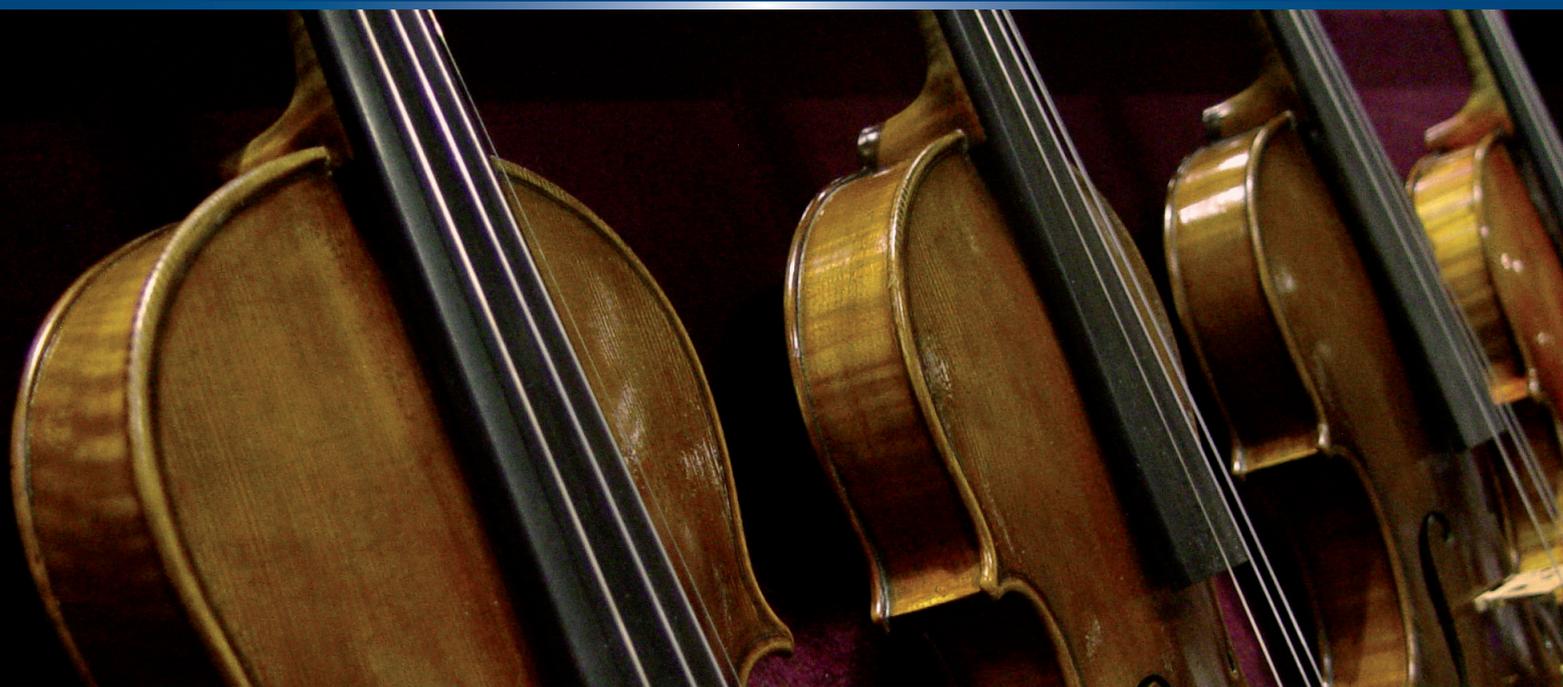




CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



Rapporto sul Terziario di mercato

NOVEMBRE 2014

Ufficio Studi



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Rapporto sul Terziario di mercato

NOVEMBRE 2014

Il rapporto è stato redatto con le informazioni disponibili al 28 ottobre 2014 da Mariano Bella, Silvia Criscuolo, Silvio Di Sanzo, Francesco Lioci, Luciano Mauro, Livia Patrignani.

Editing a cura di Francesco Rossi - *Direzione Centrale Comunicazione e Immagine*.

© 2014 Confcommercio-Imprese per l'Italia

INDICE

1.	IL CONTESTO MACROECONOMICO	9
1.1	Lo scenario internazionale	9
1.2	L'Italia	14
1.3	Valutazioni del Disegno di Legge di Stabilità 2015	17
2.	IL TERZIARIO DI MERCATO	21
2.1	Una visione d'insieme	21
2.2	Commercio	27
2.2.1	Le imprese	27
2.2.2	L'occupazione	29
2.2.3	Il valore aggiunto	30
2.3	Trasporti e logistica	32
2.3.1	Le imprese	32
2.3.2	L'occupazione	35
2.3.3	Il valore aggiunto	36
2.4	Turismo, tempo libero e comunicazioni	38
2.4.1	Le imprese	39
2.4.2	L'occupazione	41
2.4.3	Il valore aggiunto	42
2.5	Altri servizi	44
2.5.1	Le imprese	45
2.5.2	L'occupazione	48
2.5.3	Il valore aggiunto	49
2.6	Le prospettive del terziario di mercato	51
3.	LA STRUTTURA TERRITORIALE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE PER CANALE DI VENDITA	53
3.1	Valutazioni aggregate	53
3.2	Un'analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva	58

3.2.1	Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)	59
3.2.2	Minimercati	65
3.2.3	Supermercati	66
3.2.4	Ipermercati	67
3.2.5	Grandi magazzini	69
3.2.6	Grandi superfici specializzate	71
3.2.7	Ambulanti e itineranti	72
3.2.8	Altre forme di commercio al dettaglio	75
3.3	Le imprese del commercio all'ingrosso	76

INTRODUZIONE E SINTESI

La questione della bassa crescita dell'Italia comincia a prendere una forma nuova. Dopo essersi alternate le ricette prima orientate alle politiche di offerta - prevalentemente liberalizzazioni - e successivamente, con una coda persistente ancora oggi, al rilancio della domanda - spesso nella forma estrema della spesa in deficit con le istituzioni sovranazionali che la finanziano acquistando titoli del debito pubblico - sembra evidente che solo una miscela ben dosata di entrambe, con decisivi contributi sul versante delle riforme istituzionali e amministrative, possa sortire qualche apprezzabile risultato.

Piace, in questo senso, la considerazione del Governatore della Banca d'Italia¹ a proposito del fatto che non vi sia alcun bisogno di "anticipare il cambiamento" quanto piuttosto di attrezzare la nostra economia e la nostra società ad accoglierlo e governarlo. Dove per cambiamento si intende l'ondata tecnologica, la globalizzazione, lo spostamento delle produzioni tra paesi, il mutamento nei flussi di import-export.

Insomma, la vera riforma sarebbe questa, e l'idea è senz'altro condivisibile: fare dell'Italia un paese capace di cambiare, piuttosto che farla cambiare in qualche direzione presa a tavolino. Cadono - devono cadere - le strategie volte a scegliere i migliori su cui puntare per incentivarli, siano essi settori produttivi, territori, tipologie di imprese.

Nel citato intervento del Governatore Visco leggiamo che "L'obiettivo di riportare il valore aggiunto dell'industria manifatturiera al 20 per cento del PIL (com'era un decennio e più fa, a fronte del 15-16 per cento di oggi), proposto con una certa enfasi nella strategia avanzata dalla Commissione europea per i prossimi anni, si scontra con ovvii ostacoli storici e metodologici. Da un lato, è altamente probabile, anche per l'affermarsi dell'automazione, che il valore aggiunto provenga sempre più da settori diversi dalla manifattura. Questo non ne riduce l'importanza, come d'altra parte è stato per l'agricoltura, nell'economia di una nazione e nei valori di una società, ma rende chiaro il rischio di sopravvalutarne le potenzialità in termini di creazione di nuovi posti di lavoro".

Se si potessero ripensare le strategie per la crescita in senso orizzontale piuttosto che settoriale, dunque, sarebbe già un passo avanti di notevole portata. Per chiarire meglio il punto, la tabella A sintetizza alcune importanti indicazioni statistiche. Considerando tre branche produttive

1 Visco I. (2014), "Perché i tempi stanno cambiando...", intervento del Governatore della Banca d'Italia alla XXX lettura del Mulino, Bologna, 18 ottobre 2014.

in aggregato, l'industria, comprensiva della manifattura, delle costruzioni e di energia ed estrazione di minerali, l'area Confcommercio, che rappresenta i servizi offerti in regime concorrenziale, cioè di mercato, e, un grande residuo eterogeneo, altro, comprensivo di agricoltura, credito e pubblica amministrazione, è possibile evidenziare alcuni fatti stilizzati di rilievo. Intanto, la quota del terziario di mercato cresce fuori e dentro la crisi sia in termini di valore aggiunto sia in termini di occupazione. Questo è un trend al quale nessuna economia avanzata o emersa oggi si sottrae.

