

CONCLUSIONI

In Occidente, la tendenza storica alla terziarizzazione è consolidata da tempo. Il settore dei servizi, nelle nazioni e città più avanzate, incide ormai per i quattro quinti (o più) del PIL ed è largamente dominato da imprese private, a parte nel caso dei settori sanità e istruzione (per metà pubblici). Nel processo di terziarizzazione, l'Italia è partita dopo le maggiori nazioni europee e Torino, a sua volta, si è mossa – e in buona parte è rimasta – in notevole ritardo. Nel capoluogo piemontese ha influito anche un dibattito locale a lungo caratterizzato da un'enfasi fortemente industrialista (fino a pochi anni fa concentrata sulla Fiat, oggi sul «tessuto manifatturiero diffuso»), spesso diffidente nei confronti del terziario e della sua capacità di produrre «vera» ricchezza.

Alla luce delle analisi sviluppate nel *Rapporto* di quest'anno, a dire il vero, ragionare sul terziario in termini generali risulta sempre più sterile, visto che negli anni questo settore ha finito per assomigliare in misura crescente a una grande «labirinto» in cui è facile perdersi. Al di là delle questioni nominalistiche di etichetta, tese a classificarne le componenti, resta il fatto che i comparti del terziario risultano fortemente differenziati, per dinamiche imprenditoriali, produttive, occupazionali, tecnologiche, sociali.

Dunque, è forse tempo di soffermarsi sugli specifici settori, rinunciando a occuparsi tout court del terziario, tanto più in una fase in cui gli stessi tradizionali confini di separazione dalla manifattura si fanno più sfumati (tipicamente, tra produzione di software e di hardware, nelle aziende integrate, nelle «industrie 4.0»). Anche la consolidata distinzione tra componenti terziarie «avanzate» (e non) risulta sempre più forzata: se l'elemento discriminante è offrire mansioni ad «alto livello di conoscenza», tale requisito risulta in verità presente oggi ormai – se pur in misure diverse – nella gran parte dei servizi.

Non da oggi, l'Italia sconta un sotto dimensionamento delle sue imprese, spesso legittimato da una certa condiscendenza, se non da una sorta di retorica autocelebrativa, come se si trattasse di un carattere locale, quasi «folklorico». Peccato che, nell'economia globale, le imprese maggiori risultino quelle più competitive e in grado di reggere meglio, specie nelle fasi di crisi. La tendenza al «nanismo» imprenditoriale in Italia è particolarmente marcata in alcuni comparti (ad esempio nel commercio, nei servizi alberghieri e di ristorazione), decisamente meno in altri, come l'ICT, i trasporti e la logistica. Nel caso di Torino, tali tendenze risultano spesso e

stremizzate: nel commercio e in alberghi e ristoranti, nel capoluogo piemontese si contano imprese di taglia molto più piccola della media italiana (e tanto più di quella europea), all'opposto l'ICT torinese si caratterizza per imprese di taglia superiore alle medie sia italiana sia europea.

Il commercio rimane di gran lunga il principale settore terziario, almeno in termini occupazionali. Nell'area torinese, di recente, è cresciuta molto la grande distribuzione – a scapito soprattutto di quella media – mentre la nuova frontiera dell'e-commerce potrebbe costituire un'opportunità di internazionalizzazione per le piccole e medie imprese, che per ora stentano però a coglierla (a Torino più che altrove). Un settore connesso, trasporti e logistica, vive notevoli difficoltà, penalizzato nell'area torinese soprattutto da industrie che affidano all'esterno quasi solo funzioni logistiche povere, oltre che da una crescente marginalità rispetto agli assi più forti delle reti infrastrutturali nazionali ed europee.

