

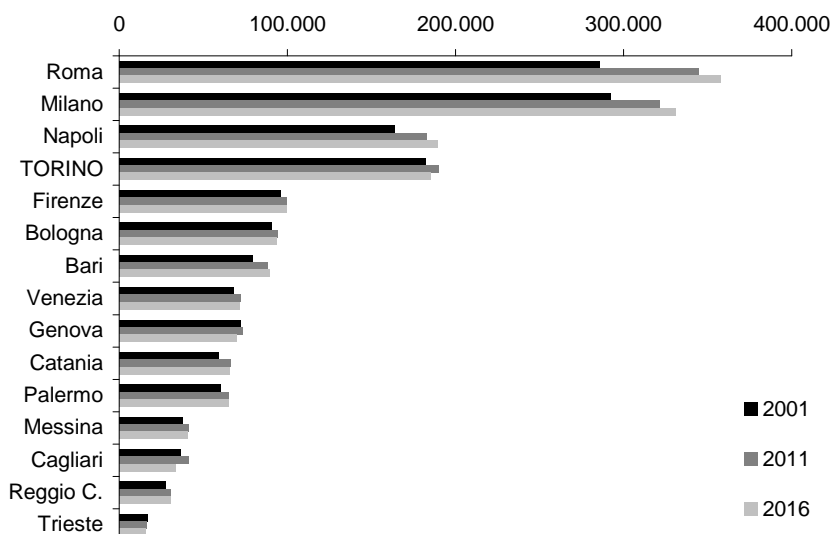
2. ECONOMIA

2.1. UN TESSUTO PRODUTTIVO AFFATICATO

Dall'inizio del nuovo secolo, nella maggior parte delle città metropolitane italiane il numero di unità locali¹ è in crescita tendenziale, anche se negli ultimi anni si registra un'inversione di tendenza in alcune città, tra cui Torino (figura 2.1).

Nel complesso, tra il 2001 e il 2016, i maggiori incrementi si hanno soprattutto a Roma (+25%), quindi a Napoli (+15%), a Milano e Bari (per entrambe +13%). Rispetto all'inizio del secolo, la capitale ha superato Milano per numero assoluto di unità locali, mentre Napoli ha scavalcato Torino (dove la crescita è stata debole: +2%).

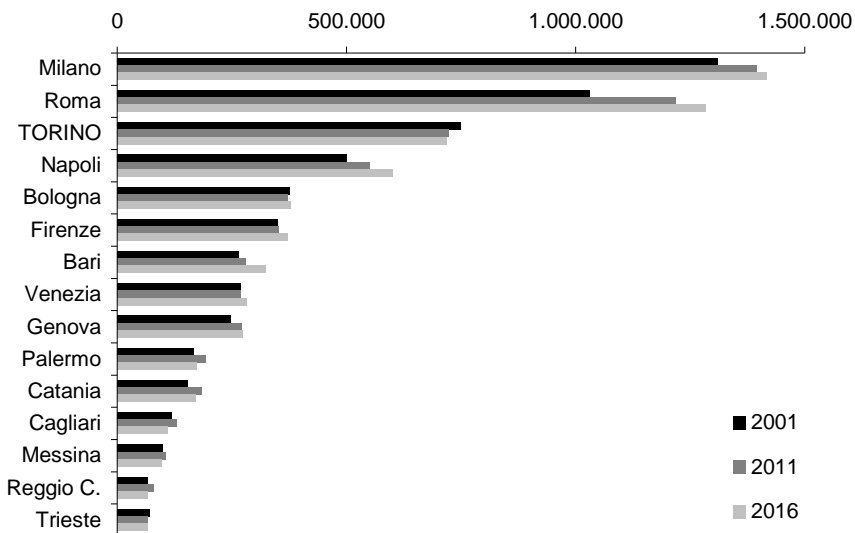
Figura 2.1. Numero di unità locali nelle città metropolitane
Valori assoluti in migliaia; elaborazioni su dati Istat



¹ L'Istat definisce come unità locale ogni luogo di produzione di beni o servizi: stabilimento, ufficio, laboratorio, studio professionale ecc...; pertanto ogni impresa può avere più di una unità locale.

Nella città metropolitana torinese sono aumentate le unità locali di piccole dimensioni (con meno di 10 addetti), mentre le più grandi (con almeno 250 addetti) hanno segnato un calo del -12%. Questa è la ragione per cui, nel complesso, il numero di addetti – ossia di occupati nelle unità locali – è diminuito² nell'area torinese tra il 2001 e il 2016, in controtendenza con quanto verificatosi nella maggior parte delle città metropolitane (figura 2.2). Soltanto in altri tre casi si registra una diminuzione di addetti (Cagliarii -7%, Trieste -6%, Messina -1); nel resto del Nord sono in crescita (Genova +10%, Milano +8%, Firenze +6%, Venezia +5%), in diverse aree metropolitane del Centrosud si evidenziano incrementi particolarmente rilevanti (Roma +25%, Bari +23%, Napoli +20%).

Figura 2.2. Numero di addetti alle unità locali nelle città metropolitane
Migliaia; fonte: Istat



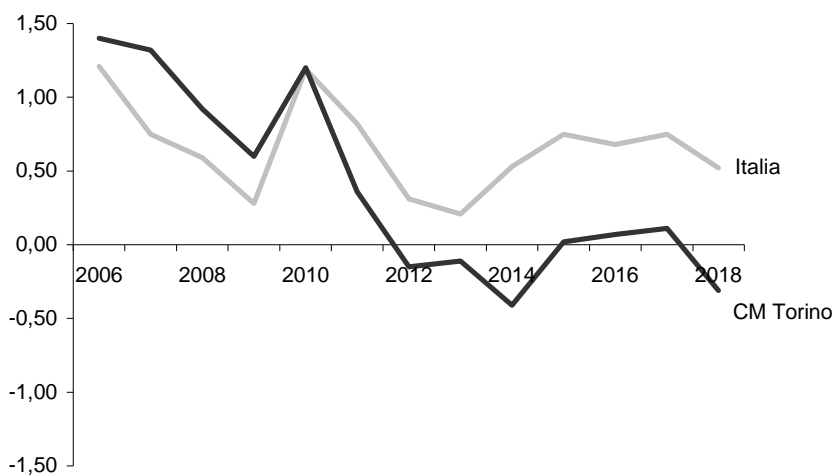
Analizzando il tasso di crescita imprenditoriale torinese, si può notare (figura 2.3) come, fino alla crisi del 2008, l'andamento fosse stato migliore di quello medio nazionale; da lì in poi è invece peggiorato, allontanandosi in misura crescente dalla media italiana.