Tab. A - Terziario di mercato, occupazione e produttività
composizione % e livelli di produttività

	1995	2007	2013	2007-2013
	valore aggiunto			Δ
Industria	29,1	26,5	23,3	-3,2
Area Confcommercio (servizi di mercato)	39,3	40,0	40,7	0,7
Altro*	31,6	33,5	36,0	2,5
	unità di lavoro			Δ
Industria	27,1	25,8	22,9	-2,9
Area Confcommercio (servizi di mercato)	35,6	40,4	42,4	2,1
Altro*	37,4	33,8	34,7	0,8
	produttività del lavoro*			Δ%
Industria	57,5	62,3	60,5	-2,9
Area Confcommercio (servizi di mercato)	58,9	60,4	56,4	-6,6
Altro**	52,8	58,8	62,6	6,5
Totale economia	56,1	60,3	59,5	-1,3

* valore aggiunto/VA/Ula - in migliaia di euro (valori concatenati anno 2010); ** agricoltura, credito, altri servizi market e P.A.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Che il trend della terziarizzazione sia globale consola poco: ciò, infatti, non ha aiutato l'Italia a evitare un crollo eccezionale del valore aggiunto reale tra il 2007 e il 2013, pari al 7,6%, con una coda anche nel 2014. Il difetto del nostro sistema produttivo è testimoniato dai numeri nella parte in basso della tabella A: siamo di fronte a una riduzione della produttività del lavoro nei servizi di mercato del 6,6%.

Per dare un'idea immediata dell'importanza di questa evidenza, basti considerare che se la produttività del lavoro nei servizi di mercato fosse rimasta appena costante tra il 2007 e il 2013, l'Italia avrebbe perso non il 7,6% di valore aggiunto reale ma meno del 5%: il 36% insomma della crisi è dovuto alla perdita di prodotto per occupato nei servizi di mercato.

Dietro vi sono due aspetti che meriterebbero analisi più qualificate e approfondite della presente. Il primo riguarda la capacità - vocazione? - del nostro terziario di mercato a mantenere a qualsiasi costo i livelli occupazionali. C'entra anche la piccola dimensione media delle aziende, tanto spesso vituperata ma utilissima a limitare i danni della grande crisi in termini di

perdita di posti di lavoro: se il paese nel complesso ha perduto circa 1,6 milioni di lavoratori in unità standard (computati come se fossero tutti a tempo pieno) solo il 10%, cioè 161 mila circa, ha riguardato i servizi di mercato, che valgono, come evidenziato in tabella A più del 40% della produzione e del lavoro. D'altra parte, questo fenomeno è ben visibile dal balzo dell'aggregato in termini di quota di occupazione tra il 2007 e il 2013, periodo nel quale guadagna due punti ton-di, dal 40,4 al 42,4% a fronte di una modesta crescita della quota in termini di valore aggiunto.

L'aspetto della difesa occupazionale è importantissimo, ma mitiga solo parzialmente le gravi conseguenze della riduzione della produttività del più grande aggregato produttivo: il terziario può mantenere tutti i posti di lavoro ma se il prodotto per occupato scende, scenderanno i profitti e di conseguenza gli investimenti, scenderanno i salari e gli stipendi e di conseguenza gli stessi consumi. La spirale recessiva è mitigata, appunto, ma non disinnescata: semplicemente si prolunga nel tempo.

Il secondo aspetto è ben noto e riguarda i gap di contesto. Dalla lentezza della giustizia civile, all'eccesso di normazione, dal malfunzionamento delle istituzioni, all'eccesso di pressione fiscale. Per sanare questi difetti c'è bisogno di politiche trasversali, politiche di riforma che non investono settori, tipologie d'azienda o territori, ma tutte le relazioni socio-economiche intrattenute da ciascuno e tutti gli operatori.

Che il problema della produttività in generale e nei servizi di mercato in particolare, non sia un destino ineluttabile ma un fatto specialmente tutto italiano si vede dalla tabella B che, con un'aggregazione leggermente diversa rispetto a quella di tabella A, presenta il valore aggiunto reale per ora lavorata in alcuni paesi benchmark: la Germania, per ovvi motivi, il Regno Unito, orientato ai servizi, la Svezia, presa ad esempio come modello di stato sociale funzionante, senza l'euro, che, peraltro, ha ridotto la spesa pubblica e la pressione fiscale in percentuale del Pil, contrariamente a quanto accaduto in Italia.

Si vede bene che, mentre la riduzione di produttività nell'industria accomuna l'Italia ad altri paesi, siamo i soli a perdere nell'ambito dei servizi. Il tema fondamentale è che la riduzione di prodotto per occupato nel settore che cresce non è una legge forte cui si debba inevitabilmente sottostare: può crescere la produttività nei servizi e può crescere anche il sistema economico. Inoltre, come dimostra il caso tedesco, non c'è incompatibilità tra gli sviluppi di produttività nell'industria e nei servizi.

L'eventuale crescita della produttività (del lavoro, ma non solo) in un settore - i servizi di mercato - dal quale, ancora per lungo tempo proverrà la maggior parte della ricchezza aggiuntiva a livello mondiale, è di per sé un'assicurazione contro il declino: per i lavoratori, per le imprese, per una nazione nella sua interezza.

In Italia, si discetta troppo di imposte favorevoli alla crescita, trascurando il livello della pressione fiscale nel complesso, ciò che davvero conta.

Tab. B - Valore aggiunto per ora lavorata nel confronto internazionale
2013 (2007=100)

	INDUSTRIA	SERVIZI MARKET
Germania	104,8	100,4
Svezia	98,0	103,7
Regno Unito	95,3	103,5
Italia	99,3	97,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

Si dibatte di competitività, che è un concetto relativo - si è competitivi rispetto a qualcun altro - potendo quindi la competitività andare perfettamente d'accordo con lunghe fasi di declino o di stagnazione, appena il riferimento relativo dovesse declinare esso stesso e la domanda rivolta ai settori in cui si guadagna competitività dovesse ridursi strutturalmente.

Bisogna, dunque, lasciare il partito della competitività e iscriversi a quello della produttività, che è un concetto assoluto: fare di più e meglio nella produzione al fine di ottenere redditi, consumi e benessere possibilmente per tutti i partecipanti al processo. Una maggiore competitività ne sarà l'ovvia conseguenza.

In questo senso vanno letti i programmi di rilancio degli investimenti nell'area europea: come impulso all'innalzamento della produttività di tutti i fattori.

* * *

Servizi di mercato, produttività, investimenti: il circuito da qualche parte deve ricevere un impulso per ricominciare a funzionare. E' abbastanza naturale immaginare che esso debba provenire dagli investimenti. Nel caso dell'Italia la situazione appare, però, quasi compromessa (e molto sottovalutata). Di solito, infatti, si guarda alla variazione del prodotto lordo (o del valore aggiunto). La perdita è stata eccezionale, consistendo, come detto, in una riduzione, rispetto al 2007, del 7,6% in termini di valore aggiunto reale e dell'8,3% in termini di Pil (che comprende le imposte indirette). I consumi sono scesi dell'8,1% e le importazioni di oltre il 15%.

Ma il problema più rilevante è la riduzione degli investimenti fissi lordi del 25,4%. Ora, dentro questa grandezza lorda vi sono, appunto, gli ammortamenti, che rappresentano la perdita, da rimpiazzare, di efficienza del capitale fisico produttivo. Se dagli investimenti lordi si toglie l'ammortamento si ha l'incremento netto di capitale produttivo, dunque. Ebbene, stimiamo che gli investimenti netti siano ormai negativi: lo stock di capitale produttivo, a parità di efficienza, si riduce. Non è estraneo a questo fenomeno il tema della chiusura netta di unità produttive, sia nell'industria sia nel commercio sia, infine, nelle altre attività dei servizi. La de-industrializzazione o la desertificazione commerciale sono due facce della stessa medaglia: il capitale produttivo del paese si riduce. E se questo si riduce immaginare una ripresa, e, tanto più, con crescita dell'occupazione, è nobile esercizio di tenace speranza. Non molto di più.

Per cambiare queste tendenze, da una parte è necessario ridurre i gap di contesto che rendono difficile fare impresa. Dall'altro, bisogna ri-orientare le aspettative degli imprenditori. Se non si investe è perchè il rendimento netto atteso del capitale, corretto per il rischio, è insufficiente: si deve quindi diminuire il rischio e/o aumentare il rendimento netto, quest'ultimo pari al rendimento meno le imposte dovute su di esso. Dunque, anche la fiscalità ha e deve giocare un ruolo decisivo nel accrescere il tasso d'investimento del sistema.

