

Imprenditori del terzo millennio, competenze, sfide, opportunità!

(l'iniziativa si svolge nell'ambito di Start Cup Piemonte Valle d'Aosta)

D.A. - Staff Cultura
d'Impresa e del
lavoro

Responsabile:

Rita **Sorisio**

Coordinatore

Loredana **Fayer**



enne³
incubatore di impresa **novara**



**PROVINCIA
DI TORINO**



**REGIONE
PIEMONTE**
MINISTERO DEL LAVORO,
DELLA SALUTE E DELLE POLITICHE SOCIALI
Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione



Unione europea
Fondo sociale europeo

XIII ciclo formativo 18 incontri: (ottobre 2013/giugno 2014)

Obiettivo: proporre e diffondere tra i giovani la cultura d'impresa

Mercoledì 8 Gennaio 2014 ore 9,30 – 13,00

Collegio Universitario Einaudi , sezione Mole- Via delle Rosine, 3 Torino

L'economia della provincia di Torino e le dinamiche del tessuto imprenditoriale locale

Relatore:

Barbara Barazza

(Camera di Commercio di Torino)

[link alla dispensa](#)

Testimonianza imprenditoriale di:

Giovanni Riviera e Mariano Abbona

(IndaBox s.r.l.)

[link alla dispensa](#)

Segreteria:

Tel. 011 6703078 - incubatore@unito.it

Sito web: www.unito.it alla voce: [servizi per gli studenti>orienta-lavoro](#)

con la collaborazione del [Collegio Einaudi](#)



**Collegio
Universitario
Renato Einaudi**
Torino, 1935



Camera di commercio di Torino Le dinamiche di sviluppo del tessuto economico provinciale

Settore Studi, Statistica e Documentazione



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



La provincia di Torino in cifre

anno 2012

	Prov. di Torino	% in Piemonte	% in Italia
Popolazione	2.247.780	51,7	3,8
Valore aggiunto (milioni di euro)*	58.522,1	52,0	4,1
N. imprese	234.499	50,8	3,9
Occupati (in migliaia)	947	51,3	4,1
Export (in milioni di euro)	18.184,0	45,8	4,7
R & S (in migliaia di euro)**	n.d.	2.254.793	11,5

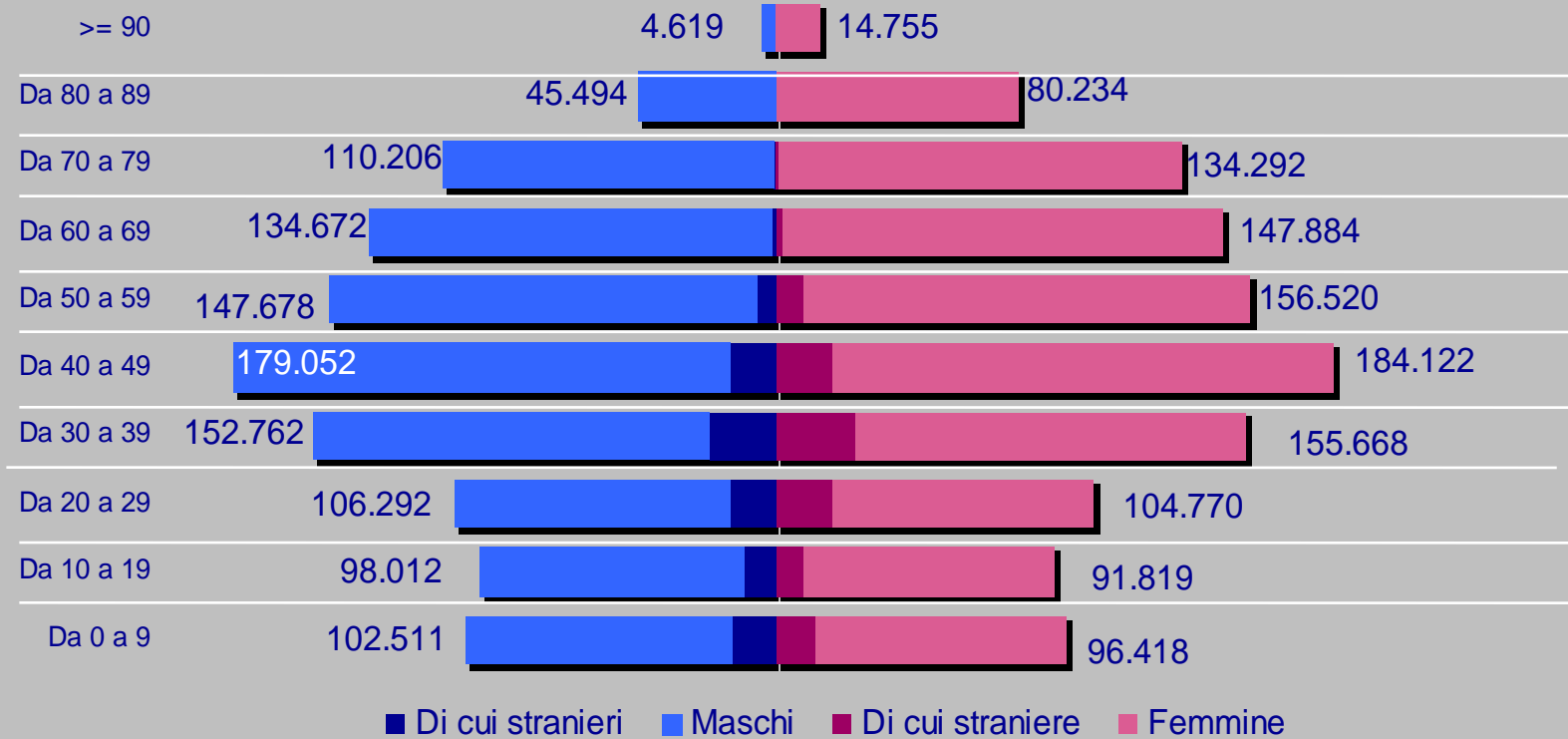
* Dati al 2011

** Dati al 2010

Fonte ISTAT - InfoCamere

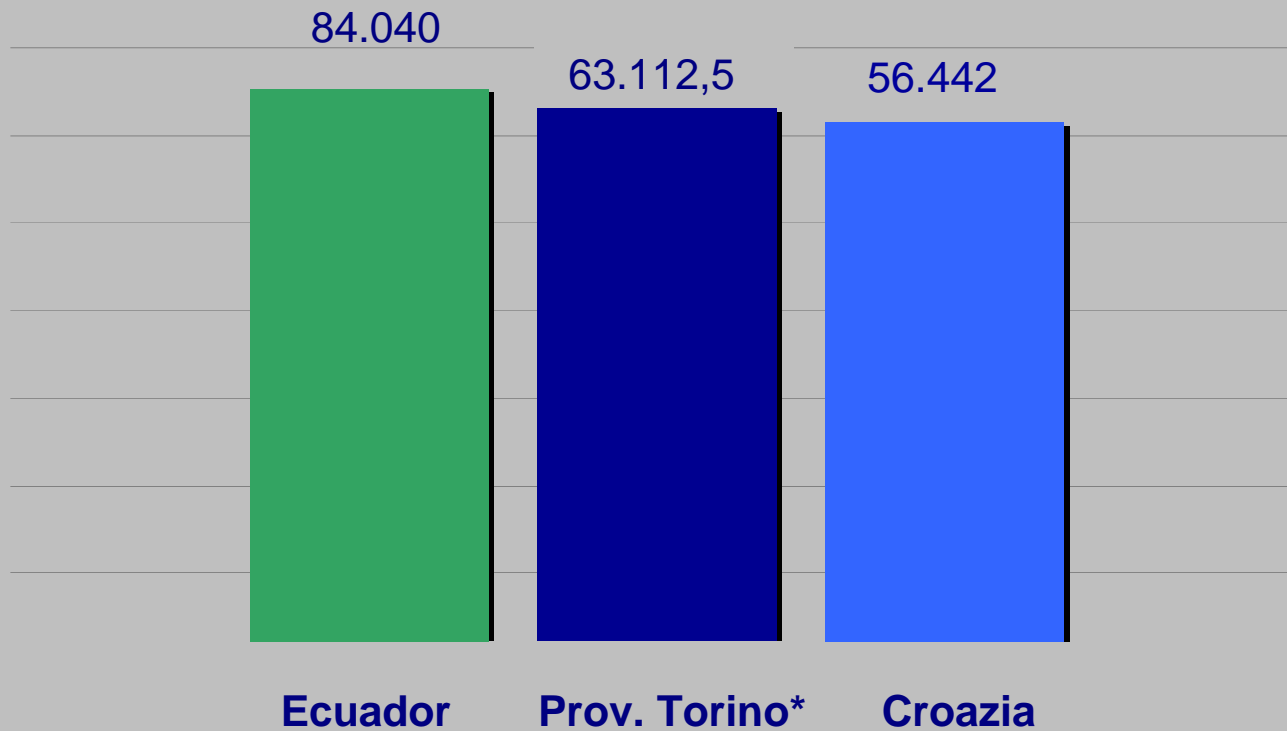


La popolazione residente in provincia di Torino



Fonte ISTAT Dati al 08/10/2011- Censimento della popolazione

Provincia di Torino: il PIL a confronto anno 2012, in milioni di euro



*Dati 2010

Fonte: World Bank – Istituto Guglielmo Tagliacarne

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

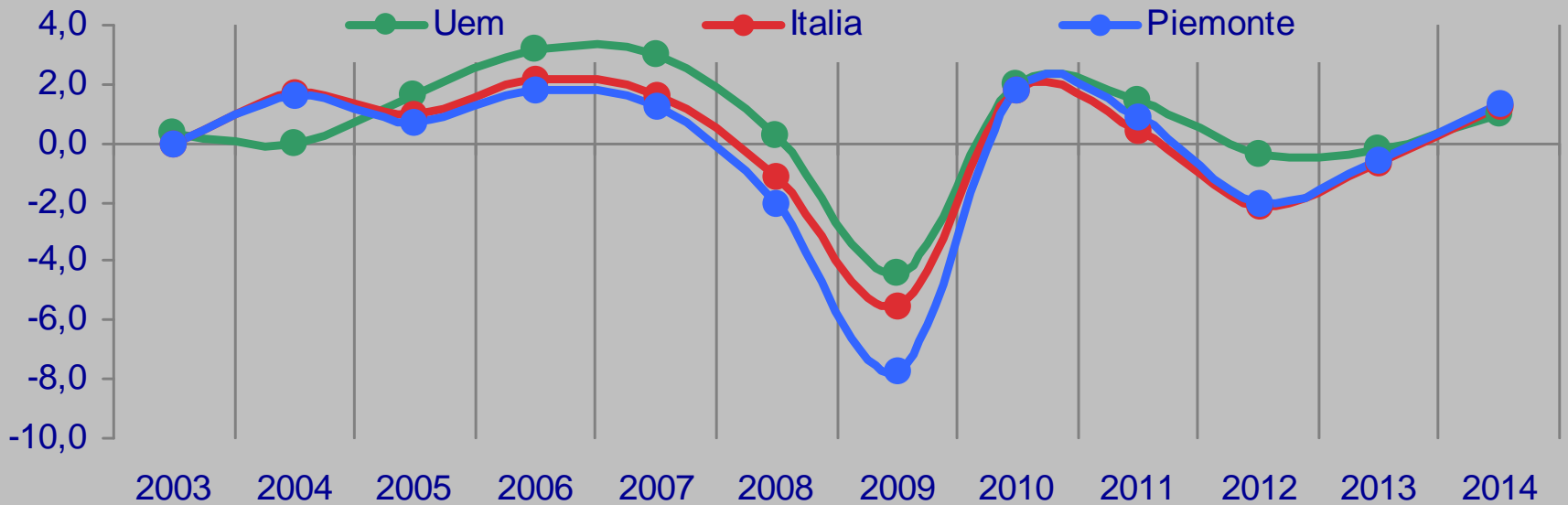
Stime 2013 per l'Italia: principali indicatori

CENTRO DI PREVISIONE	PRODOTTO INTERNO LORDO	OCCUPAZIONE TOTALE	CONSUMI DELLE FAMIGLIE	ESPORTAZIONI DI BENI E SERVIZI
CE	-1,3	-1,1	-2,0	1,6
OCSE	-1,8	-1,1	-2,2	2,9
REF	-1,8	-1,8	-2,2	0,2
CSC	-1,6	-1,5	-2,8	1,4
FMI	-1,8	-1,1	-2,4	-0,6
EIU	-1,9	-	-3,0	0,8

Fonte: elaborazioni su dati Commissione Europea (Economic Forecasts), OCSE (Economic Outlook), REF (Rapporto di previsione), Centro Studi Confindustria (Scenari economici), Fondo Monetario Internazionale (World Economic Outlook), Economist Intelligence Unit (Country outlook)

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Piemonte: crescita annuale del PIL anni 2003-2014



Fonte: FMI, Prometeia

25/01/2012

Valore aggiunto per settore economico anno 2011



	Agricoltura	Industria			Servizi	Totale economia
		in senso stretto	Costruzioni	Totale		
Torino	349,9	11.907,3	3.056,9	14.964,2	43.208,0	58.522,1
Piemonte	1.681,1	25.129,6	6.801,4	31.931,0	78.884,1	112.496,2
Italia	27.655,3	261.332,0	86.203,6	347.535,6	1.035.925,8	1.411.116,7

Dati in milioni di euro

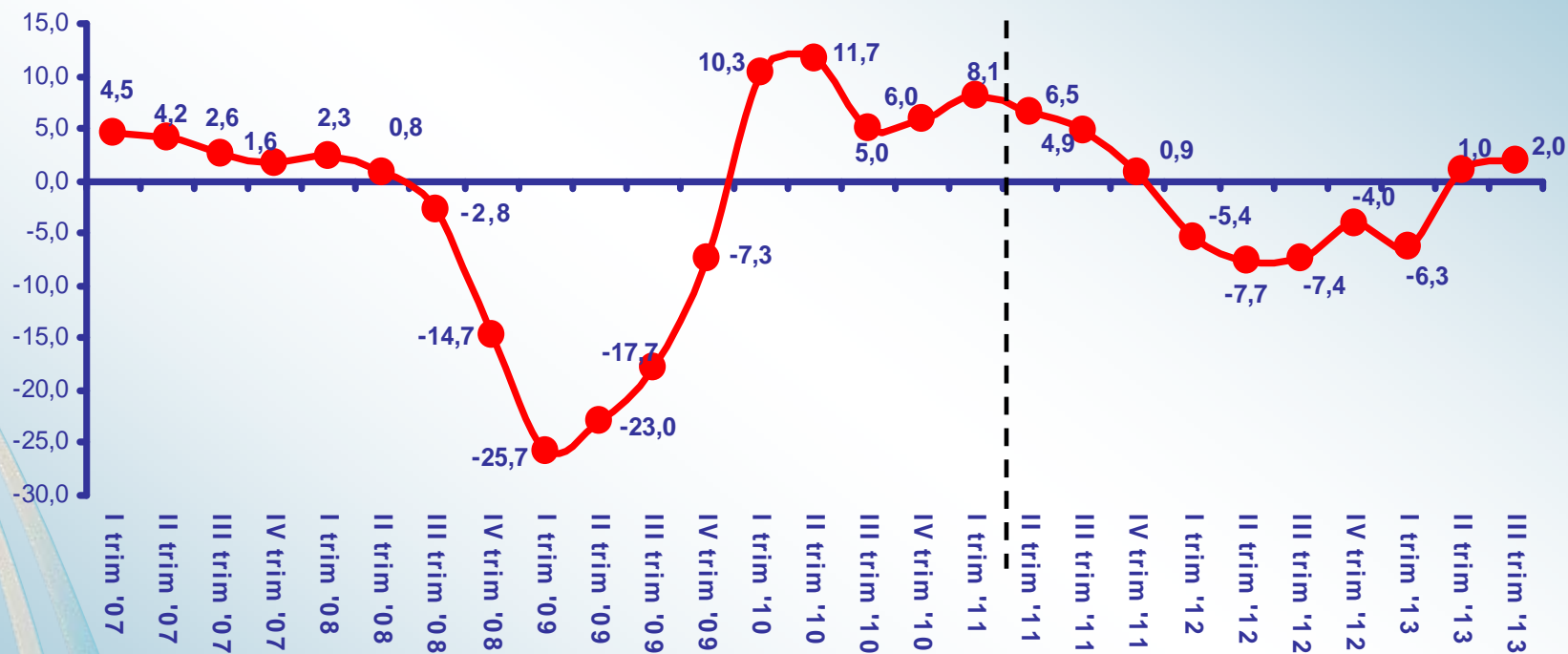
Fonte: Elaborazioni Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne-Giornata Economia

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

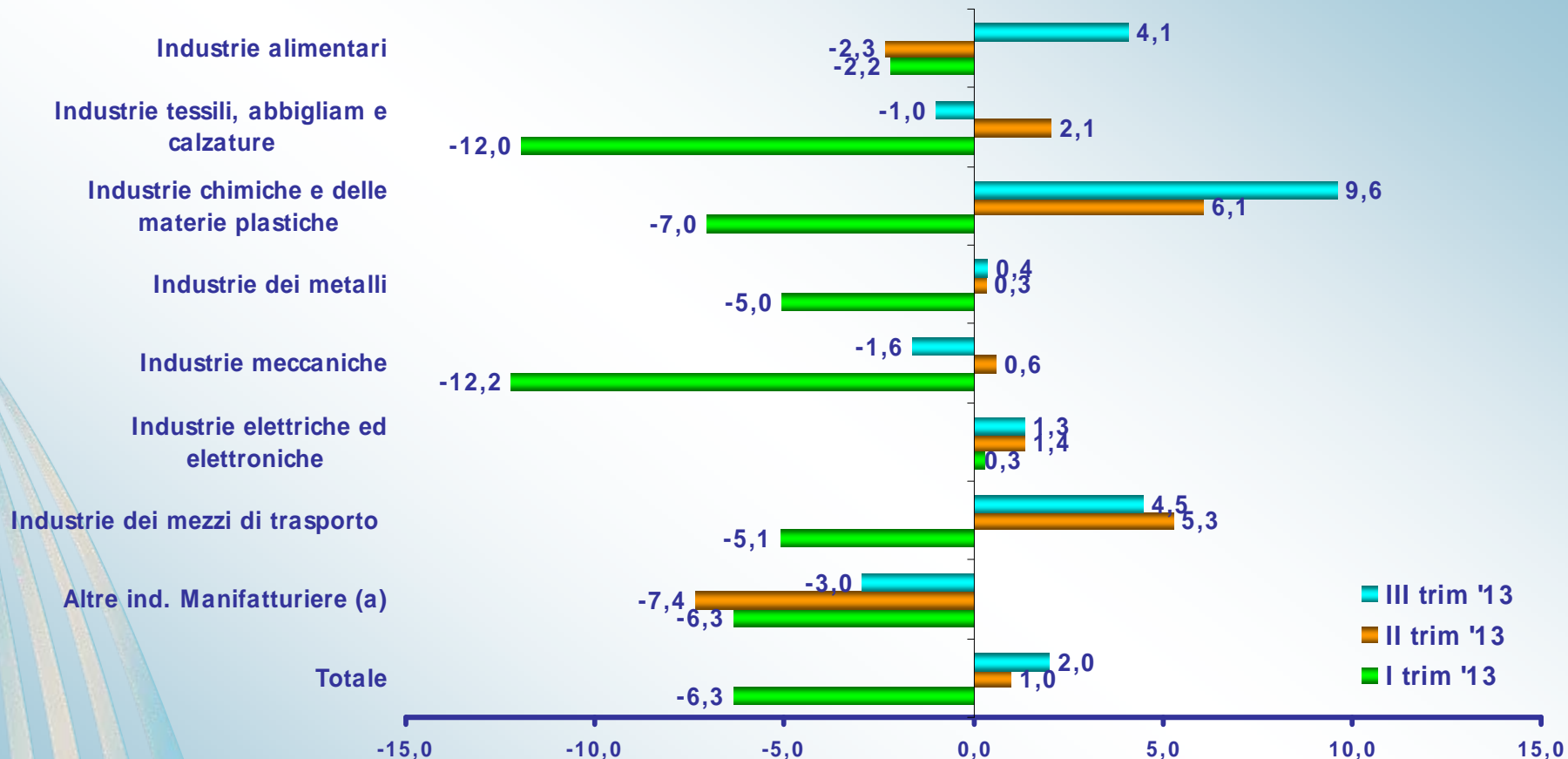
Andamento della produzione industriale in provincia di Torino

(Variazioni % sullo stesso trimestre dell'anno precedente)



Fonte: Camera di commercio di Torino, 168° indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

Andamento dei settori industriali in provincia di Torino



Fonte: Camera di commercio di Torino, 168° Indagine congiunturale trimestrale sull'industria manifatturiera torinese

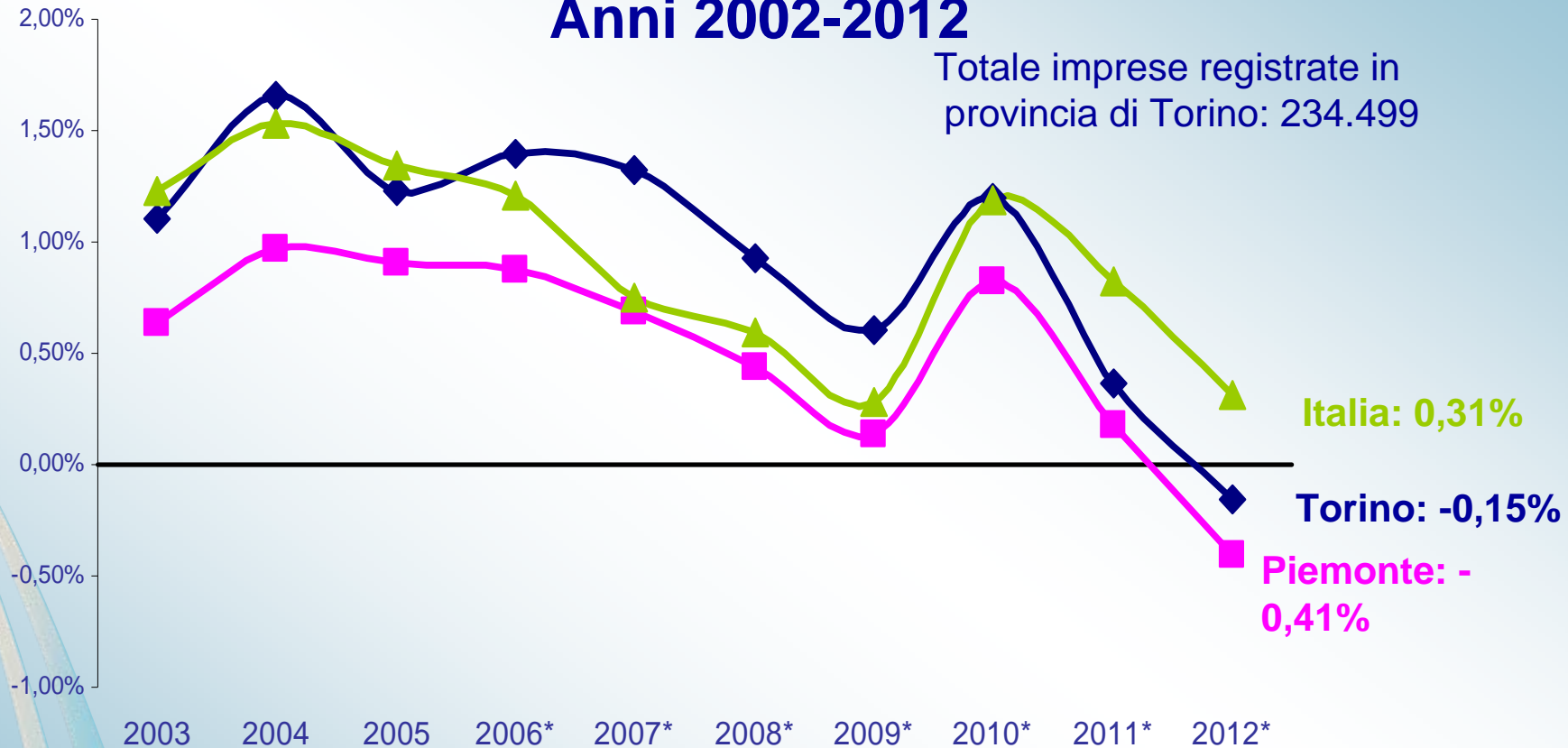
Nati-mortalità delle imprese della provincia di Torino nel 2012

Demografia imprenditoriale: i numeri della crisi

- **al 31.12.2012 n. 234.499 imprese registrate**
- **iscrizioni annuali ai livelli del 2003**: per la prima volta il numero di imprese che hanno cessato la loro attività nell'anno (16.091) è superiore a quelle che invece l'hanno avviata (15.728)
- **si acuisce la contrazione nel I bimestre 2013**: saldo iscrizioni-cessazioni – 2.408 imprese
- **soffrono tutti i settori economici, ad eccezione del turismo e dei servizi alle persone**
- la crisi seleziona: **cregono le società di capitali**
- anche nel mondo imprenditoriale **la recessione colpisce di più i giovani**: arretrano del 4,1% le imprese giovanili

Tasso di crescita del tessuto imprenditoriale. Anni 2002-2012

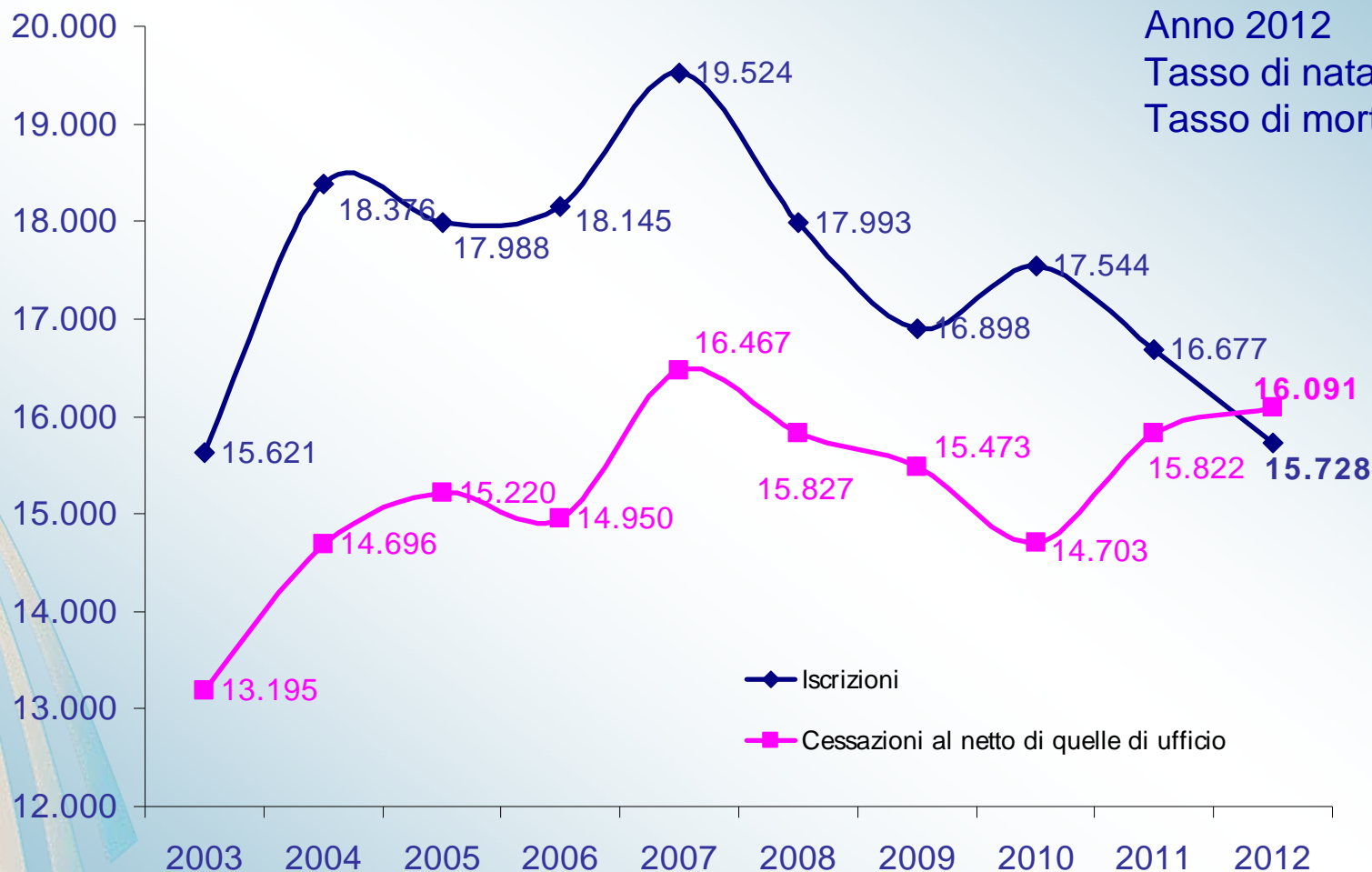
Totale imprese registrate in provincia di Torino: 234.499



*Tassi di crescita al netto delle cancellazioni d'ufficio

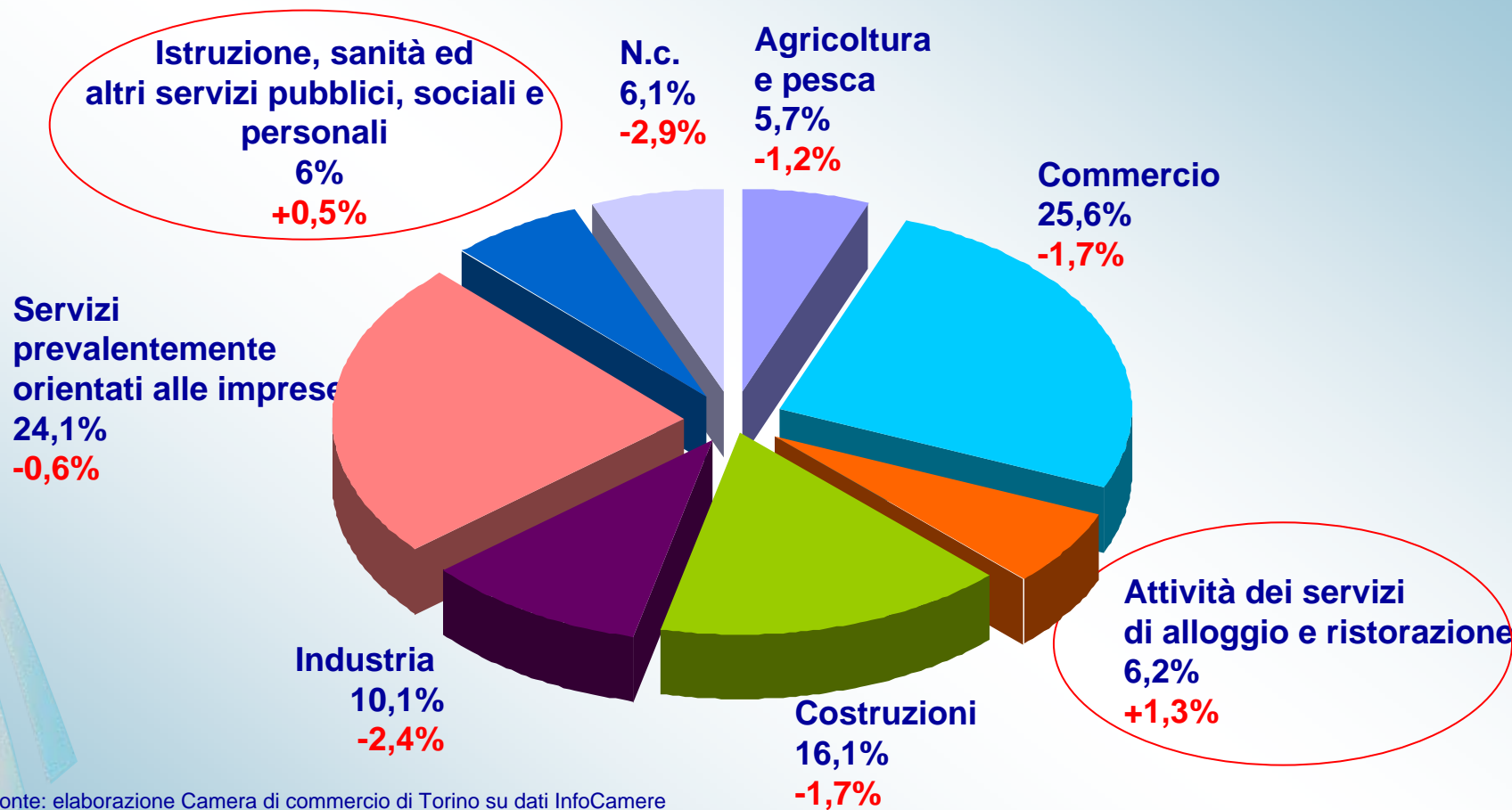
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Andamento di iscrizioni e cessazioni in provincia di Torino Anni 2002-2012

