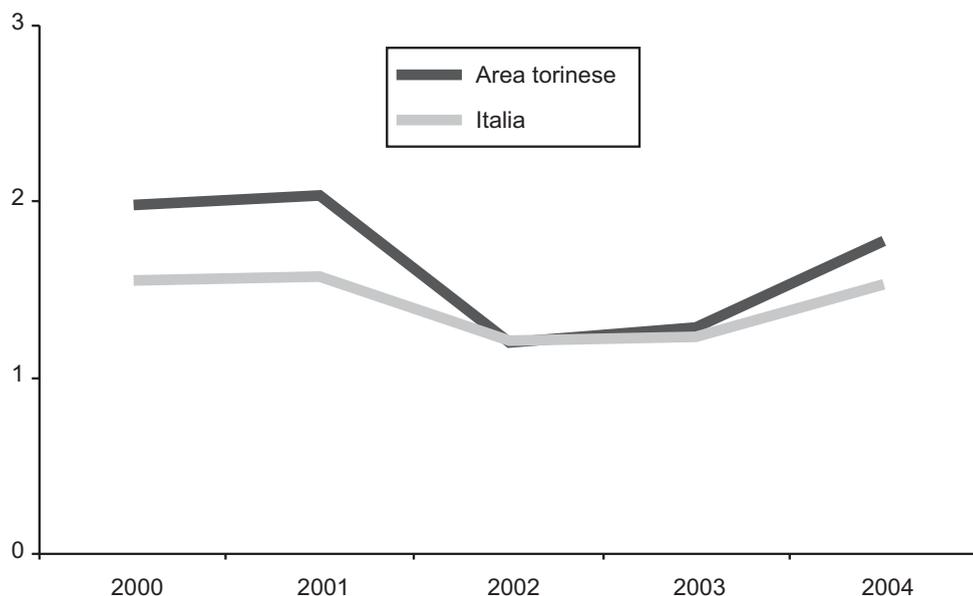


Tabella 1 – Tassi di crescita delle imprese dell'area torinese, per settore produttivo

(valori percentuali; fonte: elaborazione Cciao di Torino su dati Infocamere)

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|----------------------|------|------|------|------|------|
| Agricoltura | -0,8 | 0,0 | -1,2 | -1,6 | -0,3 |
| Industria | 0,5 | 0,5 | 0,2 | -0,3 | -0,7 |
| Costruzioni | 6,4 | 5,8 | 4,7 | 4,1 | 7,3 |
| Commercio | 1,4 | 1,5 | 1,0 | 0,8 | 1,7 |
| Turismo | 2,6 | 3,2 | 3,2 | 3,0 | 4,5 |
| Servizi alle imprese | 2,2 | 2,9 | 1,2 | 1,3 | 1,7 |
| Servizi alle persone | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 1,3 | 3,0 |

Tabella 2 – **Natura giuridica delle imprese nell'area torinese**
(percentuale su totale; fonte: elaborazione Cciao di Torino su dati Infocamere)

| | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Società di capitale | 14,8 | 15,3 | 15,9 | 16,3 | 16,7 | 17,0 |
| Società di persone | 35,2 | 34,9 | 34,5 | 34,2 | 33,9 | 33,3 |
| Imprese individuali | 47,8 | 47,6 | 47,4 | 47,3 | 47,2 | 47,5 |
| Altre forme giuridiche | 2,1 | 2,2 | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,2 |

INTERNAZIONALIZZAZIONE DIFFICILE

Nel 2003, gli investimenti diretti esteri¹ in entrata in Piemonte – nel triennio 2001-2003, per il 94 per cento diretti in provincia di Torino – sono stati pari a circa 830 milioni di euro, in netto calo rispetto al 2002 (-43 per cento). Nonostante le iniziative messe in atto per attrarre investimenti e imprese estere², considerando la media del triennio 2001-2003, il Piemonte ha perso la terza posizione nazionale a favore del Lazio. Gli investimenti esteri in Piemonte sono destinati tradizionalmente al comparto industriale e, in modo particolare, al settore automotive: la media triennale nel settore dei mezzi di trasporto è di 713 milioni di euro l'anno (fonte: Unioncamere Piemonte, 2004). In totale, nel 2003, le imprese a partecipazione straniera in provincia di Torino erano 461: 235 imprese di servizi (con circa 30.000 addetti), 223 manifatturiere (con più di 100.000 addetti, per metà nel settore della produzione di mezzi di trasporto³) (fonte: banca dati Reprint).

Per quanto riguarda gli investimenti in uscita, si registra una progressiva chiusura del sistema economico piemontese, con una decisa diminuzione degli investimenti all'estero. Si tratta, tra l'altro, di una tendenza nazionale: gli investimenti dell'Italia

¹ Sono gli investimenti che realizzano un legame durevole tra imprese appartenenti a paesi diversi, dando un'immagine significativa dei processi di internazionalizzazione delle imprese: quelli in entrata, diretti sia alla acquisizione di imprese che alla costruzione di nuovi stabilimenti, sono spesso indice di un vantaggio competitivo del territorio, quelli in uscita di un allargamento della capacità produttiva.

² ITP ha intensificato negli anni la sua azione promozionale nei confronti di aziende straniere. Nel 2004 sono stati effettuati circa 3.600 contatti (erano stati 1.300 nel 2003 e 1.000 tra il 1998 e il 2002), di cui circa 450 hanno avuto un riscontro e 100 sono diventati progetti concreti. Più della metà dei contatti effettuati ha riguardato aziende riconducibili al settore ICT (fonte: ITP; dati 2004 non ancora definitivi).

³ Bisogna tener conto che essendo i dati 2003 precedenti la rottura dell'alleanza Fiat-General Motors, tra le aziende a partecipazione straniera figurano anche Fiat Auto (di cui il gruppo americano deteneva una quota azionaria) e Powertrain (società mista Fiat-GM).

diretti all'estero nel 2003 sono stati meno di 7 miliardi di euro, mentre erano più di 24 miliardi nel 2001. In Piemonte il 2003 si è chiuso con un saldo negativo di circa un miliardo di euro⁴. Si nota un calo degli investimenti diretti verso gli Stati Uniti, nonostante il cambio favorevole. La propensione delle imprese industriali piemontesi ad internazionalizzarsi è inferiore a quella riscontrabile in altre regioni settentrionali, ma superiore alla media italiana (il 2 per cento delle imprese ha almeno una partecipazione all'estero, con una media nazionale dell'1,8 per cento). Tuttavia tra le regioni italiane, il Piemonte risulta primo per fatturato delle imprese estere partecipate e secondo, dopo la Lombardia, per numero di addetti delle imprese stesse. Un ruolo chiave, anche in questo caso, è svolto dalle imprese del settore automotive: sono 105 le imprese che operano all'estero con oltre 92.500 addetti (fonte: Unioncamere Piemonte, 2004).