Tab. C - Valore aggiunto, occupazione, produttività del lavoro (*)

	2007		2013 su 2007 $\Delta\%$		2015 su 2007 $\Delta\%$		2015 (2007=100)
	ula	v. a.	ula	v. a.	ula	v. a.	produttività del lavoro
Agricoltura	1.311	28.452	-10,3	-0,4	-10,9	-0,6	111,6
Industria	6.477	403.395	-16,8	-19,2	-16,8	-19,4	96,9
Servizi (1+2)	17.338	1.083.735	-2,2	-3,5	-2,0	-3,0	99,0
(1) Area Confcommercio	10.146	612.621	-1,6	-8,1	-0,9	-7,9	92,9
(a) Commercio	3.620	175.574	-7,0	-12,9	-7,2	-12,5	94,2
(b) Trasporti e logistica	1.195	90.155	-5,4	-10,0	-5,3	-10,7	94,2
(c) Turismo, tempo libero e comunicazioni	2.268	129.477	-0,6	-0,1	0,7	-0,5	98,8
(d) Altri servizi	3.063	218.009	5,6	-8,4	7,0	-7,8	86,2
(2) Altre attività di servizi (compresa la P.A.)	7.192	471.456	-3,0	2,3	-3,6	3,3	107,2
Totale economia	25.125	1.515.189	-6,4	-7,6	-6,3	-7,3	98,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Al netto dell'agricoltura, che sta attraversando un doloroso processo d'incremento della produttività a scapito di rilevanti perdite occupazionali (-10,9% le Ula in prospettiva 2015 rispetto al 2007), e considerando un caso speciale l'area della pubblica amministrazione (tab. C.), la riduzione di produttività è generalizzata. Nell'ambito dei servizi di mercato, quelli legati al turismo e all'accoglienza manifestano, però, una vitalità particolare che viene colpevolmente e sistematicamente trascurata. Non solo il valore aggiunto tiene benissimo (soltanto -0,5% nel 2015 rispetto al momento pre-crisi) ma soprattutto l'occupazione standardizzata risulterà addirittura in crescita, grazie al biennio 2014-2015. Pertanto, in termini di prodotto per occupato, la riduzione appare trascurabile, fisiologica: c'è dunque almeno un grande settore strategico, appartenente ai servizi di mercato nel quale la crisi si può dire assorbita, certo a costo di importanti sacrifici sui margini.

In questo quadro, nel quale le ombre prevalgono largamente sulle luci, arriva la Legge di Stabilità 2015. Essa presenta, rispetto al passato, importanti novità sia nell'impostazione generale

sia negli specifici contenuti. Alla valutazione complessivamente positiva, soprattutto sul piano della qualità degli interventi, si devono affiancare alcune perplessità sulla dimensione quantitativa.

E' da valutare favorevolmente la decisione di espandere il deficit a ridosso della soglia consentita (anche se con una parziale retromarcia dopo i rilievi negativi e le richieste di chiarimento della Commissione Europea). Si tratta di una scelta che appare finalmente coerente con l'idea che se la disciplina di bilancio è un valore è, invece, un errore l'ottusa austerità. In secondo luogo, la ricomposizione delle uscite pubbliche, in favore di provvedimenti pro competitivi e pro crescita, imponendo qualche ulteriore vincolo alla spesa delle amministrazioni centrali e locali, non può essere vista come una declinazione del teorema dei tagli lineari quanto piuttosto come un giusto stimolo verso una maggiore efficienza della spesa.

Auspichiamo si tratti però dell'ultimo intervento dall'alto in materia di enti locali e di regioni: gli strumenti dei fabbisogni e dei costi standard devono essere utilizzati quanto prima per discriminare correttamente tra enti virtuosi ed enti che spendono con scarsa efficienza e con dubbia efficacia.

Sotto il profilo quantitativo, d'altra parte, le risorse messe in movimento, seppure lungo una direzione condivisibile, risultano modeste per sostenere la crescita (tab. D).

Tab. D - Riclassificazione manovra LdS 2015
elementi sintetici - milioni di euro

variazione netta entrate	-1.016,7
variazione netta spese	4.570,0
effetti finanziari Bilancio dello Stato	325,5
variazione dell'indebitamento netto ($G=-E+F$ +effetti BS)	5.911,2
a - maggiore reddito disponibile settore privato	7.833,7
b - maggiore spesa pubblica netta	-2.248,0
c - effetti finanziari Bilancio dello Stato	325,5
totale (a+b+c) da finanziarie (in deficit)	5.911,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati DdL Stabilità 2015, Allegato 3.

Nella parte alta della tabella si forniscono le sintesi della riclassificazione tradizionale "reperimento risorse" (cioè maggiori entrate più minori spese) e uso delle risorse. La sostanza è la cifra della caratteristica espansiva della manovra: poco meno di sei miliardi di euro per il 2015, la cui "copertura" è in deficit. Conviene segnalare, tuttavia, che in questa classificazione il bonus di 80 euro entra nelle maggiori spese e non nelle minori entrate. In questo senso, le cifre nascondono il vero flusso di reddito dal settore pubblico a quello privato. D'altra parte, la natura discriminatoria del bonus, da cui, pure a parità di reddito, sono esclusi i lavoratori indipendenti, impone di leggere il provvedimento evento redistributivo, che premia cioè taluni escludendo, appunto altri. E' un trasferimento e non una riduzione generalizzata di imposte.

D'altra parte, è corretto e lecito chiedersi come si muovano le risorse della Legge di Stabilità per circoscrivere quelle che potrebbero, alla fine, in modo diretto o indiretto, costituire maggiore reddito disponibile per il settore privato.

Nella parte in basso della tabella D questa volta il bonus fiscale e altri provvedimenti come la decontribuzione per i nuovi assunti a tempo indeterminato sono classificati come maggiori redditi del settore privato (senza pretese di rigore contabile), cui dovrebbero affluire quasi 8 miliardi di euro di risorse aggiuntive, finanziate in parte con minori spese nette della pubblica amministrazione e il resto, come già evidenziato, ricorrendo all'incremento dell'indebitamento dal 2,2% tendenziale al valore concordato del 2,6% (appunto i circa 6 miliardi corrispondono a 4 decimi di indebitamento netto in più per il 2015).

Le risorse nette movimentate non sono coerenti con la prospettiva di uno shock fiscale di rilevante entità, comunque si vogliano classificare le tante poste attive e passive della LdS 2015. L'impatto espansivo della manovra resta comunque limitato agli appena 6 miliardi di maggiore disavanzo. Nel complesso, sarebbe stata preferibile una maggiore dose di coraggio in tema di *spending review*, proprio al fine di sviluppare una manovra di entità ben superiore agli attuali 6 miliardi di euro di maggiori risorse nette, peraltro semplicemente in deficit.

Non si può trascurare di ricordare che la dimensione espansiva per l'anno 2015 si desume dal confronto tra l'indebitamento tendenziale e quello programmatico, quest'ultimo più alto. Se il confronto si fa tra l'indebitamento programmatico del 2015 e quello storico del 2014 (pari al 3% del Pil) si deve concludere che la politica fiscale ha un impatto negativo perchè il bilancio pubblico drena risorse dal resto dell'economia, piuttosto che darne. Conviene tenere presente questo aspetto per mitigare le aspettative sull'impulso reale che la LdS potrà dare al sistema economico nel breve periodo, senza considerare, comunque, i potenziali effetti positivi derivanti dai mutamenti di composizione tanto delle entrate quanto, e soprattutto, della spesa pubblica.

Nell'orizzonte di più lungo periodo, si osserva, con disagio, che nella LdS 2015 ci sono previsioni di incrementi netti d'imposta. A partire dal 2016, è stabilito un generalizzato aumento delle aliquote Iva, che potrebbero essere scongiurati a patto di rilevanti tagli alla spesa pubblica.

Il paventato incremento dell'Iva, spalmato tra il 2016 e il 2018, porterebbe le aliquote dal 10 al 13% e dal 22 al 25,5%, consegnando all'Italia il podio anche nella graduatoria internazionale delle aliquote delle imposte sui consumi (tab. E).

A regime le aliquote crescerebbero del 30% e del 15,9%, comportando un incremento dell'aliquota implicita complessiva, riferita a tutte le fasce di consumo, anche quelle non toccate dal provvedimento, di quasi il 20% (dal 14,9 al 17,8%); per entità, si tratterebbe di un fenomeno inedito nella storia economica dell'Italia.