² In particolare, mentre gli addetti nelle microimprese (sotto i 10 occupati) sono diminuiti solo di -0,7%, quelli in grandi aziende (sopra i 250 addetti) sono calati di -4,7%.

Nel 2018 le imprese nella città metropolitana torinese sono diminuite dello 0,3% rispetto all'anno precedente, un calo analogo a quello registrato nel 2014.

L'andamento negativo tra il 2000 e il 2018 a Torino si deve soprattutto a un forte calo (-24,5%) delle iscrizioni di nuove imprese; diminuzioni più rilevanti si registrano solo a Cagliari (-25%), Genova (-28%) e Trieste (-35%).

Figura 2.3. Tasso di crescita delle imprese nella città metropolitana di Torino
Valori percentuali; elaborazioni su dati Camera di commercio di Torino



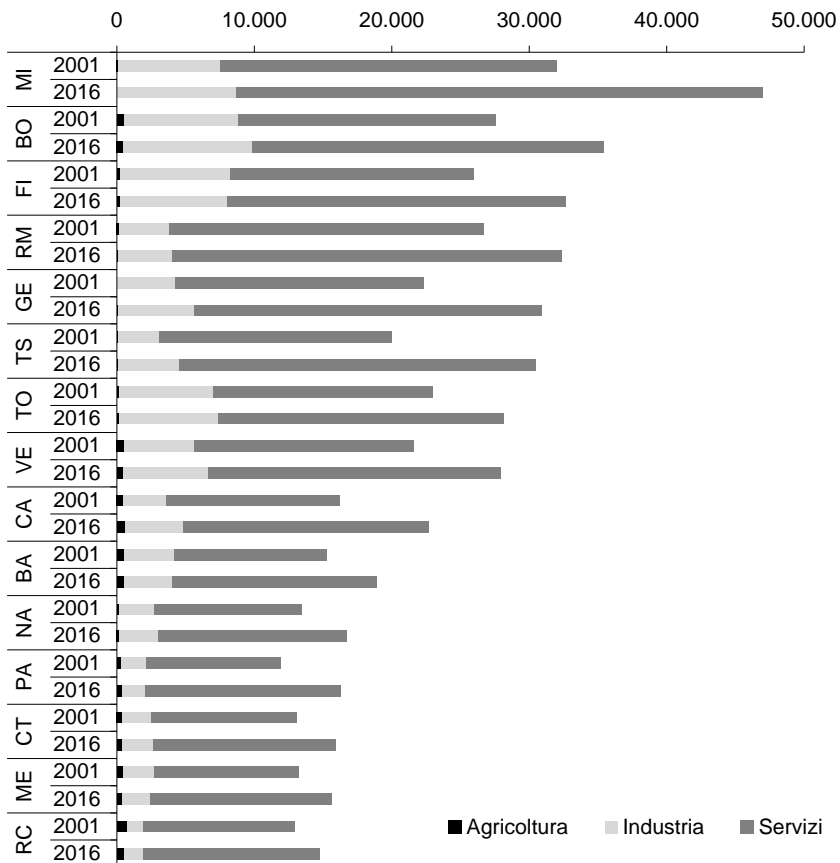
Per quanto riguarda il valore aggiunto³, tra il 2001 e il 2016 la città metropolitana torinese è scivolata dal 5° al 7° posto tra le realtà del Centronord, precedendo ormai la sola Venezia (figura 2.4). Ciò si deve al fatto che l'incremento del valore aggiunto registrato nell'area torinese (+22%) è il quintultimo tra le aree metropolitane, decisamente inferiore anche alla media italiana (+29%).

Il valore aggiunto prodotto a Torino nel 2001 era pari al 72% di quello del capoluogo lombardo – che rimane la metropoli capofila – mentre nel 2016 risulta sceso al 60%.

³ Il valore aggiunto misura la capacità di creare ricchezza del sistema economico, perché corrisponde alla differenza tra il valore della produzione di beni e servizi e il valore delle materie prime e dei servizi intermedi impiegati per la produzione.

Analizzando le diverse componenti del tessuto produttivo torinese dal 2001 al 2016, il peso dell'industria sul totale del valore aggiunto è diminuito dal 29% al 26%, quello del terziario è aumentato dal 70% al 74%⁴; valore che, tuttavia, resta ancora tra i più bassi d'Italia. Solo a Bologna incide meno: 72%.

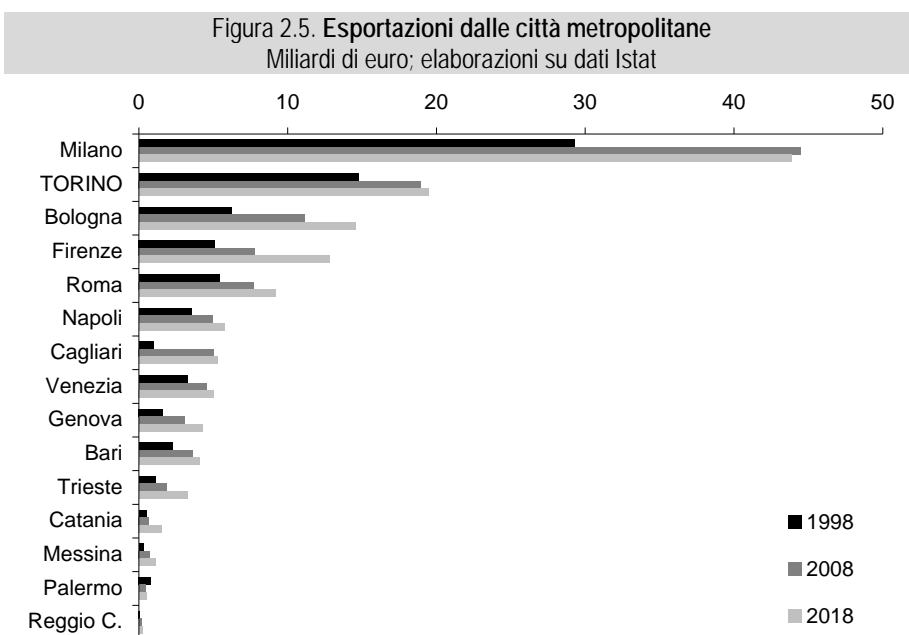
Figura 2.4. Valore aggiunto prodotto nelle città metropolitane
Euro per abitante, a prezzi correnti; elaborazioni su dati Istat



⁴ Quanto all'agricoltura, il valore aggiunto prodotto nell'area torinese è ormai minimo (pari allo 0,6% del totale nel 2016, era allo 0,8% nel 2001); valori inferiori si registrano solo a Roma (0,4%), a Milano, Genova e Trieste (tutti con lo 0,2%).