Nel 2003, dalla provincia di Torino sono state esportate merci per circa 15.700 milioni di euro e importate per 11.120 milioni di euro. Rispetto al 2002, il saldo commerciale è aumentato del 6,6 per cento. Con le importazioni pressoché stabili (+0,1 per cento), le esportazioni sono cresciute dell'1,9 per cento, invertendo così l'andamento negativo del 2002. Gli ultimi dati disponibili, relativi ai primi tre trimestri del 2004, indicano un leggero calo delle importazioni (-0,58 per cento) e un nuovo leggero aumento delle esportazioni, +0,66 per cento (fonte: Istat). Si tratta di un buon risultato tenendo conto del clima economico⁵ – caratterizzato da una riduzione degli scambi a livello mondiale e dalla supervalutazione dell'euro – e delle caratteristiche dell'economia torinese. Infatti, un'alta percentuale delle esportazioni torinesi riguarda beni con modeste dinamiche di crescita ed è diretta verso paesi europei con mercati ormai saturi e consumi stabili⁶, mentre lo sviluppo è guidato da Cina, India e Stati Uniti, tutte realtà in cui le imprese torinesi investono poco ed hanno una scarsa penetrazione commerciale⁷.

⁴ Ciò vuol dire che gli investimenti degli anni precedenti rientrati in Piemonte hanno superato gli investimenti in uscita. Anche per questi ultimi, la provincia di Torino rappresenta circa il 94 per cento del totale regionale: ciò è dovuto, in parte, alla presenza a Torino della maggior parte degli uffici bancari e finanziari che gestiscono gli investimenti (Unioncamere Piemonte, 2004).

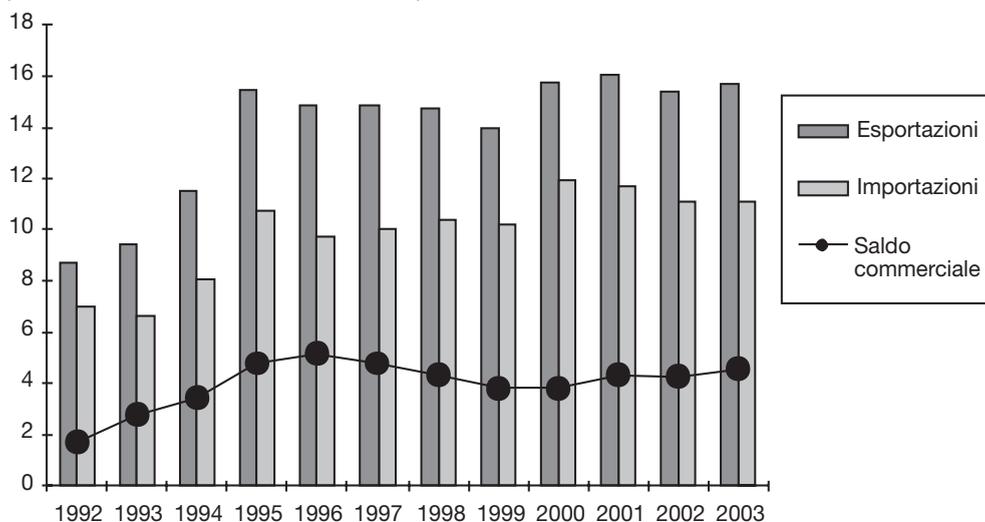
⁵ A livello nazionale le esportazioni continuano a calare: -1,6 per cento nel 2003 (fonte: Istat).

⁶ Il settore dei mezzi di trasporto continua ad essere il primo settore per volume di vendite all'estero (rappresenta da solo il 42,4 per cento), seguito da macchine e apparecchi meccanici (20,5 per cento). Oltre il 51 per cento delle esportazioni ha come destinazione i paesi dell'area euro, in particolare Francia (18,2 per cento) e Germania (15,2 per cento).

⁷ Le esportazioni verso gli Stati Uniti sono il 5,5 per cento del totale, verso la Cina l'1,5 per cento e verso l'India lo 0,4 per cento.

Figura 4 – Il commercio con l'estero della provincia di Torino

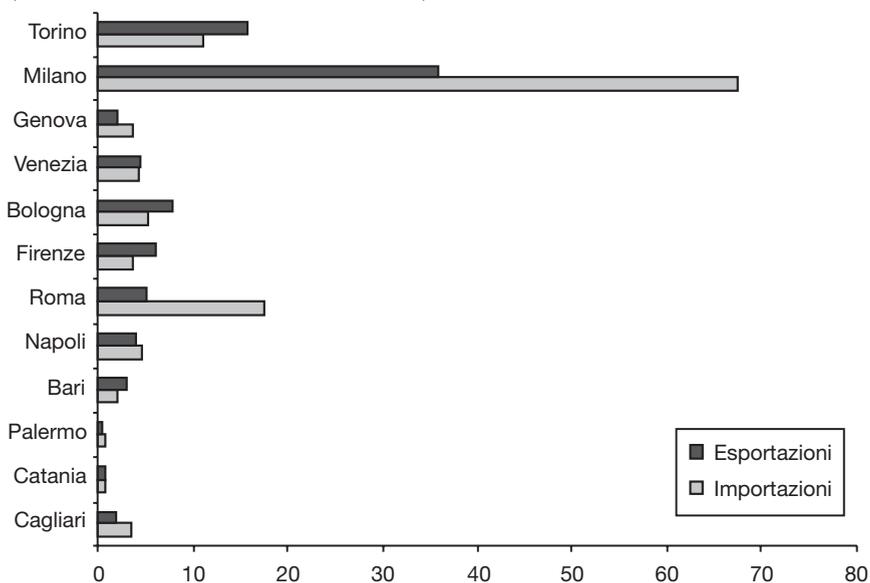
(miliardi di euro; fonte: Istat, banca dati Coeweb)



Rispetto alle altre province metropolitane, Torino è seconda per esportazioni dopo Milano, ed è terza per importazioni dopo Milano e Roma. Solo altre tre province metropolitane (Bologna, Firenze e Bari) hanno, come Torino, un saldo commerciale in attivo.