L'incremento delle aliquote creerebbe, a parità di altre condizioni, un gradino inflazionistico di 2,5 punti percentuali tra il 2018 e il 2015, implicando una flessione reale dei consumi della stessa proporzione, cifrabile in 25 miliardi di euro a prezzi costanti nel confronto 2018-2015. Nel complesso del triennio la perdita rispetto allo scenario in assenza di incremento dell'Iva, sarebbe di circa 65 miliardi di minori consumi.

L'obiettivo del Governo è di reperire oltre 53 miliardi di euro di gettito, cui si sommerebbero ulteriori entrate derivanti da provvedimenti sottoposti a clausola di salvaguardia pari a 18 miliardi nel triennio. Le nuove imposte potrebbero quindi raggiungere nel periodo 2016-2018 la ragguardevole cifra di 71,3 miliardi di euro (ultima riga di tab. E), pure trascurando che i minori consumi derivanti dalla maggiorazione delle aliquote comporterebbero minore gettito ex post per circa 7 miliardi di euro nel triennio considerato.

Tab. E - Alcuni dati sulle possibili maggiori imposte 2016-2018 (da Lds 2015)

quota % dell'imponibile per fascia di aliquota	aliquote oggi	aliquote 2018	crescita % delle aliquote	
35,3	0,000	0,000	0,0	
11,2	0,040	0,040	0,0	
42,5	0,100	0,130	30,0	
46,3	0,220	0,255	15,9	
totale=100,0	14,876	17,770	19,5	
crescita (media) dei prezzi 2018 su 2015 dovuta a delta aliquote = 2,5%				
minori consumi reali nel 2018 rispetto al 2015 = 25 miliardi di euro				
miliardi di euro	2016	2017	2018	cumulato 2016-2018
minori consumi reali nel 2018 rispetto al 2015	16	24	25	65,0
gettito atteso ex articolo 45, commi 3-4, Lds 2015		19,2	21,3	53,3
gettito effettivo	11,2	16,8	18,6	46,5
diff. gettito effettivo-atteso	-1,6	-2,4	-2,7	-6,8
ulteriori imposte per clausola di salvaguardia ex articolo 1, comma 430, Lds 2014	4,0	7,0	7,0	18,0
totale coperture richieste per evitare nuove imposte che forniscano lo stesso gettito	16,8	26,2	28,3	71,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio.

Anche senza considerare alcune variazioni di imposizione con caratteristiche retroattive, l'innescò delle clausole di salvaguardia dal 2016 in poi impedisce, a una lettura senza pregiudizi, di definire la Lds 2015 come un provvedimento orientato al taglio della pressione fiscale.

L'obiettivo di principio è senz'altro condivisibile e la manovra ha buona qualità al suo interno. Ma il percorso di generalizzata riduzione del carico fiscale su famiglie e imprese è, ancora una volta, rimandato.

1. IL CONTESTO MACROECONOMICO

1.1 Lo scenario internazionale

L'economia mondiale sembra mostrare per l'anno in corso ed il prossimo tendenze moderatamente espansive.

Permangono, tuttavia, differenze tra le diverse aree quanto ai ritmi di crescita. Si confermano gli andamenti in atto dalla metà degli anni duemila, dati gli effetti di ricomposizione del commercio mondiale conseguenti alla globalizzazione, verso un progressivo ridimensionamento della quota delle economie avanzate - intorno al 43% del Pil mondiale in parità di potere d'acquisto (PPA) - a vantaggio di una continua espansione degli emerging markets, al cui interno si colloca l'area fortemente dinamica dei BRIC (tab. 1.1).

In pratica, dall'anno 2000, le economie avanzate sono arretrate di circa 14 punti percentuali in termini di incidenza, a tutto vantaggio dei mercati emergenti che si apprestano a raggiungere una quota del 60% della produzione globale di beni e servizi.

Nel complesso, il Pil mondiale in termini reali evidenzia una dinamica soddisfacente, con incrementi comunque oltre il 3%, ma inferiore di circa un punto alla media, al di sopra del 4%, della prima decade degli anni duemila, se si esclude il 2009, anno in cui a causa del collasso produttivo delle economie avanzate, la variazione del prodotto mondiale è stata pari a zero.

Il passo dei principali paesi industrializzati è nettamente più lento di quello, ad esempio, delle due principali economie emergenti, cioè Cina e India, che ancora evidenziano tassi di crescita pressoché tripli, in primo luogo la Cina, rispetto a Usa, Regno Unito e Giappone. In realtà, anche i due più popolosi paesi asiatici, iniziano a manifestare qualche segnale di rallentamento in confronto alla passata decade degli anni duemila, scendendo la Cina da un ritmo medio annuo del 10% circa ad uno, pur sempre ragguardevole, di oltre il 7% e l'India da oltre il 7% circa il 5,5% (tab. 1.1).

Tra le economie industrializzate al di là di andamenti medi fisiologicamente più contenuti, dev'essere segnalata la più che positiva dinamica del Regno Unito, ritornata, dopo il sensibile rallentamento del 2012, su incrementi addirittura superiori al 3% nell'anno in corso, mentre gli Usa si collocano su una crescita media stabile, poco al di sopra del 2%. Entrambe le economie anglosassoni mostrano di avere quasi completamente riassorbito e compensato gli effetti negativi della acuta recessione del 2009.

Tab. 1.1 - Il Pil in termini reali delle principali economie avanzate
var. % medie annue se non diversamente indicato

	2001-09	2010-11	2012	2013	2014	2015
Francia	1,1	2,0	0,3	0,3	0,4	1,0
Germania	0,6	3,6	0,9	0,5	1,4	1,5
Italia	0,2	1,1	-2,4	-1,9	-0,2	0,8
- Ufficio Studi Confcommercio					-0,2	0,6
Spagna	2,3	-0,1	-1,6	-1,2	1,3	1,7
Euro area	1,1	1,8	-0,7	-0,4	0,8	1,3
Regno Unito	1,6	1,4	0,3	1,7	3,2	2,7
Stati Uniti	1,5	2,1	2,3	2,2	2,2	3,1
Giappone	0,3	2,1	1,5	1,5	0,9	0,8
Totale economie avanzate (a)	1,5	2,4	1,2	1,4	1,8	2,3
	Area BRIC					
Brasile	3,2	5,1	1,0	2,5	0,3	1,4
Russia	4,9	4,4	3,4	1,3	0,2	0,5
India	7,2	8,4	4,7	5,0	5,6	6,4
Cina	10,5	9,9	7,7	7,7	7,4	7,1
	Per memoria:					
Pil delle economie avanzate in % del Pil mondiale (calcolati in PPA)	52,4	45,7	44,4	43,6	43,0	42,4
Pil mondiale in termini reali	3,8	4,8	3,4	3,3	3,3	3,8
Commercio mondiale (b)	4,1	9,6	2,9	3,0	3,8	5,0
Tasso di cambio nominale (dollari USA per 1 euro) (Oecd)	1,19	1,36	1,29	1,33	1,38	1,38
Quotazioni internazionali del greggio (c)	51,5	91,5	105,0	104,1	102,8	99,4
Prezzi internazionali delle materie prime non energetiche (d)	5,4	22,1	-10,0	-1,2	-3,0	-4,1

(a) Nella tassonomia del Fondo Monetario, le economie avanzate rappresentano un aggregato di 36 paesi: Stati Uniti, i 18 dell'area euro, Giappone, Regno Unito e Canada, le 4 NIEs asiatiche (Hong Kong, Korea, Singapore e Taiwan) e altre 10 economie avanzate (Australia, Repubblica Ceca, Danimarca, Islanda, Israele, Nuova Zelanda, Norvegia, San Marino, Svezia e Svizzera); (b) media aritmetica dei tassi di crescita di importazioni ed esportazioni di beni e servizi in quantità; (c) in dollari USA per barile come media non ponderata delle quotazioni per Dated Brent, Dubai e West Texas Intermediate; (d) var. % su indici base 2005 in dollari USA. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati IMF, *World Economic Outlook*, October 2014 e Oecd, *Economic Outlook*, No 93, May 2014.

È evidente come il grande malato dell'economia mondiale, in questa fase, sia l'area dell'euro e in particolare, al suo interno, tra i paesi di maggiore importanza, l'Italia.

L'eurozona ha accusato pesantemente il colpo della profonda recessione del 2009, affrontandola tuttavia con strumenti orientati, sia in termini di politica fiscale sia in termini di politica monetaria, al rigore e al rispetto tassativo dei parametri di indebitamento netto e debito in rapporto al Pil. Dalla fine del 2011, con la predisposizione di ulteriori trattati come il *Fiscal Compact*, il *Six-Pack* e il *Two-Pack*, che hanno introdotto il principio dell'obbligo del pareggio di bilancio in

termini strutturali e la "regola del debito" per un rigoroso percorso di riduzione dell'eccedenza del rapporto debito/Pil rispetto alla soglia del 60%, la *governance* europea dei conti pubblici si è fatta più stringente e rigida, ma si è anche tradotta in quei paesi cosiddetti periferici dell'area euro, con pesanti squilibri nelle finanze pubbliche sotto forma di deficit e debito, in misure che hanno prolungato e talvolta aggravato (come in Grecia) la fase già fortemente negativa del ciclo economico.