Uno dei punti di forza del sistema economico torinese rimane quello delle esportazioni, con la città metropolitana piemontese sempre al secondo posto – dopo Milano – con una quota nel 2018 pari al 4% dell’esportazione nazionale e in assoluto a circa 19,5 miliardi di euro. Rispetto a vent’anni fa, tuttavia, l’export torinese è cresciuto solo del +24,5%; si tratta del più basso incremento registrato tra le metropoli del Centronord (figura 2.5), preceduto da Genova con +25%, Firenze +30%, Venezia +32%, Roma +33%, Trieste +37%, Bologna +38% e da Milano (che distanzia nettamente tutte le altre: +51%).

La crisi globale ha determinato una battuta d’arresto dell’export, particolarmente accentuata nel caso di Torino: se infatti, nel decennio 1998-08 era cresciuto del +28%, in quello successivo la variazione è stata solo del +3%.



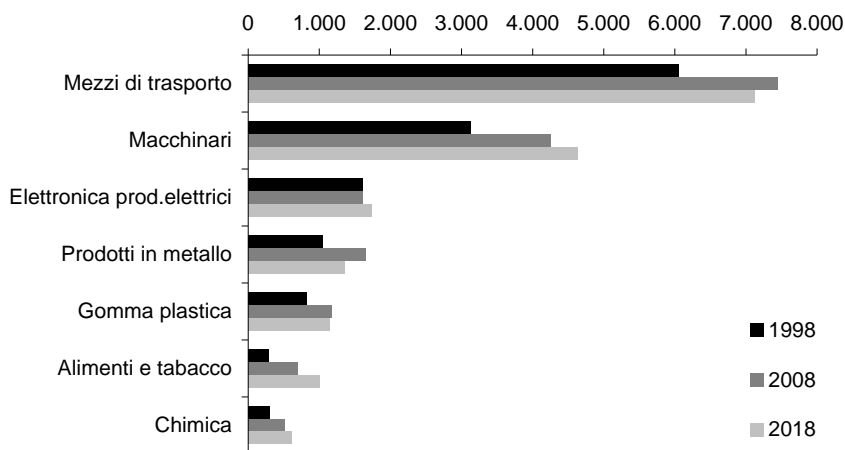
I principali prodotti esportati dalle aziende torinesi (figura 2.6) continuano ad essere i mezzi di trasporto: nel 2018 rappresentano il 37% dell’export, per un totale di 7.117 milioni di euro, +18% rispetto a vent’anni fa; il secondo comparto è quello dei macchinari e apparecchi meccanici (4.634 milioni), in crescita del +48% rispetto al 1998. Tra gli altri settori, hanno maggiormente incremen-

tato le esportazioni soprattutto quello chimico (+101%) e quello alimentare (+241%).

La Germania è oggi il primo partner commerciale per merci e servizi esportati dall'area della città metropolitana di Torino, avendo superato la Francia (prima nel 1998); al terzo posto seguono gli Stati Uniti che hanno sopravanzato il Regno Unito.

Figura 2.6. Esportazioni dalla città metropolitana torinese

Milioni di euro; fonte: Istat



Nel complesso Torino rimane oggi, con Bologna, la città metropolitana italiana maggiormente caratterizzata dall'industria (che impiega oltre un quarto degli addetti totali, figura 2.7). Quanto agli altri settori, in termini di incidenza sul totale degli occupati nell'area, quella torinese è al 3° posto tra le città metropolitane per rilievo dell'ICT e delle professioni tecnico scientifiche⁵, al 4° posto per il comparto finanziario. Decisamente più basso della media, invece, risulta a Torino il rilievo occupazionale del settore edile (12° posto tra le città metropolitane), del commercio (14°), del settore dei trasporti e di quello alberghiero ristorativo: in entrambi i casi Torino è al 15° e ultimo posto tra le città metropolitane (tabella 2.1).

⁵ I (compositi) settori dell'ICT e delle professioni tecnico scientifiche sono stati approfonditi in dettaglio nella scorsa edizione del *Rapporto Rota* (Guiati 2018; Vitale Brovarone 2018) e non verranno dunque qui ripresi, per ragioni di spazio.

Figura 2.7. Addetti alle imprese nella città metropolitana torinese - 2016
Elaborazioni su dati Istat

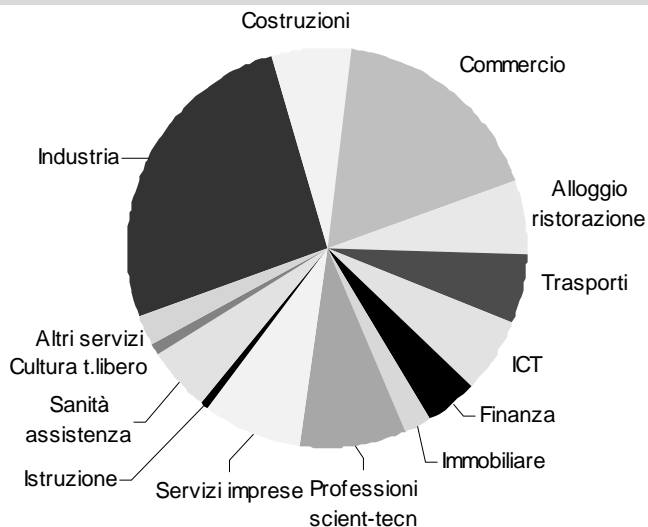
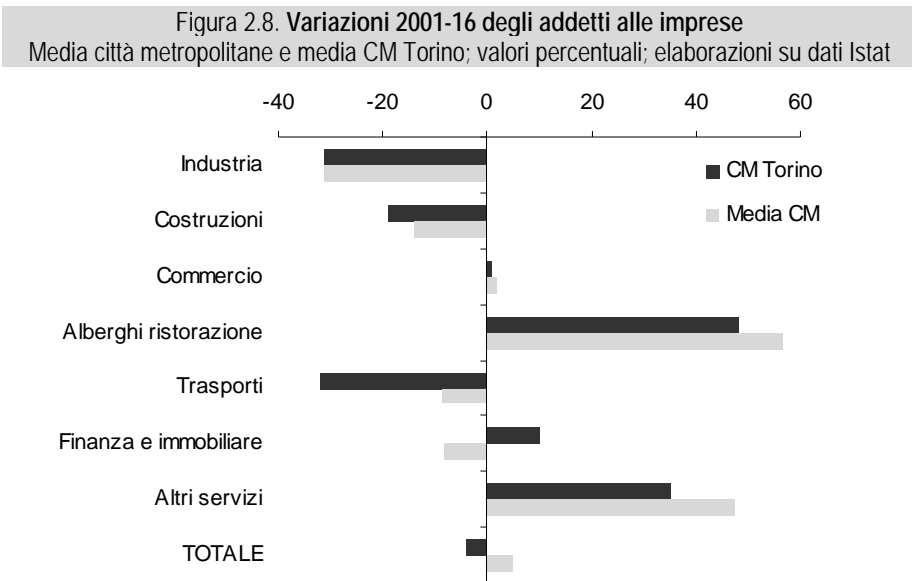