Figura 5 – Il commercio con l'estero nelle province metropolitane - 2003

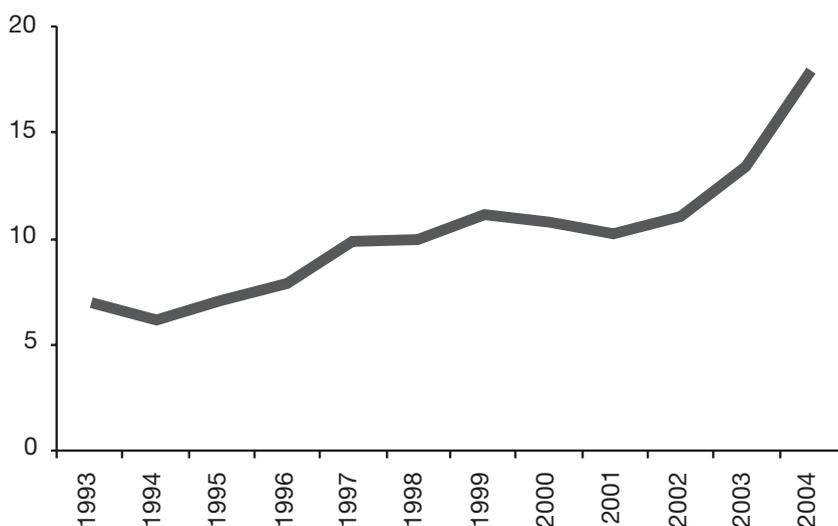
(miliardi di euro; fonte: Istat, banca dati Coeweb)



L'allargamento dell'Unione Europea a dieci nuovi stati (1° maggio 2004), può offrire nuove opportunità alle aziende torinesi, soprattutto in paesi come Polonia, Repubblica Ceca e Ungheria, dove è notevole la produzione di auto (anche legata alla Fiat) e con cui vi è già un importante commercio di componenti. L'interscambio commerciale con i nuovi paesi dell'Unione, già da alcuni anni in crescita, ha raggiunto nel primo semestre 2004 il 18 per cento degli scambi complessivi con l'Unione Europea.

Figura 6 - Interscambio commerciale fra la provincia di Torino e i nuovi paesi dell'Unione Europea

(valori percentuali, sul totale interscambio commerciale con l'Europa a 25; fonte: Cciaa di Torino)



L'OCCUPAZIONE TIENE

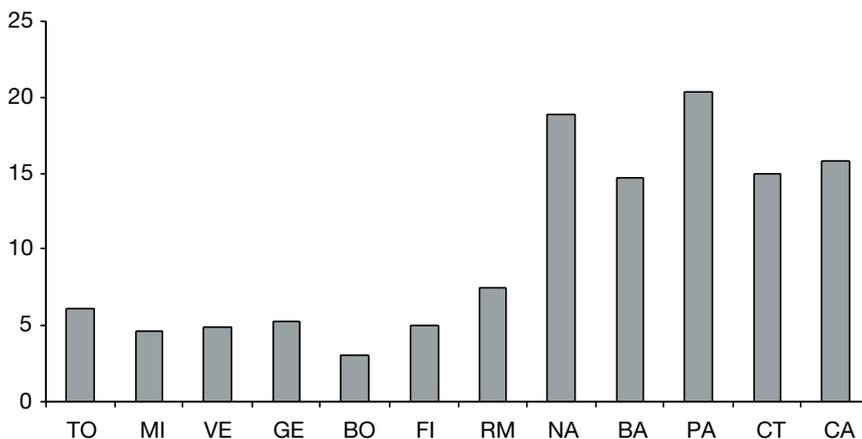
Nel 2004 gli occupati in provincia di Torino erano 960.000, per il 35 per cento appartenenti al settore industriale (una percentuale superiore a quella delle altre province metropolitane). Il tasso di disoccupazione (6,1 per cento) è il più elevato, dopo Roma, tra le province metropolitane del centro-nord (fonte: Istat). È comprensibile, quindi, che il lavoro preoccupi i torinesi⁸, nonostante la crescita dell'occupazio-

⁸ Secondo una ricerca del Sole 24 Ore, quella di Torino è la provincia metropolitana in cui è maggiore la quota di cittadini che giudica «grave» il problema del lavoro (29,6 per cento). Secondo un'altra indagine (Unione Europea, 2004), solo il 15 per cento dei torinesi pensa che sia facile trovare un buon lavoro: uno dei valori più bassi registrati nelle città europee.

zione registrata negli ultimi anni⁹. Tale crescita appare infatti legata in parte ad avvenimenti transitori (cantieri per le opere infrastrutturali e le Olimpiadi¹⁰, sanatoria del lavoro extracomunitario) e in parte alla diffusione di lavori part-time e precari.

Nel 2003 i lavoratori temporanei in provincia di Torino erano 54.200 (pari al 7,7 per cento degli occupati totali, in leggero calo rispetto al 2002), i lavoratori part-time erano 78.300 (8,5 per cento degli occupati totali, in leggera crescita rispetto all'anno precedente; fonte: Opml).

Figura 7 – Tasso di disoccupazione nelle province metropolitane
(valori percentuali; fonte: Istat)



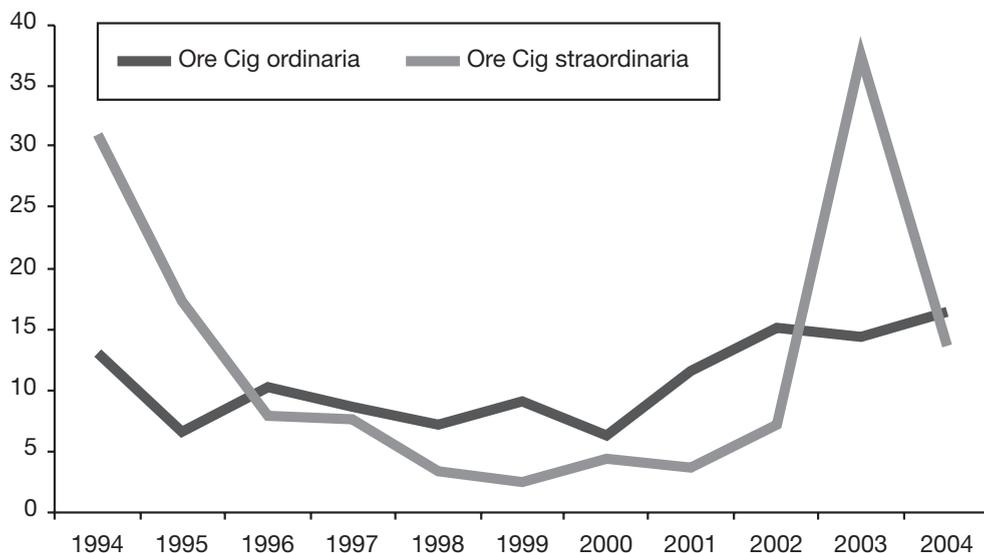
Nel 2004 è aumentato il ricorso alla cassa integrazione ordinaria da parte delle aziende (+14,9 per cento), confermando una tendenza che, a parte il lieve calo nel 2003, si è manifestata dal 2000. Le ore di cassa integrazione straordinaria, che avevano raggiunto un picco eccezionale nel 2003 in seguito alla massiccia richiesta da parte della Fiat Auto, si sono notevolmente ridotte, pur restando comunque elevate (circa 13 milioni).