Il settore accoglienza e ristorazione – secondo in Italia per rilevanza occupazionale – a Torino è cresciuto poco, nonostante un forte aumento di presenze turistiche. Continua a risultare scarsa l'offerta alberghiera di fascia alta, mentre modalità innovative di accoglienza (come Airbnb) faticano a decollare come in altre città italiane. Nel complesso il settore turistico soffre di perduranti carenze, soprattutto nell'ambito fieristico congressuale; e, a fronte di una buona attrattività della cultura pubblica (musei, monumenti), le imprese del comparto culturale restano a Torino molto deboli, con un rilievo sul tessuto economico locale tra i più bassi d'Italia.

Un altro ambito del terziario – ampio e composito – è quello cosiddetto dei servizi innovativi alle imprese, caratterizzato a Torino da livelli elevati di diffusione, inferiori solo a Milano. Nel capoluogo lombardo, per altro, hanno sede le maggiori società (nazionali e, spesso, internazionali) del settore; Torino, in genere, viene subito dopo, specie nel caso degli studi professionali, ambito in cui potrebbero dunque svilupparsi sinergie con Milano. Anche in parte del comparto che gestisce patrimoni (quello bancario), il capoluogo piemontese è ai primi posti in Italia grazie, oltre che al Sanpaolo, a un diffuso tessuto di operatori medio-piccoli; difficoltà emergono invece per i comparti assicurativo (in attesa dello sviluppo del nuovo polo di Intesa Sanpaolo) e, soprattutto, immobiliare (penalizzato dai valori piuttosto bassi delle case).

Quanto all'ICT – da molti ritenuto un «settore-chiave», anche per il suo ruolo trasversale e strategico per lo sviluppo di altri comparti – Torino mantiene un'elevata specializzazione, specie

nell'informatica e si posiziona bene anche in due comparti a consolidato dominio milanese, quali pubblicità ed editoria.

Nel decennio seguito alla grande crisi del 2008, le imprese terziarie che più hanno patito sono quelle del commercio (a Torino ancor più che nel resto d'Italia, dove già il declino è stato marcato) e delle attività scientifiche e professionali (in controtendenza con il positivo dato nazionale); solo tre comparti si sono caratterizzati per dinamiche positive – servizi innovativi alle imprese, alberghi-ristoranti e ICT – ma per gli ultimi due con trend torinesi più deboli rispetto a quelli medi nazionali. Nel complesso, il terziario torinese negli ultimi dieci anni ha perso competitività rispetto alla gran parte delle metropoli italiane. Per valore aggiunto procapite prodotto dai servizi, Torino è oggi l'ultima metropoli del Centronord, anello di congiunzione col Mezzogiorno, esattamente equidistante tra la prima (Milano, che ha un valore ormai quasi doppio rispetto al capoluogo piemontese) e Messina (ultima). Anche in termini retributivi, i dipendenti del terziario guadagnano oggi a Torino molto meno rispetto ai colleghi dell'area milanese (il che spiega pendolarismo e trasferimenti verso il capoluogo lombardo), specie nel caso delle figure più qualificate e nei comparti delle attività professionali, del commercio, dell'immobiliare e, soprattutto, nel settore cultura e tempo libero.

Inoltre, nei decenni scorsi, Torino ha perso nettamente peso nei settori terziari più qualificati e a maggior valore aggiunto (moda, mass media, sanità privata, finanza), puntando piuttosto molte sue carte su turismo e commercio. In più, l'area torinese continua a scontare sia la debolezza dei collegamenti (che, a confronto con altre città, sono andati via via peggiorando, non sufficientemente compensati da qualche treno veloce per Milano) sia l'assenza di un vero *business district*, fattori che penalizzano tanto lo sviluppo di un terziario endogeno forte quanto l'attrazione di investitori.

Alla luce di tali segnali di diffusa sofferenza, probabilmente diversi comparti del terziario torinese dovrebbero oggi ripensarsi radicalmente, per valorizzare al meglio le proprie competenze, riuscire a competere sui mercati, uscire definitivamente dal rapporto di dipendenza dalla manifattura (che ha alimentato per decenni gran parte del terziario torinese, ma che ormai, nettamente ridimensionata, ha perso buona parte di tale capacità propulsiva).