Tabella 2.1. Addetti alle imprese nelle città metropolitane, per settori - 2016
Valori percentuali sul totale degli addetti in ogni città; elaborazioni su dati Istat

	Industria	Costruzioni	Commercio	Servizi imprese	Professioni scient-tecn	Trasporti	Alloggio ristorazione	Sanità assistenza	ICT	Finanza	Altri servizi
TO	26,0	6,4	17,6	8,1	8,7	5,5	6,2	5,3	6,0	4,3	5,8
GE	14,6	7,6	18,2	5,9	8,1	19,9	7,7	5,1	2,9	3,5	6,4
MI	15,8	5,3	18,2	11,3	12,0	7,6	6,3	4,4	7,3	5,8	6,0
VE	20,4	8,3	20,1	7,1	6,2	8,1	14,4	3,5	2,2	2,4	7,2
TS	16,3	6,3	17,0	7,6	7,1	10,9	9,1	7,7	4,0	8,0	6,0
BO	26,3	6,0	18,1	7,6	8,1	7,4	6,9	5,6	4,2	4,1	5,8
FI	24,5	6,4	19,1	7,8	8,5	6,2	9,3	4,9	3,2	3,4	6,7
RM	8,0	6,6	18,1	12,4	10,1	10,1	9,3	6,2	7,9	4,4	6,9
NA	17,2	7,6	24,7	8,4	7,3	9,1	8,6	5,3	3,1	2,5	6,2
BA	18,0	9,3	24,6	8,3	7,4	8,2	7,0	5,7	3,2	3,0	5,3
RC	10,7	9,0	31,3	5,0	7,7	11,3	8,8	6,3	1,3	2,8	5,8
ME	13,3	10,3	26,4	4,5	7,7	6,8	12,2	8,0	1,9	2,8	6,1
PA	11,8	7,2	25,6	9,9	7,3	7,5	8,2	8,9	3,0	3,6	7,0
CT	14,8	8,2	28,5	7,9	7,0	7,9	7,4	7,5	2,2	2,9	5,8
CA	11,8	8,2	22,8	10,9	8,7	7,4	9,3	6,8	4,7	2,8	6,6

Rispetto all'inizio del secolo, comunque, anche a Torino il settore industriale risulta fortemente ridimensionato, con quasi un terzo di addetti in meno (valore in linea con la media nazionale), così come in forte calo – più della media – risultano anche i comparti dei trasporti e delle costruzioni. Viceversa, è cresciuto (anche se meno della media delle città metropolitane) il settore alberghiero e ristorativo (figura 2.8).



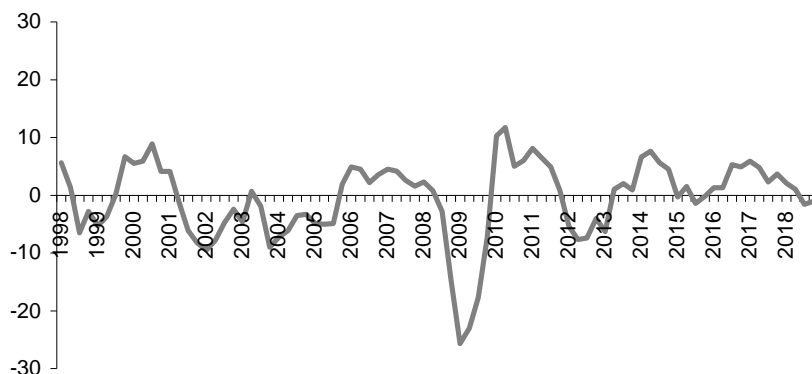
2.2. L'INDUSTRIA RESISTE, NONOSTANTE LA FIAT

La produzione industriale nella città metropolitana di Torino (figura 2.9) dal 1998 al 2018 ha registrato un andamento tendenzialmente ciclico, con un crollo nel 2009, periodo in cui gli effetti della crisi globale hanno prodotto le conseguenze più incisive: la produzione industriale torinese ha totalizzato un -26% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Per contro, il picco massimo si è registrato nel 2010, con un +12% nel secondo trimestre rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente. Negli anni successivi, l'andamento ciclico è ripreso, ma su valori mediamente migliori

rispetto ai primi anni del XXI secolo⁶.

Quanto ai principali comparti industriali, per quasi tutti al crollo nel biennio 2008-09 è seguita una ripresa nel 2010-11, quindi i valori si sono sostanzialmente stabilizzati negli anni successivi. Fanno eccezione il settore automotive (che ha avuto un picco positivo rilevante nel 2014 e un altro, minore, nel 2016) e l'industria alimentare, rimasta praticamente stabile negli ultimi vent'anni.

Figura 2.9. Andamento della produzione industriale nella città metropolitana torinese
Variazione percentuale sullo stesso trimestre dell'anno precedente; fonte: Cciao di Torino



Come già ricordato, il settore manifatturiero continua ad avere un peso rilevante, specie se confrontato con quello di altre metropoli italiane: sebbene vi appartenga solo l'8% delle imprese attive e il 9% delle unità locali totali, l'incidenza sul totale degli addetti rimane pari al 26%, quella sul valore aggiunto pari al 35% (dati 2016, fonte Istat).

In particolare, come noto, Torino mantiene una radicata tradizione nel settore automotive, tuttora «la maggiore specializzazione produttiva nell'area metropolitana» (Presidenza del Consiglio dei ministri, Dipartimento affari regionali e autonomie 2017, p.90). Il principale attore del sistema resta la Fiat, anche se – rispetto anche soltanto a vent'anni fa – il suo ruolo nel contesto torinese si è

⁶ Nei primi due trimestri del 2018 si sono registrati andamenti positivi (rispettivamente +2,1% e +1% rispetto agli stessi periodi dell'anno precedente), per poi segnare un nuovo calo nei due successivi trimestri: -1,6% e -1%.

drasticamente ridimensionato⁷, mano a mano che, dopo la fusione nel gruppo FCA – avvenuta nel 2014 – il «cervello» del gruppo è stato progressivamente spostato sia verso gli Stati Uniti sia verso altre metropoli europee (sede legale ad Amsterdam e fiscale a Londra⁸). Quanto alle «braccia», il polo produttivo torinese – che impiega oggi 6.300 lavoratori a Mirafiori e 1.100 alla Maserati di Grugliasco, contro i 14.000 circa di dieci anni fa – ha perso progressivamente peso anche nelle gerarchie italiane del gruppo Fiat: oggi è 5° (era 4° dieci anni fa) per numero di veicoli prodotti (-80% tra 2008 e 2018; Gaddi, Pregolato, 2019), dopo Val di Sangro, Pomigliano, Melfi e Cassino⁹.