⁹ Tra il 1998 e il 2003, il tasso di disoccupazione in provincia di Torino è diminuito dal 10,7 al 6 per cento. Non è possibile confrontare il dato 2004 con gli anni precedenti poiché l'Istat ha modificato radicalmente il meccanismo di rilevazione delle forze di lavoro. È prevista una ricostruzione delle serie storiche, ad oggi non ancora disponibile a livello provinciale. È invece già possibile un confronto a livello regionale: nel 2004 in Piemonte il tasso di disoccupazione è leggermente diminuito (dal 5,4 al 5,3 per cento dal 2003 al 2004).

¹⁰ L'impatto dei cantieri sull'occupazione della provincia di Torino è molto rilevante: secondo le stime del Comitato Rota (2004) fino al 2006 sarà pari a circa 23.000 addetti a tempo pieno, destinati a scendere dopo le olimpiadi a 12.000 nel caso inizino i lavori della Torino-Lione o a 2.800 nel caso che gli stessi lavori ritardino.

Figura 8 – Ore di cassa integrazione in provincia di Torino

(milioni; fonte: Orml su dati Inps)



MENO AUTO, PIÙ COMPONENTI

Anche il 2004 è stato un anno difficile per la Fiat, il cui management è ancora una volta cambiato radicalmente. Il piano di rilancio industriale varato nel 2003 inizia a dare alcuni frutti (sono tornate a produrre utili aziende strategiche come Iveco e CHL), ma il settore auto continua ad essere il più problematico¹¹. A inizio 2005, la rottura dell'accordo con General Motors (che ha preferito pagare 2 miliardi di dollari pur di «non comprare» Fiat Auto) ha sancito la fine di un'alleanza che, presentata nel 2000 come la svolta che avrebbe rilanciato l'industria dell'auto italiana, nel giro di pochi anni si è rivelata un peso insostenibile per entrambe le aziende. La Fiat, di nuovo «tutta italiana» come annunciato enfaticamente dai vertici dell'azienda, ha probabilmente maggiore libertà nelle scelte strategiche e nella ricerca di nuove alleanze¹²,

¹¹ Nel 2004 il settore auto della Fiat ha perso 840 milioni di euro; nel 2003 la perdita era stata superiore: 1.094 milioni (fonte: Fiat). Le vendite di auto in Europa occidentale (Europa a 15 + Islanda, Norvegia e Svizzera) sono rimaste invariate, a fronte di una crescita del mercato del 2,1 per cento (fonte: Anfia).

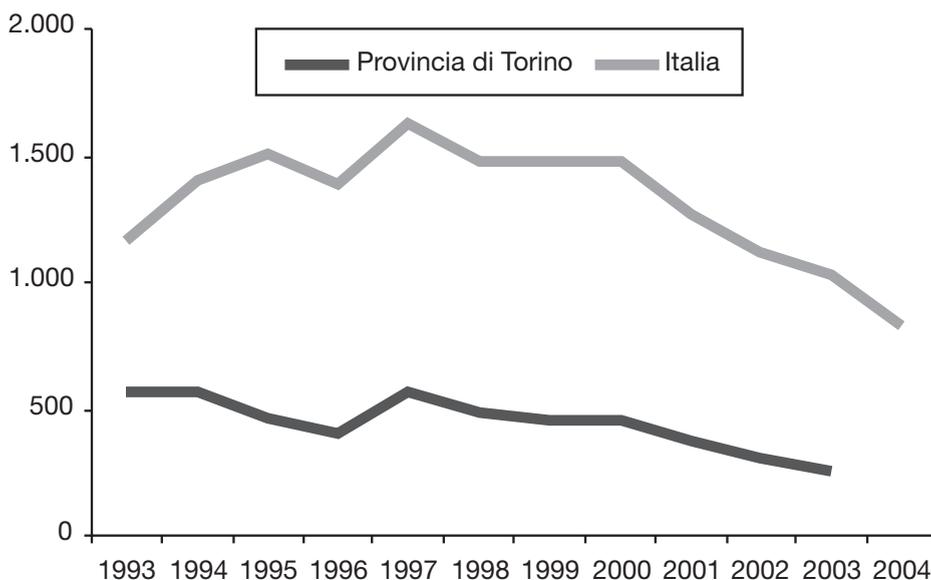
¹² Con la casa americana rimarranno alcune collaborazioni su piattaforme di modelli e motori, mentre è probabile che la Fiat cerchi nei prossimi mesi nuovi alleati in Europa (sono state ipotizzate collaborazioni con il gruppo Peugeot-Citroën) o in Oriente (possibili accordi

ma intanto deve affrontare il fallimento di una politica che ha caratterizzato l'azienda negli ultimi cinque anni.

La produzione di auto in provincia di Torino continua a diminuire (-19 per cento nel 2003) a seguito sia dell'ulteriore contrazione della produzione nazionale di autoveicoli (-8,8 per cento nel 2003, -18,7 per cento nel 2004) sia dello spostamento di produzioni nei più moderni stabilimenti meridionali del gruppo Fiat (fonte: Osservatorio sulla componentistica veicolare, 2004)¹³.

Figura 9 – Produzione di auto

(migliaia di auto; fonte: Anfia e Ires su dati Fiom)



In questo contesto il destino di Mirafiori appare sempre più incerto, come testimonia anche ad inizio 2005 la richiesta di cassa integrazione ordinaria per migliaia di dipendenti. Perse le produzioni di maggior peso (la nuova Punto sarà prodotta esclusivamente a Melfi) rimangono solo quelle di alcuni modelli di nicchia dalle prospettive incerte¹⁴. Lo stabilimento, dai costi elevati e in buona parte non utilizzato, richiederebbe una forte azione di rilancio, di cui al momento non c'è traccia. Intanto, il Comune ha annunciato un progetto, chiamato *Produrre Torino* che, pur mantenendo

con Toyota, ma anche con industrie cinesi). Si tratterà, in ogni caso, di accordi limitati e non più di alleanze a largo raggio come quella con General Motors.

¹³ Nel 2004, inoltre, per la prima volta la Fiat ha prodotto più auto all'estero che in Italia (fonte: Sole 24 Ore).

¹⁴ Non è chiaro, infatti, se in futuro saranno prodotti nuovi modelli di alta gamma per sostituire la Lybra, la Thesis e la 166 attualmente realizzate a Mirafiori.

la presenza della Fiat, prevede una profonda trasformazione della fabbrica tra il 2010 e il 2020¹⁵.

La diminuzione dell'attività della Fiat ha finora colpito solo in parte il resto della filiera dell'auto torinese. Tuttavia un'ulteriore riduzione della produzione di auto a Torino «potrebbe avere effetti non trascurabili sull'intera filiera locale venendo a mancare, nonostante la diversificazione avvenuta in questi anni, l'apporto di un attore rilevante e forse cruciale» (Lanzetti, 2004, p. 6).