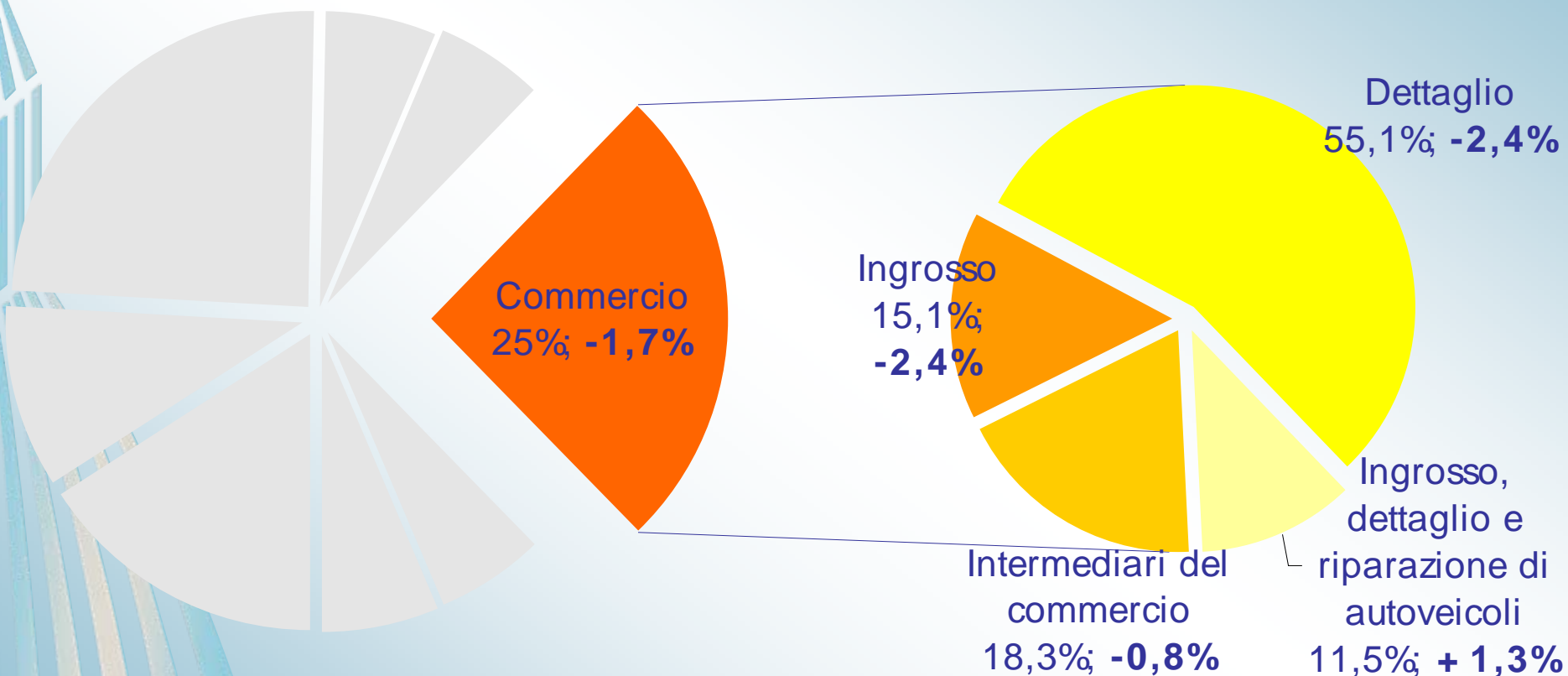


Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Le imprese della provincia di Torino per macrosettori di attività economica: composizione % e variazioni di stock 2012/2011

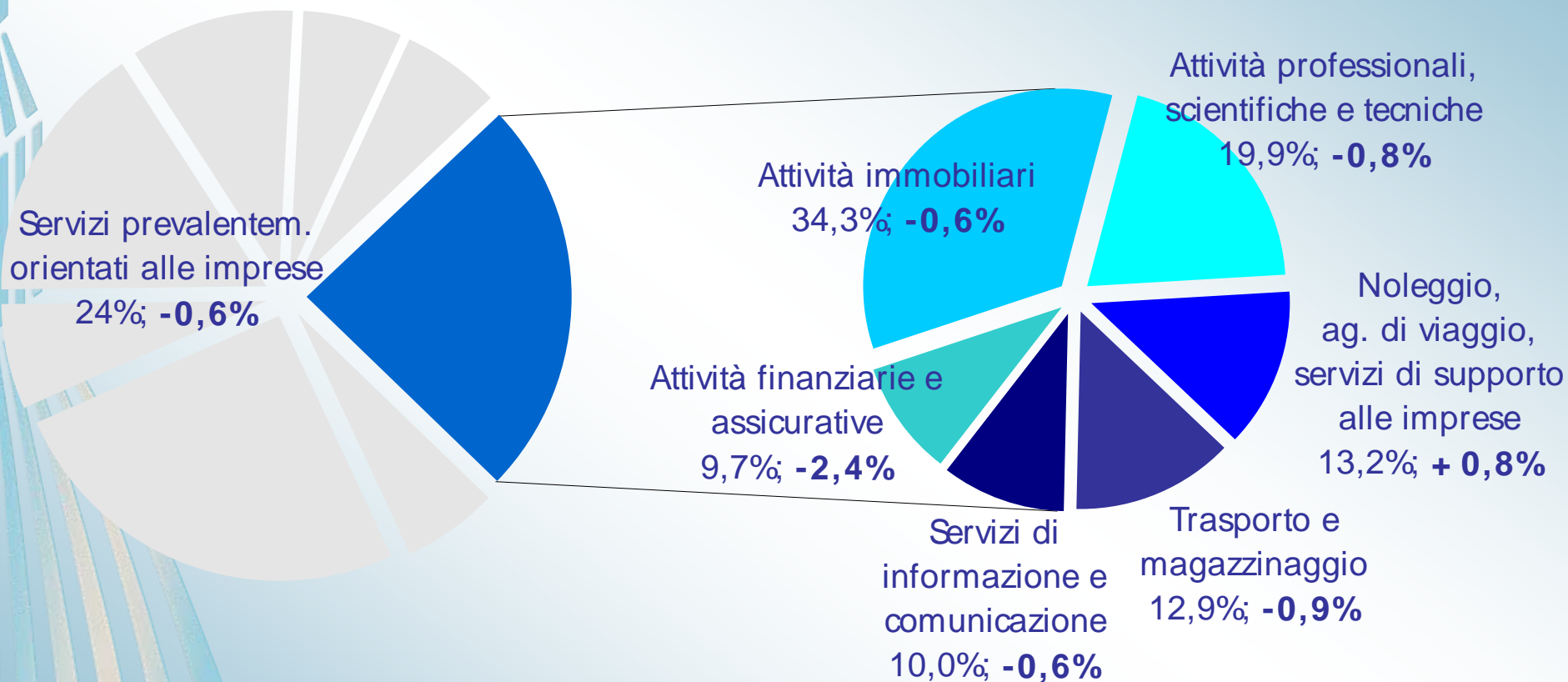


Il commercio: composizione % e variazioni di stock 2012/2011



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

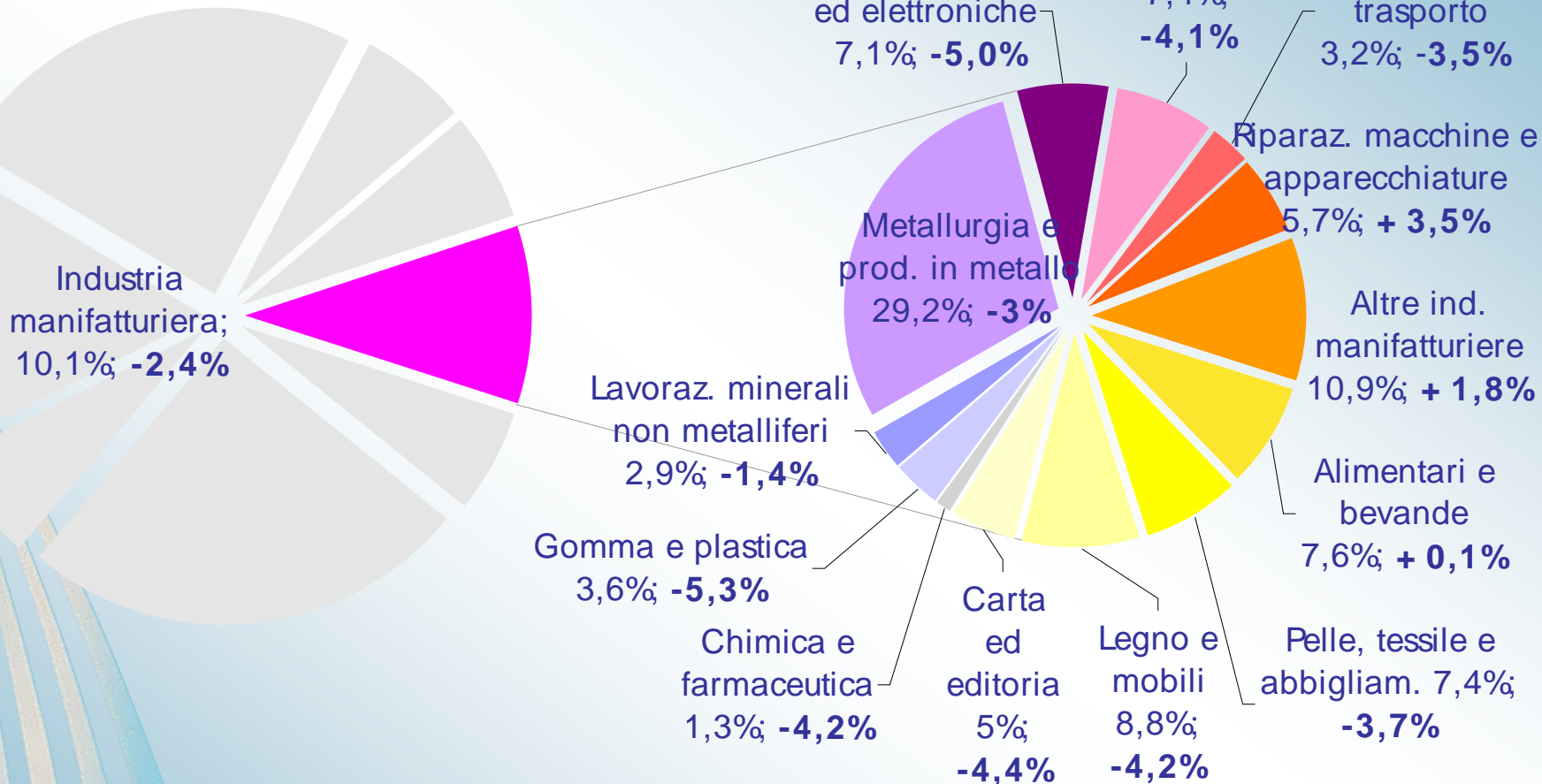
I servizi prevalentemente orientati alle imprese: composizione % e variazioni di stock 2012/2011



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Industria: composizione % e variazioni di stock

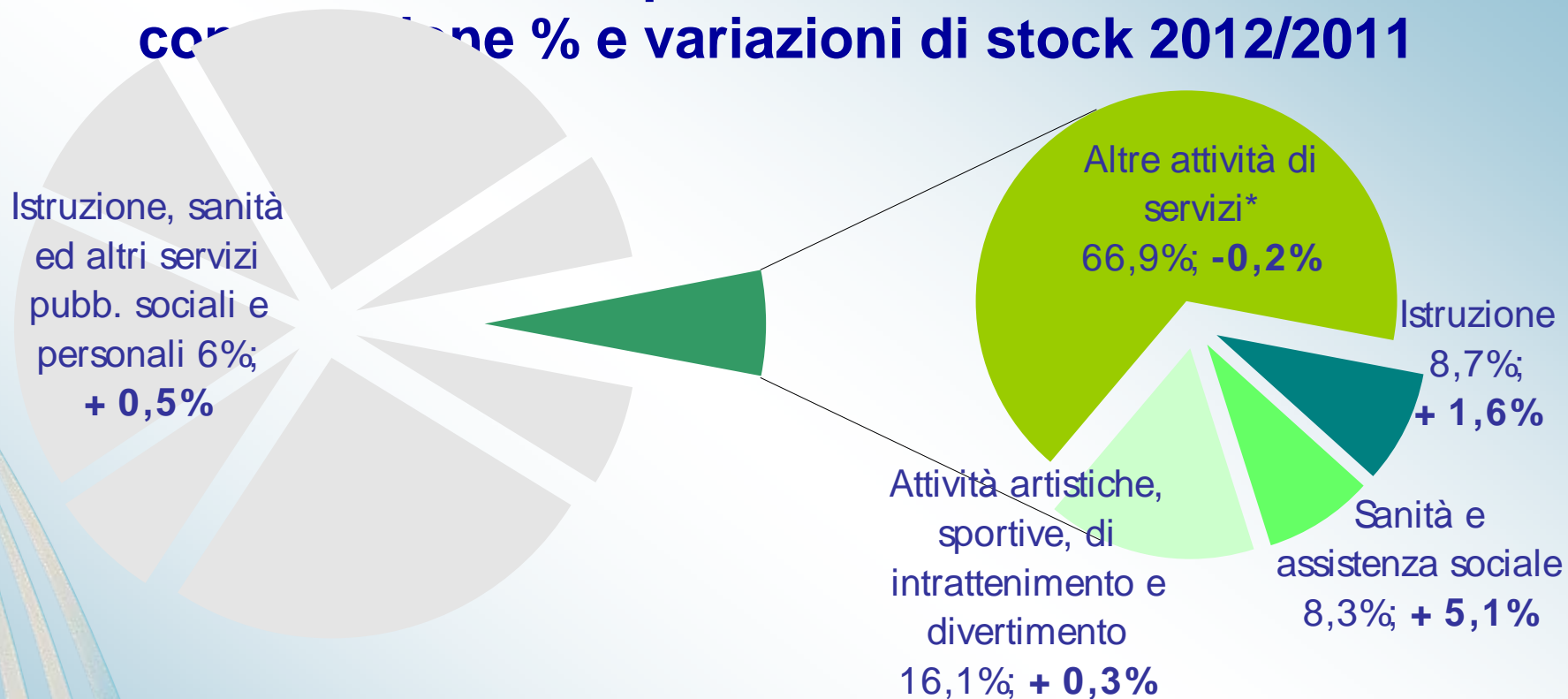
2012/2011



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Istruzione, sanità ed altri servizi pubblici, sociali e personali:

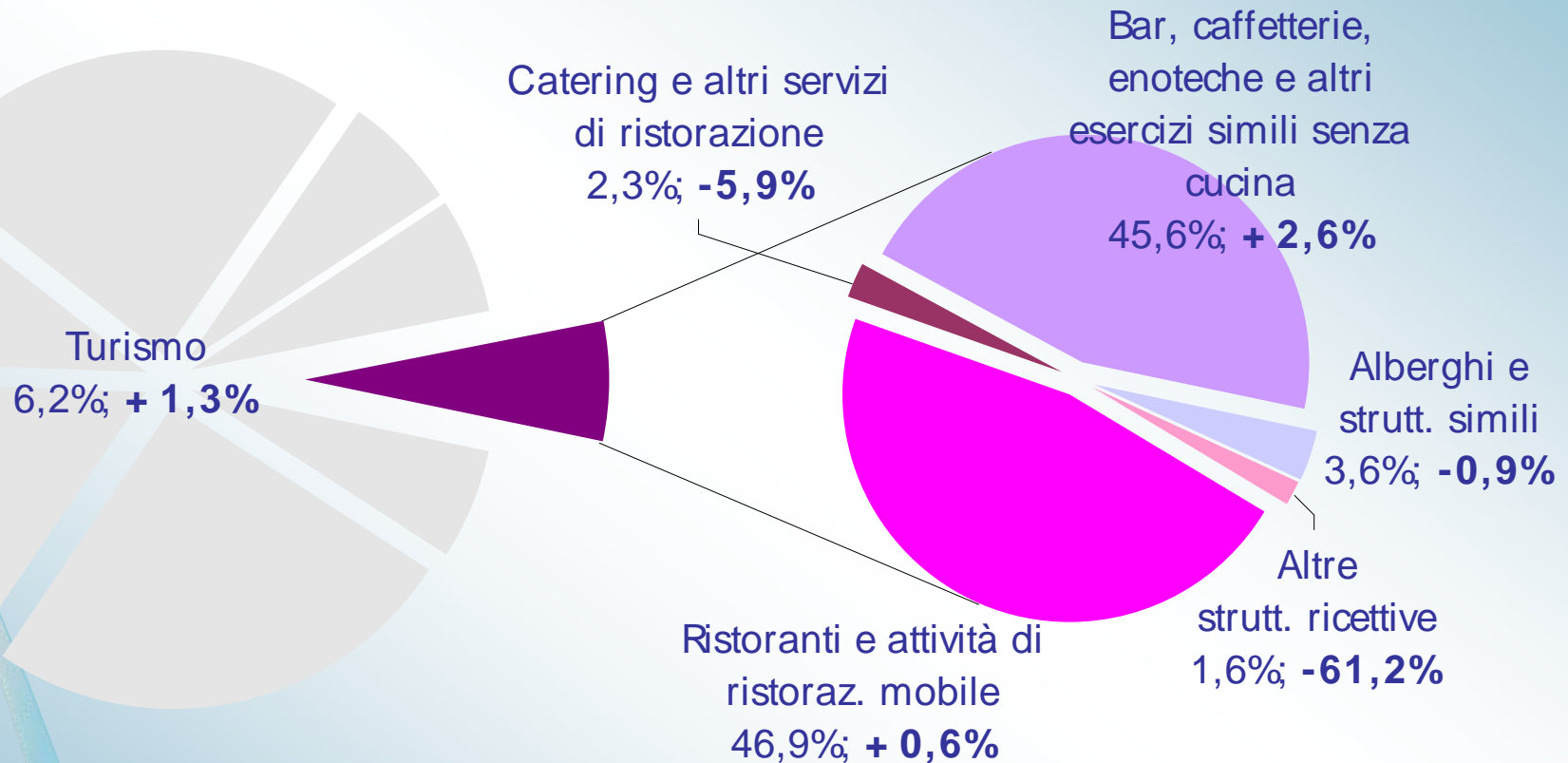
composizione % e variazioni di stock 2012/2011



•Ivi inclusa la riparazione di computer e beni per uso personale per la casa

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

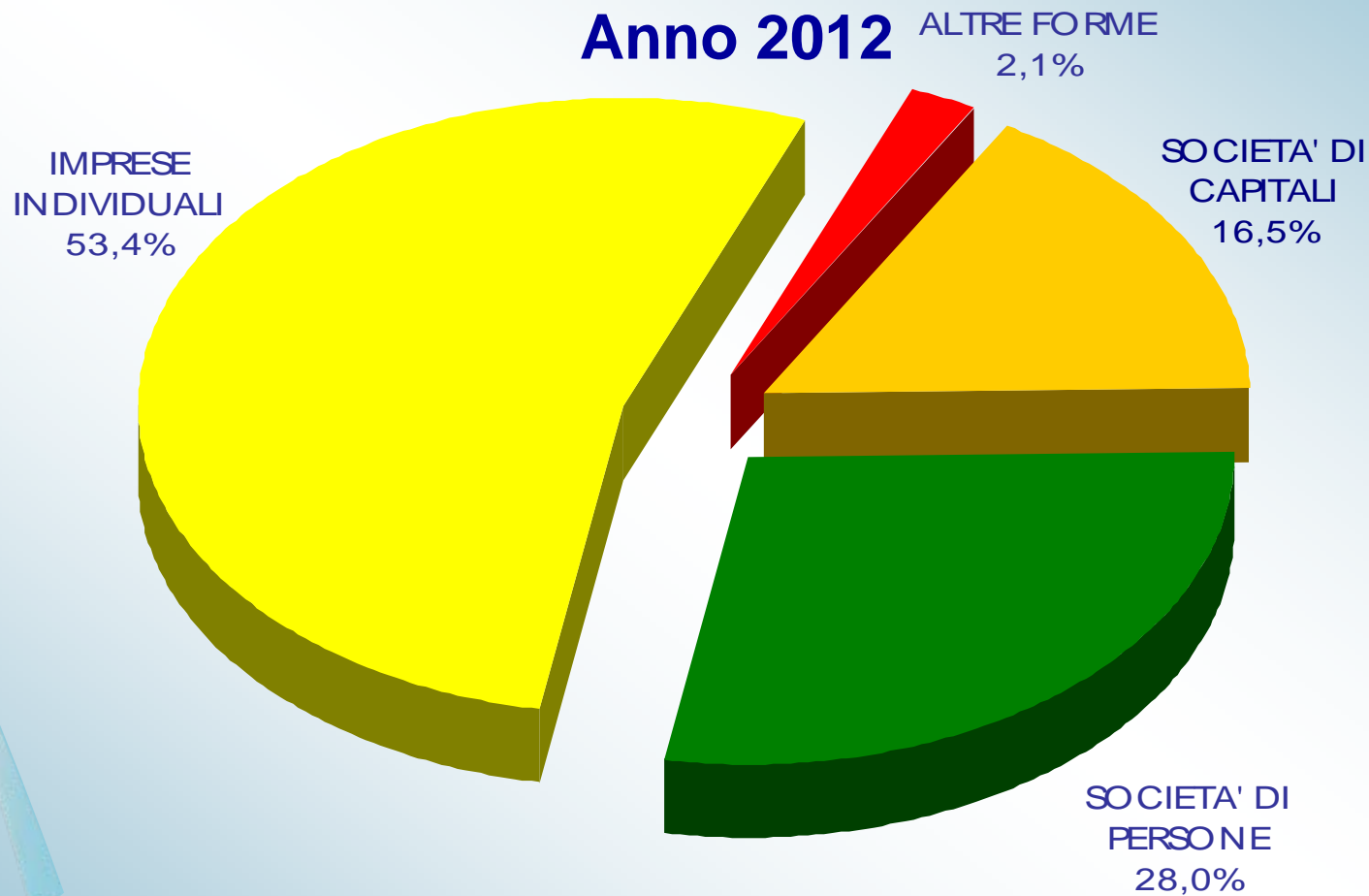
Turismo: composizione % e variazioni di stock 2012/2011



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Natura giuridica delle imprese della provincia di Torino.

Anno 2012



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Natura giuridica delle imprese della provincia di Torino.

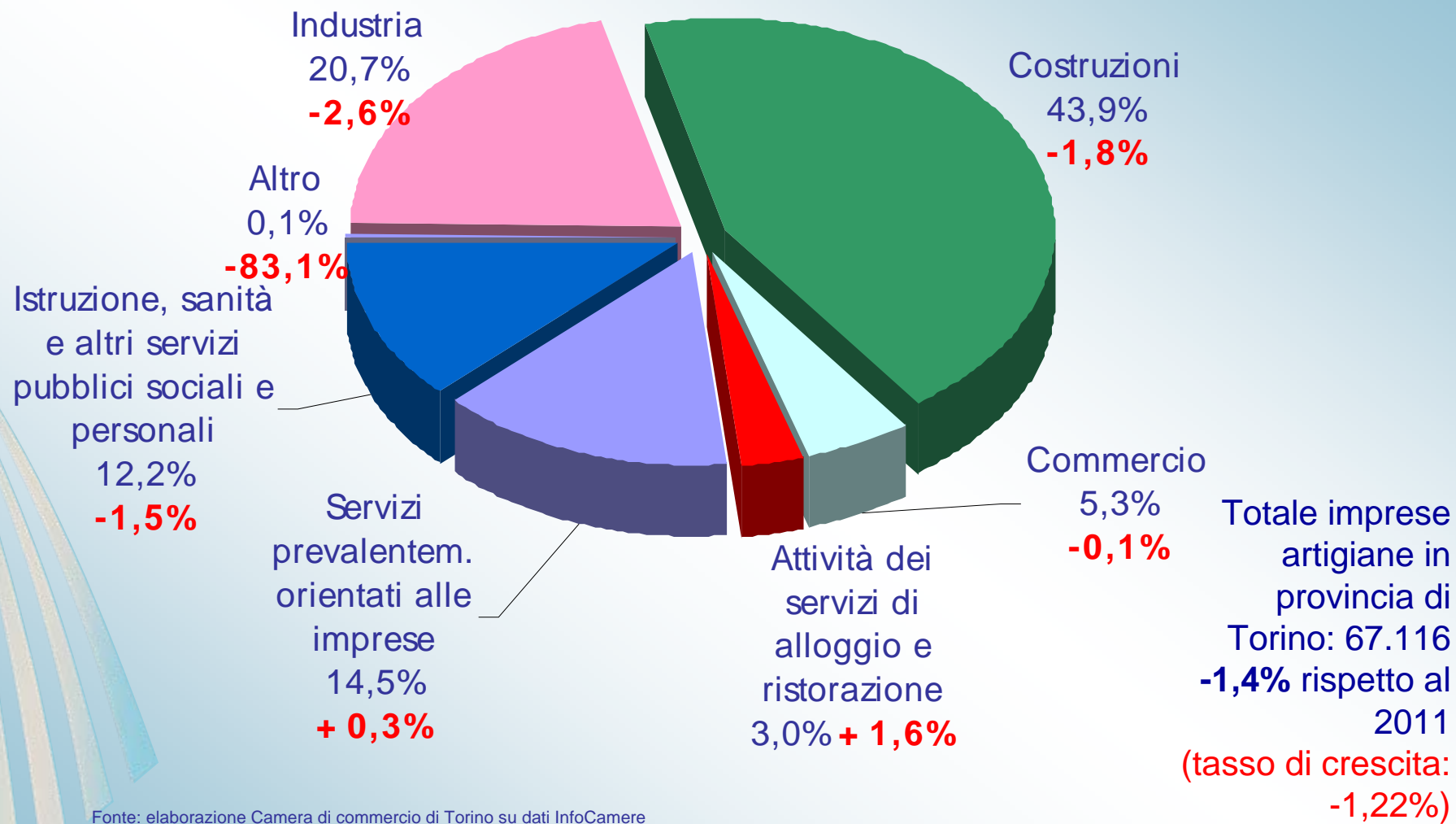
Anni 2012 e 2011 a confronto

Classe di Natura Giuridica	Registrazioni e 2012	Iscrizioni 2012	Cessazioni al netto di quelle d'ufficio 2012	tasso di crescita a 2012	tasso di crescita a 2011
SOCIETA' DI CAPITALI	38.704	2.130	1.320	2,10%	2,29%
SOCIETA' DI PERSONE	65.616	2.350	2.876	-0,78%	-0,81%
IMPRESE INDIVIDUALI	125.145	10.870	11.677	-0,64%	0,35%
ALTRE FORME (*)	5.034	378	218	2,41%	1,87%
TOTALE	234.499	15.728	16.091	-0,15%	0,36%

(*) nel 2012 in questa categoria viene conteggiata la classe delle "persone fisiche" per effetto della Nuova Direttiva Servizi

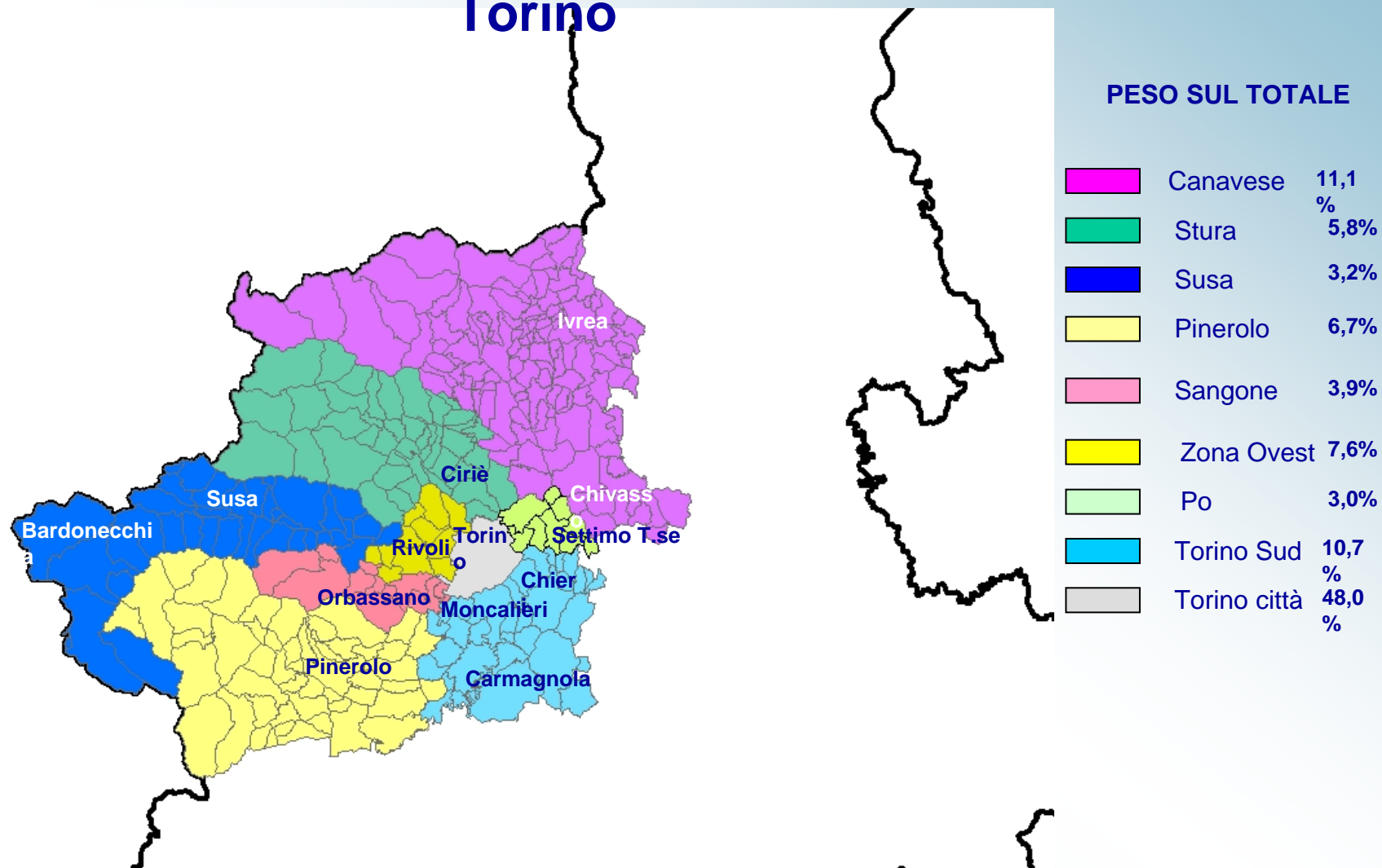
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Imprese artigiane per settori di attività. Anno 2012