Sul piano delle strategie produttive, FCA paga un certo ritardo accumulato in ambiti innovativi¹⁰, come quello dei motori elettrici, in cui i dati più recenti la confermano non ancora competitiva in un settore in forte crescita: pur rappresentando a livello mondiale solo il 2% del mercato automotive, il comparto delle auto elettriche è cresciuto nel biennio 2016-18 a un ritmo di +57% annuo. In Italia, la quota di mercato delle auto elettriche è ancora ridotta: meno dell'1%, pari a quasi 5.000 auto immatricolate nel 2018, valore

⁷ Tra gli ultimi anni '90 e i primi anni del nuovo secolo, a proposito della Fiat, a Torino si passa dall'entusiasmo per le celebrazioni del centenario nel 1999 e per l'accordo nel 2000 con General Motors (da molti letto come un segnale di svolta verso un «rilancio» della Fiat) a una presa d'atto – di lì a un paio di anni – del fatto che l'azienda torinese è ormai «ridimensionata da una crisi quasi interminabile» (Berta, 2006, p.10), con un «prevedibile ridimensionamento del suo peso nel sistema economico e sociale locale» (come concludeva il *Rapporto Rota* del 2003 alle pp.261-2).

⁸ Tali strategie – di FCA come di altre tra «le più astute multinazionali» – comportano, tra l'altro, un «rilevante danno economico per le entrate dello Stato italiano», così come per le «piccole e medie, ma anche le grandi società, la cui proprietà mantiene comportamenti fiscali lodevolmente etici nei confronti del nostro Paese, in una situazione di grave svantaggio competitivo» (Autorità garante della concorrenza e del mercato, *Relazione annuale. Presentazione del Presidente Roberto Rustichelli*, luglio 2019, p.6).

⁹ Quanto al resto del mondo, anche nel nuovo secolo sono proseguite le strategie Fiat di delocalizzazione, con l'inaugurazione nel 2000 del terzo impianto brasiliano (a Sete Lagoas) e di altri stabilimenti: nel 2008 a Kragujevac in Serbia, nel 2010 a Changsha in Cina, nel 2015 ancora in Brasile, a Goiana.

¹⁰ Per quanto riguarda l'innovazione industriale, è stato di recente varato (da istituzioni pubbliche e private torinesi) il progetto del polo tecnologico denominato Manufacturing technology center, che sorgerà in un'area di stabilimenti dismessi della Fiat Mirafiori e integrerà attività di ricerca applicata, formazione, innovazione, trasferimento tecnologico, produzione. Lo scopo principale è di favorire la crescita del sistema manifatturiero 4.0. In proposito, si veda il paragrafo 7.4.

ben lontano da quelli registrati in Germania con 55.000 immatricolazioni o in Norvegia con 62.000; fonte: *E-Mobility Report*. Nel nostro Paese, i diversi marchi del gruppo FCA (Fiat, Lancia e Jeep) sono i più venduti nel caso dei modelli a benzina e diesel e compaiono nella top 10 di quelli a metano (dominata da Volkswagen), ma non, invece, in quella dei veicoli elettrici né di quelli ibridi (dati a maggio 2019, fonte Unrae)¹¹.

In ogni caso, nell'area torinese FCA resta fondamentale per il sistema produttivo e della componentistica automotive. Secondo una ricerca pubblicata dall'Associazione nazionale filiera industria automobilistica, «in termini economici, il ruolo di FCA è ancora determinante: la casa automobilistica incide in media nella produzione del 45% del fatturato (il 58% se si considerano le sole imprese che hanno relazioni con FCA), sette punti percentuali in più rispetto alla media degli altri territori italiani» (Anfia 2018, p.136).

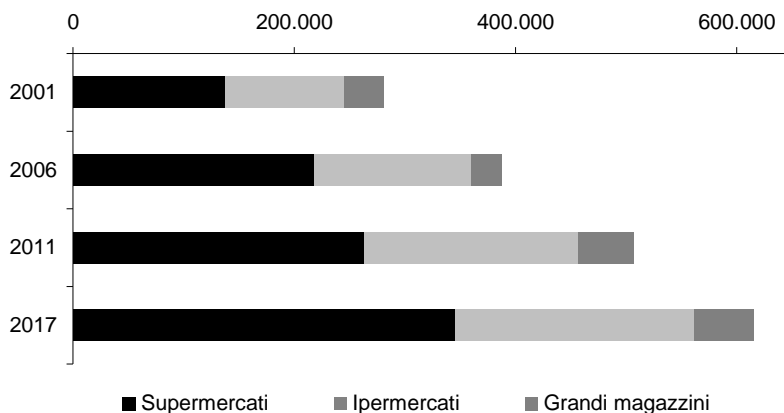
2.3. TERZIARIO IN TRASFORMAZIONE

Tra i maggiori comparti del terziario (in termini di incidenza su occupazione e valore aggiunto), il principale – anche nell'area torinese – resta il commercio, settore che settore negli ultimi decenni si è profondamente trasformato, in primo luogo per la rilevante e costante crescita della grande distribuzione¹². Nell'area torinese, la superficie complessiva di ipermercati, grandi magazzini e supermercati è più che raddoppiata tra il 2001 e il 2017 (+119%; nel capoluogo leggermente meno: +109%), con gli incrementi più consistenti nel quinquennio 2001-06: +41% nel capoluogo, +34% a livello di città metropolitana (figura 2.10).

¹¹ A livello globale, nel triennio 2016-18, i modelli di auto elettriche più venduti appartengono a 9 diversi marchi: Nissan Leaf (con 885.990 immatricolazioni), seguito da due modelli Tesla (la S, con 587.990, e la 3, con 149.850), da Chevrolet Volt (444.670), Mitsubishi Outl. (421.140), Toyota Prius (365.840), BYD Qin (294.460), Baic EC (259.190), BMW i3 (252.550), Renault Zoe (250.650); fonte: motor1.com. Stando a recenti dichiarazioni dell'amministratore delegato di FCA, Michael Manley, entro il 2025 il gruppo automobilistico avrà «abbastanza elettrificazione nel portafoglio da essere in grado di raggiungere gli obiettivi imposti dall'Unione europea».

¹² Fanno parte della grande distribuzione: ipermercati (alimentari e non) con superficie di vendita oltre i 2.500 metri quadri, grandi superfici specializzate non alimentari oltre i 1.500 metri quadri, supermercati alimentari e grandi magazzini oltre i 200 metri quadri (fonte: Osservatorio nazionale del commercio).