Le prospettive dal punto di vista occupazionale non sono buone: in 52 aziende del settore, oggetto di un'indagine dell'assessorato al lavoro della Provincia, tra il 2000 e il 2003 si è registrato un calo degli occupati del 13,7 per cento, dovuto principalmente alla diminuzione degli addetti alla produzione. Le previsioni per il 2005 danno un ulteriore calo del 12,2 per cento di occupati rispetto al 2003 (con un significativo -15,4 degli addetti alla progettazione e alla ricerca).

Tabella 3 – **Occupati in 52 aziende del settore automotive in provincia di Torino**

(fonte: Provincia di Torino, assessorato al lavoro, 2004)

| | 2000 | 2003 | Previsioni 2005 | Var. % 2000-2003 | Var. % 2003-2005 |
|-----------------------------|---------------|---------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Addetti produzione | 10.428 | 8.755 | 7.764 | -16,0 | -11,3 |
| Addetti progettazione e R&S | 2.191 | 2.729 | 2.310 | 24,6 | -15,4 |
| Altri addetti | 3.810 | 2.688 | 2.376 | -29,4 | -11,6 |
| Totali | 16.429 | 14.172 | 12.450 | -13,7 | -12,2 |

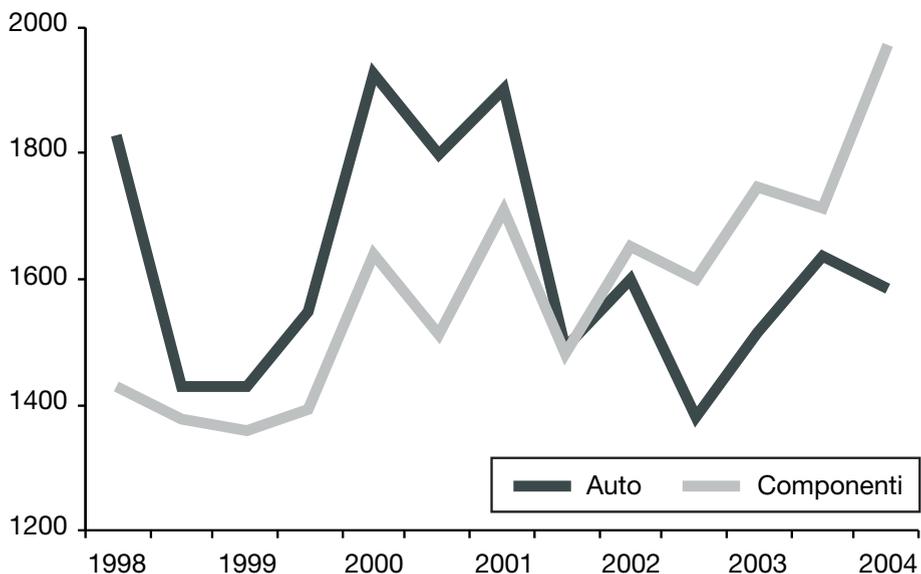
Nonostante qualche iniziativa in controtendenza come *Dall'idea all'auto*¹⁶, il settore automotive torinese ha difficoltà a «fare sistema». Le cause sono varie: scarsa propensione del Centro ricerche Fiat a porsi in relazione col territorio; ridotto interesse delle grandi imprese della filiera, operanti in un'ottica internazionale, a investire per rafforzare il sistema locale; scarsa propensione alla collaborazione da parte della cultura imprenditoriale locale (Lanzetti, 2004). In positivo, il settore ha manifestato una spinta all'internazionalizzazione, sia in termini commerciali (export) sia di trasformazioni strutturali. Nel 2003 per la prima volta il valore della produzione di componenti per l'estero (11,2 miliardi) ha superato quello dei beni destinati al mercato interno (11,1) (fonte: Cccia di Torino, 2004b) e l'export dei componenti già dall'anno precedente

¹⁵ Il progetto è solo abbozzato, avendo il Comune affidato a Siti uno studio sul tema: nell'area di Mirafiori dovrebbero localizzarsi aziende e attività di ricerca legate all'automotive e ad altri settori tra cui telecomunicazioni e sanità (si veda il progetto di Parco della salute, capitolo 6).

¹⁶ L'iniziativa, promossa dalla Camera di commercio di Torino e gestita dal Centro estero delle Camere di commercio piemontesi, con il supporto della Regione, ha come obiettivo la promozione della componentistica regionale sui mercati mondiali.

risultava più importante di quello dell'auto (figura 10)¹⁷. Il settore sta raccogliendo i frutti di una strategia di diversificazione della clientela, avviata a metà anni Novanta, all'emergere dei primi segnali di difficoltà della Fiat.

Figura 10 – Piemonte: esportazioni di componenti e auto
(milioni di euro, dati semestrali; fonte: Unioncamere Piemonte)



L'INNOVAZIONE

Come sottolinea una recente ricerca (Cantamessa, Paolucci, 2004), il settore dell'*Information and Communication Technology* – ICT, rimasto a lungo in Piemonte legato ai bisogni della grande impresa, si articola in imprese solo ICT e in unità organizzative ICT appartenenti a imprese il cui core business è in altri settori¹⁸. La compe-

¹⁷ Tra i paesi verso i quali sono in crescita le esportazioni, oltre a quelli in cui opera la Fiat (come la Polonia) vi sono anche la Francia e la Germania, segno di un progressivo spostamento delle vendite verso i principali costruttori e committenti europei.

¹⁸ Si tratta di imprese con caratteristiche molto eterogenee, che comprendono, ad esempio: imprese a vocazione tecnologica nate per soddisfare i bisogni del settore manifatturiero (come Reply e Euphon); *joint ventures* tra imprese industriali e società di informatica (come Global Value); unità organizzative di notevoli dimensioni di imprese bancarie (come il Centro elaborazioni dati Sanpaolo IMI); società di sviluppo di applicazioni informatiche per la pubblica

tenza accumulata sul territorio ha favorito la nascita di un numero crescente di aziende ICT, spesso di piccole dimensioni, in grado di creare prodotti e servizi innovativi. L'elevata specializzazione produttiva del territorio è testimoniata anche dal contenuto tecnologico delle merci esportate: il 56,7 per cento delle esportazioni della provincia di Torino è costituito da prodotti specializzati e *high tech*, quota superiore alla media del nordovest (47,4 per cento) e italiana (42,5) (fonte: elaborazione Unioncamere Piemonte su dati Istat).

Negli ultimi anni sono stati molto consistenti gli investimenti pubblici e privati finalizzati a sviluppare l'innovazione nelle imprese e le attività nel settore ICT¹⁹. Tali investimenti hanno permesso di realizzare, tra l'altro, il CSP-Centro supercalcolo Piemonte, l'Istituto superiore Mario Boella, Torino wireless, gli incubatori di impresa (tra cui Lisem e I3P) e i parchi scientifici e tecnologici (Environment park, Virtual reality & multimedia park, Bioindustry park). Non esistono tuttavia ancora studi complessivi che possano dar conto degli effetti di queste iniziative e, in ogni caso, forse è ancora troppo presto per poterne valutare appieno i frutti.