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

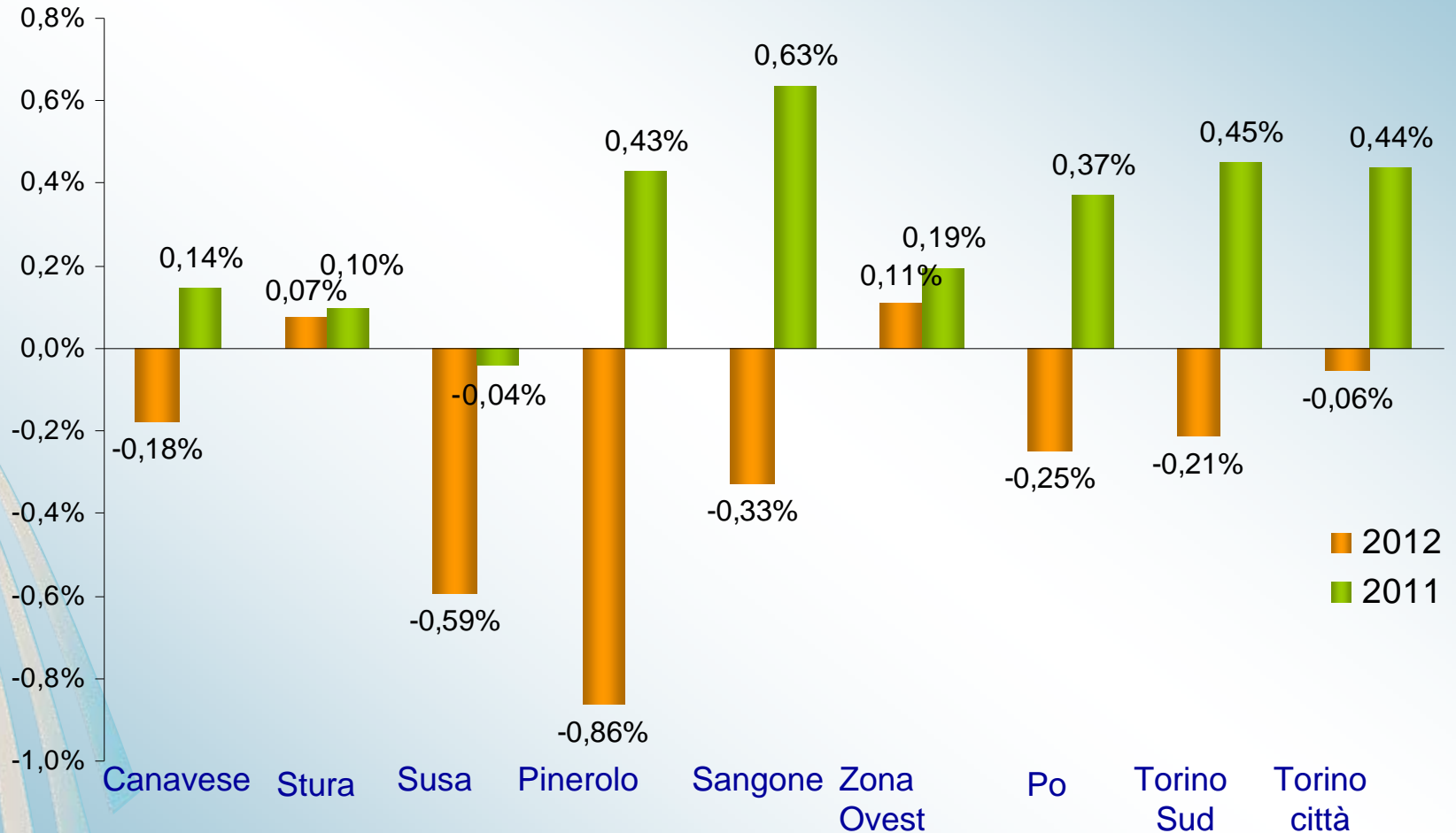
Le 9 aree sub-provinciali della provincia di Torino



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Tassi di crescita* per aree sub-provinciali Anni 2012 e 2011 a confronto



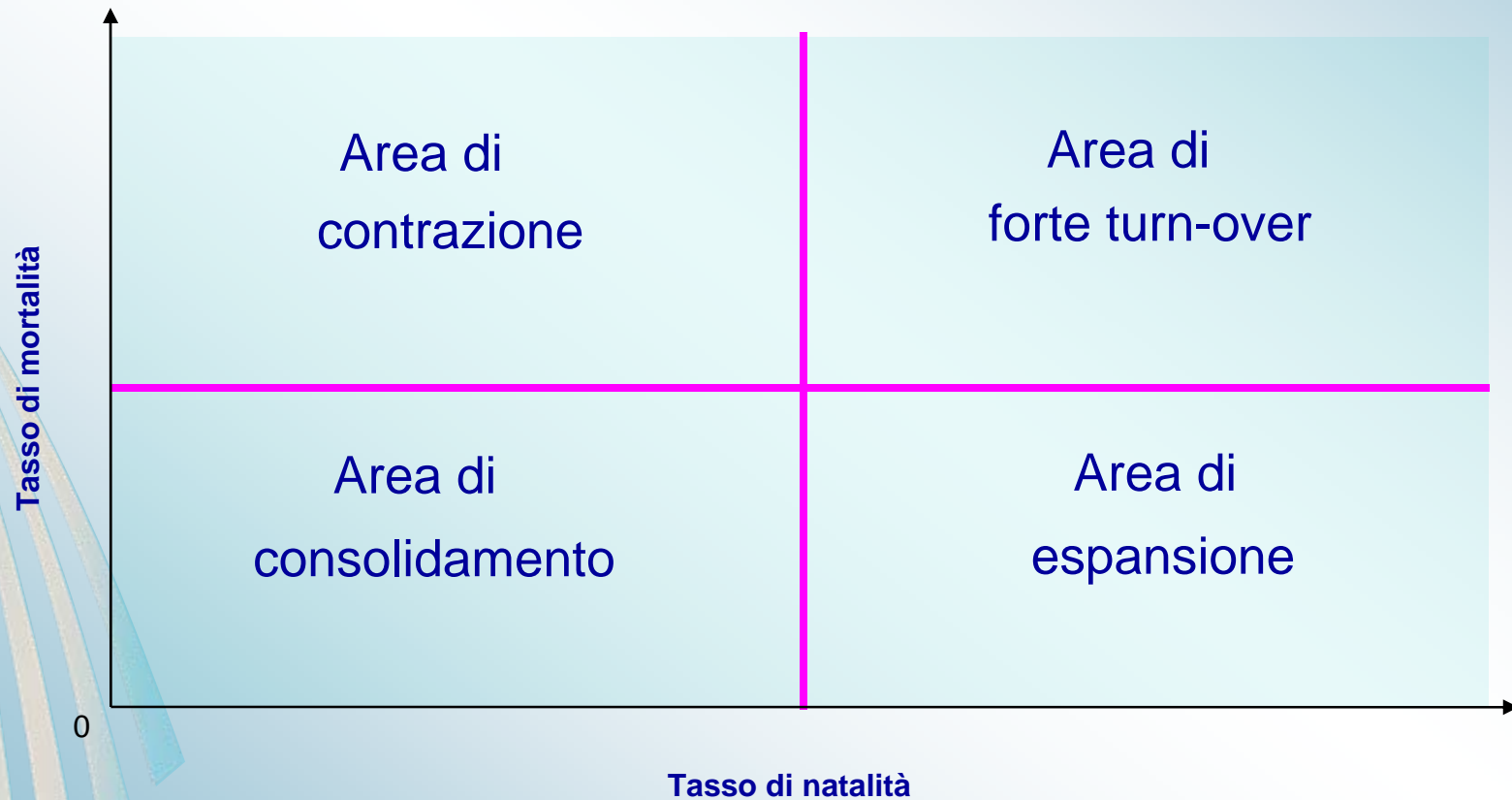
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

* Al netto delle cessazioni di ufficio

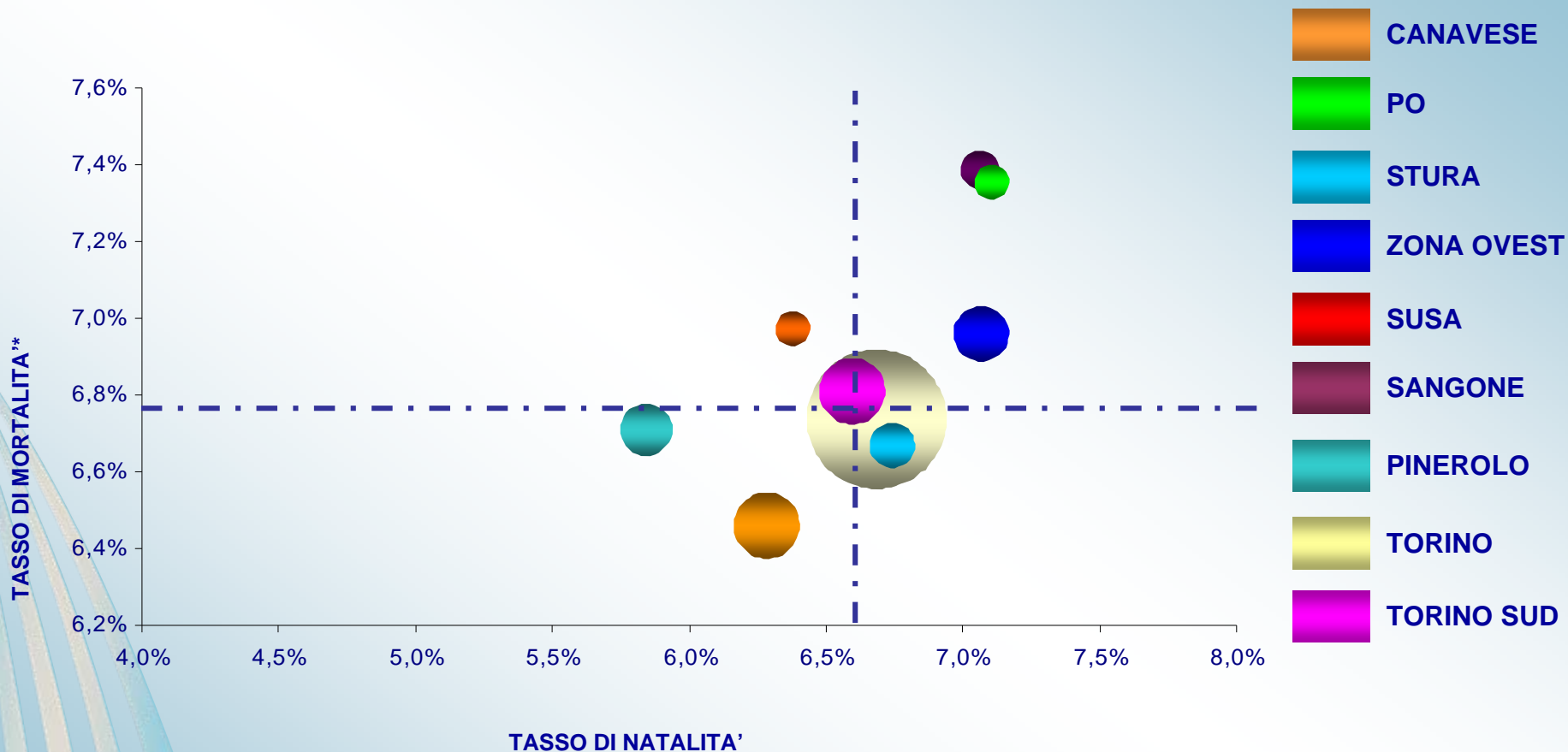
Settore Studi, Statistica e Documentazione

Schema di analisi

Interpretazione grafico



Dinamica delle aree sub-provinciali. Anno 2012



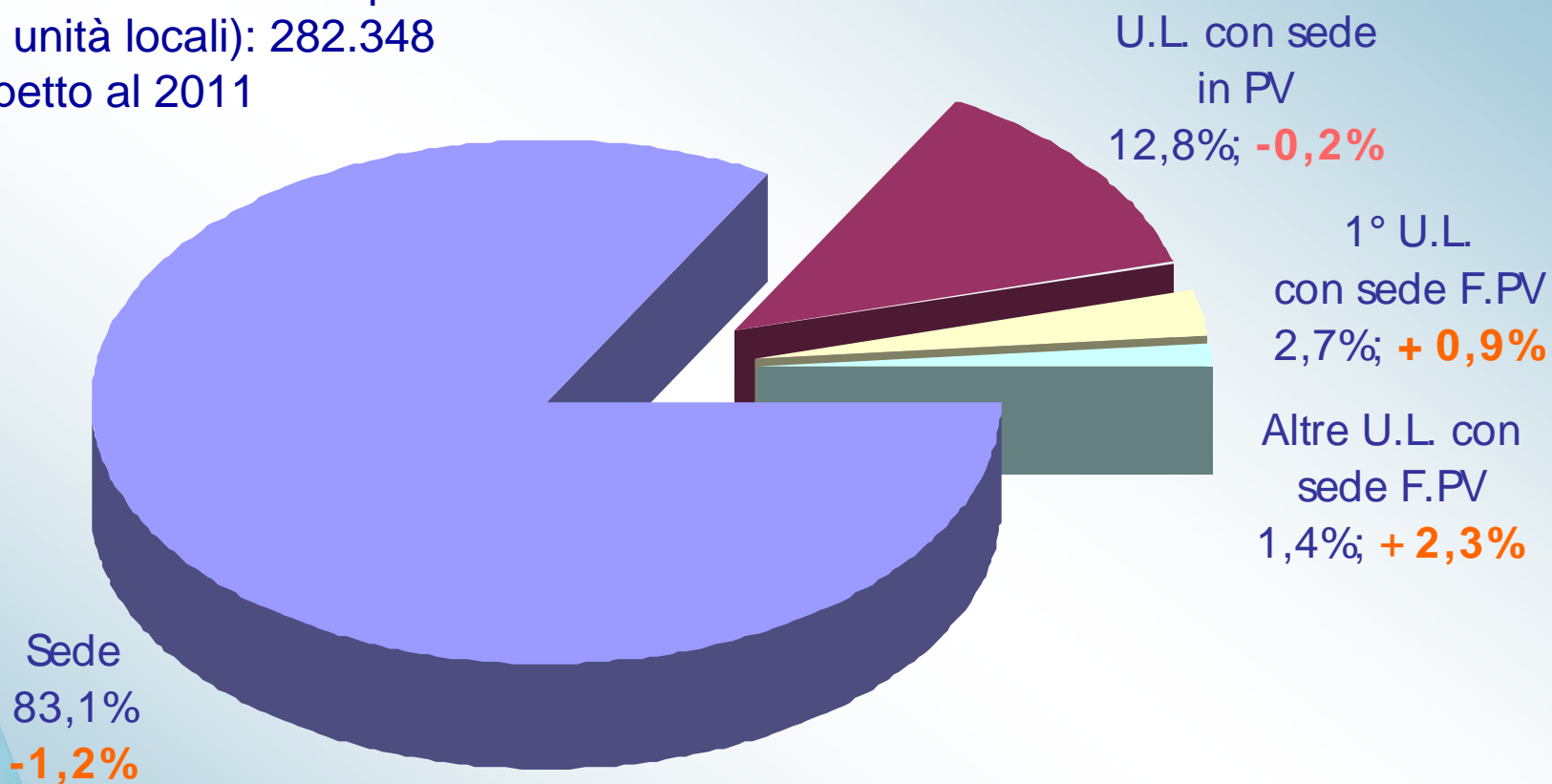
* Tasso di mortalità al netto della cessazioni di ufficio

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Localizzazioni in provincia di Torino nel 2012

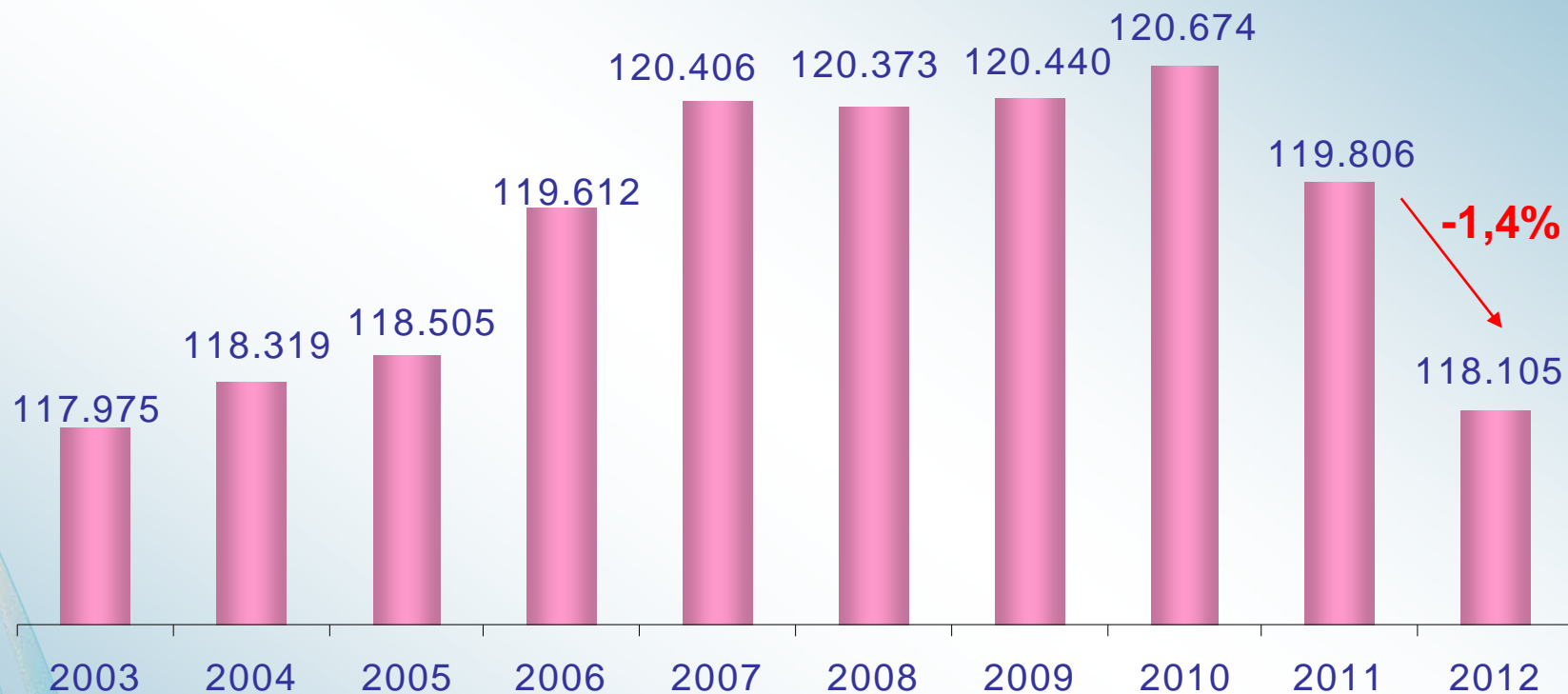
Var. % 2012/2011

Totale localizzazioni di impresa
(sedi + unità locali): 282.348
-1% rispetto al 2011



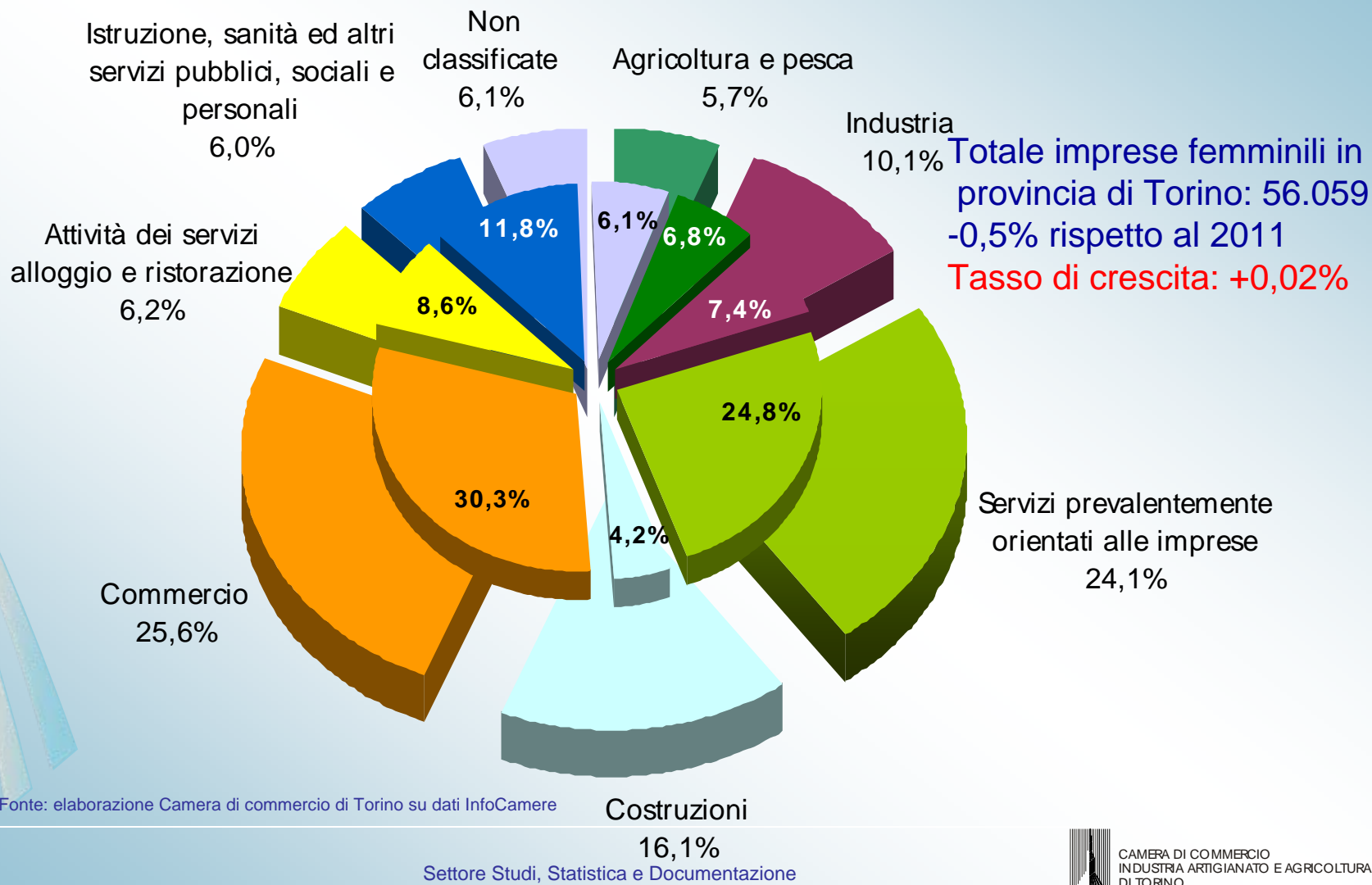
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Le imprenditrici in provincia di Torino. Anni 2003 - 2012



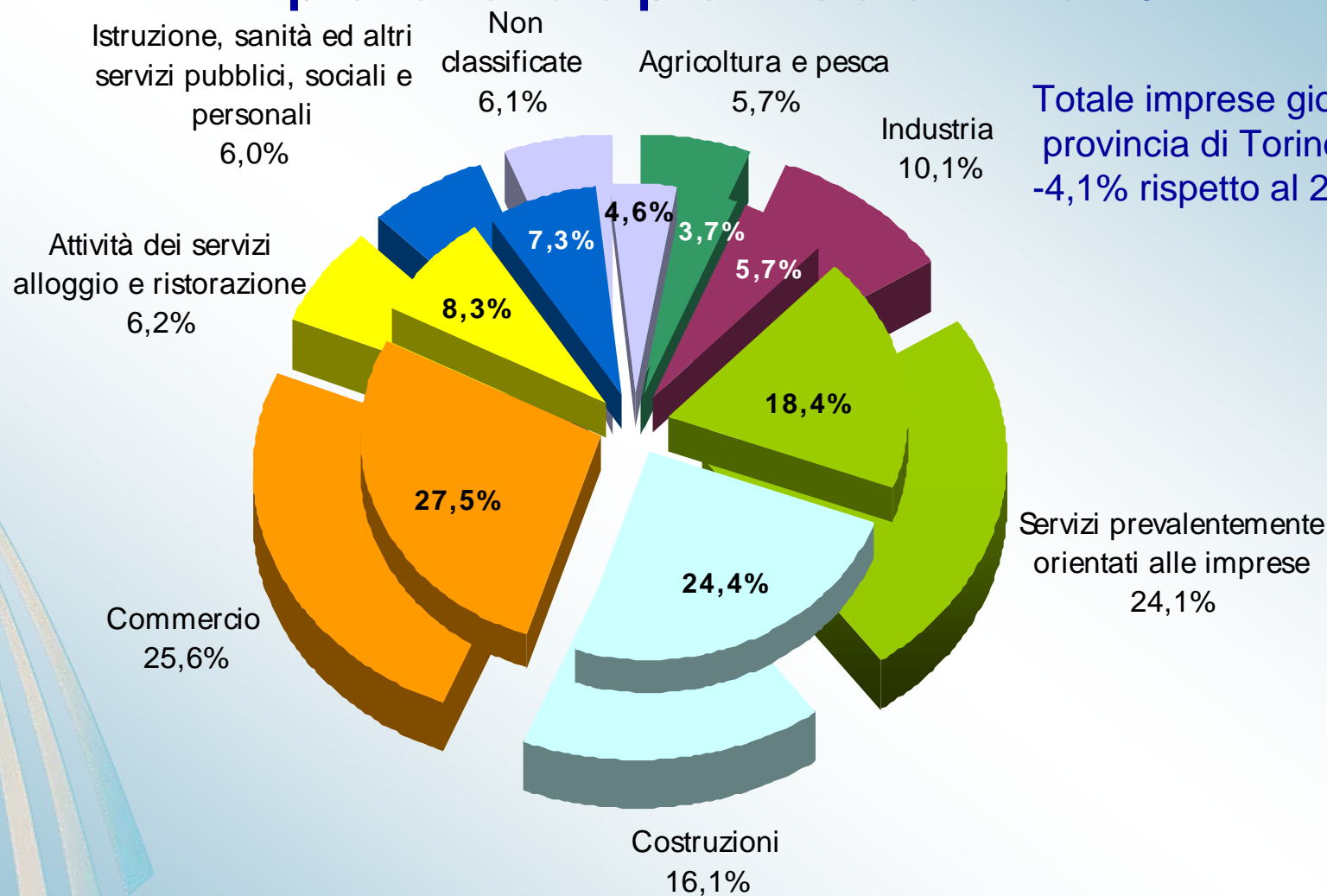
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Imprese femminili per settore: confronto con il tessuto imprenditoriale provinciale Anno 2012



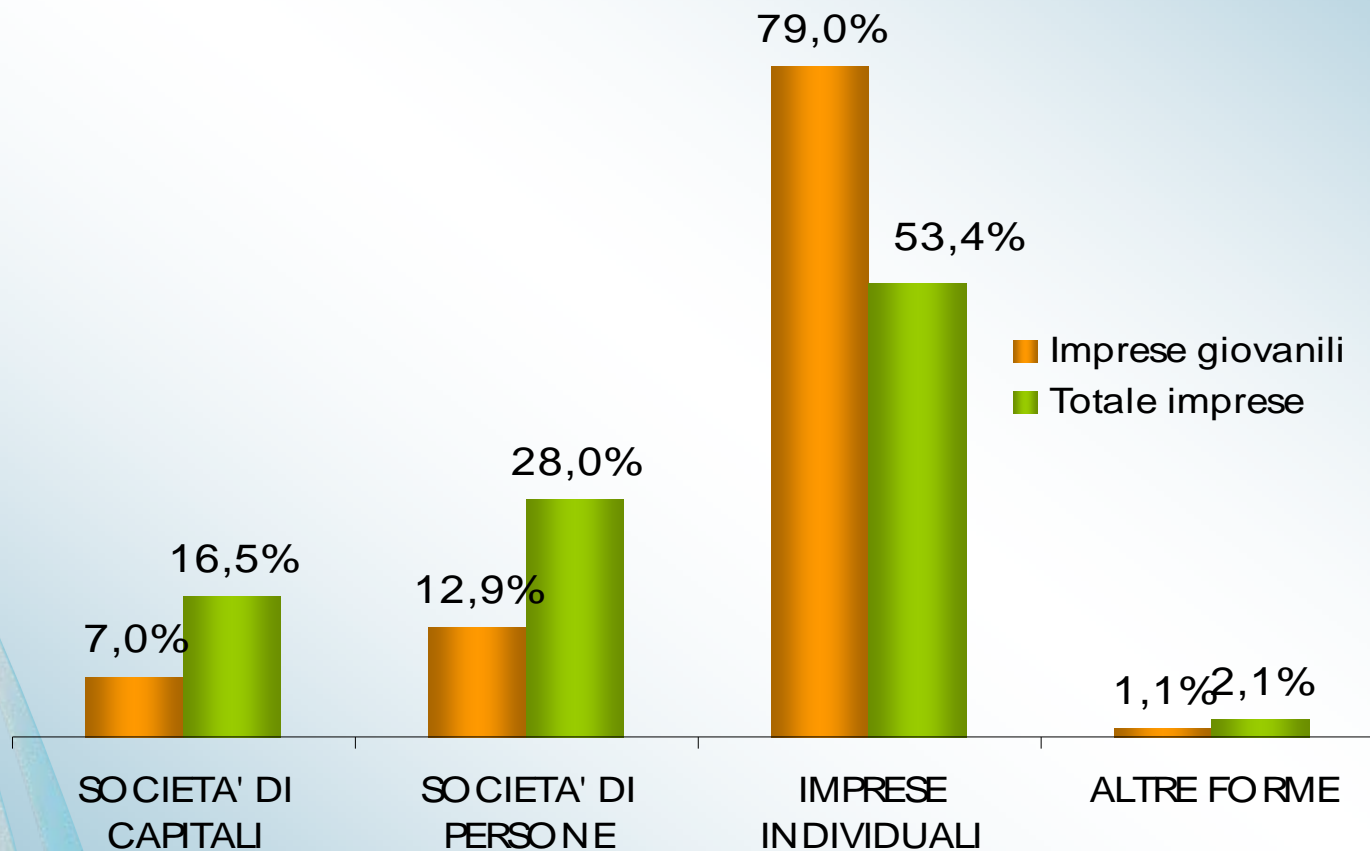
Imprese giovanili per settore: confronto con il tessuto imprenditoriale provinciale Anno 2012