In ogni caso, l'evidenza statistica mostra per quella dell'euro, tra le aree economicamente evolute, un profilo di crescita sicuramente modesto, intorno all'1% nella prima decade degli anni duemila, con il persistere di flessioni del Pil nel 2012 e nel 2013 (tab. 1.1). La Germania ha evidenziato nel biennio 2010-11 una crescita sostenuta, del 3,6% in media annua, per poi rallentare ad un modesto +0,5% del 2013. Anche la Francia ha avuto un apprezzabile riavvio all'uscita dalla recessione (+2,0% medio nel biennio 2010-11), per poi rallentare nettamente fino ad appena lo 0,3% del 2013. La Spagna, invece, dopo un percorso di crescita sostenuto nella prima decade degli anni duemila, mediamente del 2,3%, ha subito un pesante contraccolpo recessivo, con flessioni ripetute del Pil tra il 2010 ed il 2013. L'Italia, infine, si presenta come un *unicum*, decisamente più negativo. Oltre ad evidenziare una prolungata fase di stagnazione (appena +0,2% medio annuo, soffrendo di bassa crescita già prima della recessione del 2009) nei primi dieci degli anni duemila, dopo il modesto rimbalzo del +1,1% nel biennio 2010-11, è tornata nuovamente in recessione, evidenziando contrazioni del Pil nel 2012 e nel 2013 nettamente superiori alla media dell'eurozona, anche superiori al 2%.

Riguardo alle prospettive, il Pil mondiale dovrebbe mostrare un'accelerazione (+3,8%) rispetto all'anno in corso, così come il complesso delle economie avanzate (+2,3%), con Usa e Regno Unito caratterizzati da incrementi intorno al 3%. L'eurozona, invece, si dovrebbe collocare su ritmi più modesti (+1,3%), con Spagna e Germania più dinamici di qualche decimo di punto. L'Italia, restando fedele alla sua anomala specificità, sarà ancora in recessione (-0,2%) nell'anno in corso, per poi finalmente affacciarsi ad una modestissima ripresa (+0,6%), la più bassa dei principali paesi dell'area e nettamente inferiore alla media dell'eurozona.

I valori di -0,2% e +0,6% per gli anni 2014 e 2015, rispettivamente, sono le nostre stime, anche più ottimistiche della maggior parte delle valutazioni degli altri istituti di ricerca nazionali ed internazionali. Persino il Governo, nel 2014, è meno positivo di noi.

Per i BRIC, invece, Brasile e Russia, dopo la forte decelerazione dell'anno in corso (appena +0,2-0,3%), potrebbero evidenziare una crescita appena più sostenuta nel 2015, con una maggiore dinamicità del Brasile (+1,4%). L'India dovrebbe attestarsi nell'anno in corso al +5,6%, accelerando al 6,4% nel 2015, mentre la Cina si manterrà nel 2014 e nel 2015 al di sopra del 7%, pur se in rallentamento di qualche decimo di punto.

Queste proiezioni dell'*outlook* del Fondo Monetario sono basate sull'evoluzione attesa del commercio mondiale, dei tassi di cambio e delle quotazioni internazionali delle materie prime energetiche e delle commodities, delineata nella tab. 1.1.

Il prezzo medio delle principali qualità di greggio, in dollari per barile, è atteso in lieve contrazione rispetto al livello del 2012, scendendo gradualmente fino a circa 99 dollari nel 2015. Anche le altre materie prime di base non evidenzieranno tensioni di sorta, risultando anzi in continua flessione dopo il -10% del 2012 con decrementi medi annui intorno al 2,5% fino al 2015, a testimonianza di una modesta intonazione della domanda mondiale.

Due variabili, infine, delle esogene internazionali, avranno un'incidenza ulteriormente negativa per la nostra economia.

Il tasso di cambio, espresso in dollari per un euro, tornerà ad apprezzarsi sensibilmente dopo la discesa a 1,29 dollari del 2012, risalendo nell'anno in corso a 1,38 dollari, per stabilizzarsi su tale quotazione anche nel 2015. A sua volta, il volume di scambi di beni e servizi a livello mondiale, dopo la forte espansione di quasi il 10% nel biennio 2010-11, ha iniziato a ridimensionarsi drasticamente già dal 2012 (+3,4%) e nelle valutazioni dell'*outlook* del Fondo, dovrebbe mantenersi ben al di sotto del 4%, anche nell'anno in corso e nel 2015.

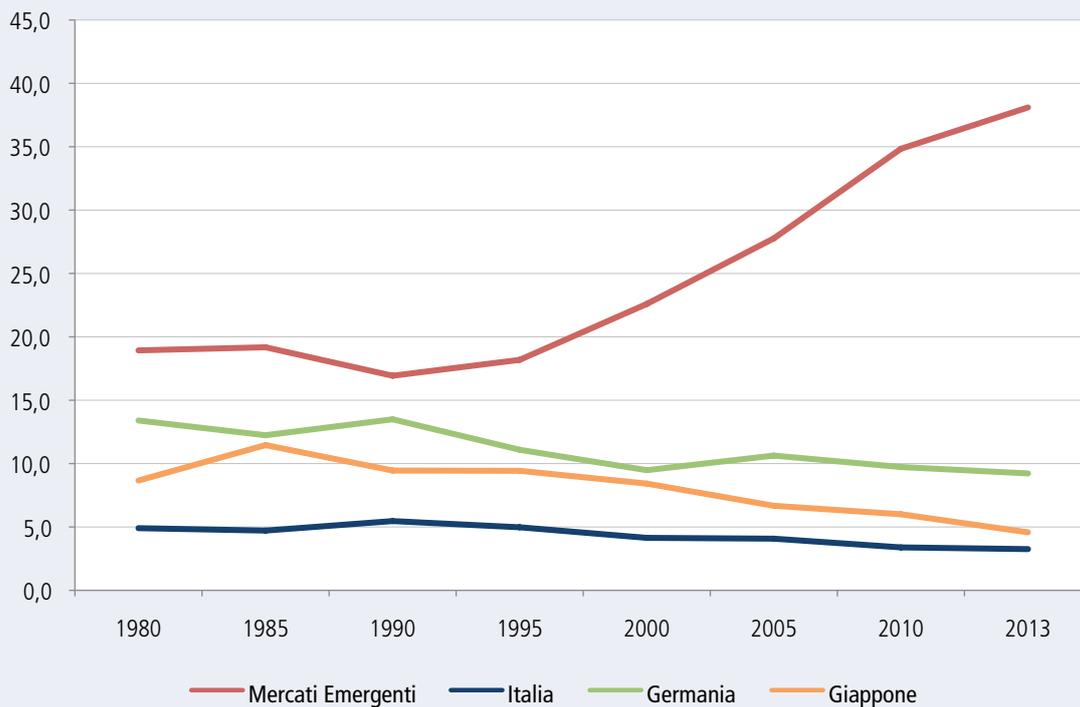
Ora, questa combinazione tasso di cambio elevato/contenuta dinamica del commercio mondiale, certamente penalizzante per le economie che hanno un'impostazione *export-led*, si aggiunge ad un ridimensionamento strutturale della quota di esportazioni del nostro paese sul totale mondiale, come evidenziato in fig. 1.

A partire dalla fine degli anni novanta, infatti, con il pieno dispiegarsi degli effetti della globalizzazione, si è avuta una rapidissima espansione della quota di esportazioni dei mercati emergenti, passati in poco più di un decennio da circa il 18% ad oltre il 38%, a fronte di una simmetrica riduzione dell'incidenza delle economie avanzate. In particolare, la quota italiana si è ridimensionata dal 5% a circa il 3%, ma una riduzione è stata registrata dalla quota della prima manifattura esportatrice europea, cioè la Germania, ridottasi di circa due punti, come pure il peso di un tradizionale esportatore netto come il Giappone, dimezzatasi ormai a poco più del 4,5%.