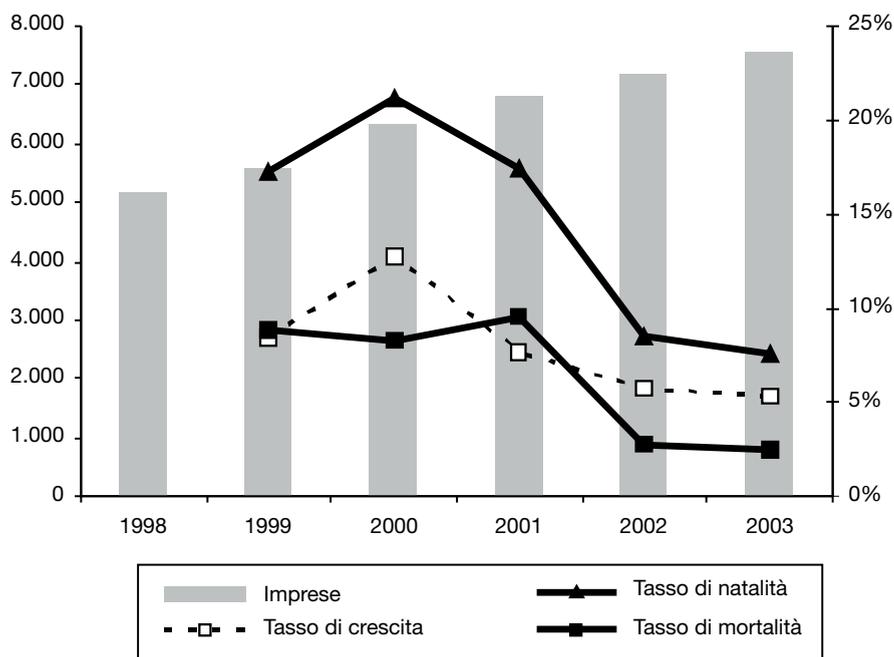
Il numero di imprese dell'ICT negli ultimi anni è cresciuto in modo rilevante (+46,7 per cento dal 1998 al 2003), ma dal 2000, anno della crisi della *new economy*, si rileva un rallentamento del tasso di crescita (dal +12,8 per cento del 2000 al +5,3 per cento del 2003). Si può notare come nel 2001 sia leggermente aumentato il tasso di mortalità, indice della chiusura di alcune imprese troppo deboli per reggere alla crisi. Gli anni successivi sembrano caratterizzati da una fase, contemporaneamente, di «stasi» (in attesa della ripresa) e di rafforzamento del settore: nascono meno imprese, ma diminuisce in modo sensibile anche il tasso di mortalità.

Può essere l'occasione per superare la dimensione artigianale di molte imprese, per arrivare ad organizzazioni più strutturate e maggiormente competitive in grado di valorizzare meglio i prodotti. Infatti, soprattutto nelle imprese più piccole e di recente fondazione, esiste uno sbilanciamento delle competenze verso gli aspetti tecnologici, a discapito di quelli commerciali e di marketing. Non a caso, tra i bisogni di sviluppo espressi dalle imprese ICT piemontesi, ai primi posti emergono «l'individuazione di nuovi clienti per ampliare il mercato di riferimento» e «l'acquisizione di commesse di imprese importanti» (fonte: Torino wireless, 2004).

amministrazione (come il Csi); centri di ricerca di grandi gruppi (come CRF e Telecom Italia Lab); sedi locali di società internazionali specializzate nei servizi ICT (come Accenture, CapGemini); imprese a vocazione tecnologica (come Targasys, Magneti Marelli); operatori delle telecomunicazioni (come Colt-Telecom).

¹⁹ Il Piemonte è al primo posto per investimenti in ricerca e sviluppo fra le regioni italiane (con l'1,7 per cento del PIL, dati 2001, fonte: Istat). Questo dato non deve però creare l'illusione di un'effettiva eccellenza piemontese. Infatti, va anche tenuto conto che il nostro paese, con l'1,1 per cento del PIL destinato alla ricerca, tra i paesi europei supera soltanto Grecia, Spagna e Portogallo (la media dell'Europa dei 15 è dell'1,98 per cento) (fonte: Eurostat).

Figura 11 – Numero di imprese, tassi di crescita, nati-mortalità nel settore Ict in provincia di Torino
(fonte: elaborazione Opml su dati Politecnico di Torino – Dspea)



Per favorire lo sviluppo dell'ICT è necessario sia incentivare nascita e sviluppo di nuove imprese sia attrarre imprese già attive (quello della Motorola viene spesso citato come caso di successo). In termini assoluti, nel triennio 2001/2003, le imprese attratte²⁰ sono aumentate del 6,5 per cento; fa eccezione il campo manifatturiero, dove si registra un calo del 10 per cento. Tuttavia il peso delle imprese attratte su quelle esistenti ha avuto nello stesso periodo una diminuzione, dal 5,9 per cento del 2001 al 5,4 per cento del 2003.

IL TURISMO

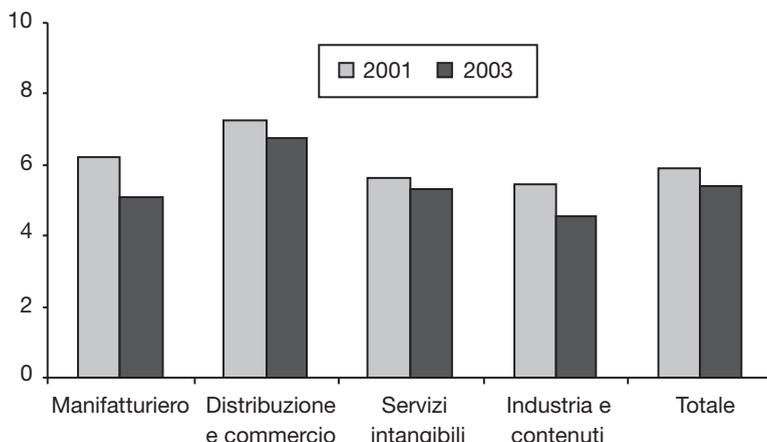
I dati sul turismo, basati su dichiarazioni degli esercenti turistici non sempre complete e attendibili (cfr. L'Eau Vive – Comitato Rota, 2003), possono essere molto variabili a seconda delle fonti e del tipo di controlli da esse effettuati²¹. Con riferimento al 2003 rispetto al 2002, ad esempio, le presenze di turisti nell'area torinese risultano in

²⁰ Cioè, le imprese che hanno aperto un'unità locale nella provincia di Torino, pur avendo la sede legale al di fuori di essa.