Totale imprese giovanili in provincia di Torino: 26.166
-4,1% rispetto al 2011



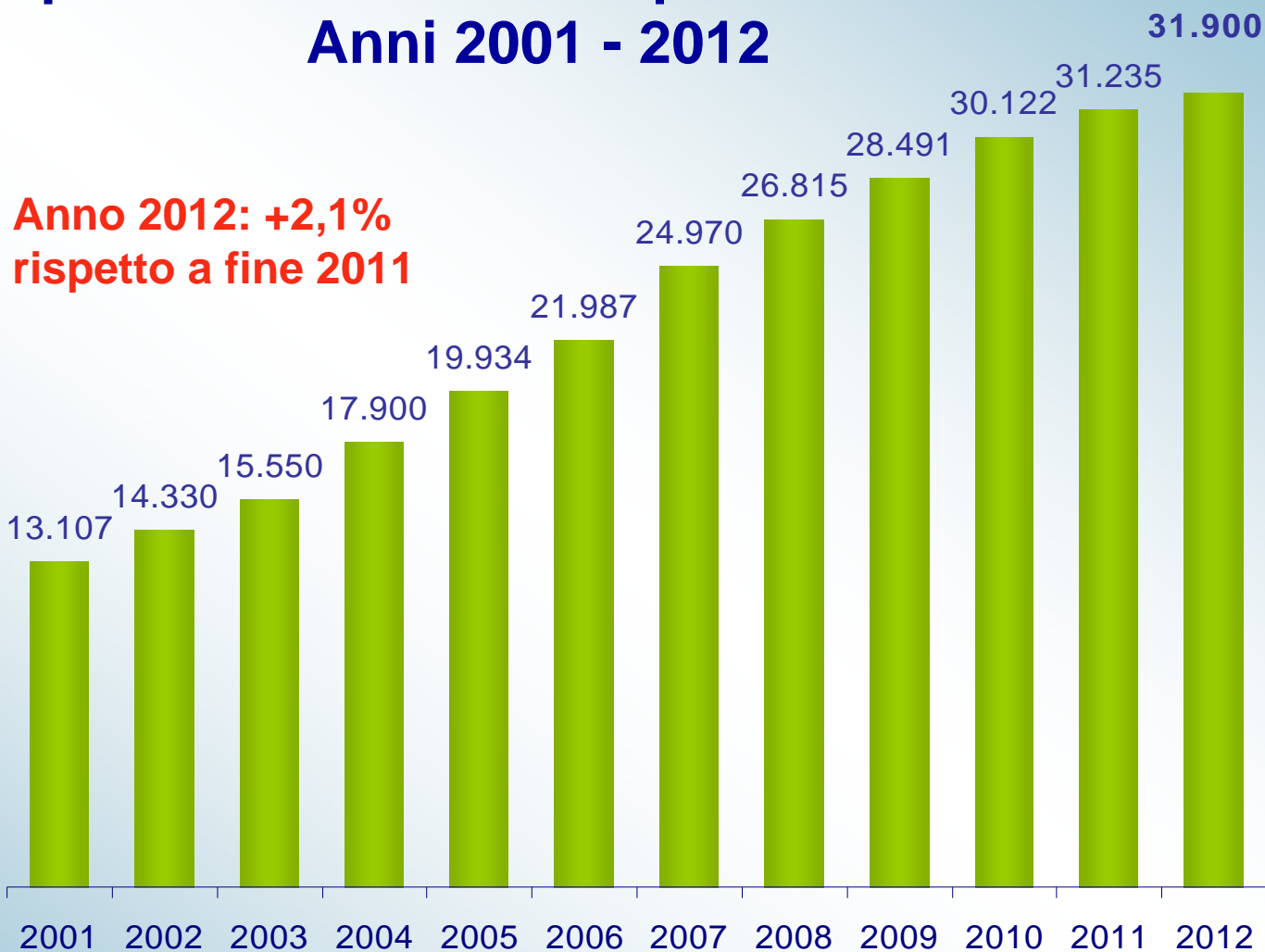
Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Imprese giovanili per natura giuridica Anno 2012



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Gli imprenditori stranieri in provincia di Torino. Anni 2001 - 2012



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

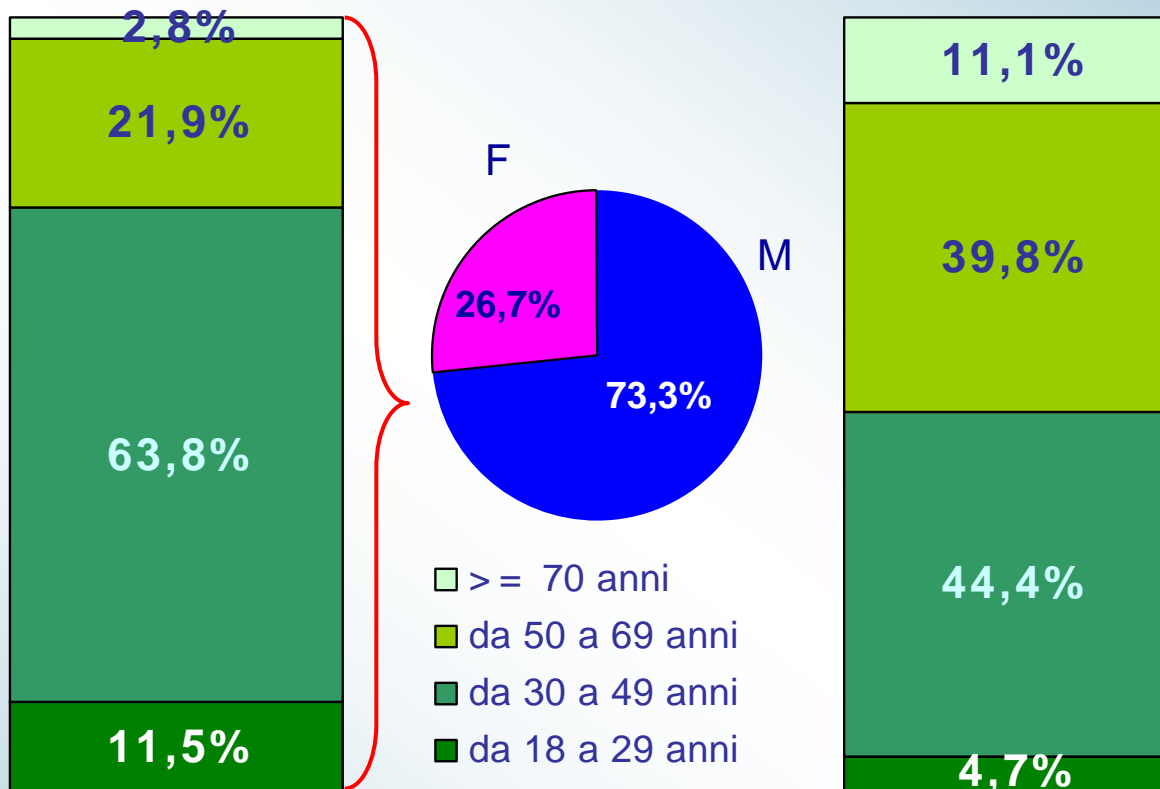
Imprenditori per nazionalità, genere e classe d'età in provincia di Torino. Anno 2012

LE PRIME TRE NAZIONALITA':

RUMENI 24,7%

MAROCCHINI 15,2%

CINESI 6,3%

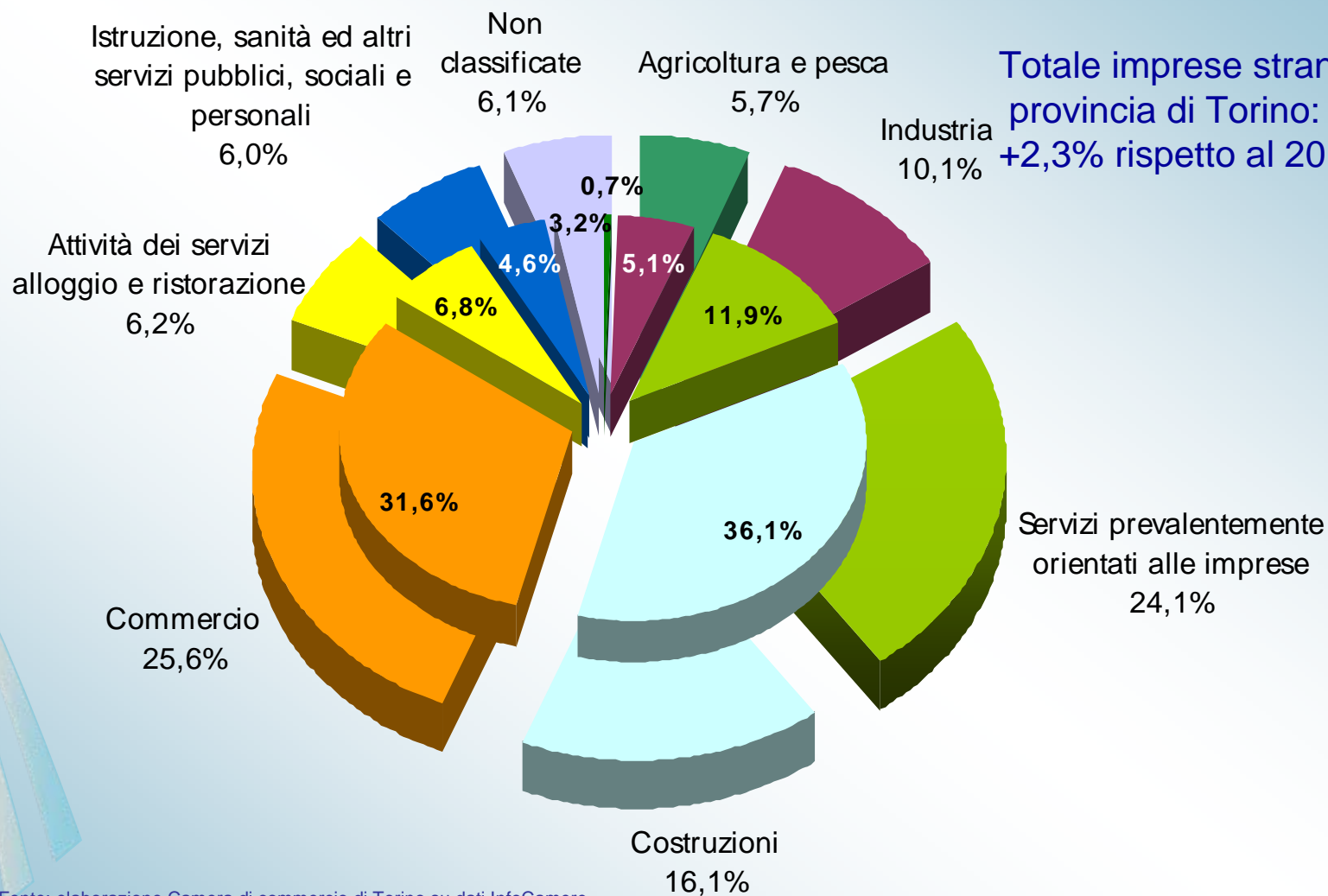


Nazionalità U.E. ed extra U.E.

Nazionalità italiana

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

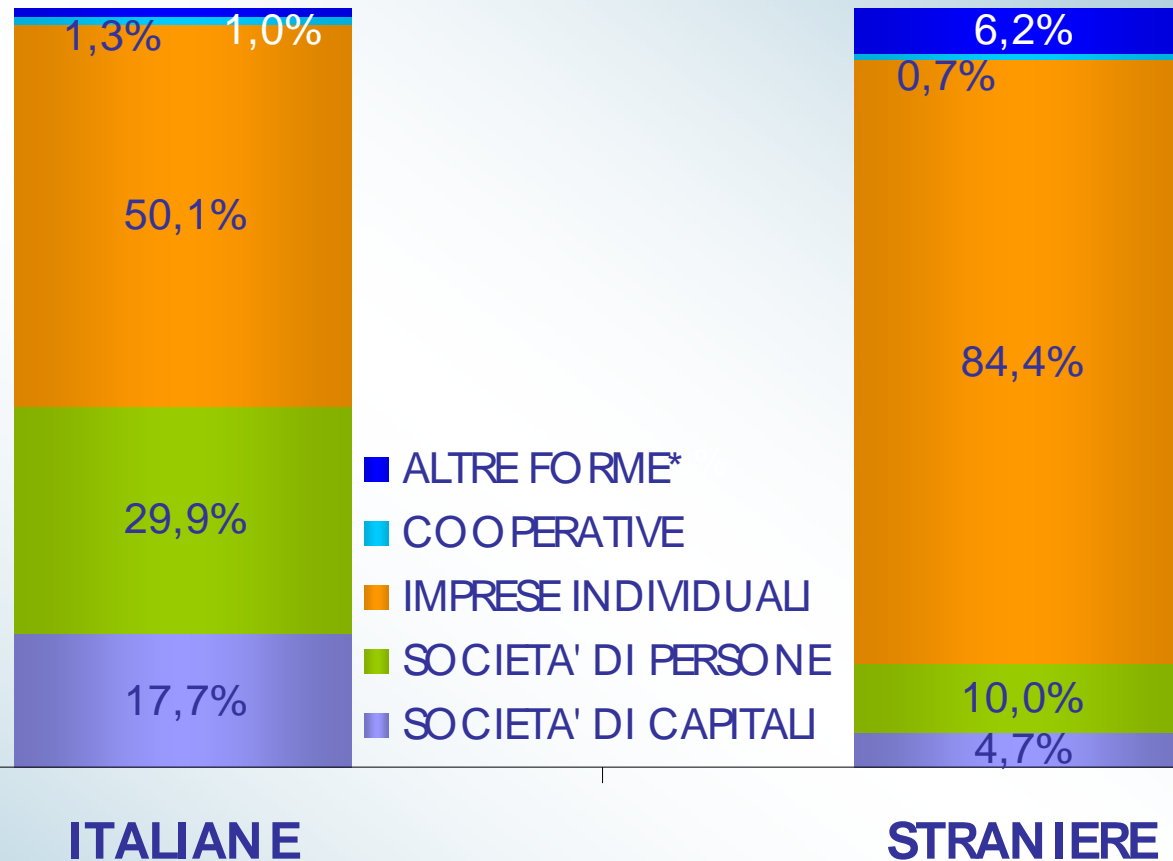
Imprese straniere per settore: confronto con il tessuto imprenditoriale provinciale Anno 2012



Totale imprese straniere in provincia di Torino: 22.200 +2,3% rispetto al 2011

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Imprese straniere ed italiane per natura giuridica. Anno 2012



Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Torino e le altre province italiane

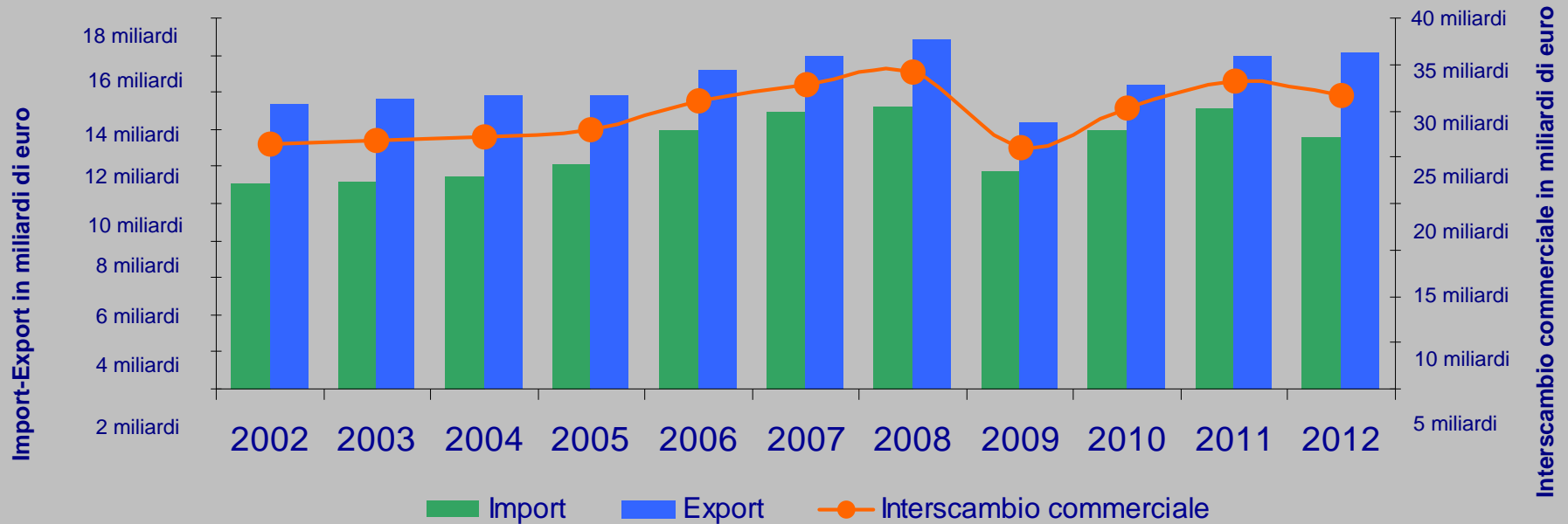
Graduatoria per presenza di imprese femminili, giovanili e straniere
sul totale delle imprese registrate

<i>Posizione</i>	Imprese femminili	<i>Posizione</i>	Imprese giovanili	<i>Posizione</i>	Imprese straniere
1	Benevento	1	Enna	1	Prato
2	Avellino	2	Crotone	2	Firenze
3	Frosinone	3	Vibo Valentia	3	Trieste
4	Isernia	4	Reggio Calabria	3	Imperia
5	Campobasso Chieti	5	Caserta	5	Reggio Emilia
...
34	Napoli	13	Napoli	8	Milano
58	Torino	43	Torino	11	Roma
85	Roma	76	Roma	22	Torino
105	Milano	101	Milano	98	Napoli

Fonte: elaborazione Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Provincia di Torino: commercio estero

anni 2002 - 2012

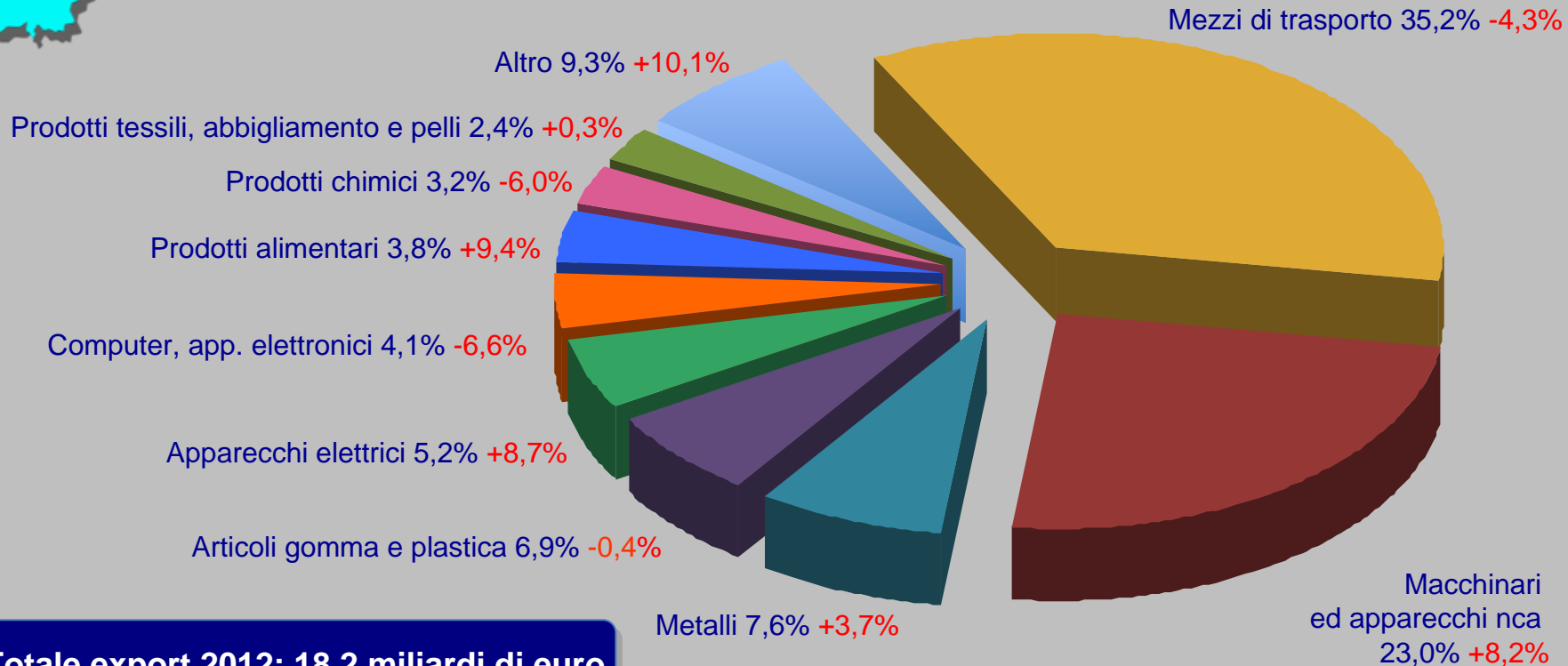


Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

L'export della provincia di Torino per settori anno 2012 e variazione % 2012/2011

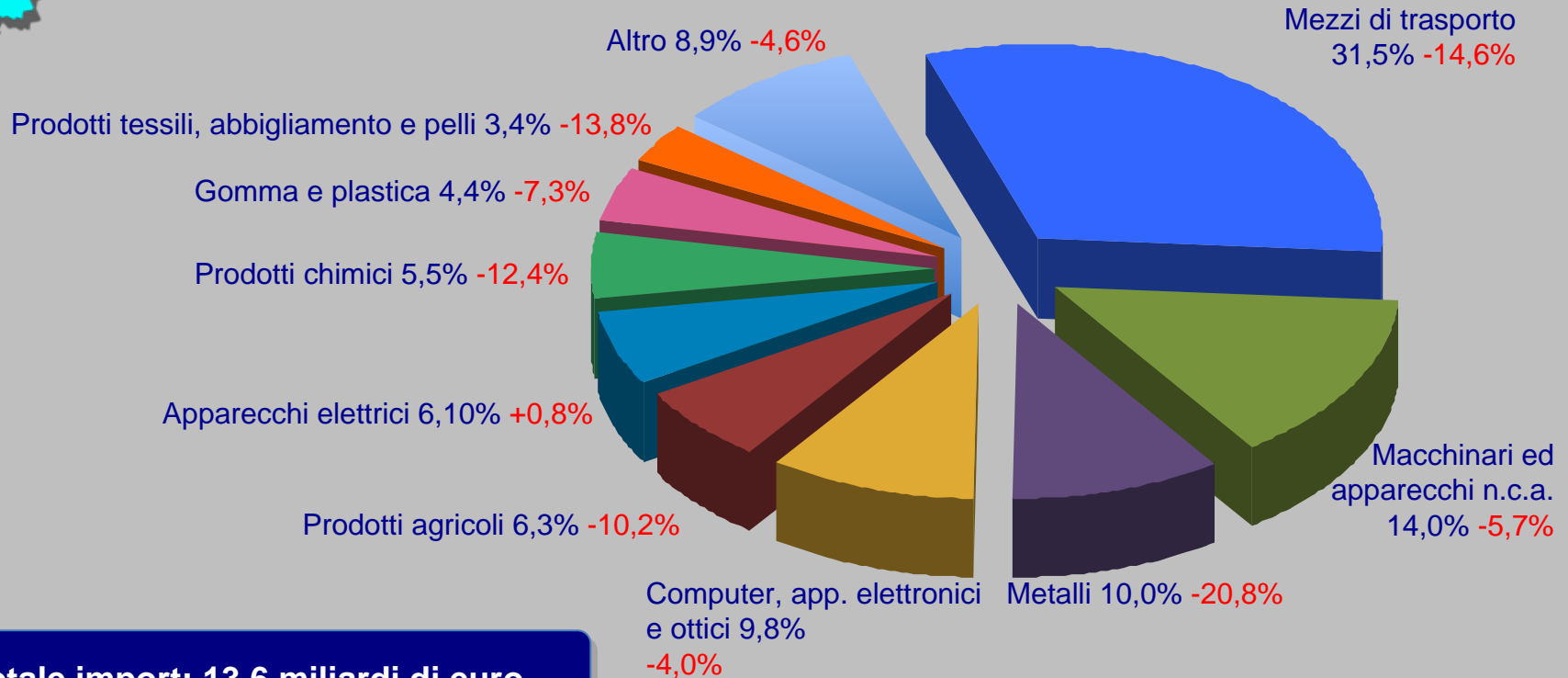


**Totale export 2012: 18,2 miliardi di euro
+0,9% rispetto al 2011**

Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat



L'import della provincia di Torino per settori anno 2012 e variazione % 2012/2011

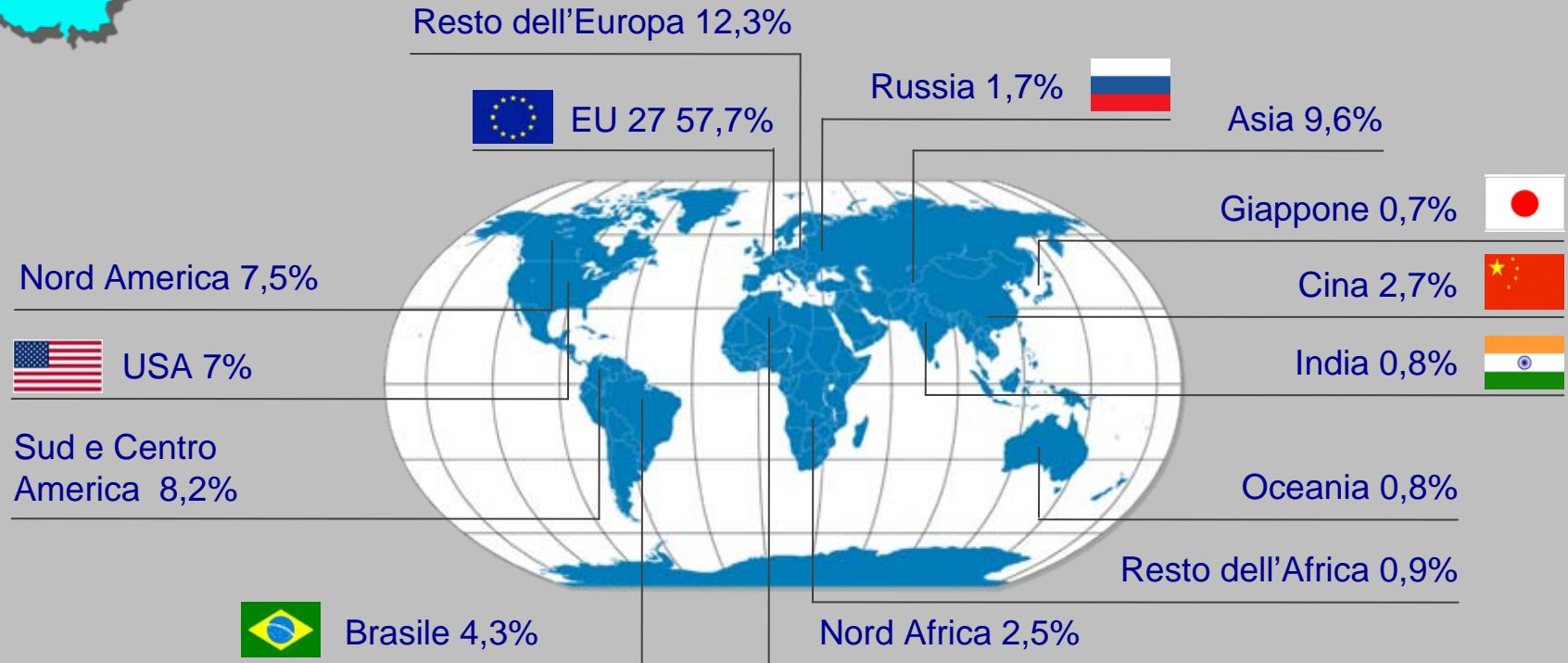


**Totale import: 13,6 miliardi di euro
-10,7% rispetto al 2011**

Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat



L'export della provincia di Torino per aree di destinazione, anno 2012

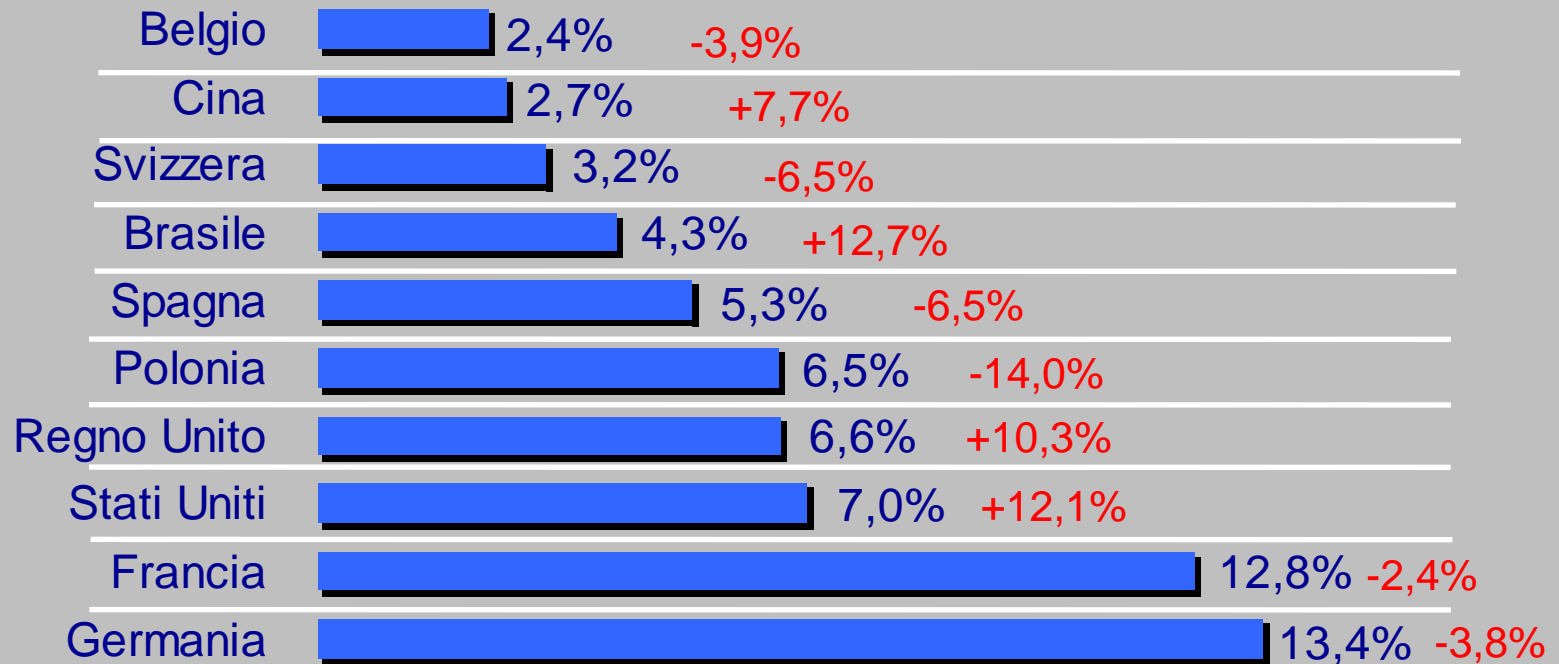


Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

I principali Paesi destinatari delle merci torinesi anno 2012 e variazione % 2012/2011

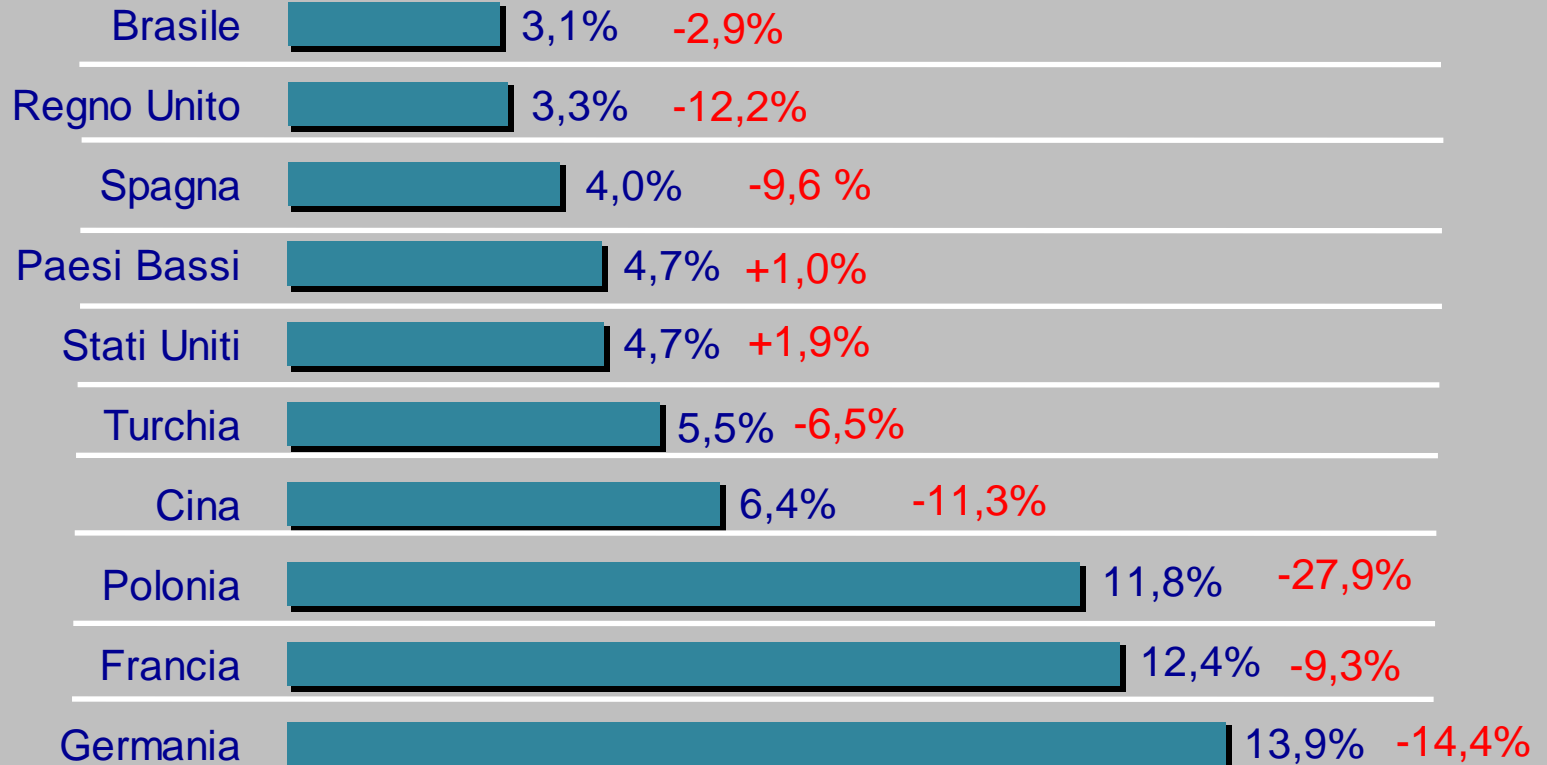


Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

I principali Paesi importatori in provincia di Torino anno 2012 e variazione % 2012/2011