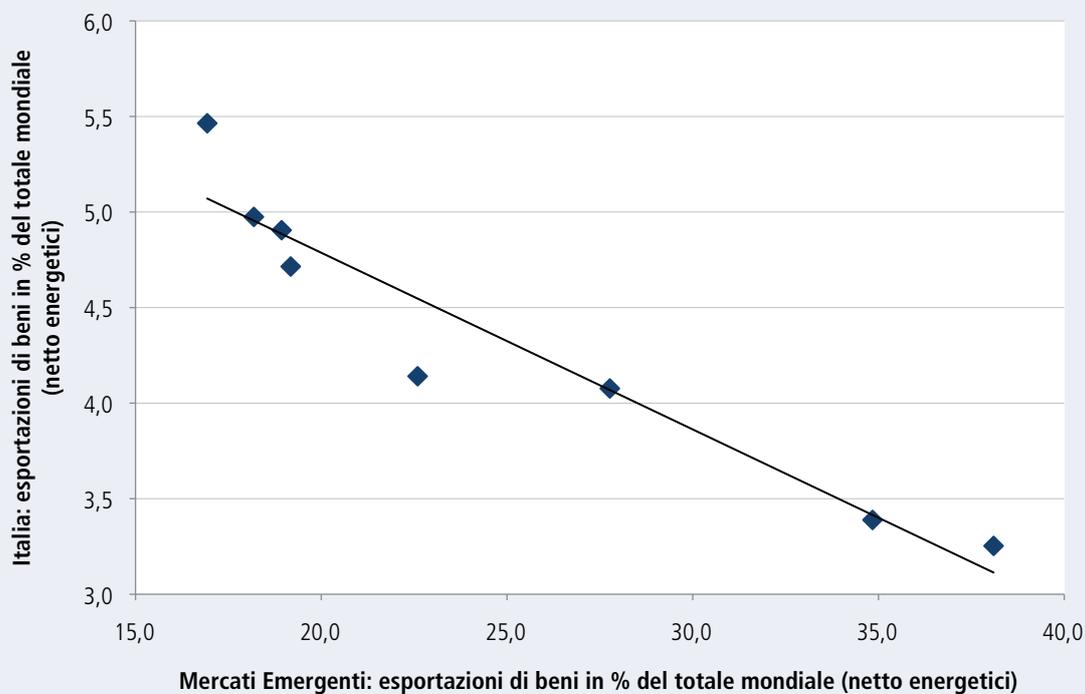
Del resto, la parte in basso della figura evidenzia il sussistere di una correlazione negativa molto pronunciata tra ampliamento della quota di esportazioni mondiali degli *emerging markets* e ridimensionamento della quota italiana di esportazioni mondiali.

Sulla base di queste evidenze, se ogni incremento di cinque punti della quota degli *emerging markets* determina la riduzione di un decimo di punto della quota italiana, proseguendo inerzialmente questo processo nel prossimo decennio, è reale il rischio di una quasi scomparsa delle produzioni italiane dai mercati mondiali. Una tendenza questa che, seppur più rallentata, interesserà anche le esportazioni tedesche, destinate comunque a ridimensionarsi nel tempo.

Fig. 1 - L'impatto della globalizzazione sulle esportazioni dell'Italia
 esportazioni di beni in % del totale mondiale (netto energetici)



Italia vs emerging markets



Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati WTO, World Trade Organization.

Si tratta, dunque, di un'evoluzione di fondo, determinata dal progressivo affacciarsi di sempre nuovi e più numerosi *players* sulla scena del commercio mondiale, in virtù del fenomeno della globalizzazione, più che dagli effetti negativi della rigida gabbia dell'euro (come conferma l'andamento declinante del Giappone, paese ovviamente non euro) che, secondo molti, avrebbe penalizzato l'export italiano a causa dell'impossibilità di ricorrere a svalutazioni competitive. Un'evoluzione che occorre tenere nella dovuta considerazione per le scelte future riguardo alla necessità di modificare radicalmente il modello di specializzazione produttiva del nostro paese, ancora troppo basato su prodotti maturi a basso valore aggiunto, al di là di alcune specifiche nicchie di eccellenza.

1.2 L'Italia

A partire dal mese di ottobre dell'anno in corso, gli istituti nazionali di statistica dei paesi della UE hanno iniziato a diffondere i dati di contabilità nazionale, ricostruendoli anche per il passato secondo i nuovi criteri del Sec2010, cioè del Sistema Europeo dei Conti² che, nella nuova edizione, ha sostituito il precedente Sec95.

Nel passaggio dal Sec95 al nuovo Sec2010, sono state introdotte rilevanti innovazioni sul piano dei metodi di misurazione e delle fonti, con cambiamenti metodologici che hanno riguardato molti importanti aggregati, come la capitalizzazione delle spese in R&S, facenti ora parte a pieno titolo degli investimenti, l'inclusione sempre negli investimenti della spesa per armamenti sostenute dal settore pubblico, e una diversa valutazione degli scambi con l'estero relativamente alle merci da sottoporre a lavorazione (c.d. processing), che ne registra il solo valore di trasformazione e non più quello finale dei beni scambiati. Inoltre, per limitarsi alle innovazioni più significative, il nuovo Sec include nella stima esaustiva del Pil anche alcune specifiche attività illegali (consumo personale di sostanze stupefacenti, servizi della prostituzione e contrabbando di alcol e tabacchi), in modo da rendere finalmente omogenee le stime degli aggregati dei conti nazionali, considerando che alcuni paesi europei già procedevano a queste valutazioni all'interno dei propri sistemi di contabilità.

Le revisioni del nuovo Sec2010, tuttavia, hanno interessato, anche nella ricostruzione retrospettiva fino al 1995, soltanto i livelli dei diversi aggregati (Pil e le diverse componenti della domanda interna ed estera, valore aggiunto, redditi etc.), ora più elevati rispetto a quelli del vec-

2 È l'impianto che definisce la metodologia armonizzata per la produzione di dati di contabilità nazionale all'interno dell'Unione Europea. Considerando i rilevanti cambiamenti che hanno interessato tutte le economie negli ultimi venti anni - dal ruolo crescente delle tecnologie ICT nei processi produttivi, alla maggiore importanza delle risorse intangibili, al rafforzamento della proprietà intellettuale di beni e servizi, nonché alla globalizzazione dei mercati e all'internazionalizzazione delle imprese - in tutto il mondo le statistiche macro economiche si sono evolute per misurare adeguatamente il nuovo contesto. Quindi il Sec2010 ha recepito l'aggiornamento del sistema dei conti nazionali delle Nazioni Unite (System of National Accounts, Sna) il quale stabilisce le linee guida in tema di contabilità nazionale valide per tutti i paesi: si è così passati dalla versione definita Sna1993 a quella attuale, lo Sna2008. Cfr. Istat, <http://www.istat.it/it/archivio/122962>.

chio schema del Sec95, ma non hanno modificato, se non in misura impercettibile, le dinamiche degli stessi aggregati calcolate in termini di quantità.

In altri termini, l'adozione del Sec2010 non ha modificato minimamente il profilo di crescita di lungo periodo delle variabili macroeconomiche.

La spirale negativa in cui è entrato il nostro sistema produttivo (tab. 1.2), all'indomani della crisi finanziaria mondiale del 2007-2008, è proseguita senza soluzione di continuità, aggravando le debolezze strutturali, in termini di bassa produttività, scarsa capitalizzazione delle imprese, modesta capacità di investimento, che già caratterizzavano il periodo precedente, come dimostra la progressiva riduzione dei tassi medi di crescita tra il 1996 e il 2007.

La sintesi di questa lunga fase recessiva della quale non riusciamo ad invertire la tendenza è nell'ultima colonna della tab. 1.2, che riporta la variazione cumulata del periodo 2008-2013 per il Pil e le sue diverse componenti dal lato della domanda, tutte espresse in termini reali.

La perentorietà delle cifre è indubbia: in termini di produzione di beni e servizi il nostro sistema ha perso oltre 8 punti percentuali, così come la spesa delle famiglie residenti, per le quali il progressivo deterioramento del mercato del lavoro, dovuto alla incessante emorragia occupazionale, si è tradotto in un sensibile restringimento del reddito disponibile derivante dal fattore lavoro, unito alla compressione imputabile agli inasprimenti del prelievo fiscale sui redditi, resisi necessari per fronteggiare le esigenze di risanamento dei conti pubblici.