²¹ I dati su arrivi e presenze dei turisti sono rilevati da Provincia e Regione, la quale fornisce poi i dati all'Istat.

Figura 12 – **Attrattività del settore Ict**

(percentuale di imprese attratte su esistenti; fonte: Opml su dati Politecnico di Torino – Dspea)



aumento del 7 per cento secondo i dati della Regione ma solo del 3,7 per cento secondo quelli della Provincia; gli arrivi sono in leggera crescita secondo la Regione (+0,8 per cento), ma in significativo calo secondo la Provincia (-5 per cento).

Queste differenze impongono di interpretare con estrema prudenza le indicazioni – pur tendenzialmente positive – ricavabili dai dati più recenti. Secondo l'Istat, le presenze turistiche in provincia di Torino sarebbero cresciute nel 2003 più che in tutte le altre province metropolitane (tranne Catania, dove gli aumenti sono simili), salendo al quinto posto per numero di arrivi turistici, davanti a Genova e Palermo.

Nel 2004, secondo la Provincia, nell'area torinese si registrerebbe una nuova crescita particolarmente consistente sia degli arrivi (+32 per cento) sia delle presenze (+24,8 per cento). Tale aumento sarebbe dovuto soprattutto ai turisti stranieri, per circa 184.000 arrivi e 250.000 presenze in più rispetto al 2003, rispettivamente +78,5 e +38,1 per cento. Tra questi turisti, i più numerosi sono i francesi (13,2 per cento delle presenze straniere), seguiti da tedeschi (11,2), inglesi (10,8), statunitensi (8,2); nel resto della provincia i più numerosi sono gli inglesi (44 per cento delle presenze di stranieri), soprattutto nelle località turistiche montane.

Se aumentano i flussi, continua a diminuire (di poco) la permanenza media nell'area torinese: nel 2004, pari a 2,6 giorni, contro i 2,7 giorni del 2003 e i 3 giorni del 2002. Anche a livello di intera provincia, la permanenza media diminuisce – dai 3,2 giorni del 2002 ai 3,1 del 2003 – rimanendo comunque una delle più elevate tra le province metropolitane, dopo Venezia, Napoli e Cagliari (fonte: Istat).

Il tasso di occupazione delle camere risulta invece tra i più bassi (insieme a Bari e Cagliari)²², anche perché i flussi turistici «sono ancora di modeste dimensioni e si

²² Altre rilevazioni, pur con dati diversi, danno indicazioni simili: secondo l'Apat, Torino occupa l'ultimo posto tra Milano, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli e Palermo; secon-

caratterizzano per una notevole variabilità nel corso dell'anno. Questo andamento genera forti squilibri fra domanda e offerta, alternando situazioni di carenza di ricettività nei periodi di punta a eccedenze nel resto dell'anno, ed è responsabile del basso tasso di utilizzo delle strutture ricettive» (Unione industriale di Torino, Aica, 2004).

Tabella 4 – **Turisti nelle province metropolitane - 2003**

(fonte: Istat)

| | Totale arrivi | Totale presenze | Presenze stranieri (%) | Permanenza media (gg.) | Tasso occup. (%) | Variazioni % 2002/2003 | | |
|---------------|-------------------|--------------------|------------------------|------------------------|------------------|------------------------|-------------|--------------------|
| | | | | | | Arrivi | Presenze | Presenze stranieri |
| Torino | 1.161.924 | 3.561.319 | 30,7 | 3,1 | 26,1 | 10,7 | 7,3 | 6,1 |
| Milano | 4.563.613 | 10.473.377 | 47,4 | 2,3 | 42,8 | 3,9 | 2,7 | 6,9 |
| Venezia | 6.022.374 | 29.038.119 | 64,0 | 4,8 | 38,2 | 0,1 | -1,0 | -3,4 |
| Genova | 1.122.861 | 3.168.784 | 32,3 | 2,8 | 37,9 | 0,9 | -1,4 | -4,8 |
| Bologna | 1.318.799 | 3.353.202 | 29,5 | 2,5 | 36,7 | 0,5 | 1,1 | 3,8 |
| Firenze | 3.271.252 | 9.022.469 | 69,3 | 2,8 | 42,2 | -4,5 | -5,4 | -7,1 |
| Roma | 7.146.535 | 18.943.571 | 66,1 | 2,7 | 39,3 | -2,8 | -2,8 | -6,0 |
| Napoli | 2.713.553 | 10.018.245 | 48,4 | 3,7 | 44,4 | -0,7 | -6,1 | -9,7 |
| Bari | 521.129 | 1.286.152 | 16,5 | 2,5 | 26,0 | 1,5 | 1,1 | 3,7 |
| Palermo | 1.115.529 | 3.327.183 | 44,9 | 3,0 | 36,0 | 1,5 | 0,9 | 3,5 |
| Catania | 647.955 | 1.736.754 | 32,7 | 2,7 | 32,2 | 8,3 | 8,5 | 17,4 |
| Cagliari | 602.128 | 2.947.389 | 20,0 | 4,9 | 26,0 | 2,8 | -2,9 | -15,5 |
| Italia | 82.724.652 | 344.413.317 | 40,5 | 4,2 | 31,9 | 0,9 | -0,2 | -4,1 |

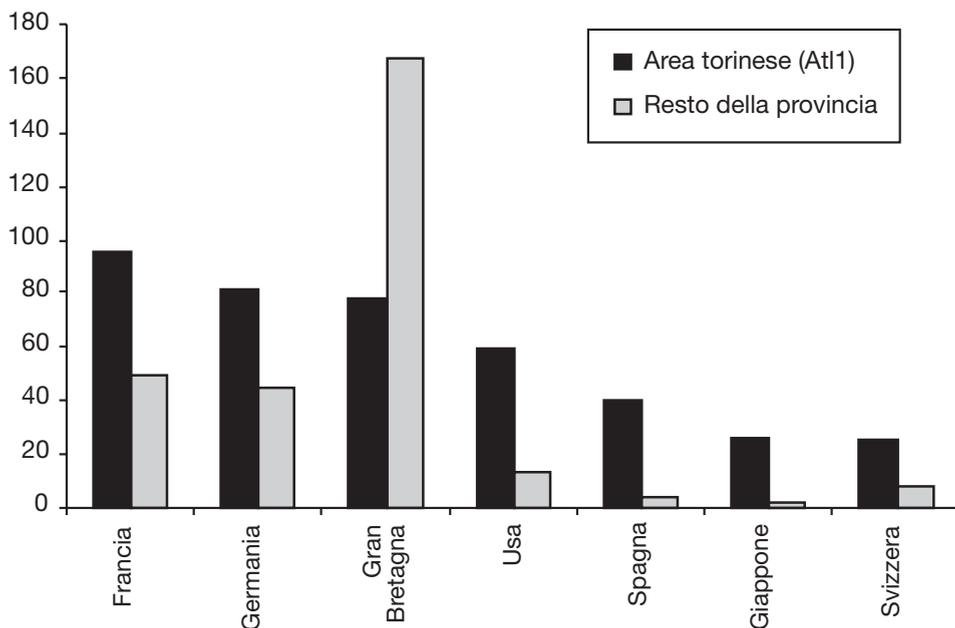
Tabella 5 – **Turisti nell'area torinese (ATL1)**