Fonte: elaborazione della Camera di commercio di Torino su dati Istat

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

La nazionalità delle imprese a controllo estero in provincia di Torino nel 2012



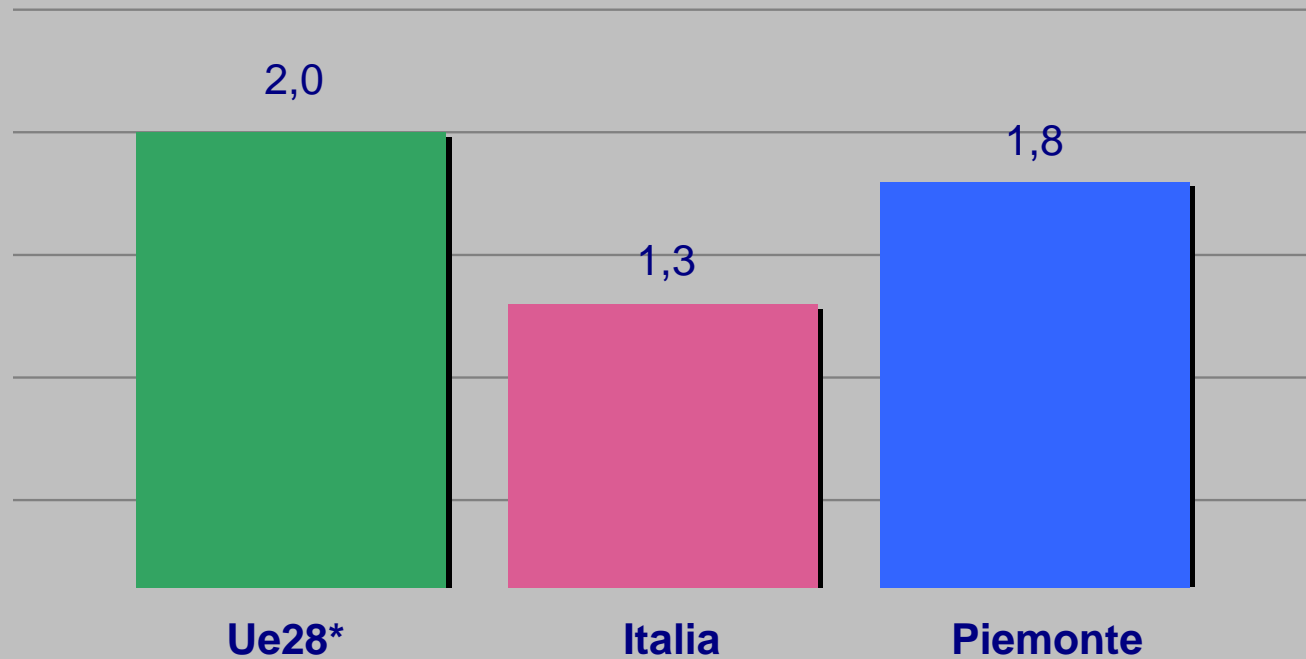
	n. imprese	% sul totale	addetti
Francia	109	21	12.000
Germania	87	17	6.000
USA	85	16	12.500
Spagna	38	7	1.300
Gran Bretagna	34	7	13.400
Giappone	21	4	3.400
Totale provincia Torino	519	100	65.800

Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati R & P Srl- Ricerche e Progetti – banca dati Reprint

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Percentuale di spesa in R&S sul PIL anno 2010



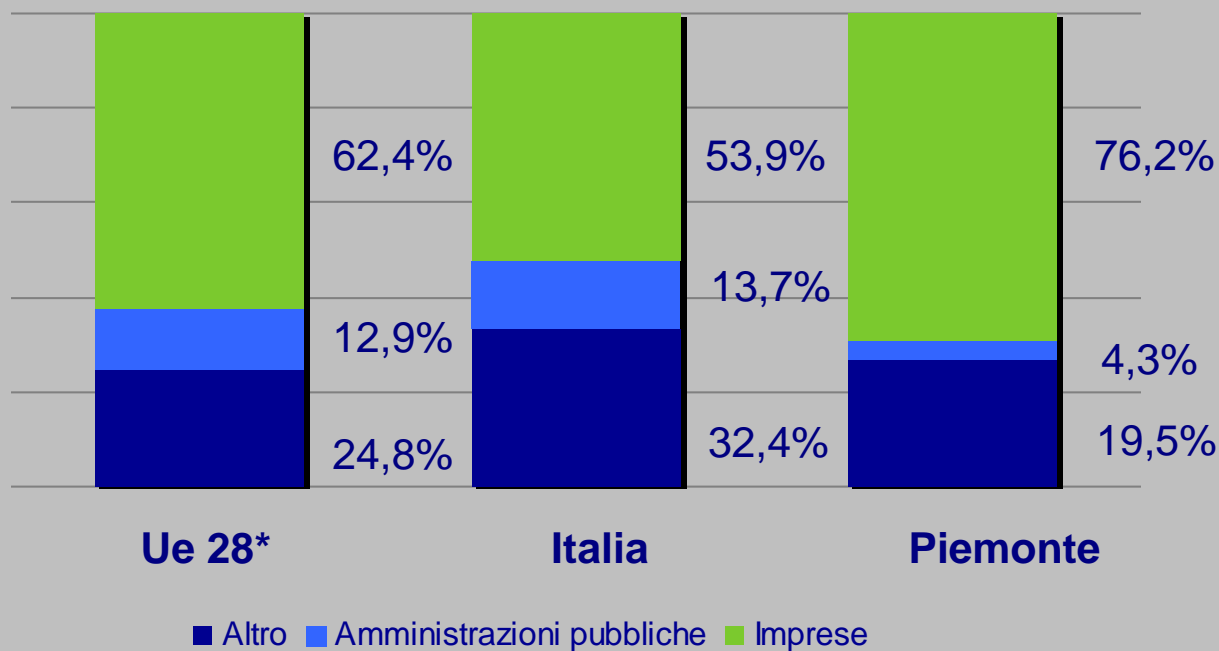
**Piemonte - Totale spesa in R&S:
2.254.793 migliaia di euro
11,5% della spesa R&S italiana**

* Dati 2010

Fonte: ISTAT-EUROSTAT



R&S per settore istituzionale anno 2010



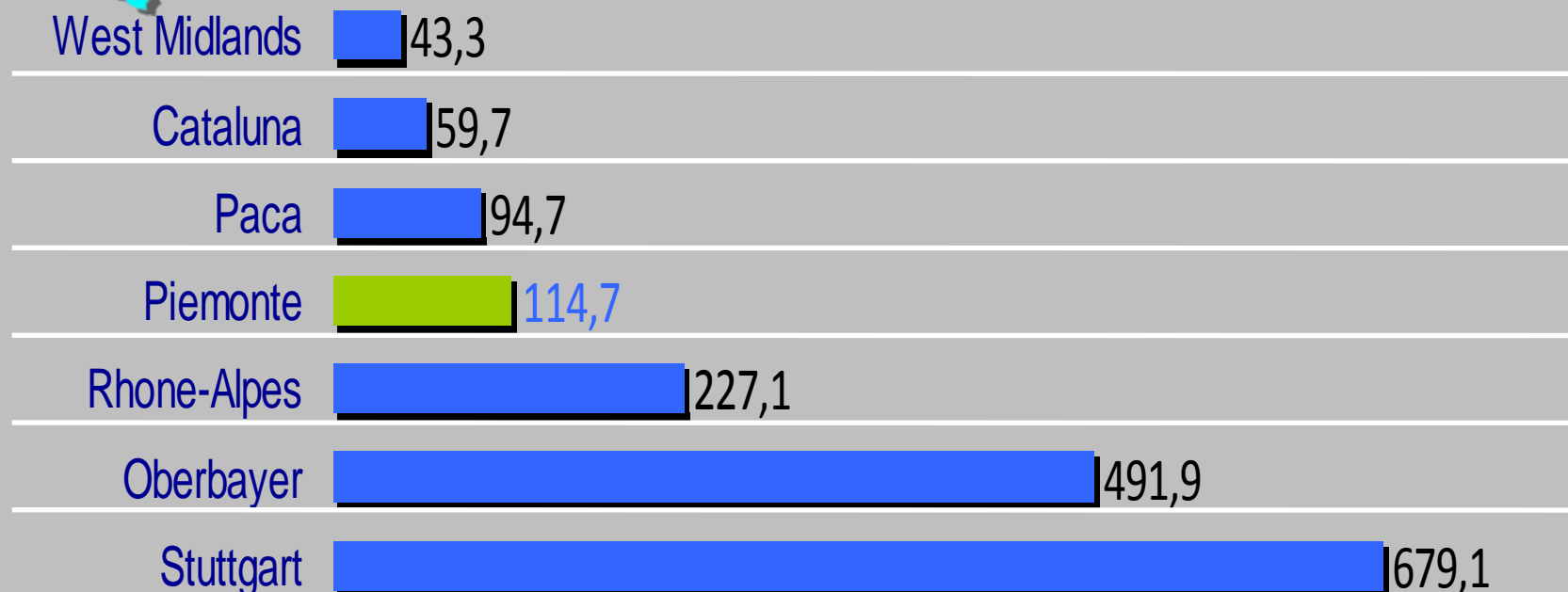
* Stima 2011

Fonte: ISTAT-EUROSTAT

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Domande brevetto EPO: confronto regioni europee per milione di abitanti- anno 2010



Fonte: Eurostat – Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati Giornata dell'Economia

Le filiere produttive in Piemonte

- Automotive
- Aerospazio
- Information
Communication
Technologies
- Meccatronica
- Ambiente
- Design
- Alimentare





Automotive: numeri e competenze

	n. imprese	addetti	fatturato 2012	fatturato auto 2012
Piemonte	872	90.437	17,95	15,12
			Stima € in MLD*	Stima € in MLD**

Le competenze

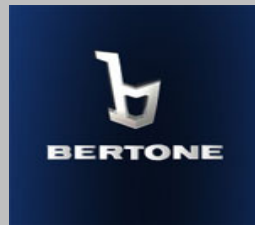
- Polo italiano automotive
- Sistema produttivo completo
- Specializzazioni:
 - styling, engineering e prototipazione;
 - sistemi, robotica e automazione;
 - componenti e moduli, produzione di massa e di nicchia

*proiezione sull'universo della stima campionaria di fatturato verso tutta l'economia.

**proiezione sull'universo della stima campionaria di fatturato verso la sola filiera automotive.



Automotive: aziende leader



pininfarina

GIUGIARO
DESIGN



CARCERANO
creative engineering



Aerospazio: numeri e competenze



	n. imprese	n. addetti	fatturato
Piemonte	Oltre 300 Pmi	Oltre 12mila	2,6
5 grandi imprese			

(miliardi di Euro)

Le competenze

- Aircrafts
- Satellites
- Rockets
- Engines
- Ground Equipment
- Ground Systems
- Other Sub-Systems



Fonte: Comitato Promotore del Distretto Aerospaziale Piemontese

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Aerospazio: aziende leader





ICT: numeri e competenze

	Torino	Piemonte	Italia
Totale imprese	5.290	7.878	100.750

Le competenze

- Multimedia
- Security
- Intelligent Transport System
- ERP
- Industrial automation
- Telecommunications
- Finance
- Hardware/Firmware
- Development



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Meccatronica: numeri e competenze



	n. imprese	n. addetti	fatturato
Piemonte	1.300	125.000	20 Mld. €/anno

Le competenze

- automotive e ferroviario
- aeronautica e aerospazio
- automazione, robotica, macchine utensili
- ict
- domotica e settore del bianco
- impiantistica, imballaggio
- tessile e stampa
- energia e ambiente
- chimica
- agroalimentare
- edilizia e costruzioni
- medicale



Fonte: Mesap ed elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere



Il sistema ambiente in Piemonte: numeri e competenze

	Piemonte	Torino
numero imprese	1.189	54%
numero addetti	35.000	n.d.

Le competenze

- Energia (il **47%** delle eco imprese)
- Rifiuti (il **28%**)
- Acqua (il **13%**)
- Aria-Rumore (il **6%**)
- Servizi consulenza (il **4%**)
- Altro (il **2%**)



Fonte: Centro Estero Internazionalizzazione Piemonte,
Rapporto Eco-Imprese e Piemonte

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione



Il Design: numeri e competenze

	n. imprese	fatturato globale	n. addetti	fatturato per addetto
Piemonte	850	13 miliardi di euro	42.957	299,0 migliaia di euro

I campi di applicazione del design

- Product design
- Transportation design
- Grafica e comunicazione
- Moda/tessile



Fonte: "Analisi dell'evoluzione dell'offerta di design in Piemonte" - Camera di commercio di Torino - 2012

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione



Agroalimentare: i numeri

	n. Imprese 2012	export 2012 miliardi di euro	n. addetti (stima StockView)
Piemonte	64.832	4,3	123.728



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere e ISTAT

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione



Agroalimentare: alcune realtà del territorio



Consorzio
Dell'Asti Spumante



Slow Food®



Biotecnologie: numeri e competenze



	Piemonte	Torino
numero imprese	467	335

Le competenze

- strumenti medicali
- strumenti elettromedicali
- strumenti diagnostici
- protesi ortopediche
- prodotti farmaceutici
- R&S in scienze naturali



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

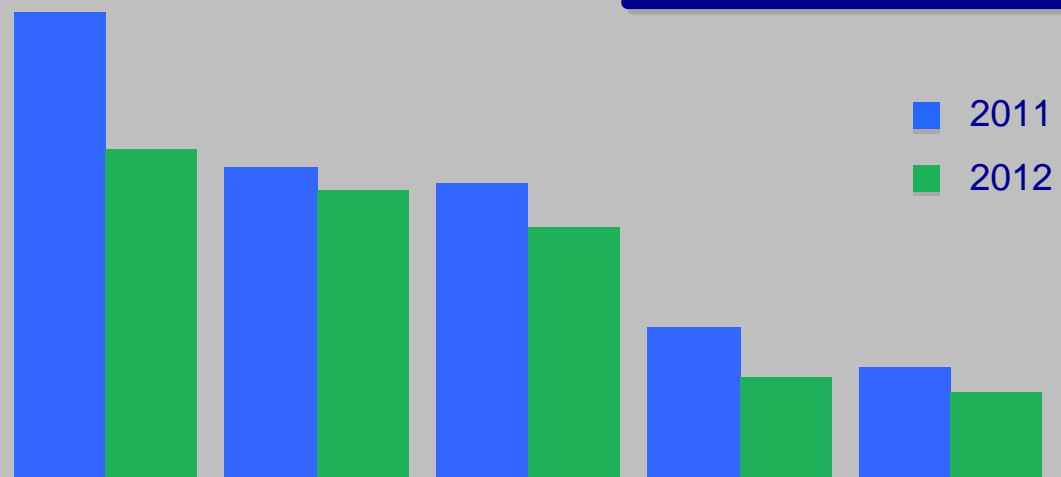
23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

I primi cinque musei del sistema museale metropolitano



3,7 milioni di visitatori nel 2012



Castello Reggia di Venaria

Museo Nazionale Cinema

Museo Egizio

Palazzo Reale

Museo dell'Automobile



Fonte: Regione Piemonte, Osservatorio Turistico Regionale- dati aggiornati ad settembre 2013

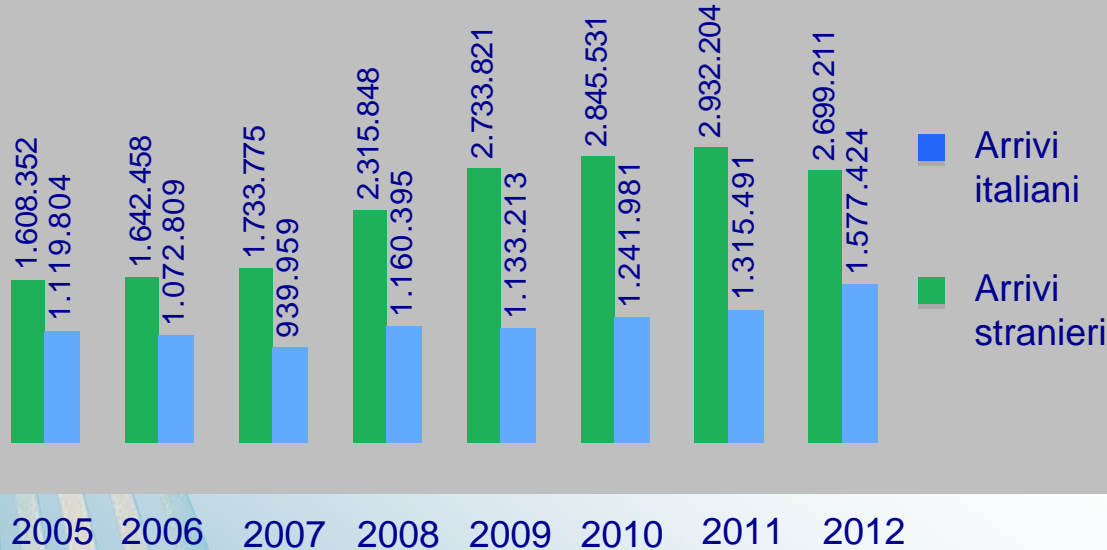
23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Turisti in Piemonte

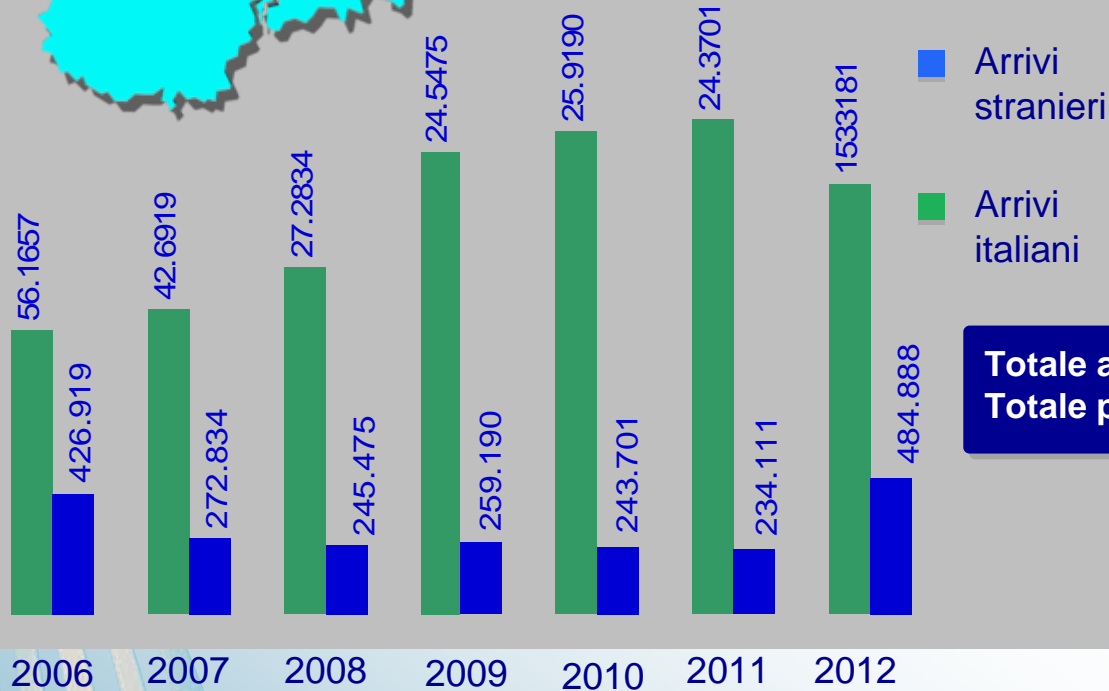


Totale arrivi 2012: 4 milioni 277mila
Totale presenze 2012: 12 milioni 415mila



Fonte: Regione Piemonte, Osservatorio Turistico Regionale

Turisti in provincia di Torino



Totale arrivi 2012: 2 milioni circa
Totale presenze 2012: 5 milioni 515 mila

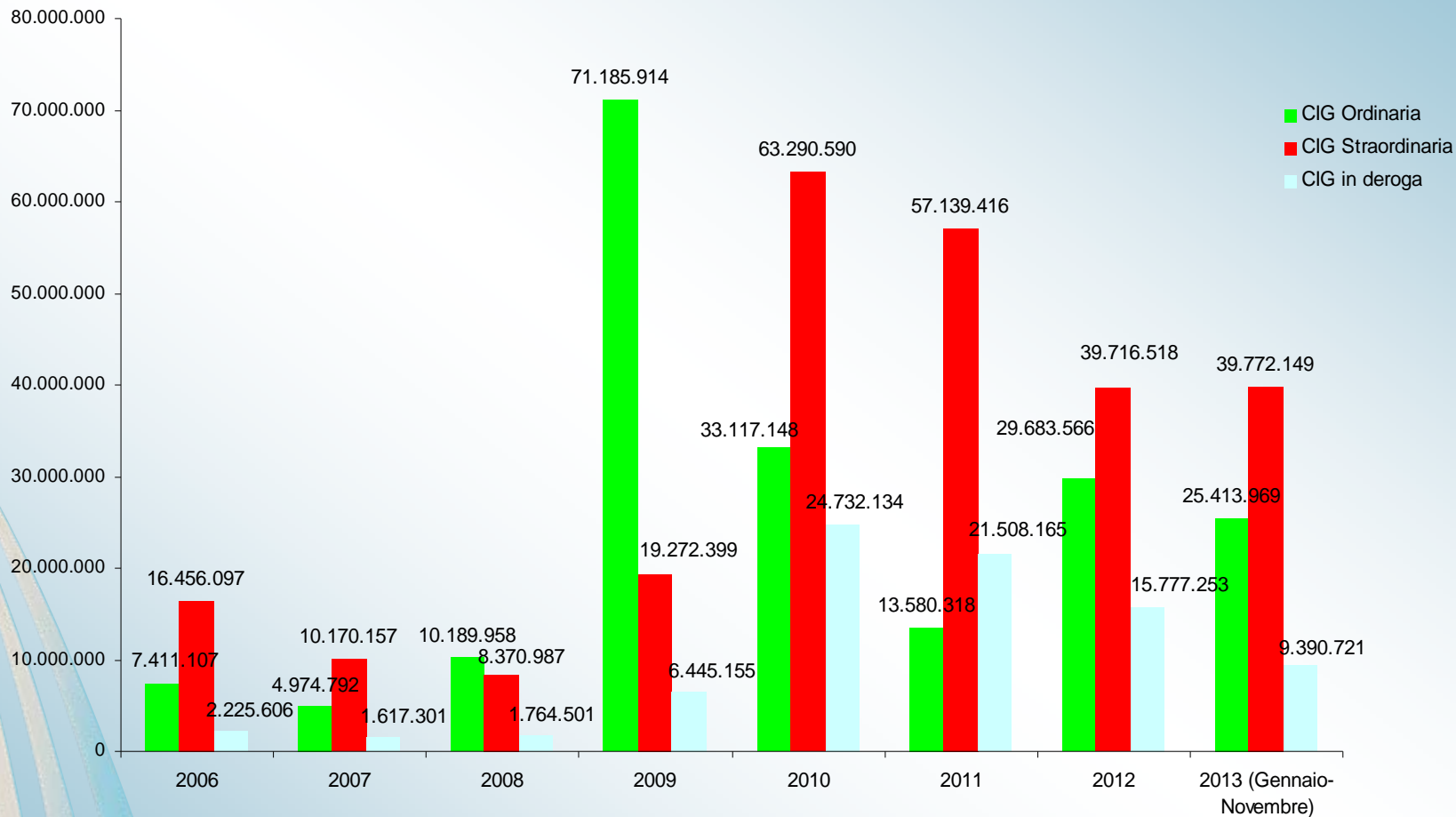


Fonte: Regione Piemonte, Osservatorio Turistico Regionale

23/01/2014

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Numero di ore di cassa integrazione guadagni autorizzate in provincia di Torino



Fonte: Inps

Occupati in provincia di Torino per settore di attività e rapporto di lavoro Anno 2012

Agricoltura	1.726	10.565	12.291
Industria	248.749	56.638	305.387
<i>di cui: in senso stretto</i>	207.944	22.775	230.719
Servizi	465.237	164.138	629.375
Totale	715.712	217.655	933.367

Nel 3° trimestre 2013 in Piemonte il nr. di occupati è calato dello 0,2% rispetto allo stesso periodo del 2012

Fonte: ISTAT

XVI Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi (anno 2012 - I semestre 2013)

Con la collaborazione di



Settore Studi, Statistica e Documentazione

Caratteristiche generali dell'indagine

- Obiettivi
- Metodo di rilevazione
- Scelta e dimensione del campione
- Confrontabilità dei risultati

Caratteristiche generali dell'indagine

- Obiettivi
 - Rilevazione della spesa per diverse categorie di consumo e confronto con gli anni precedenti
 - Consumo come esperienza di comportamento rilevata a livello familiare
 - Consumo come riflesso di relazioni e parte della storia torinese
 - Abitudini di consumo e loro variazioni nel tempo
- Metodo di rilevazione
- Scelta e dimensione del campione
- Confrontabilità dei risultati

Caratteristiche generali dell'indagine

- Obiettivi
- Metodo di rilevazione
 - Libretto degli acquisti: per annotare le spese correnti della famiglia intervistata nel corso di dieci giorni (periodo di rilevazione)
 - Questionario: per annotare le spese che vengono effettuate a intervalli più lunghi (p. es. per beni durevoli)
- Scelta e dimensione del campione
- Confrontabilità dei risultati

Caratteristiche generali dell'indagine

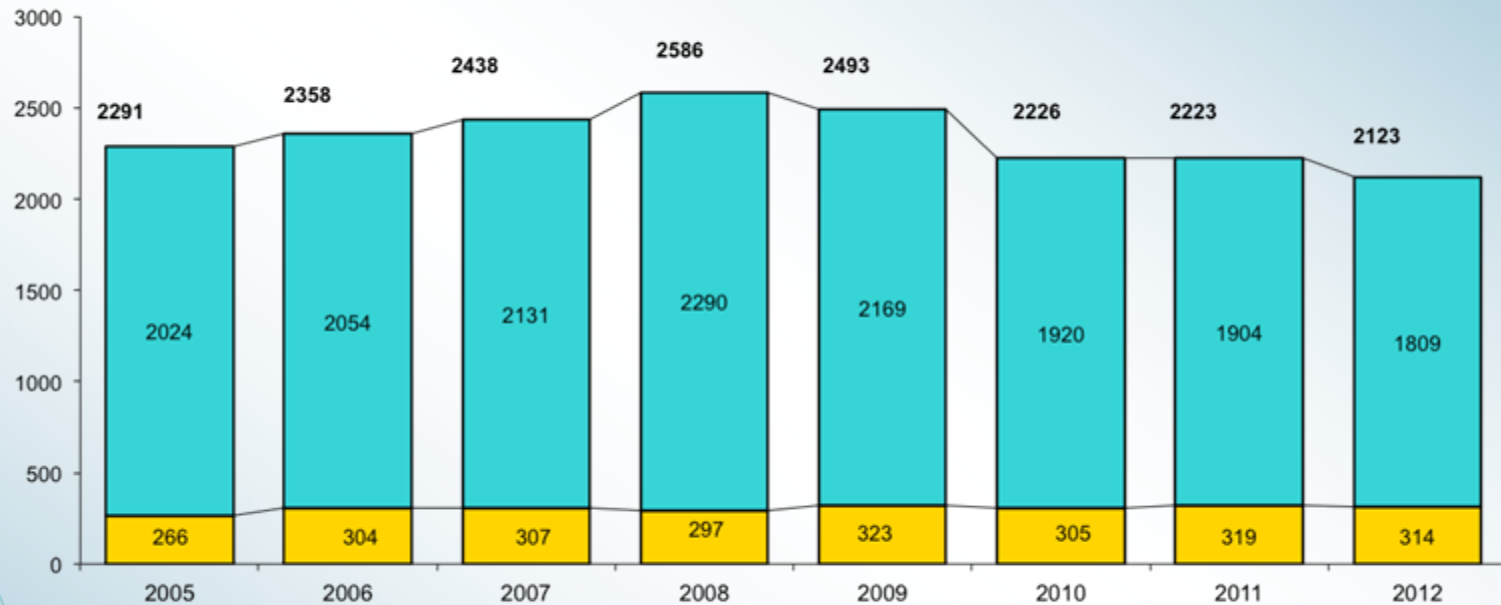
- Obiettivi
- Metodo di rilevazione
- Scelta e dimensione del campione
 - 240 famiglie torinesi intervistate ogni anno, nella persona del *“responsabile degli acquisti”*
 - Ripartizione proporzionale a priori secondo *“dimensione familiare”* e *“tipologia familiare”* (*“single”*, *“coppia senza figli”*, *“coppia con figli”*, *“nucleo monoparentale”*, *“altro”*)
 - Verifiche su alcune categorie di occupazione e stati di inoccupazione del capofamiglia e dei componenti
- Confrontabilità dei risultati

Caratteristiche generali dell'indagine

- Obiettivi
- Metodo di rilevazione
- Scelta e dimensione del campione
- Confrontabilità dei risultati
 - - Indagine nazionale Istat
 - - Indagine sul comune di Milano della Camera di Commercio di Milano

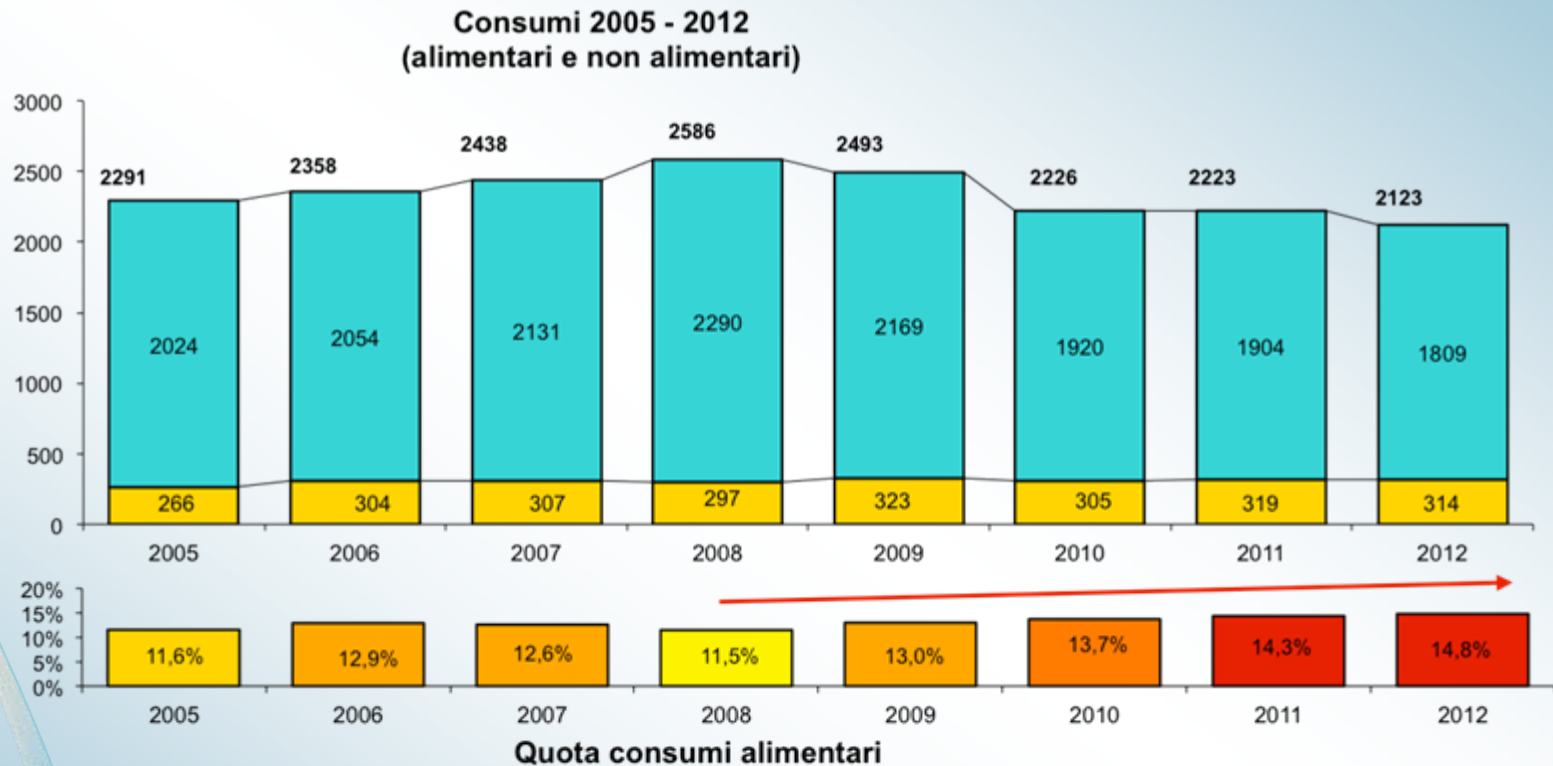
Risultati sintetici complessivi

Consumi 2005 - 2012
(alimentari e non alimentari)



- La spesa aggregata per i consumi delle famiglie torinesi presenta una graduale crescita nominale fino al 2008, per poi contrarsi in modo progressivamente crescente nel 2009 e nel 2010. Il 2011 resta in linea con il 2010, mentre nel 2012 si verifica un'ulteriore diminuzione.