Tab. 1.2 - Il Pil e le sue componenti dal lato della domanda nel nuovo Sec2010
var. % di periodo e annuali su grandezze in valori concatenati anno di riferimento 2010

	1996-2000	2001-2008	2008	2009	2010	2011	2012	2013	var. % cum. '08-'13
Pil ai prezzi di mercato	2,0	1,2	-1,0	-5,5	1,7	0,6	-2,3	-1,9	-8,3
Importazioni di beni (fob) e servizi	6,4	3,6	-3,7	-12,9	12,4	0,5	-8,0	-2,7	-15,1
Spesa delle famiglie residenti	2,5	0,9	-1,0	-1,6	1,3	0,0	-4,0	-2,8	-8,1
Spesa sul territorio economico	2,4	0,8	-1,2	-1,8	1,3	0,1	-3,9	-2,7	-8,0
Spesa delle A.P. e delle ISP senza fini di lucro	1,5	1,2	0,8	0,5	0,5	-1,8	-1,5	-0,7	-2,1
Investimenti fissi lordi	3,7	2,2	-3,1	-9,9	-0,5	-1,9	-7,4	-5,4	-25,4
- Investimenti fissi netti	7,0	1,2	-16,1	-46,9	-8,9	-23,4	-81,5	-245,2	-108,3
- Ammortamenti	2,6	2,5	1,6	1,1	0,8	1,0	0,4	0,2	5,2
Oggetti di valore	25,5	-6,5	-17,8	-26,5	25,9	-9,5	-4,5	-9,3	-40,3
Esportazioni di beni (fob) e servizi	4,0	3,1	-3,1	-18,1	11,8	5,2	2,0	0,6	-4,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

La spesa per investimenti si è ridotta cumulativamente di oltre un quarto, ma se guardiamo agli investimenti fissi netti, cioè la parte di nuovi investimenti che dovrebbe incrementare lo

stock di capitale, la flessione è stata del 108%. Vuol dire, in pratica, che ci troviamo addirittura di fronte ad un processo di contrazione dello stock di capitale stesso (imputabile anche ai saldi negativi della nati-mortalità delle imprese), conseguente al fatto che gli investimenti non coprono più nemmeno la spesa per ammortamenti, volta a sostituire il capitale logorato e obsoleto. Nel solo 2013, il livello degli investimenti fissi netti in volume è risultato negativo per quasi 8 miliardi di euro, un dato che, probabilmente, non si è mai verificato nella storia dei conti nazionali e che ha portato la variazione di questo aggregato, rispetto al 2012, al -245%³. L'Italia, dunque, è un paese che non solo non riesce ad attrarre investimenti diretti esteri, ma sta addirittura ridimensionando la dotazione di capitale del proprio apparato produttivo, anche a causa del periodo troppo prolungato di insufficiente utilizzo degli impianti.

Il preconsuntivo 2014 farà registrare ancora un segno meno, con la flessione del Pil di circa due decimi di punto (abbiamo già sottolineato che si tratta di una valutazione ottimistica).

Qualche timido segnale di risveglio è segnalato dalla crescita dello 0,2% di questa componente della spesa per consumi, mentre dovrebbe proseguire la fase negativa degli investimenti fissi lordi, ancora in flessione per oltre il 2%. Con una modesta dinamica delle importazioni (+1,8, data anche la persistente debolezza dei consumi) ed una discreta accelerazione delle esportazioni (+2,1%), il contributo delle domanda estera netta dovrebbe risultare leggermente più positivo rispetto al 2103.

Tab. 1.3 - La previsione del quadro macroeconomico interno
variazioni % annuali su grandezze in valori concatenati anno di riferimento 2010

	2012	2013	2014	2015
Pil	-2,3	-1,9	-0,2	0,6
Importazioni di beni e servizi	-8,0	-2,7	1,8	2,9
Spesa delle famiglie residenti	-4,0	-2,8	0,2	0,7
- Spesa sul territorio economico	-3,9	-2,7	0,2	0,7
Spesa delle A.P. e ISP	-1,5	-0,7	-0,4	-0,5
Investimenti fissi lordi	-7,4	-5,4	-2,1	1,5
Esportazioni di beni e servizi	2,0	0,6	2,1	2,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati Istat.

Tutte le speranze per una vera inversione del ciclo negativo e finalmente l'avvio di una ripresa sono risposte nel 2015 (tab. 1.3), anche se le aspettative sono comunque per un risultato modesto, risultando di difficile valutazione l'impatto dei provvedimenti a sostegno delle famiglie

3 Un fenomeno certamente inedito, ma, purtroppo, non limitato all'Italia. Secondo *The Economist* del 18 ottobre 2014, gli investimenti (pubblici, ossia quella che nel conto consolidato delle Amministrazioni pubbliche va sotto il nome di spesa in *c/* capitale) in Germania, languono a tal punto da non tenere il passo degli ammortamenti (da cui il titolo esplicito del pezzo "Build some bridges and roads, Mrs Merkel" <http://www.economist.com/news/leaders/21625784-german-government-should-invest-money-infrastructure-not-worry-about-balancing-its>).

e delle imprese così come varati nel Disegno di Legge di Stabilità 2015 appena presentato dal Governo (cfr. paragrafo 1.3).

Il Pil dovrebbe tornare finalmente con il segno positivo, anche se con un incremento modesto, limitato allo 0,6%.

1.3 Valutazioni del Disegno di Legge di Stabilità 2015

La Legge di Stabilità 2015 presenta, rispetto al passato, importanti novità sia nell'impostazione generale sia negli specifici contenuti. Alla valutazione complessivamente positiva, soprattutto sul piano della qualità degli interventi, si devono affiancare alcune perplessità sulla dimensione quantitativa.

E' da valutare favorevolmente la decisione di espandere il deficit a ridosso della soglia consentita, anche se con una parziale retromarcia dopo i rilievi negativi e le richieste di chiarimento della Commissione Europea⁴. Si tratta di una scelta che appare finalmente coerente con l'idea che se la disciplina di bilancio è un valore è, invece, un errore l'ottusa austerità. In secondo luogo, la ricomposizione delle uscite pubbliche, in favore di provvedimenti pro competitivi e pro crescita, imponendo qualche ulteriore vincolo alla spesa delle amministrazioni centrali e locali, non può essere vista come una declinazione del teorema dei tagli lineari quanto piuttosto come un giusto stimolo verso una maggiore efficienza della spesa.

Auspichiamo si tratti però dell'ultimo intervento dall'alto in materia di enti locali e di regioni: gli strumenti dei fabbisogni e dei costi standard devono essere utilizzati quanto prima per discriminare correttamente tra enti virtuosi ed enti che spendono con scarsa efficienza e con dubbia efficacia.

Sotto il profilo quantitativo, d'altra parte, le risorse messe in movimento, seppure lungo una direzione condivisibile, risultano modeste per sostenere la crescita.

Lo stesso Governo ne è consapevole, visto che nella Nota di Aggiornamento al DEF (NdA DEF, del 30 settembre 2014) si chiarisce che, seppure "Il quadro macroeconomico programmatico include l'impatto sull'economia delle nuove misure che saranno più compiutamente dettagliate all'interno della Legge di stabilità", "gli scostamenti tra la previsione programmatica e quella

4 Ci riferiamo al recente scambio di missive tra il Vice Presidente della Commissione, Katainen, e il Ministro Padoan. Alla richiesta formulata all'Italia di attenersi a vincoli del SGP (*Stability and Growth Pact*) e al raggiungimento del MTO (*Medium-Term Budgetary Objective*) concordato, il Governo ha risposto indicando come misure correttive l'utilizzo dei 3,3 miliardi di euro del fondo taglia-tasse a riduzione dell'indebitamento netto, la riduzione della quota di cofinanziamento al Fondo di coesione UE per circa 500 milioni di euro e l'estensione del meccanismo del *reverse-charge* (inversione contabile in materia di IVA) al comparto del commercio al dettaglio, stimandone entrate aggiuntive per circa 730 milioni di euro. Nel complesso, tra maggiori entrate e minori spese, la correzione sarà di oltre 4,5 miliardi di euro, che equivale ad oltre tre decimi di punto di riduzione del disavanzo in termini strutturali e che si tradurrà, per il 2015, in un rapporto indebitamento netto/Pil del 2,6% circa, rispetto al 2,9% indicato nel quadro programmatico della finanza pubblica della Nota di Aggiornamento al DEF, diffusa il 30 settembre scorso. Queste misure, sono state incorporate nella nostra valutazione della LdS 2015, basata sull'Allegato 3 al testo dell'articolato del DdLS trasmesso alle Camere. Cfr. http://www.mef.gov.it/documenti-allegati/2014/Letter_Padoan_final.pdf e http://www.mef.gov.it/primo-piano/documenti/2014/Lettera_Padoan.pdf.

tendenziale, nulli nel 2014, risultano comunque molto limitati anche nel biennio successivo". In particolare, la visione del Governo indica per il Pil del 2015 una differenza di appena un decimo di punto passando dallo scenario senza i provvedimenti contenuti nella LdS 2015 allo scenario programmatico che, appunto, li contiene (cioè dal +0,5% tendenziale, si passerebbe, nello scenario impattato dai provvedimenti della LdS 2015, a una crescita del Pil dello 0,6%).