Figura 2.10. Grande distribuzione nella città metropolitana di Torino
Metri quadri di superficie di vendita; elaborazioni su dati Osservatorio nazionale commercio



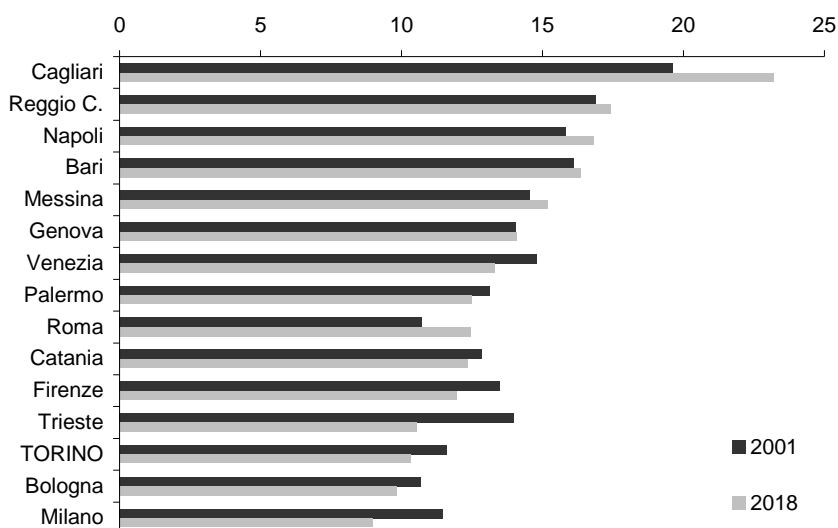
Per rapporto tra superficie di vendita della grande distribuzione e popolazione residente (metri quadri medi per abitante), nel 2017 i valori massimi si registrano nella città metropolitana di Cagliari (con 518 metri quadri e il maggior incremento rispetto al 2001: +177%), quindi a Venezia (365 e +38%) e a Bologna (310 e +30%); Torino si colloca al 7° posto (era al 9° nel 2001)¹³; la minore diffusione di grande distribuzione si registra nelle città metropolitane di Catania (160 metri quadri medi procapite), Genova (155) e Palermo (109).

Stretto tra il boom della grande distribuzione e quello più recente dell'e-commerce, in Italia il commercio al dettaglio è diminuito del 19% tra il 2001 e il 2018, passando da 735.528 a 597.812 esercizi. Tra le città metropolitane, un caso a sé è quello di Roma, dove il commercio al dettaglio è fortemente aumentato (+36%); le altre città che tra 2001 e 2018 registrano saldi positivi sono Napoli +8%, Bari +5%, Bologna +2%, Catania e Reggio Calabria +1%. Il commercio al dettaglio è diminuito nella città metropolitana di Torino da 25.119 a 23.426 esercizi, pari al -7%; diminuzioni più rilevanti si sono registrate nello stesso periodo solo a Milano (-14%) e a Trieste (-27%).

¹³ Nella città metropolitana torinese il numero di addetti che lavorano nella grande distribuzione è cresciuto dai 7.108 del 2001 agli 11.841 del 2017 (+67%, incremento superiore a quello medio delle città metropolitane italiane: +36%).

In termini di rapporto numerico tra esercizi commerciali e residenti, le distanze tra Nord e Sud si sono ampliate (figura 2.11), con le metropoli settentrionali in cui la presenza di commercio al dettaglio si fa sempre meno capillare.

Figura 2.11. Densità di esercizi al dettaglio in sede fissa nelle città metropolitane
Ogni 1.000 abitanti; elaborazioni su dati Osservatorio nazionale commercio e Istat



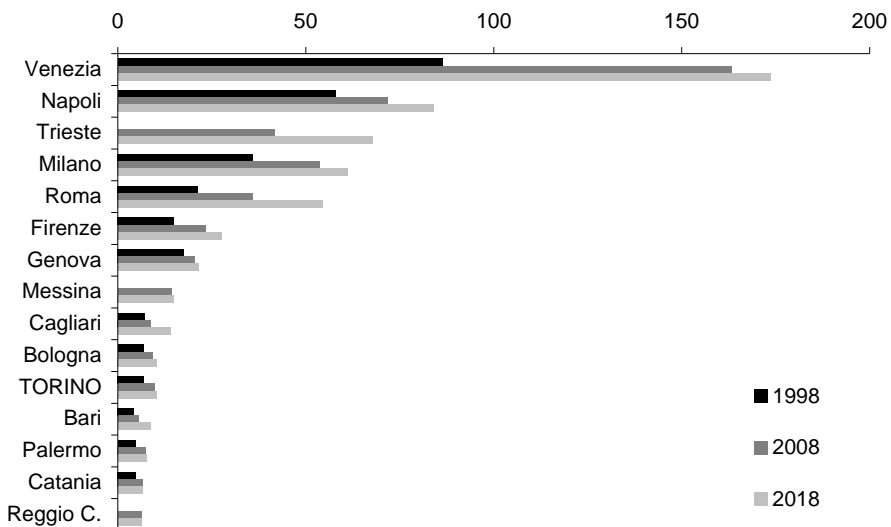
Quanto al sistema ricettivo, vent'anni fa, uno dei principali obiettivi del Primo piano strategico torinese era di «ampliare, sviluppare e diversificare l'offerta, [...] favorendo l'insediamento di alberghi di livello internazionale» (Torino internazionale 2000, p.90).

Per quanto riguarda il settore alberghiero, la città metropolitana di Torino ha migliorato, negli ultimi vent'anni, la propria capacità ricettiva di un +48%, soprattutto grazie all'incremento di posti letto registrato tra il 1998 e il 2008 (+40%); nell'ultimo decennio, invece, l'aumento è stato minimo: +5%. La tendenza ad ampliare l'offerta ricettiva, per altro, ha interessato nell'ultimo ventennio tutte le città metropolitane, spesso ben più che in quella torinese (figura 2.12); solo in tre casi gli aumenti di posti letto sono stati inferiori a quelli registrati a Torino: a Napoli (+45%), a Catania (+35%) e a Genova (+22%).

Quanto alla «diversificazione» dell'offerta turistica nell'area torinese, vent'anni fa si puntava a incrementare soprattutto quella del comparto extralberghiero; in realtà la quota di posti letto offerta

da B&B, agriturismi, campeggi e altre strutture non alberghiere è cresciuta minimamente: dal 45% del totale nel 1998 al 46% nel 2018. Rispetto alle altre città metropolitane, Torino per rilevanza di strutture extralberghiere si colloca a metà tra i casi di Venezia (dove questa incide per il 77% dei posti letto totali) e di Trieste (70%) e quelli di città in cui invece l'extralberghiero ha un rilievo minimo: Napoli (28%), Milano (22%).