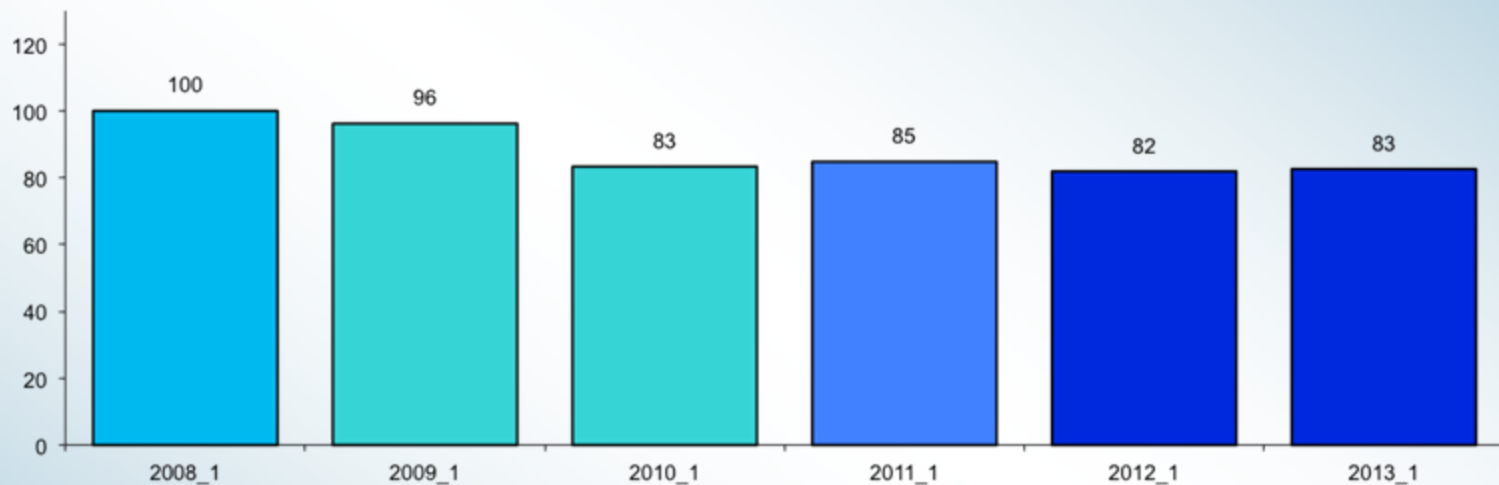
Risultati sintetici complessivi



- Alla progressiva contrazione della spesa, tra il 2008 e il 2010, si accompagna un altrettanto graduale aumento dell'incidenza della spesa alimentare sulla spesa complessiva. Tale incidenza cresce ancora nel 2011 e nel 2012.

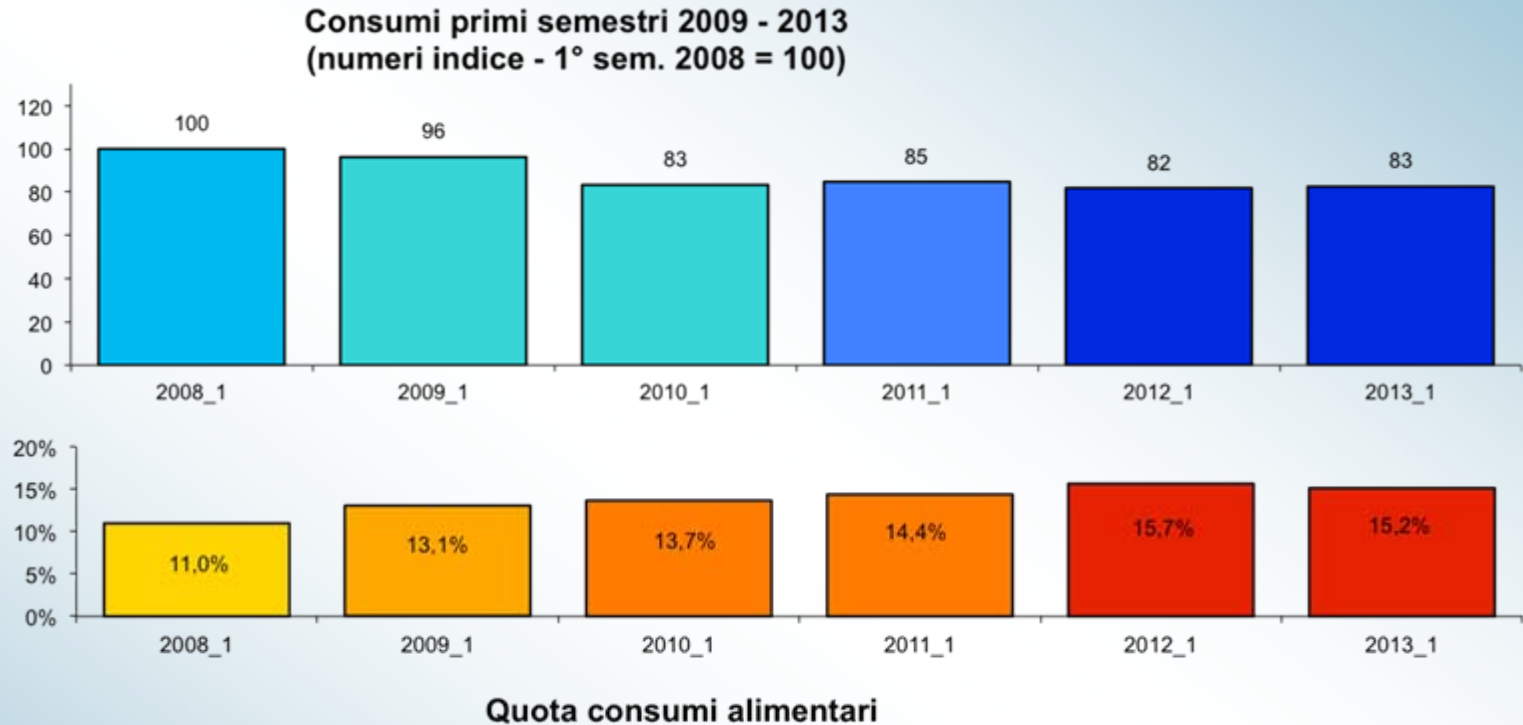
Risultati sintetici complessivi

Consumi primi semestri 2009 - 2013
(numeri indice - 1° sem. 2008 = 100)



- Primo semestre 2013: il livello di spesa è valutato ponendo uguale a 100 la spesa del primo semestre 2008. Il livello decresce fino al 2010, registra poi fluttuazioni abbastanza contenute nel periodo successivo.

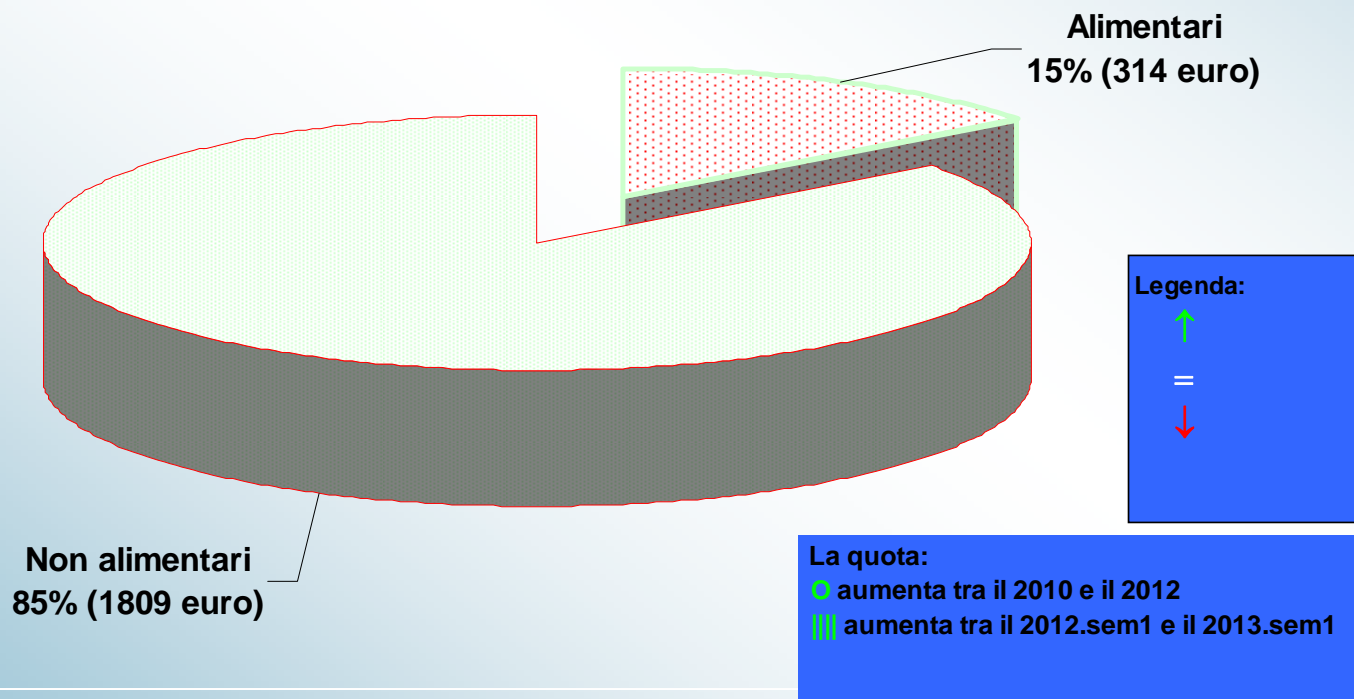
Risultati sintetici complessivi



- Primo semestre 2013: quota dei consumi alimentari stabile (leggermente inferiore) rispetto all'anno precedente. Si interrompe così una serie crescente fin dal primo semestre 2008.

Importanza reciproca dei comparti alimentare e non alimentare

Quote per consumi non alimentari nel 2012
Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)

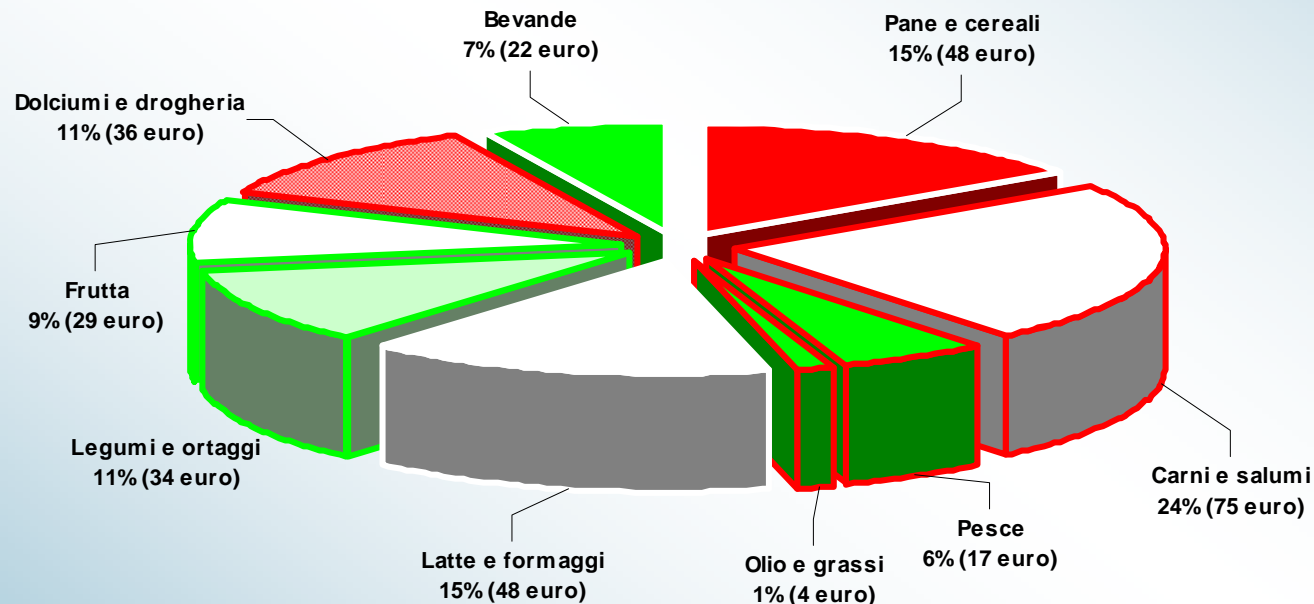


Sintesi dei risultati per i consumi alimentari

- La spesa media mensile per generi alimentari e bevande nelle famiglie campione è risultata di:
 - * 297 euro nel 2008 (-3,5% rispetto al 2007),
 - * 323 euro nel 2009 (+9% rispetto al 2008),
 - * 305 euro nel 2010 (-6% rispetto al 2009)
 - * 319 euro nel 2011 (+4,4% rispetto al 2010)
 - * 314 euro nel 2012 (-1,5% rispetto al 2011)
 - Confronto ultimi due semestri:
 - * -2% circa tra il I sem. 2013 e il I sem. 2012
- La quota di spesa alimentare sulla spesa totale, cresciuta di quasi due punti percentuali tra il 2008 il 2009, continua a crescere di circa mezzo punto l'anno fino al 2012. Nei primi mesi 2013 si registra invece una lieve diminuzione.

Struttura consumi alimentari

Quote per consumi alimentari nel 2012
Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)

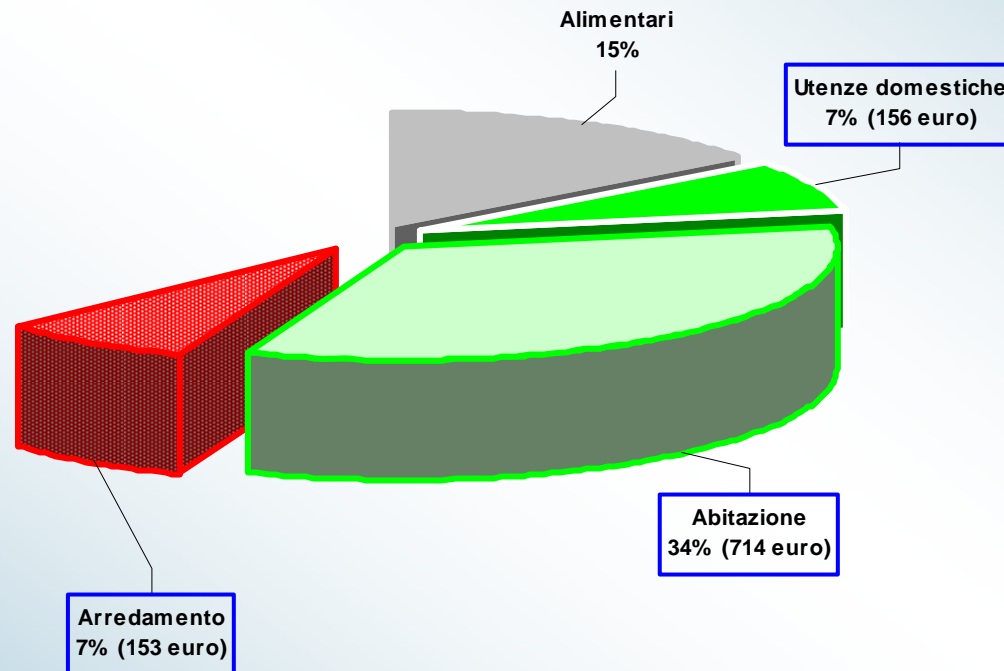


Sintesi dei risultati per i consumi non alimentari

- La spesa media mensile per generi non alimentari nel campione è risultata di:
 - * 2.054 euro nel 2006
 - * 2.131 euro nel 2007
 - * 2.290 euro nel 2008
 - * 2.169 euro nel 2009
 - * 1.920 euro nel 2010
 - * 1.904 euro nel 2011
 - * 1.809 euro nel 2012
 - Confronto ultimi due semestri:
 - * +1,5% circa tra il I sem. 2012 e il I sem. 2013

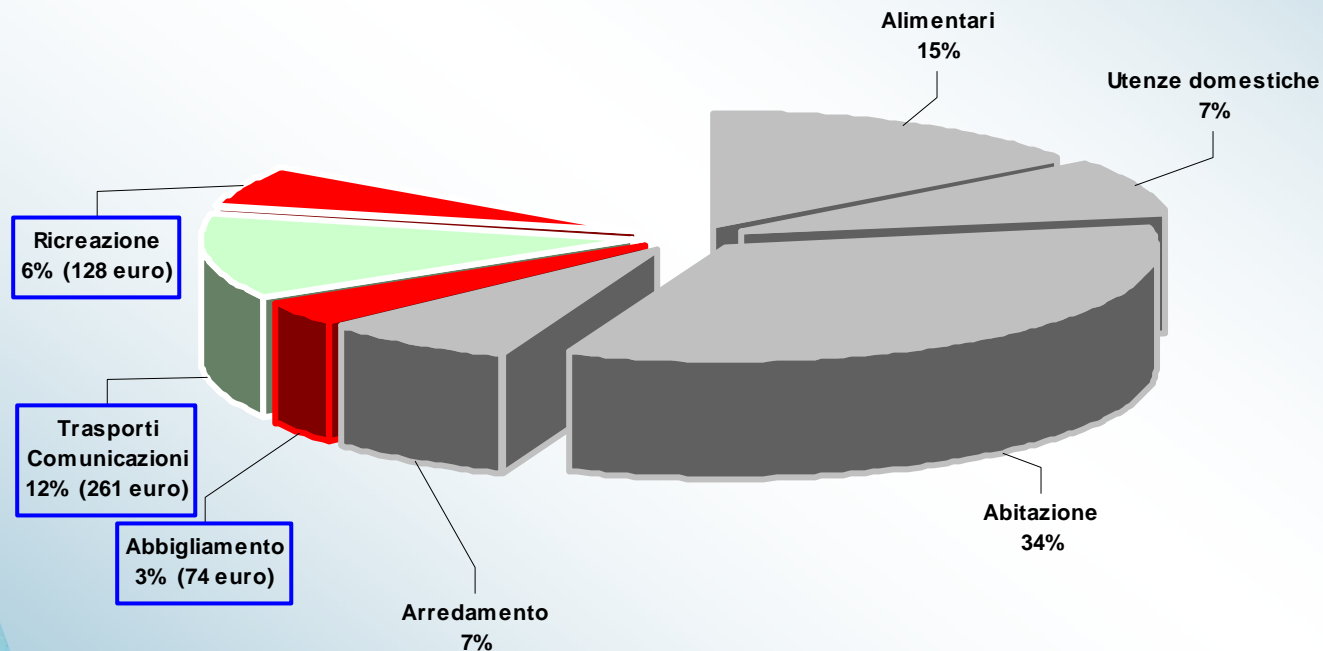
Struttura consumi non alimentari

Quote per consumi non alimentari nel 2012
Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)



Struttura consumi non alimentari

Quote per consumi non alimentari nel 2012
Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)

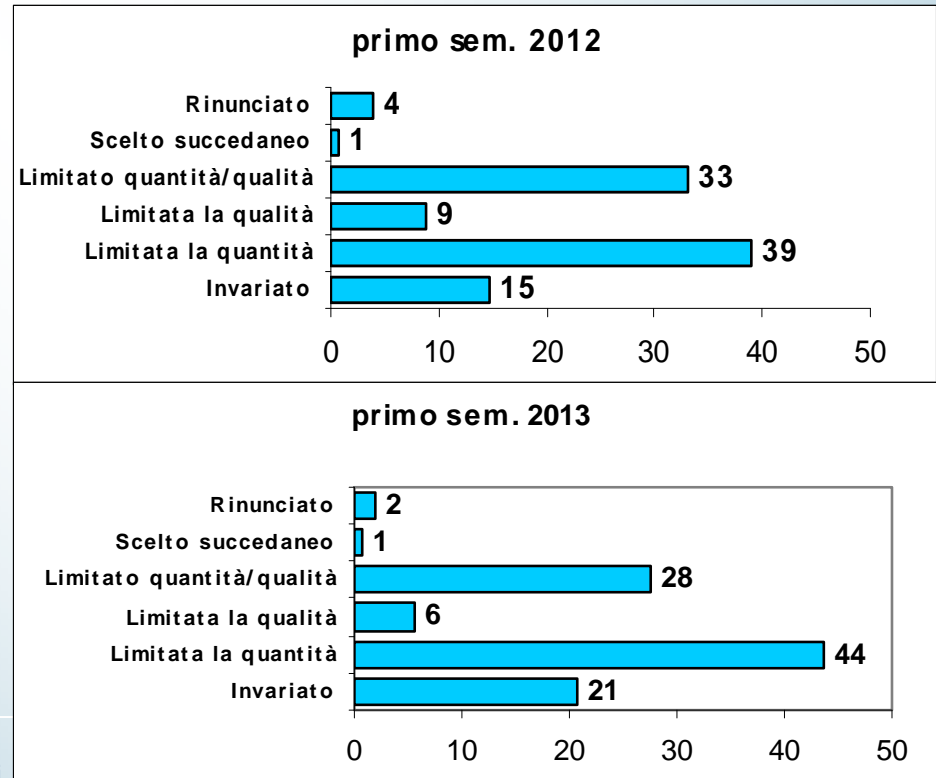


Consumi non alimentari

Comportamenti di consumo



ABBIGLIAMENTO: (vestiario e calzature)



Consumi non alimentari

Comportamenti di consumo



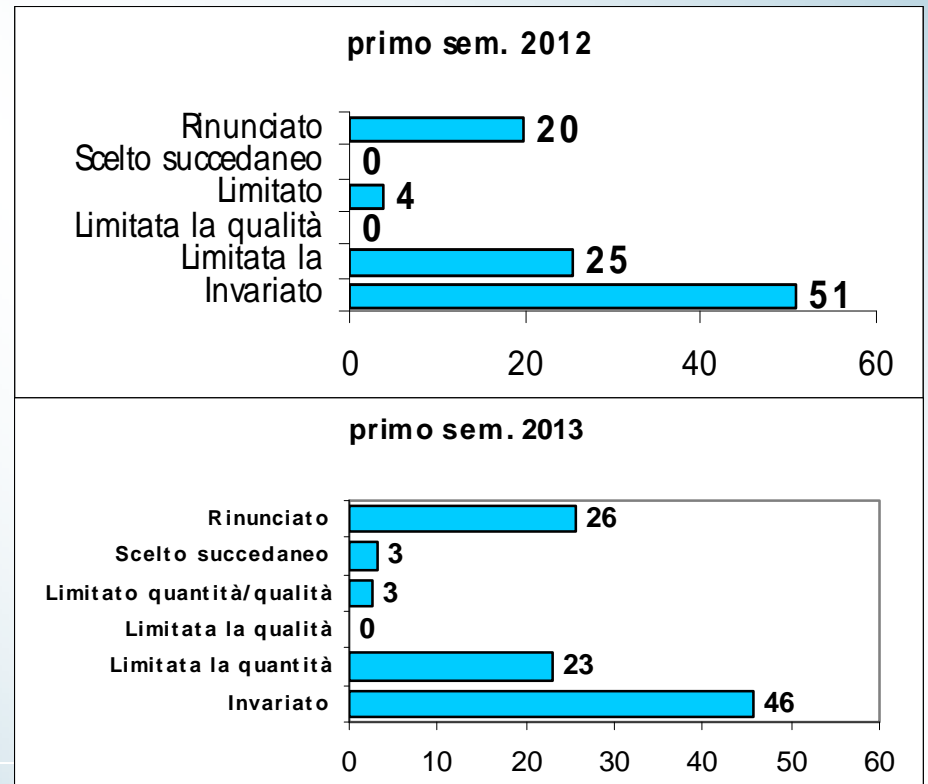
Acquisti presso Outlet (I sem. 2011 - I sem. 2013)

- Nel primo semestre 2011 il 42% delle famiglie campione si è recato almeno una volta in un outlet.
- Nel primo semestre 2012 questa percentuale si è abbassata al 33%.
- Nel primo semestre 2013 ulteriore riduzione al 25%. Il più visitato Mondovicino (43% delle visite), segue Serravalle Scrivia (32%) e Vicolungo (23%).

Consumi non alimentari

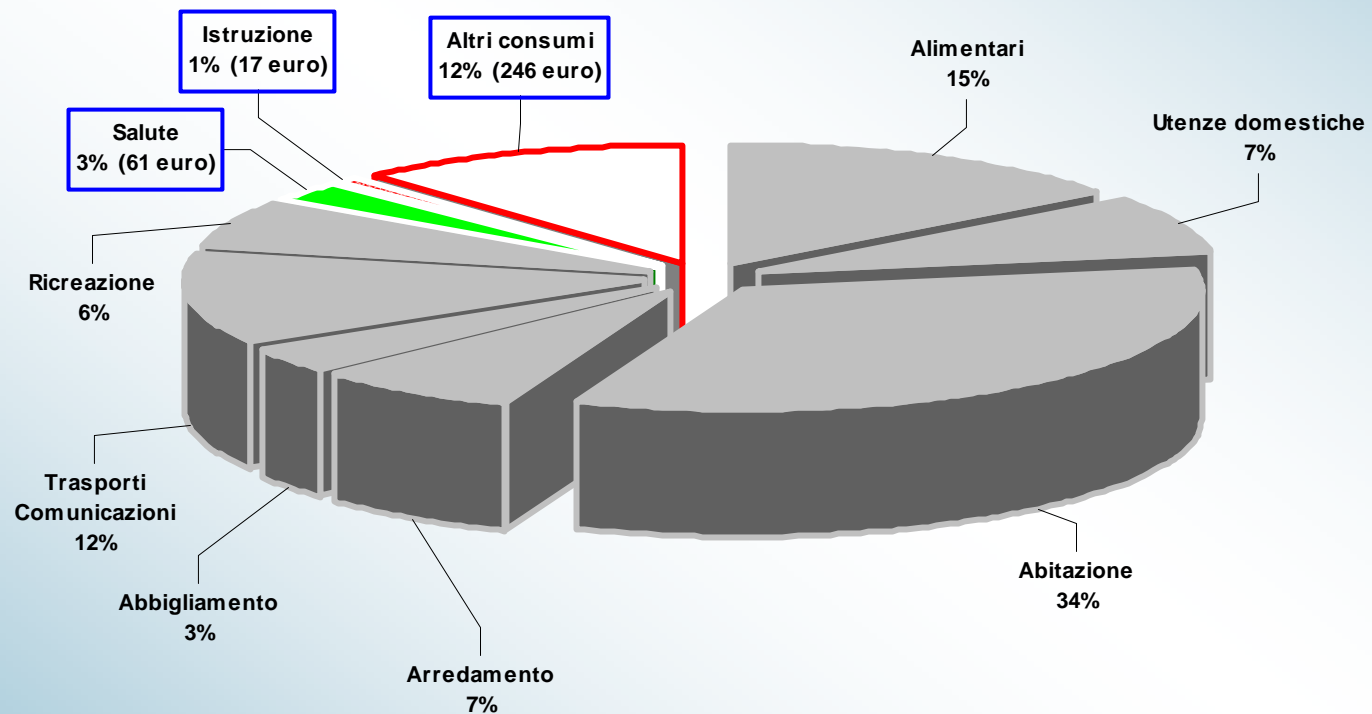
Comportamenti di consumo

SPETTACOLI:

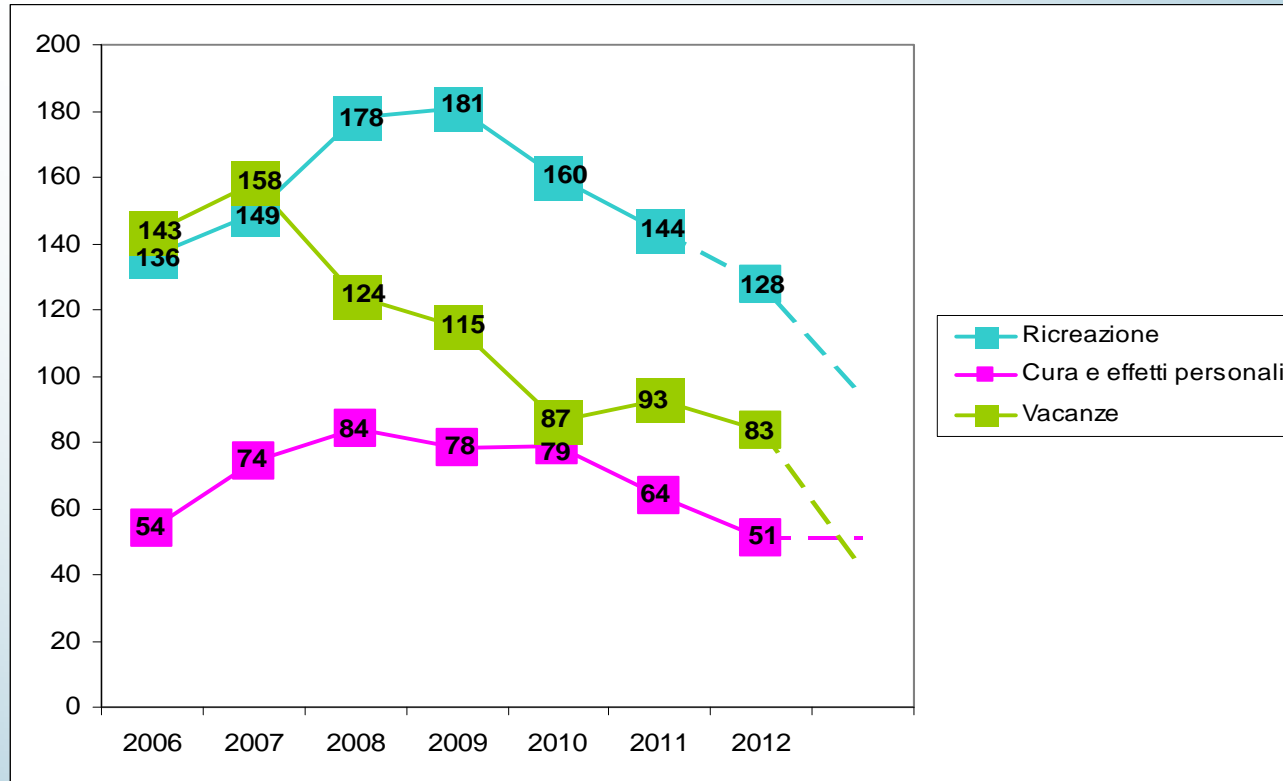


Struttura consumi non alimentari

Quote per consumi non alimentari nel 2012
Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)