(valori assoluti; fonte: Provincia di Torino)

| | Totale arrivi | Totale presenze | Permanenza media (gg.) | Arrivi italiani | Presenze italiani | Arrivi stranieri | Presenze stranieri |
|------|---------------|-----------------|------------------------|-----------------|-------------------|------------------|--------------------|
| 1997 | 693.685 | 1.575.189 | 2,3 | 491.954 | 1.099.959 | 201.731 | 475.230 |
| 1998 | 733.883 | 1.647.814 | 2,2 | 516.542 | 1.136.284 | 217.291 | 511.530 |
| 1999 | 727.726 | 1.675.507 | 2,3 | 508.246 | 1.127.035 | 219.480 | 548.472 |
| 2000 | 764.065 | 1.692.540 | 2,2 | 516.750 | 1.116.395 | 247.315 | 576.145 |
| 2001 | 756.520 | 2.207.699 | 2,9 | 511.518 | 1.545.825 | 245.002 | 661.874 |
| 2002 | 739.299 | 2.195.865 | 3,0 | 490.789 | 1.494.692 | 248.510 | 701.173 |
| 2003 | 766.758 | 2.086.222 | 2,7 | 512.426 | 1.424.545 | 254.332 | 661.677 |
| 2004 | 1.015.069 | 2.604.339 | 2,6 | 576.558 | 1.690.715 | 438.734 | 913.578 |

do un'altra indagine il tasso di occupazione delle strutture torinesi è inferiore alla media nazionale (56 per cento contro 61,2) ed in calo: -1,2 per cento nel periodo 2001-2003 (Unione industriale di Torino, Aica, 2004).

Figura 13 – **Turisti stranieri per provenienza - 2003**
(migliaia di presenze; fonte: Osservatorio regionale sul turismo)



IL COMMERCIO

In provincia di Torino operano 11,7 esercizi commerciali ogni 1.000 abitanti, come a Roma, più che a Milano (9,1) e Bologna (10,9), meno che nelle altre province metropolitane.

A fronte di una situazione di consumi stagnante se non recessiva²³, tra il 2001 e il 2004, il numero di ipermercati è aumentato in provincia di Torino del 9,5 per cento, quello dei supermercati (che sono oggi 275, di cui 126 a Torino) di oltre il 70 per cento (fonte Osservatorio nazionale del commercio²⁴). Nel triennio 2001/2003, nell'area metropolitana sono stati realizzati quattro nuovi centri commerciali, con un aumento di circa il 20 per cento della superficie di vendita complessiva²⁵. Ciò nono-

²³ Nel nordovest le vendite al dettaglio sono aumentate nel 2004 solo dello 0,4 per cento, mentre nei due anni precedenti la crescita era stata del 2,5 per cento. Le vendite di prodotti alimentari sono diminuite dello 0,1 per cento, quelle dei prodotti non alimentari sono aumentate dello 0,7 per cento (fonte: Istat).

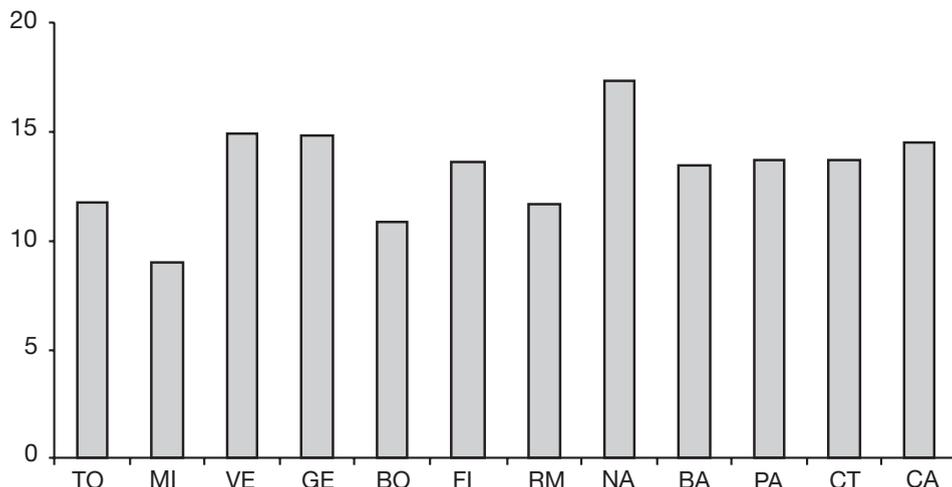
²⁴ I dati dell'Osservatorio sono provvisori.

²⁵ Almeno altri tre grandi centri commerciali sono in progetto nell'area metropolitana: a Moncalieri (Auchan), tra Vinovo e Nichelino (MondoJuve) e a Rivalta.

stante, smentendo le previsioni di netta contrapposizione tra grande distribuzione e commercio al dettaglio, nello stesso periodo è aumentato anche il numero dei negozi: +8,6 per cento nell'area metropolitana²⁶ (fonte: Osservatorio regionale del commercio).

Figura 14 – **Esercizi commerciali ogni 1.000 abitanti**

(numero di esercizi per 1.000 abitanti; fonte: nostre elaborazioni su dati Osservatorio nazionale del commercio)



Nel 2004, il Comune di Torino ha approvato il nuovo piano dei mercati²⁷, importante strumento in una città in cui l'ambulantato ha un peso fondamentale, con i suoi 44 mercati (ed un banco ogni 39 abitanti, contro i 73 di Roma, i 120 di Milano, i 151 di Napoli, i 207 di Genova). A Torino, il 70 per cento degli acquisti di frutta e verdura viene effettuato nei mercati (fonte: Cciaa di Torino e Ascom, 2004).

²⁶ Non si può escludere che questo aumento sia imputabile in parte a cause statistiche (la riforma del commercio ha reso più difficile il conteggio delle chiusure degli esercizi commerciali), in parte alla situazione economica (il commercio è ancora probabilmente percepito come un settore in cui, potendo investire, si può guadagnare; in un periodo in cui è difficile, invece, trovare un'occupazione dipendente di tipo stabile).

²⁷ Il piano, che ha un orizzonte decennale, prevede al fine di razionalizzare l'offerta una riduzione dei banchi (dagli attuali 4.200 attivi si dovrebbe arrivare a 3.500) e una riorganizzazione di alcuni mercati. Questi ultimi saranno suddivisi in «metropolitani», «urbani», «rionali» e «speciali».