Figura 2.12. **Densità ricettiva¹⁴ nelle città metropolitane**
Posti letto/Kmq; elaborazioni su dati Istat, 1998 non disponibili per Trieste, Reggio e Messina



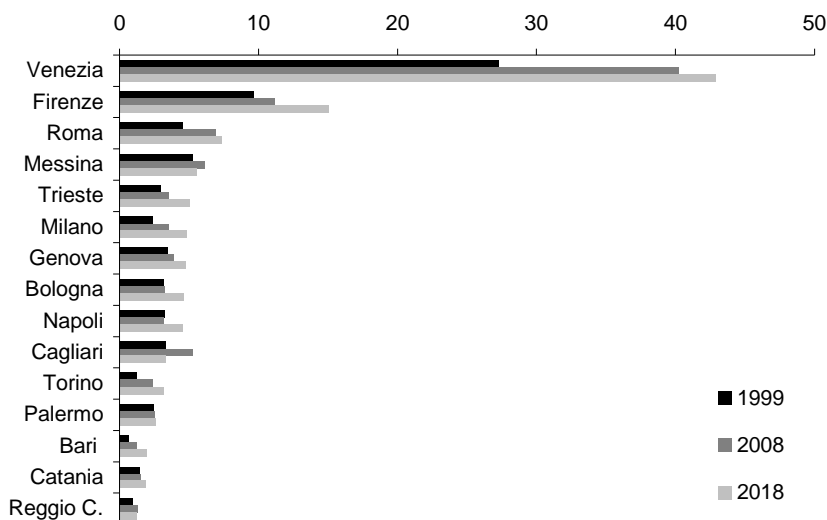
Nel 2018 il comune di Torino ha registrato 3,8 milioni di presenze turistiche¹⁵ (altri 1,3 milioni hanno interessato la cintura e 1,9 il

¹⁴ Questo indicatore – così come il successivo indice di turisticità (figura 2.13) – vengono usati correntemente dall'Osservatorio del Ministero del turismo, oltre che nelle statistiche internazionali, per indicare, in questo primo caso, la copertura turistica del territorio (in altri termini, la probabilità per un turista di riuscire a trovare un posto letto), nel secondo caso l'incidenza del fenomeno turistico (da diversi punti di vista: economico, della convivenza urbana ecc.) rispetto alla popolazione residente.

¹⁵ Le presenze corrispondono al numero di notti complessivamente trascorse dai clienti negli esercizi ricettivi.

resto della città metropolitana¹⁶), più che raddoppiate rispetto agli 1,7 milioni di vent'anni prima. I maggiori incrementi di turisti si sono registrati a Torino tra il 2003 e il 2006 olimpico (passando da 2,3 a 3,2 milioni di presenze), ma la crescita è proseguita anche in seguito. Nel complesso della città metropolitana torinese tra il 1998 e il 2018 si registra un +162% di presenze, il massimo incremento a livello nazionale¹⁷. Nonostante tale eccezionale aumento, rispetto alle altre metropoli italiane Torino mantiene un indice di turisticità decisamente basso, collocandosi all'11° posto, contro il 13° di vent'anni prima (figura 2.13).

Figura 2.13. **Indice di turisticità nelle città metropolitane**
Presenze/abitanti; elaborazioni su dati Istat



Un obiettivo più volte ribadito una ventina di anni fa – aumentare la durata media della permanenza dei turisti a Torino – è stato in-

¹⁶ Nel resto della città metropolitana torinese, Val Susa e Pinerolese hanno visto crescere le presenze turistiche in modo relativamente costante dal 2000 (0,7 milioni) al 2009 (2 milioni), per poi declinare, fino a valori attorno a 1,6 milioni nel biennio 2016-18. Quanto a Canavese e Valli di Lanzo, le presenze turistiche erano e rimangono minime, pari nel 2018 a poco più di 350.000, ossia a circa il 5% del totale di quelle registrate nel complesso della città metropolitana torinese.

¹⁷ L'Italia è stata visitata nel 2016 da 52 milioni di turisti (fonte: *Our world in data*), valore inferiore solo a quelli registrati in Cina (59 milioni), Spagna (75), Stati Uniti (76) e Francia (83).

vece mancato, scendendo dai 3,2 giorni del 1999 ai 2,9 del 2018. Ciò da un lato dipende da una tendenza generalizzata a fare vacanze più brevi (anche nelle altre metropoli la durata della permanenza è in diminuzione), ma anche dal fatto – nel caso di Torino – dalla presumibile (non avendo dati precisi in proposito) riduzione della componente del turismo per motivi di lavoro, ancora largamente dominante a fine anni '90¹⁸, in buona parte grazie al sistema dell'automotive legato alla Fiat. Un altro obiettivo di una ventina di anni fa – internazionalizzare il turismo¹⁹ – da un certo punto di vista è stato raggiunto: le presenze di stranieri a Torino città sono effettivamente aumentate (+79% tra 1998 e 2018), anche se molto meno di quelle degli italiani (che hanno registrato un vero boom: +140%); il rilievo di quest'ultima componente è cresciuto dal 70% delle presenze di vent'anni fa all'odierno 76%; inoltre, la quota di turisti stranieri a Torino (24%)²⁰ rimane ben più bassa della media nazionale (49% sul totale delle presenze in Italia).

Il turismo è fortemente influenzato dalla visibilità e dal tipo di immagine di una città o di un territorio. Per quanto riguarda Torino, un'indagine del Censis di una ventina di anni fa aveva rilevato come sulla stampa estera Torino fosse associata, nell'ordine, soprattutto all'istituto bancario San Paolo, alla Fiat/Agnelli e alla Juventus. Ancora alla vigilia delle Olimpiadi Torino continuava ad essere sostanzialmente identificata nell'immaginario collettivo (degli italiani e degli stranieri) come la città della Fiat, della Juventus, di Agnelli e della Mole²¹. Da allora a Torino si è spesso parlato di un presunto forte cambiamento dell'immagine della città nelle percezioni di italiani e stranieri; in realtà non è mai più stata pubblicata un'indagine in grado di dimostrarlo.

¹⁸ In un'indagine del 1995, ben due terzi delle presenze turistiche registrate a Torino risultavano legate a motivi di affari, lavoro, partecipazioni a meeting e congressi (De Magistris, 1998).

¹⁹ In quegli anni vennero fatti ingenti investimenti per promuovere il turismo e l'immagine di Torino (attraverso strutture dedicate, come Turismo Torino o l'Ufficio comunicazione del Comune), sostenendo ad esempio la pubblicazione di nuove guide turistiche internazionali, partecipando a fiere turistiche all'estero, promuovendo uscite giornalistiche su riviste del settore.

