

di negozi che potremmo chiamare extracommerciali, perchè gestiti direttamente dagli industriali. L'attività di questi esercizi è assai rilevante in Torino, poichè ben 329 industrie, sovrapponendosi alla funzione del commercio vero e proprio, hanno aperti negozi di vendita diretta mediante 415 esercizi nel campo alimentare, dell'abbigliamento, dell'arredamento, nel campo enologico, metallurgico, meccanico, farmaceutico, ecc. I negozi più importanti in questo campo sono quelli dell'abbigliamento, esistendo in Torino 82 negozi gestiti da 55 ditte. Anche il commercio gestito dalle industrie metallurgiche e meccaniche è rilevante. Sono 68 i negozi che esistono nella città, eserciti da 55 ditte e 90 il totale dei negozi esistenti in tutta la provincia, eserciti da 58 ditte.

A queste attività aggiungasi ancora, per la conoscenza della situazione torinese recente, gli spacci di fabbrica, le Provvide dipendenti dal Ministero delle Comunicazioni, ed altri Enti.

Complessivamente la situazione della provincia può essere così sintetizzata: 24.527 ditte commerciali; 415 negozi gestiti da industriali; 399 spacci cooperativi, 23 spacci interni di fabbrica, 6 spacci della Provvida, 1000 buffet di Dopolavoro, circoli, ecc.; 8451 venditori ambulanti.

Completa l'organizzazione commerciale torinese la serie dei mercati al grosso (il moderno mercato delle frutta e verdura, aperto il 1° agosto 1934 ed i mercati del bestiame, del pesce, dei cereali, dei prodotti dell'alimentazione, dei vini, dei prodotti dell'agricoltura, dei fiori, ecc.) ed una serie numerosa di mercati al dettaglio.

Cooperano altresì alla vita del commercio torinese varie forme associative, come ad esempio, i consorzi per la riscossione delle imposte di consumo esistenti in molti comuni; i consorzi per la salatura e conservazione di pelli e sottoprodotti; un'Associazione Mutua per l'assicurazione dei suini; un consorzio per la lavorazione di interiora di bovini macellati; i consorzi esercenti latterie e trasporto latte alimentare (il primo costituito nel 1937, il secondo nel 1935); il consorzio cooperativo del mercato di frutta e verdura al grosso di Torino; il consorzio C.E.V.A.R. fra esercenti per la vendita a rate, ecc. ecc.

Questi elementi sinteticamente riprodotti, sufficientemente dimostrano l'importanza dell'attrezzatura commerciale torinese, situazione la quale deve essere messa in rapporto col numero crescente degli abitanti della città, con l'attrezzatura industriale, di cui già altra volta abbiamo parlato in questa rivista, e con tutti quegli altri indici economici, i quali possono servire per illustrare la natura e le caratteristiche del commercio torinese.

Fra questi indici uno ne esiste, il quale non è soggetto a sicura statistica, ossia quello delle vendite a credito. In mancanza di dati ufficiali, basti qui accennare come si stimi nell'ambiente commerciale il totale del capitale immobilizzato in un anno nei vari negozi superiore a 3.000.000 di lire. Sono i forni di pane, le macellerie, le latterie, le drogherie, i negozi di commestibili e di vini quelli che praticano maggiormente questo credito al consumatore.

Concludendo, possiamo rilevare anche nella città di Torino, come per le principali città d'Italia, un incremento qualitativo, se non sempre quantitativo del commercio. Incremento il quale è altresì messo in evidenza dal totale delle vendite e dei consumi, i quali, specialmente nel campo alimentare, settore più facilmente controllabile, tende in questi ultimi venti anni verso medie crescenti, segno del migliorato regime alimentare della popolazione. È soprattutto interessante notare la tendenza, verificatasi in questi ultimi anni, verso consumi medi per persona di generi di maggior pregio, come formaggi, latticini, salami, pollame, caffè, zucchero, ecc. mentre diminuiscono certi consumi meno pregiati o si modificano i gusti. È però, nella graduatoria dei consumi, sintomatica la discesa dei consumi medi per persona, del vino, costantemente verificatasi dalla fine dell'altro secolo ad oggi, riduzione che, come tutti sanno, va a colpire una categoria importantissima, specialmente in Piemonte, di agricoltori, del quale problema recentemente si è parlato, specialmente nei riguardi di eventuali e possibili riforme fiscali.

Non è difficile rilevare, inoltre, come, dopo il 1932, si sia proceduto in Torino ad una severa, per quanto spesso dolorosa, liquidazione dopo la crisi internazionale degli anni precedenti. Quelli che oggi vivono la vita commerciale sono certamente i più forti, i più sani e i più dotati di riserve tradizionali. Alla crisi la classe commerciale torinese ha reagito con miglior spirito organizzativo, con una politica d'affiatamento corporativo e con una attenuazione di quell'agonismo che andava a detrimento delle sane energie, il che va a tutto onore dei commercianti della nostra provincia. La vita di molte nostre aziende commerciali fu, purtroppo, legata alle condizioni monetarie di altri paesi. Oggi l'autarchia voluta e comandata dal Duce al paese, non solo per fini di difesa nazionale, mira precisamente anche a svincolare il paese dalle variazioni congiunturali dei mercati stranieri, onde col tempo diventerà sempre più evidente la necessità e l'importanza del commercio interno nei confronti del commercio internazionale, essendo il primo la fonte più certa e meno variabile della ricchezza nazionale.

ANTONIO FOSSATI