Spese per il tempo libero



Dal 2006 i tre aggregati sono in crescita; nel 2008 inizia una forte diminuzione della spesa per vacanze che tra il 2010 e il 2012 pare aver trovato più stabilità, ma che nel primo semestre 2013 mostra una tendenza negativa; la ricreazione diminuisce rapidamente dal 2010; tengono di più cura ed effetti personali pur retrocedendo ai valori del 2006

L'abitudine al pasto fuori casa



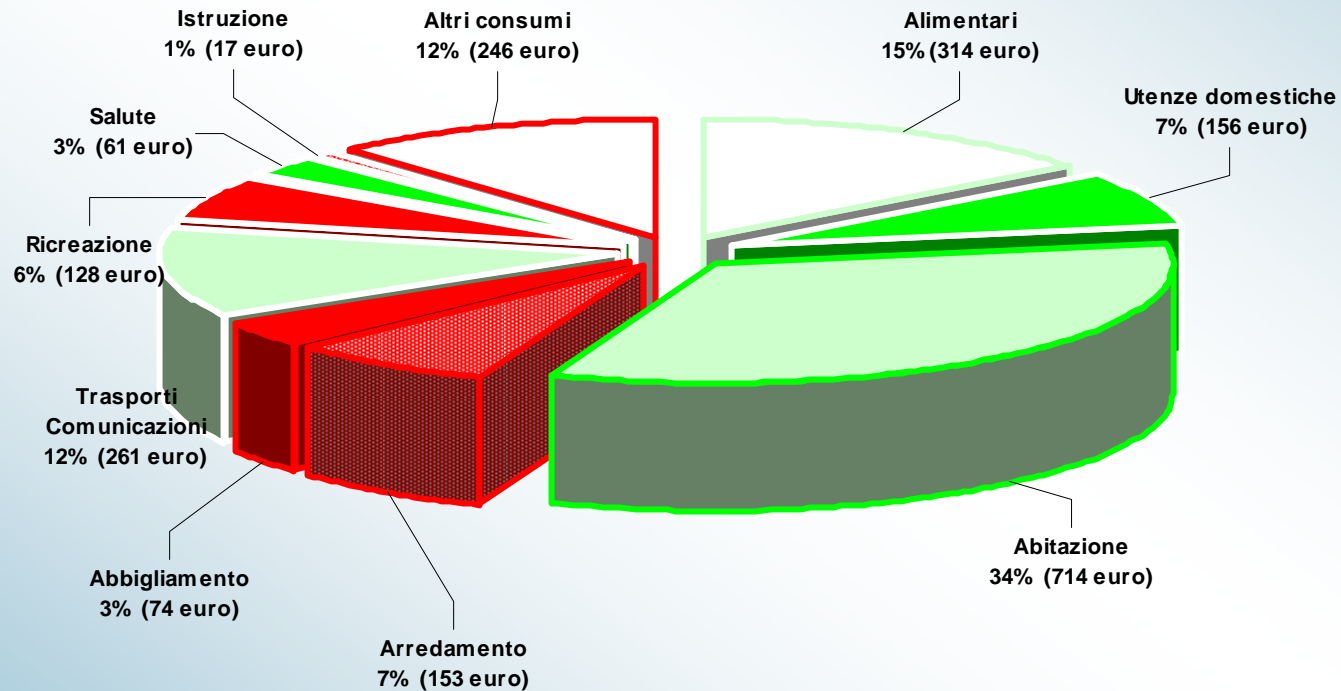
L'abitudine al pasto fuori casa

- L'abitudine (almeno mensile) ai “pasti fuori casa” si è sviluppata negli anni precedenti alla crisi (2006-2008);
- Dall'inizio del 2009 si avverte una tendenza opposta.
- 53% delle famiglie nel 1° semestre 2009,
- 40% delle famiglie nel 1° semestre 2010,
- 46% delle famiglie nel 1° semestre 2011 (ripresa).
- 45% delle famiglie nel 1° semestre 2012 (tenuta).
- 32% delle famiglie nel 1° semestre 2013 (il valore più basso).
- Le spese dedicate a questi consumi diminuiscono più che in media:
 - -20% tra I sem.2008 e I sem.2009;
 - -17% tra I sem. 2009 e I sem. 2010;
 - -12,5% tra I sem. 2010 e I sem. 2011;
 - stabile tra I sem. 2011 e I sem. 2012;
 - - 19,5% tra I sem. 2012 e I sem. 2013.

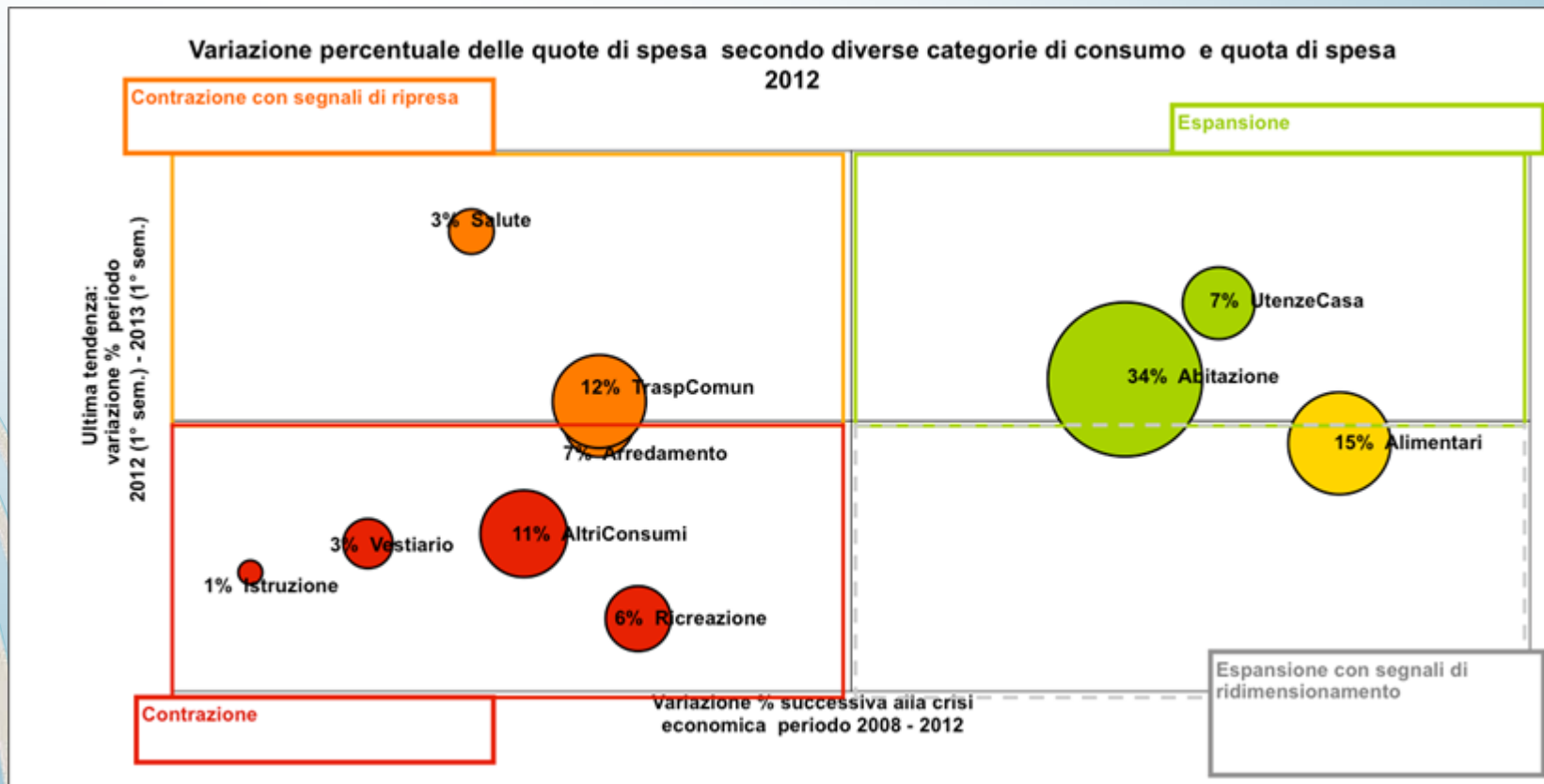
Struttura consumi non alimentari

Quote per consumi non alimentari nel 2012

Evoluzione delle quote tra il 2011 e il 2013 (primo semestre)



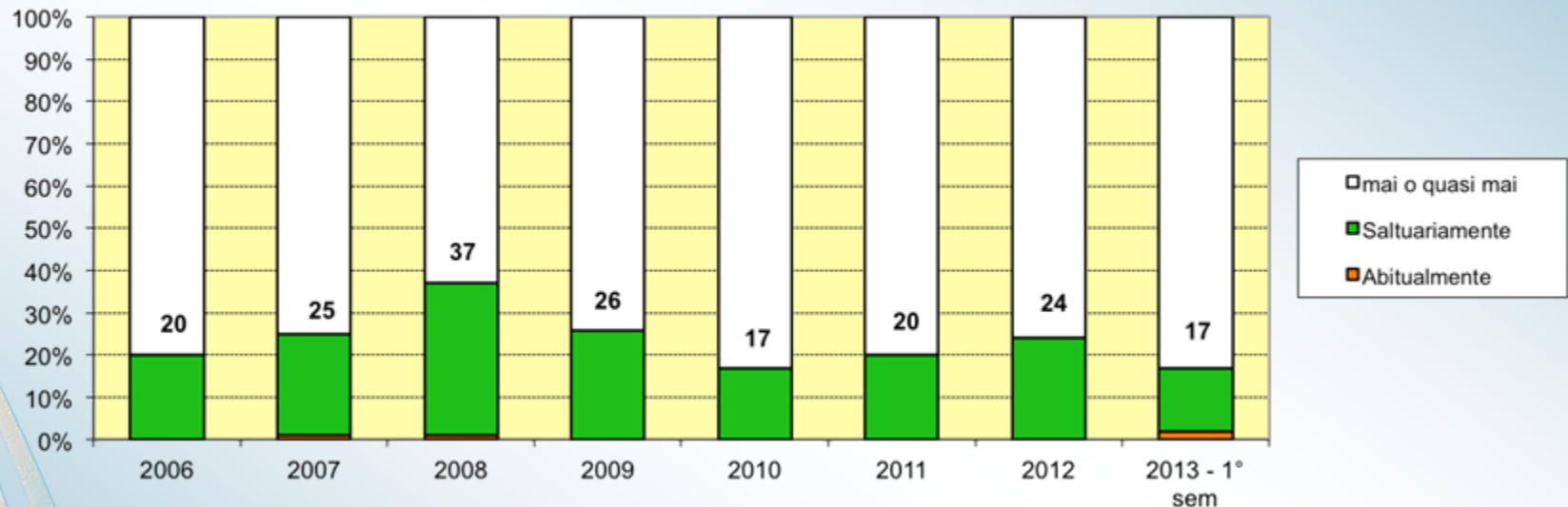
- Percorso di variazione delle quote di spesa tra:**
- il 2008 e il 2012 (asse orizzontale)
 - il 1° sem. 2012 e il 1° sem. 2013 (asse verticale)



Nota: la grandezza delle bolle è proporzionale alla quota di spesa nel 2012

Comportamenti emergenti: *Commercio equo e solidale*

Acquisto "equo e solidale" - percentuali di utilizzo



Sviluppo fino al 2008 (37%);

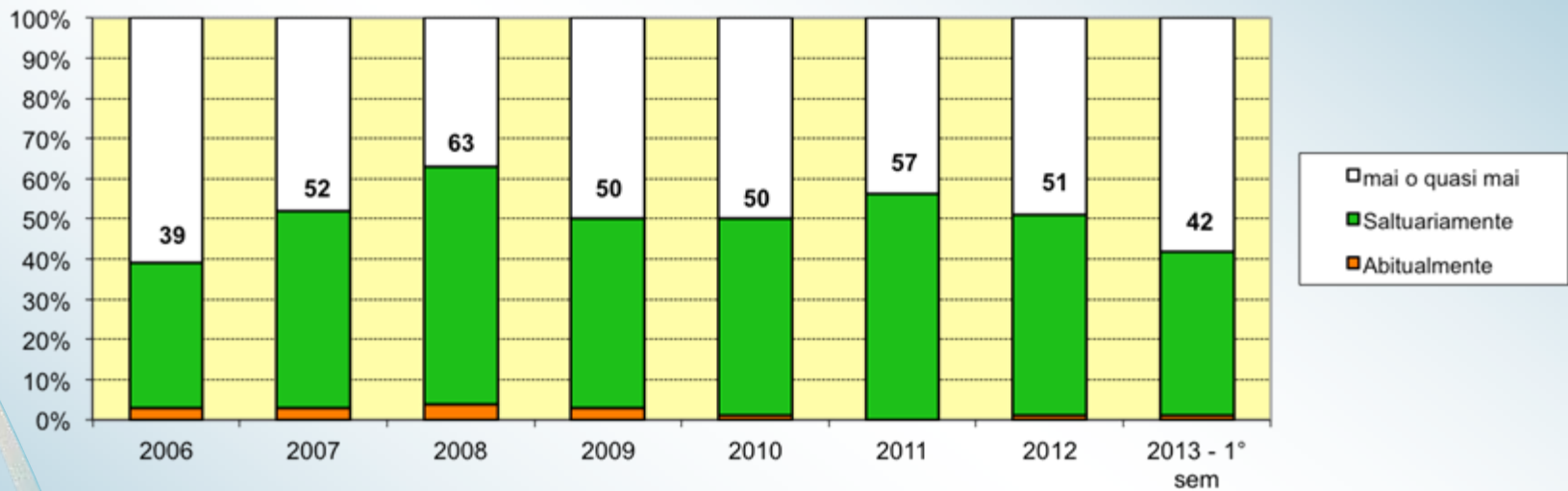
successiva frenata con fluttuazioni nel tempo

Consumo saltuario; i generi più acquistati sono caffè, cioccolato, zucchero (tra gli alimentari) e oggettistica (tra i non alimentari).

Servizio Studi, Statistica e Documentazione

Comportamenti emergenti: *Acquisto prodotti biologici*

Acquisti bio - percentuali di utilizzo



Sviluppo fino al 2008 (63%); frenata fino al 2010;
rimbalzo nel 2011 e nuova contrazione successiva

Percentuale abbastanza piccola della spesa alimentare.

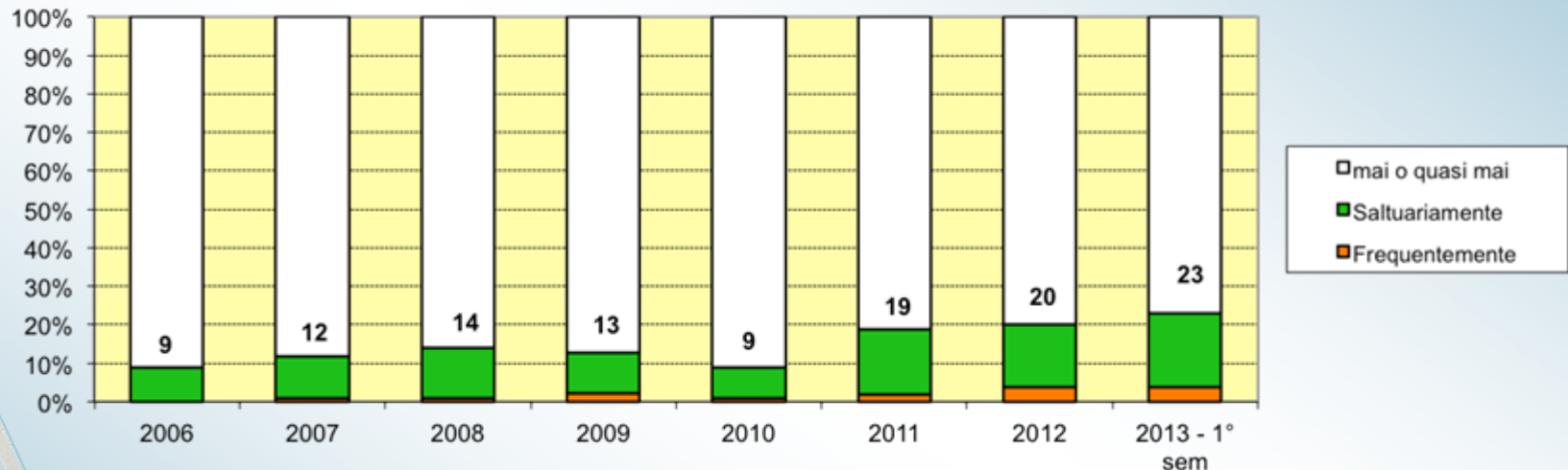
Consumo di frutta, verdura, succhi, uova.

Settore Studi, Statistica e Documentazione

Comportamenti emergenti:

Acquisti on line

Acquisti on line - percentuali di utilizzo



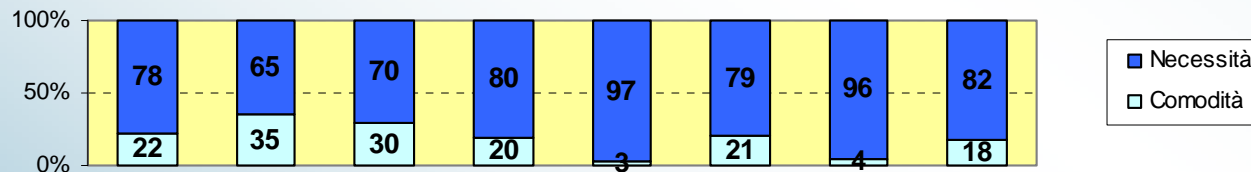
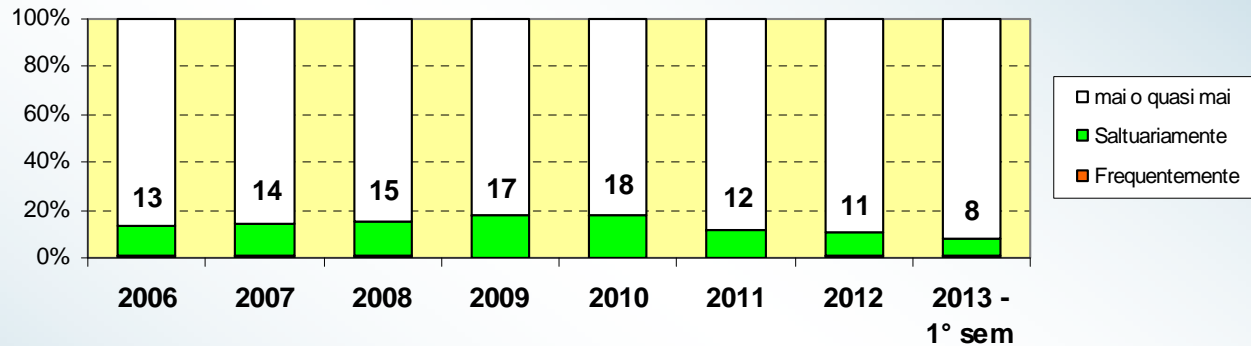
Variazioni contenute fino al 2010, crescita intensa nel 2011 che prosegue più lentamente ma con gradualità

Generi: biglietti di viaggio, prenotazioni alberghiere, libri, abbigliamento, coupon di sconti da siti specializzati, giochi per bambini.

Centro Studi, Statistica e Documentazione

Comportamenti emergenti: *Acquisto a rate*

Acquisto a rate - percentuali di utilizzo e motivazioni d'uso



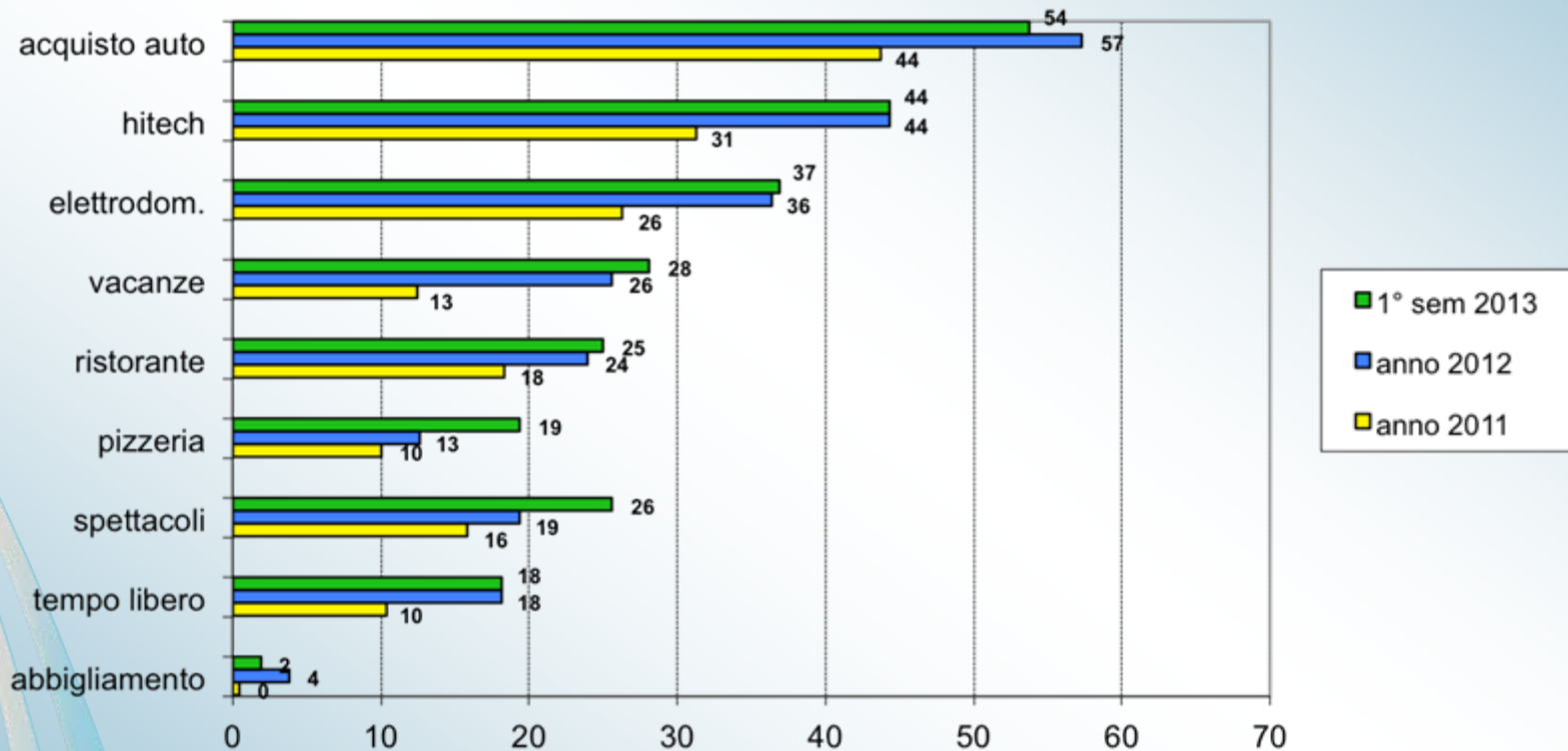
Moderato ma progressivo sviluppo fino al 2010; utilizzato specialmente per effettuare acquisti diversamente non fattibili. Dal 2010 è in progressiva diminuzione

I generi maggiormente acquistati a rate sono auto, mobili, televisore, elettrodomestici.

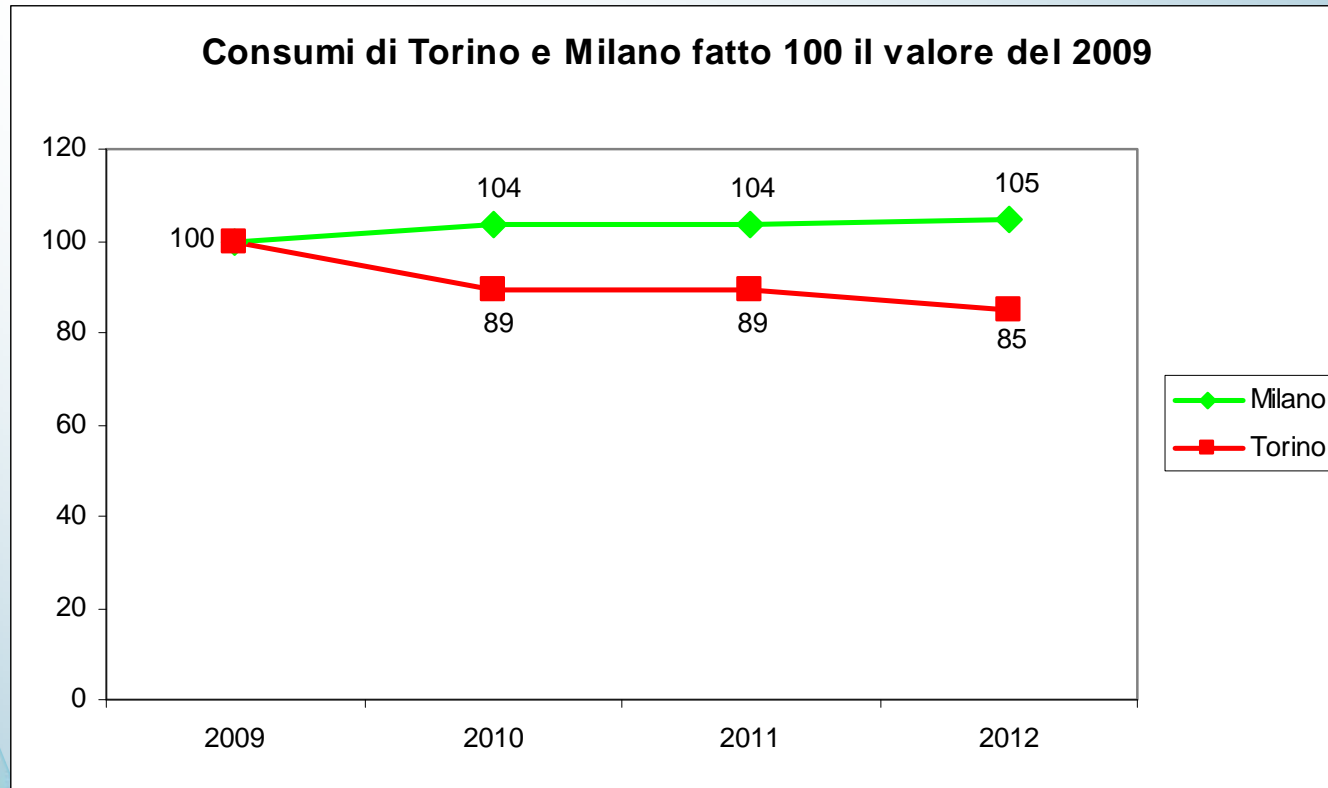
Settore Studi, Statistica e Documentazione

Percentuali di rinuncia ad alcuni tipi di acquisto

Percentuali di rinuncia dichiarata per alcuni tipi di consumo



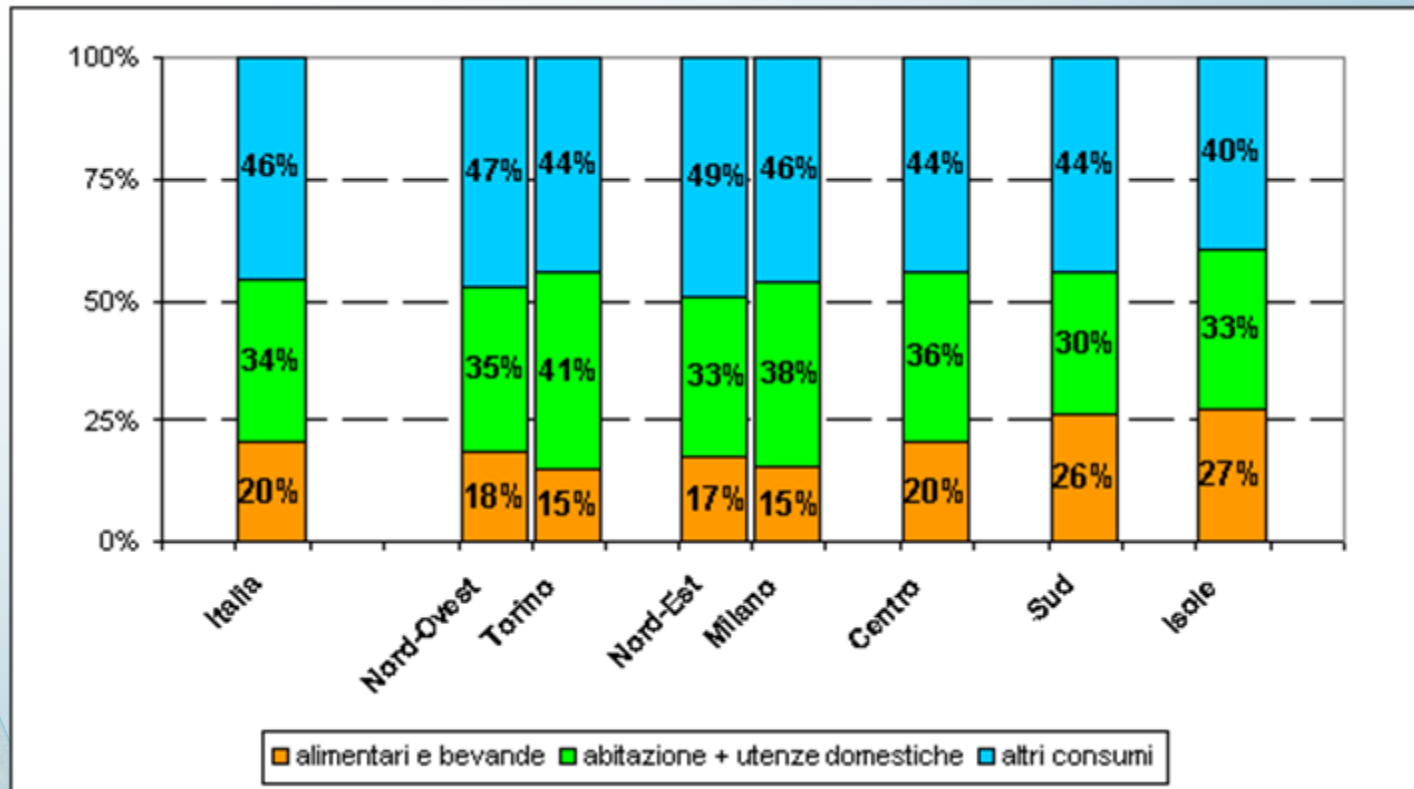
Confronto tra Torino e Milano



Nota: nel confronto non si considerano manutenzioni alla casa, acquisti di autoveicoli e tasse sulla casa come l'imu

Negli ultimi tre anni considerati, dal 2009 al 2012, Torino ha mostrato una diminuzione nella spesa, mentre Milano registra una crescita.