²⁰ In Val di Susa e nel Pinerolese, la quota di presenze straniere (32%) risulta leggermente più alta che nel capoluogo.

²¹ Ciò emerse da un sondaggio realizzato nel 2005 su campioni rappresentativi di italiani, francesi, inglesi e tedeschi, per approfondire percezioni e opinioni su Torino, alla vigilia dei Giochi olimpici. Gli esiti di tale indagine furono integralmente pubblicati sul *Rapporto Rota* del 2005.

Passando al settore della finanza, negli ultimi vent'anni il sistema bancario è stato pienamente investito dagli effetti della digitalizzazione, riducendo progressivamente il numero sia di clienti che si recano fisicamente a uno sportello bancario (ormai quasi solo più per operazioni finanziarie complesse) sia di sportelli operativi sul territorio (dal 2009 in calo costante in Italia, dove pure restano più diffusi rispetto alla media europea).

Quanto alla città metropolitana torinese, nel 2018 si registra un numero di sportelli pari a 38 ogni 100.000 abitanti, un dato intermedio tra le aree del Nord (dove la capillarità di sportelli risulta decisamente superiore alla media) e quelle del Sud. Rispetto al 1999, nell'area torinese si conta un 10% di sportelli in meno, valore sostanzialmente allineato alla media italiana (-11%).

Nel *Rapporto Rota*, una ventina di anni fa, si evidenziava come «la riorganizzazione dei servizi, con il potenziamento di quelli telematici in rete, è diventata una delle priorità nei budget dei vari istituti bancari. I due settori più dinamici risultano dappertutto quelli dei nuovi servizi alle famiglie via internet (*home banking o internet banking*) e via telefono (*phone o mobile banking*)²²» (Gonnella 2001, p.46). Nel 2018, tuttavia, l'Italia rimane agli ultimi posti tra i Paesi europei quanto a diffusione dell'internet banking: se ne fa un uso molto ampio soprattutto in Danimarca (90% dei clienti), in Olanda (89%), in Finlandia (87%) e in Svezia (86%); in Francia l'internet banking viene usato dal 62%, in Germania dal 56%, in Spagna dal 46%. L'Italia, con il 31%, precede solo Cipro (28%), Grecia (25%) e, fortemente distanziate, Romania (7%) e Bulgaria (5%) (Bem Research, 2018, p.3).

Nei contesti metropolitani si registra una maggiore propensione all'uso dell'internet banking rispetto alla provincia. Il valore più elevato si ha nella città metropolitana di Milano (con 89 clienti ogni 100 abitanti), seguono Bologna e Trieste (79); Torino (con 75) dieci anni prima era al secondo posto (con 46), dietro a Milano (56); al Sud risulta molto meno diffuso il ricorso alla banca on line (Palermo 47, Messina 46, Reggio Calabria 42 chiudono la graduatoria). Si evidenzia una stretta relazione (per certi versi ovvia) tra la diffusione in alcune aree dell'internet banking e la progressiva riduzione, nelle stesse aree, del numero di sportelli bancari.

²² Il termine *home banking* (o l'equivalente *internet banking*) indica la possibilità di effettuare operazioni bancarie attraverso l'uso del proprio computer o smartphone, mentre il *phone* (o *mobile*) *banking* riguarda l'effettuare alcune operazioni bancarie colloquiando telefonicamente con un operatore bancario.

L'altra tendenza che ha caratterizzato il sistema bancario negli ultimi vent'anni riguarda il processo di progressivo accorpamento di sedi, con fusioni finalizzate a costituire grandi gruppi in grado di meglio posizionarsi sul mercato finanziario globale; la gran parte delle maggiori banche, inoltre, si è andata concentrando nell'area milanese, dove nel periodo dal 1996 al 2018 il numero di sedi amministrative bancarie è cresciuto da 90 a 102. In tutte le altre città metropolitane – tranne Torino²³ (da 6 a 10) – il numero di sedi amministrative si è negli anni ridotto²⁴.

In crescente connessione col sistema bancario risulta oggi il comparto immobiliare, in quanto i due ambiti sono «interagenti e connessi, pur rispondendo a leggi proprie accomunati dal fatto di offrire un servizio di mediazione tra domanda e offerta di capitale, sia esso mobiliare o immobiliare» (Gullino, 2018, p.135).

In Italia, e non solo, il mercato immobiliare si è molto ridimensionato negli ultimi anni: tra il 2000 e il 2018, il numero di transazioni normalizzate in ambito residenziale è sceso del -29%, con valori negativi in quasi tutte le città metropolitane (fa eccezione la sola Reggio Calabria: +19%), particolarmente al Sud: ad esempio, a Catania, Napoli e Messina si è raggiunto un -57%. Tra le città metropolitane del Centronord, quella torinese registra la contrazione maggiore (-41%), precedendo Firenze (-33%), Bologna (-21%), Venezia (-18%), Roma (-11%), Milano (-10%) e Genova (-5%).

Quanto ai prezzi delle abitazioni, tra il 2000 ed il 2008, si sono registrati in tutti i capoluoghi metropolitani italiani forti aumenti (con il massimo incremento a Napoli +86%, a Bari + 80%, a Roma +79%; Torino evidenzia un +65%); nel decennio successivo – con la crisi economica globale – è seguito un ridimensionamento generalizzato, che ha interessato anche Torino dove, tra il 2008 e il 2018, i prezzi medi degli alloggi sono diminuiti (-30%), rimanendo tra i più bassi del Centronord. Nel comparto non residenziale, i valori immobiliari degli uffici sono in calo costante a Torino dal 2013,

²³ Rispetto alle due maggiori banche storicamente attive su questo territorio, nel 1998 il San Paolo si è fuso con l'IMI Istituto mobiliare italiano, quindi nel 2007 con Banca Intesa; la Cassa di Risparmio di Torino negli anni '90 ha dato vita con UniCredito e Credito Italiano al gruppo UniCredito Italiano, dal 2003 UniCredito banca (con sede legale a Milano).

²⁴ In dettaglio, a Roma il numero di sedi amministrative delle banche è sceso da 46 a 35, a Bari da 19 a 14, a Firenze da 16 a 10, a Bologna da 17 a 8, a Napoli da 10 a 8, a Palermo da 17 a 6, a Trieste da 5 a 2, a Catania da 10 a 1 (fonte: Banca d'Italia).

quelli dei capannoni industriali già dal 2008; nell'ultimo decennio, i valori degli uffici a Torino si sono deprezzati del 30% (solo a Palermo si registra un valore peggiore: -40%), quelli degli edifici industriali del 41%, valore superiore solo a Roma è andata peggio (-44%; fonte: Agenzia delle entrate).