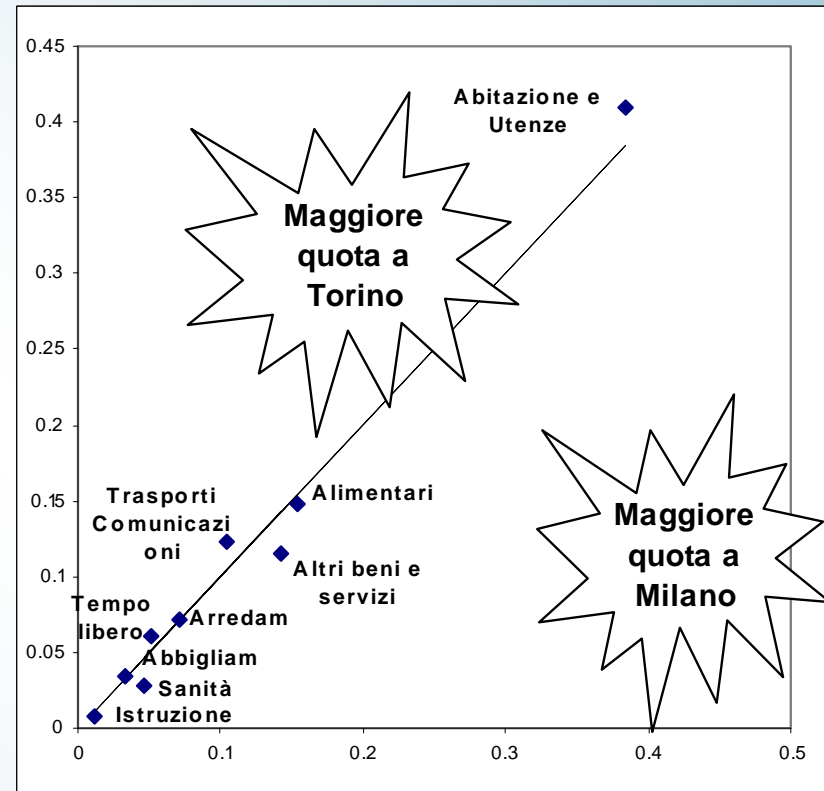
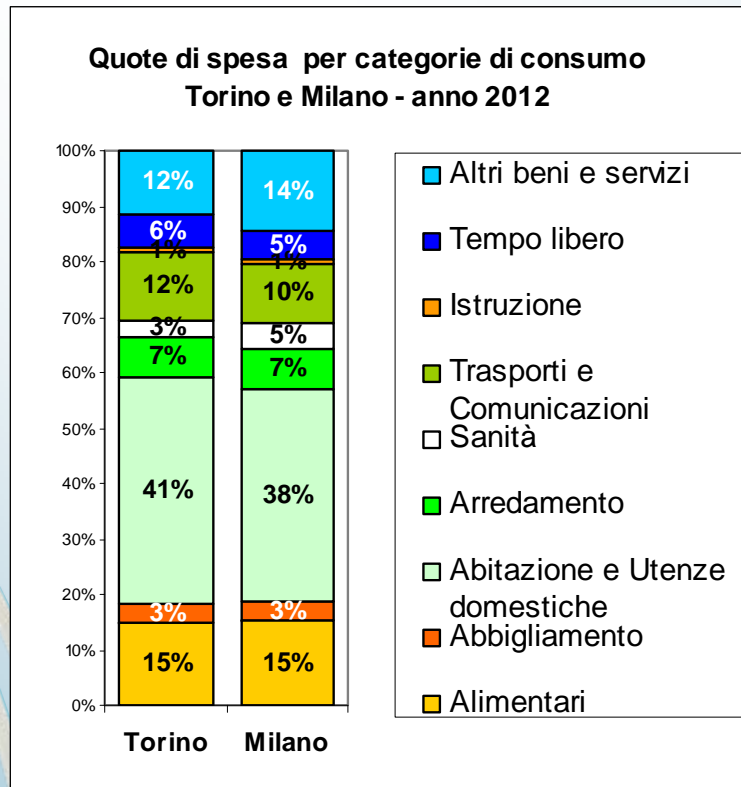
Confronto con alcune macro-aree nazionali e con Milano



Nota: nel confronto (anno 2012) non si considerano manutenzioni alla casa, acquisti di autoveicoli e tasse sulla casa come l'imu

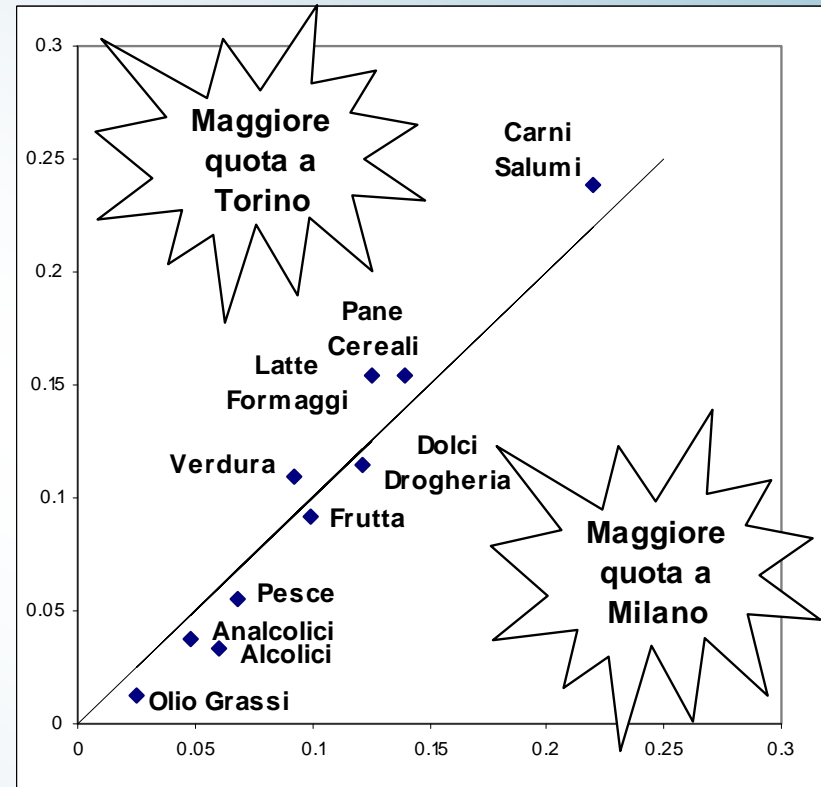
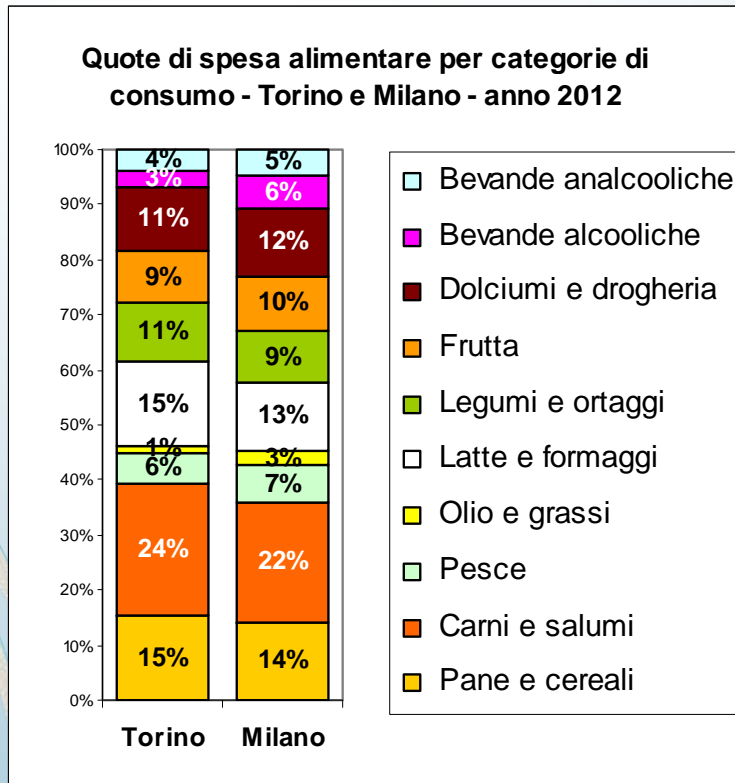
Aggiungendo alla spesa alimentare quella per l'abitazione e le utenze domestiche si raggiunge almeno il 50% della spesa. La media italiana (54%) si ottiene con valori più bassi al nord (specie nord-est) e più alti al centro-sud e soprattutto nelle isole.

Confronto tra Torino e Milano

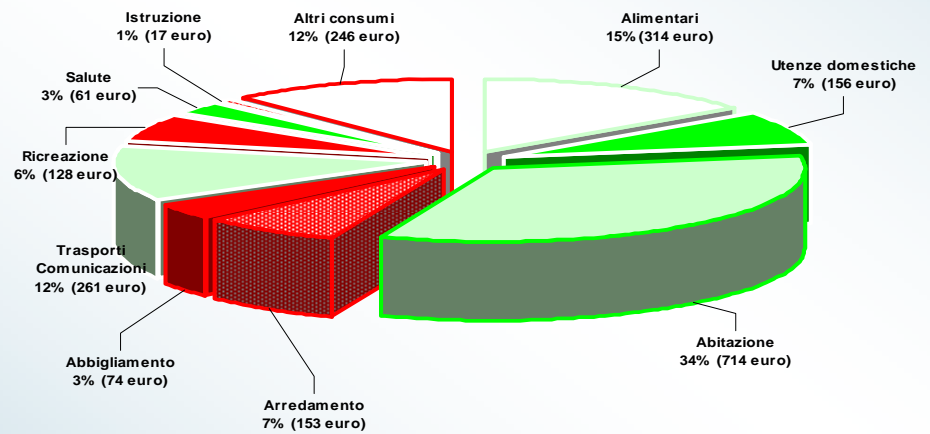


Dato il contenimento generale della spesa a Torino, il peso della casa supera quello dei milanesi. A Milano vi sono quote maggiori per sanità e altri beni non primari, come vacanze, assicurazioni, onorari, cura della persona.

Confronto tra Torino e Milano



A Torino sono maggiori le quote per pane e cereali, latticini, carni e verdura; gli altri generi sono proporzionalmente più consumati a Milano (differenza rilevante nella quota di bevande alcoliche).



Grazie



Destinatario Assente
Avviso di giacenza

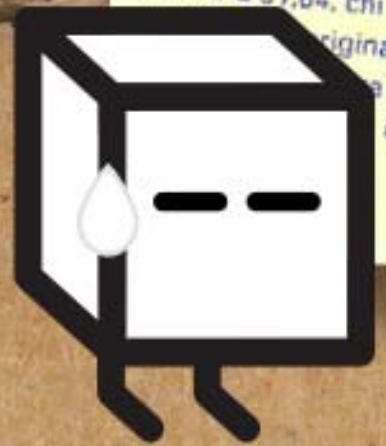
mod. 26 - cod. W10900E - Ed. 10/01 - St. (3d)



Ufficio postale di Torino
Via Vicolo Stretto 10

Destinatario Rossi M.
Indirizzo Via Vicolo Lungo 210, TO

Il ritiro può essere effettuato anche da una persona delegata munita di un documento di riconoscimento. Se si tratta di corrispondenza, di raccomandate e assicurate fino a € 51,64, chi è delegato al ritiro deve esibire l'originale di...



Poteva usare...

L'idea



Ritiriamo pacchi al posto tuo.

IndaBox è il primo ed unico servizio
che ti consente di **ritirare i tuoi acquisti** online
al Bar sotto casa.

Il bisogno: comprerei online, o comprerei di più, se avessi un luogo comodo dove far spedire i miei acquisti



Valeria, 33 anni, impiegata

La sua azienda **non vuole** che il personale utilizzi il servizio posta interno **per scopi personali**.



Marco, 24 anni, studente universitario

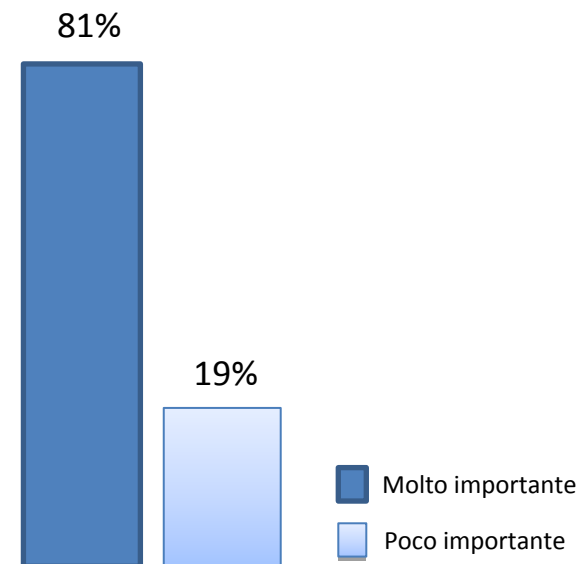
Trascorre le giornate in **facoltà**; i genitori lavorano full time e tornano a casa dopo le 19.



Massimo, 40 anni, rappresentante

E' **sempre in giro** dai clienti, a **casa** di giorno **non c'è nessuno** che possa ricevere la posta.

Quanto è importante la comodità della consegna?



Comprerei di più se fosse possibile concordare data e ora di consegna del prodotto

Dati netcomm 2011

[Accedi](#)[Registrati](#)[Come funziona?](#)[Faq](#)[News](#)

Ritiriamo pacchi al posto tuo.

Siamo la prima rete di punti di ritiro dove puoi ricevere i tuoi acquisti online e ritirarli quando vuoi in tutta comodità, con soli 3€.

Trova un punto di ritiro

Raggio di: Km

[Scopri tutti i nostri punti di ritiro](#)

Quattro semplici passaggi per usare IndaBox:

Scopri di più su [IndaBox](#)

Registrati
Prima spedizione gratis!



1 Trova

Trova un Punto IndaBox vicino a te



2 Compra

Compra online quello che vuoi e fai spedire da noi



3 Segnala

Segnala la spedizione su IndaBox



4 Ritira

Ritira i tuoi pacchi con soli 3€

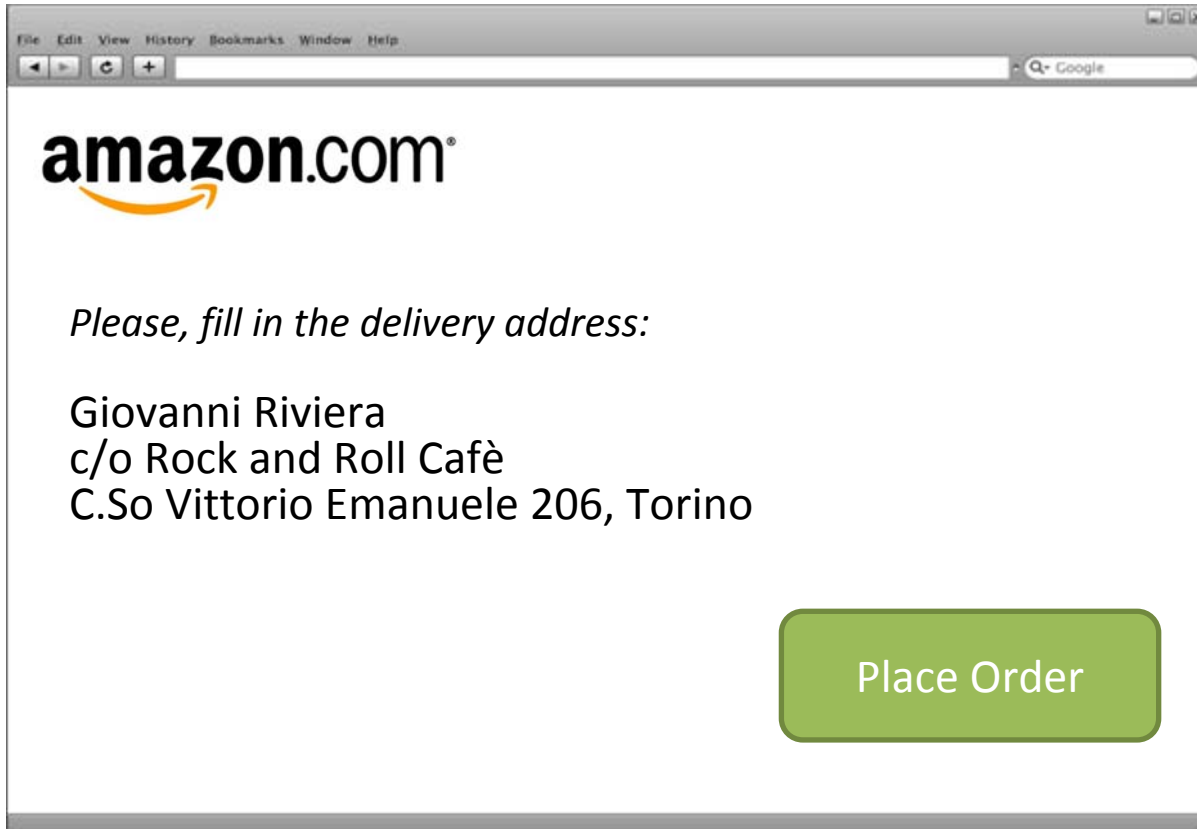
Come funziona IndaBox? – 1) Cerca un IndaPoint

The screenshot displays the IndaBox website interface. On the right, there is a search box titled "Trova un punto di ritiro" (Find a return point) with the placeholder text "Inserisci l'indirizzo o la città" (Enter the address or city). Below the search box, there is a "Raggio di:" (Radius of:) field set to "50 Km" and a "Cerca" (Search) button. A link below the search box reads "Scopri tutti i nostri punti di ritiro" (Discover all our return points). On the left, a map of Torino shows a yellow route. A pop-up window for "Rock And Roll Cafe" is open, displaying the following information: "Distanza dall'indirizzo cercato: 29.8 km" (Distance from the searched address: 29.8 km), "Telefono: 0117711353" (Phone: 0117711353), and a link for "Dettagli punto di ritiro" (Return point details). The map also shows several green location markers numbered 8 through 24.

Sul sito www.indabox.it

1) Cerca il punto di ritiro IndaBox più vicino a te

Come funziona IndaBox? – 2) Compra online



Sul sito di e-commerce

2) Compra online e specifica, in fase di ordine, che vuoi far spedire presso un punto IndaBox

Come funziona IndaBox? – 3) Segnalo la spedizione

OK Preferito

Rock and Roll Cafe



Contatti

Punto di ritiro: Rock and Roll Cafe

Telefono: 0117711353

Indirizzo: Corso Vittorio Emanuele II, 206, 10138 Torino, Italia

Come scrivo l'indirizzo nel mio ordine su internet?

[Guarda un esempio](#)

Orari

Lun-ven: 07.00/21.00

Sab-Dom: chiuso



Stai facendo spedire
un pacco qui?

Segnala spedizione

Sul sito IndaBox

3) Torna su
IndaBox.it e
segnala la
spedizione

La soluzione: perchè i Bar?

1

Diffusione

E' l'entità commerciale più diffusa in tutto il territorio nazionale

2

Orari di apertura

A differenza di altre realtà commerciali, i Bar hanno orari di apertura molto ampi

3

Contesto

Il Bar è un luogo nel quale si trascorrono momenti di pausa/relax o divertimento, è un luogo positivo!



Il numero dei Bar presenti attualmente sul territorio nazionale

Value proposition: tutti vincono



**Vantaggi
Utenti**

+Facilità consegna

“E’ comodo e mi fa risparmiare tempo e fatica.”



**Vantaggi
Punti Ritiro**

+ Ricavi

+ Clienti

1,5€ a consegna



**Vantaggi
e-sellers**

+Vendite

**-Rischi di mancata
consegna**



**Vantaggi
Corriere**

+Facilità consegna

“E’ più facile consegnare agli operatori commerciali rispetto ai privati”

Come funziona IndaBox per i Bar?

1



IndaBox mi avvisa dell'imminente spedizione

Tramite email ed SMS

2



Arriva il corriere, ritiro il pacco, avviso l'utente

Dopo aver preso in consegna il pacco, avviso l'utente tramite sito IndaBox, che il suo pacco è pronto per il ritiro.

3



Consegno e guadagno

Consegno il pacco e maturo un credito di 1,5€.

Quali sono i vantaggi per il Bar?

1 + Visibilità

Diamo visibilità al Bar con:

- Pagina del Bar su indabox.it
- Pubblicità
- Social Network

3 + Incassi

IndaBox corrisponde al Bar **1,5€ per ogni pacco consegnato** all'utente. Un piccolo contributo per un'azione che spesso i Bar già fanno a titolo di favore; perché non guadagnarci qualcosa?

2 + Clienti

Gli utenti IndaBox che ritirano qualcosa presso il Bar **potranno essere fidelizzati**: durante il ritiro del pacco è tipica la consumazione di caffè o aperitivo.

4 0 Zero Costi

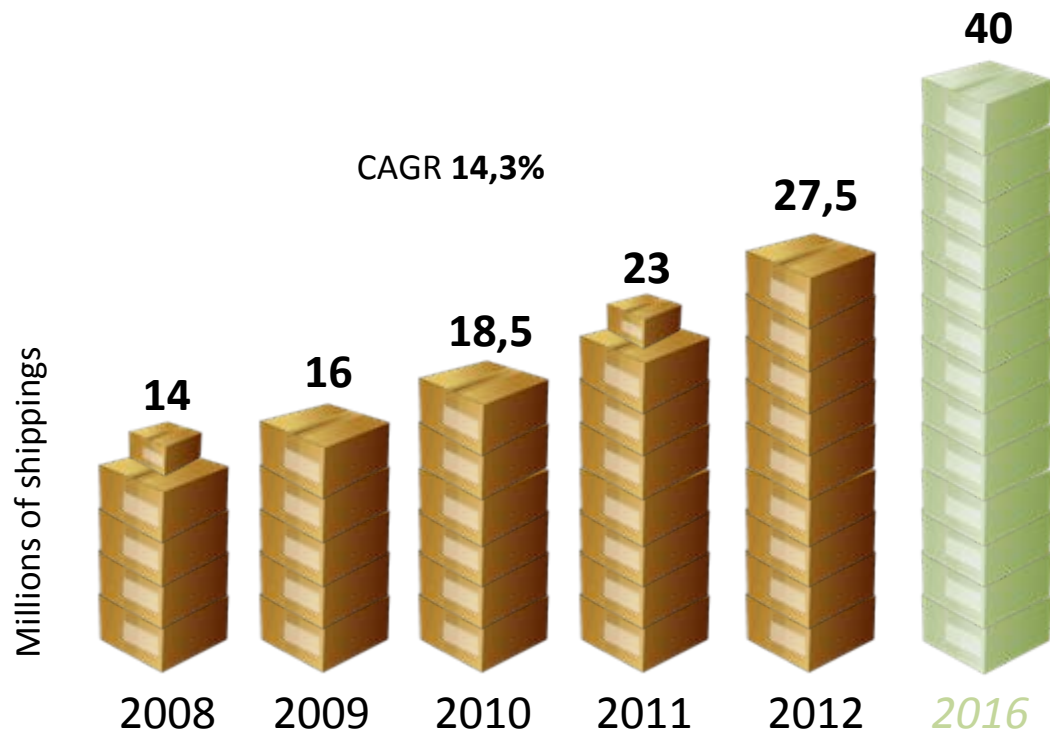
Il servizio IndaBox, per i Bar, è completamente gratuito!



Il mercato: gli acquisti online

Numero di spedizioni (generate da e-commerce)

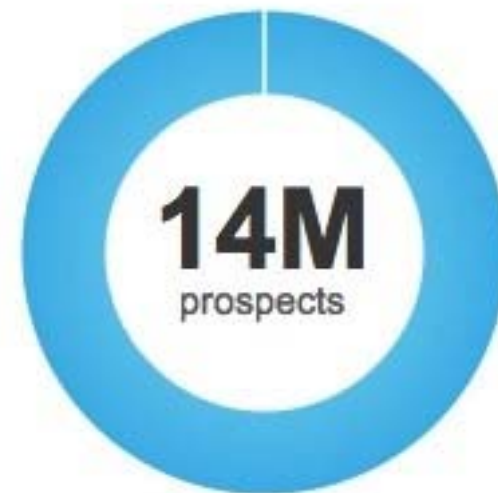
Data: Casaleggio&Associati



Settori considerati:

Elettronica, editoria, centri commerciali, alimentare, moda, casa&arredo, salute&bellezza

Target Market
E-buyers in Italia



Mercato: €126M

In media 3 acquisti per anno

Il modello di business, oggi: 50-50



Condividiamo con i Bar i nostri ricavi.

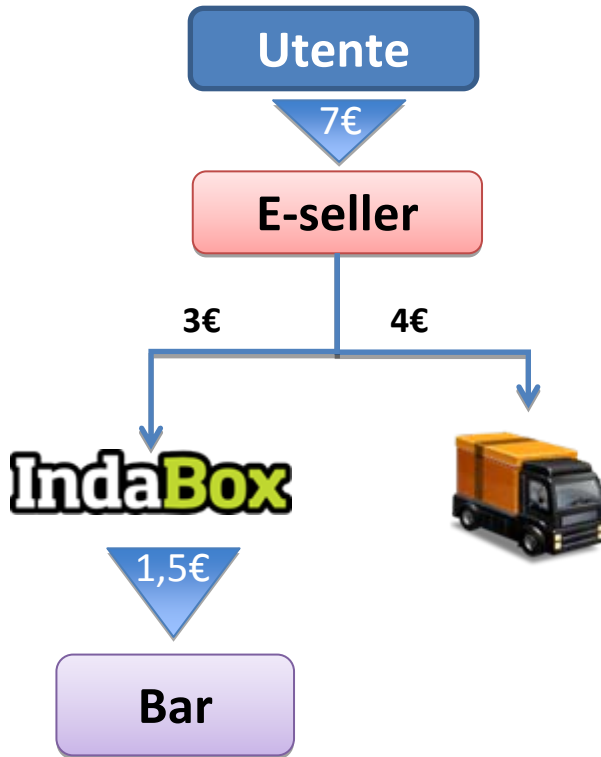
L'utente, per utilizzare il servizio IndaBox, acquista sul sito www.indabox.it i "Crediti Spedizione", che gli consentono di segnalare spedizioni presso i Bar.

Ogni credito (prezzo 3€) consente all'utente di far inviare un pacco presso uno dei punti di ritiro IndaBox.

L'utente **paga il credito ad IndaBox**; sarà poi IndaBox a retrocedere al Bar, alla fine del trimestre solare in corso, la metà dei ricavi (1,5€ per ogni pacco consegnato).

Il modello di business, domani.

Integrazione con e-shop



L'utente potrà scoprire IndaBox **direttamente sul sito del suo e-shop** preferito (a condizione che, ovviamente, quest'ultimo abbia aderito al progetto IndaBox).

Al momento di piazzare l'ordine sul sito del venditore, l'utente potrà scegliere come metodo di consegna "IndaBox".

E' l'e-seller quindi, non l'utente, che acquista i crediti spedizione IndaBox.

Anche in questo caso, per ogni consegna gestita, IndaBox retrocede al Bar 1,5€ per ogni pacco consegnato all'utente.

Dove siamo arrivati oggi

I Partner che ci hanno dato fiducia



16 Carrefour Market
come IndaBox Point
su Milano.



Ebay ha selezionato alcuni
e-seller di proprietà, che
offrono già oggi la possibilità
di consegnare presso
IndaBox point.

Riconoscimenti



Vincitori del premio
Best Presentation
nell'ambito dell'Italian
Venture Forum.

Finalisti a Dusseldorf il 9-10
Dicembre 2013

Qualche numero...

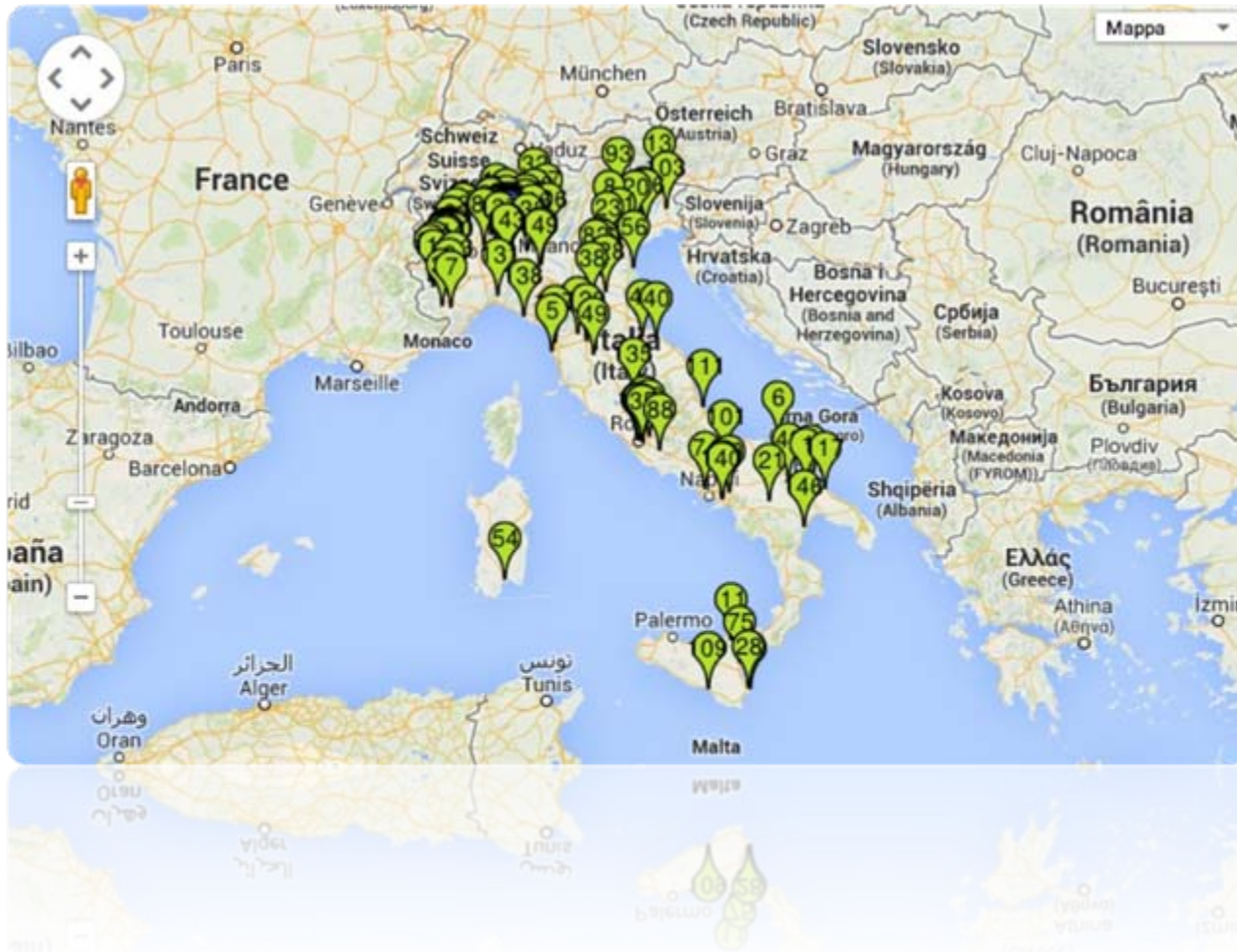
170
Bar

Affiliati

200
Sped/mese

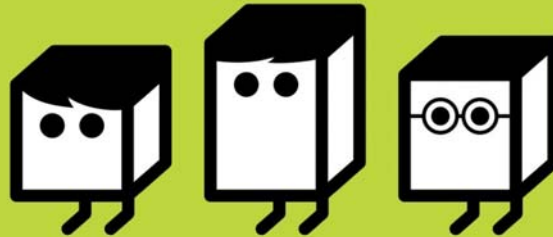
Il numero di
spedizioni gestite
ogni mese.

Il network IndaBox (dicembre 2013)



170
PODs

Il team IndaBox



Giovanni

Michele

Mariano



Giovanni Riviera

Co-Founder & IT-executive
Laurea in Economia Aziendale

Esperienza

Freelance Web
designer&developer
(Torino)



Michele Calvo

Co-Founder & Mktg Manager
Diploma SAA Torino

Esperienza

Account Director
Saatchi&Saatchi
(Milano)



Mariano Abbona

Co-Founder & Network
Manager
Laurea in Economia Aziendale

Esperienza

Imprenditore nel settore della
distribuzione di materie prime
per industria dolciaria