Nella tabella 1.4 si è seguito l'approccio di riclassificare la manovra sotto il profilo del reperimento delle risorse e dell'utilizzo delle stesse.

In tal modo emerge la dimensione del "movimento" riconducibile all'insieme dei provvedimenti adottati, che vale, tenuto conto delle successive correzioni per i rilievi della Commissione Europea di cui alla nota 5, poco più di 28 miliardi di euro di risorse nette (sarebbero quasi 33 miliardi se si tenesse conto dei 4,5 miliardi di correzione dell'indebitamento netto), in base all'elencazione delle misure classificate tra maggiori e minori spese correnti e in conto capitale e maggiori e minori entrate tributarie e contributive di cui all'Allegato 3.

Coerentemente con il predetto schema, nella tab. 1.4 il bonus degli 80 euro è classificato tra le "maggiori spese", rappresentando un trasferimento dalla pubblica amministrazione al settore privato.

Al di là comunque delle differenze tra "visione" contabile e "visione" mediatica dei provvedimenti, la sostanza non muta. I conteggi portano, in questa metrica, a una impercettibile riduzione del prelievo fiscale, considerando che il saldo tra maggiori entrate e minori entrate (cioè le entrate nette) vale poco più di 1 miliardo di euro, mentre l'eccesso di spese supera i 4,5 miliardi di euro, portando il peggioramento del deficit a quasi 6 miliardi di euro, determinato dalle maggiori spese piuttosto che dalle minori entrate nette. Si tratta, lo ribadiamo ancora, solo di una questione contabile: collocare i 9,5 miliardi necessari per il bonus degli 80 euro tra le minori entrate oppure tra le maggiori spese. L'impatto espansivo della manovra resta comunque limitato agli appena 6 miliardi di maggiore disavanzo.

Nel complesso, sarebbe stata preferibile una maggiore dose di coraggio in tema di *spending review*, proprio al fine di sviluppare una manovra shock di entità netta ben superiore agli attuali 6 miliardi di euro di maggiori risorse nette, peraltro semplicemente in deficit.

Nella prospettiva di più lungo periodo, si osserva, con disagio, che nella LdS 2015, una manovra proposta come orientata al taglio delle tasse, ci sono purtroppo previsioni di incrementi netti d'imposta. Infatti, a partire dal 2016, è stabilito un generalizzato aumento delle aliquote Iva, sia di quella ridotta del 10% sia di quella ordinaria del 22%.

Tab. 1.4 - Riclassificazione manovra LdS 2015 risorse-impieghi (*)
milioni di euro

Reperimento risorse (A+B)	22.592,4
Maggiori Entrate (A)	10.976,8
Piano scuola (assorbimento precari: tasse e contributi)	484,9
Ecobonus (detr. Irpef e Iva)	18,9
Assunzione disoccupati (soppressione benefici)	155,0
Missioni di pace - effetti riflessi	150,0
Terra dei fuochi - effetti riflessi	5,1
Valorizzazione patrimonio pubblico - Ministeri	391,7
Rivalutazione TFR, reverse-charge, split payment, tassazione giochi, altro	5.662,7
Altre entrate (auto e moto storiche)	78,5
Riduzione disavanzo con risorse Fondo riduzione pressione fiscale	3.300,0
Estensione reverse-charge al commercio al dettaglio e altro	730,0
Minori Spese (B)	11.615,6
TFR in busta paga (saldo oneri minori)	32,0
Riprogrammazione risorse - Piano azione di coesione	1.000,0
Razionalizzazione e riduzione spese - misure trasversali	298,6
Razionalizzazione e riduzione spese - Ministeri	1.937,0
Razionalizzazione e riduzione spese - Gestione Tesoreria	87,0
Razionalizzazione e riduzione spese - Enti locali	4.539,5
Riduzione fondo cuneo fiscale	2.685,0
Riduzione quota di finanziamento al Fondo di Coesione UE	500,0
Riduzione fondo riduzione pressione fiscale e altri fondi	536,5
Impiego risorse (C+D)	28.178,1
Minori Entrate (C)	11.992,5
Deduzione IRAP	2.701,0
TFR in busta paga (saldo minore contrib. vs maggior prelievo Irpef)	175,0
Regime fiscale per autonomi	834,5
Sgravi contributivi assunzioni a tempo indeterminato	1.886,0
Superamento clausola di salvaguardia	3.000,0
Riordino carriere e altre misure FF.AA. E VV.FF.	96,0
Fondo riduzione pressione fiscale	3.300,0
Maggiori Spese (D)	16.185,6
Piano scuola (assorbimento precari: oneri retributivi)	1.000,0
Bonus 80 euro	9.503,0
Credito d'imposta per R&S	218,9
Rifinanziamento ASPI	1.500,0
Famiglie	500,0
Misure di finanziamento a politiche invariate	3.393,7
Spese Agenzia Entrate ed efficienza giustizia	70,0
Variazione netta entrate (E=A-C)	-1.015,7
Variazione netta spese (F=D-B)	4.570,0
Effetti finanziari Bilancio dello Stato	325,5
Variazione dell'indebitamento netto (G = -E+F+ effetti BS)	5.911,2

(*) Tiene conto dello scambio di lettere tra Commissione Europea e Ministero dell'Economia su vincoli da SGP e conseguente correzione dell'indebitamento. A scopo di precisazione contabile va chiarito che nella sequenza del conto, si è seguito il criterio di un bilancio civilistico, con tutte poste positive, a differenza del conto riclassificato del bilancio delle AA.PP., nel quale le minori entrate e le minori spese andrebbero indicate precedute dal segno meno, proprio per evidenziare con il segno meno un miglioramento e con il segno più un peggioramento dell'indebitamento netto, come correttamente indicato nelle ultime quattro righe della tabella. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati DdL Stabilità 2015, Allegato 3.

L'incremento dell'Iva, spalmato tra il 2016 e il 2018, porterebbe le aliquote dal 10 al 13% e dal 22 al 25,5%, consegnando all'Italia il podio anche nella graduatoria internazionale delle aliquote delle imposte sui consumi. Approssimativamente, questo innalzamento delle aliquote legali produrrebbe un maggior gettito complessivo di circa 21 miliardi nel 2018 rispetto al 2015, con un impulso di quasi 13 miliardi già nel 2016.

Al di là degli effetti negativi su Pil e consumi, come già accaduto in passato, questi incrementi d'imposta deprimeranno anche il gettito atteso ex ante, attraverso una verosimile accelerazione dei processi di evasione ed elusione (circa 2 miliardi di euro all'anno in meno nella media del triennio 2016-2018 rispetto al gettito ex ante).

Se si tiene conto anche dei conseguenti incrementi della pressione fiscale, tanto apparente quanto legale, nel medio termine, risulta fortemente depotenziato - se non annullato - il portato espansivo della presente Legge di Stabilità, come anche il suo effetto in termini di riduzione delle imposte e delle tasse.

Inoltre, guardando al solo 2015, se da un lato viene introdotta la deduzione totale del costo del lavoro dipendente a tempo indeterminato dalla base imponibile Irap, che comporterà un significativo risparmio di imposta per le imprese con dipendenti, dall'altro, gli effetti positivi di tale misura vengono ridotti dall'aggravio d'imposta sulle altre componenti della base imponibile Irap (utili, interessi passivi).

Infine, tenuto conto che in Italia manca un meccanismo di efficace coordinamento dell'imposizione fiscale tra diversi livelli di governo, è lecito avere dubbi sugli effetti dei presunti tagli fiscali: presunti perché, già di modesta entità, potrebbero essere neutralizzati non solo dai previsti incrementi dell'Iva e delle accise ma addirittura, e da subito, da eventuali incrementi di tributi stabiliti dalle regioni e dagli altri enti locali.

2. IL TERZIARIO DI MERCATO

2.1 Una visione d'insieme

I nuovi dati di contabilità nazionale, elaborati secondo il Sec2010, permettono di effettuare una lettura aggiornata di quanto accaduto all'interno del sistema produttivo italiano negli ultimi 20 anni. L'evoluzione che emerge dall'analisi delle informazioni, disponibili dal 1995, non è dissimile da quanto tracciato nel precedente sistema contabile.

Dal 1995 il processo di terzizzazione dell'economia italiana si è rafforzato e consolidato anche negli anni successivi al 2007, caratterizzati da una profonda crisi economica. Sia l'occupazione sia il valore aggiunto prodotto dai servizi, di mercato e non, hanno visto una continua espansione della loro quota, che ha superato il 72% per gli occupati (65,4% nel '95) e toccato il 74,4% per il valore aggiunto (67,6% nel '95), cui si è contrapposta una decisa riduzione del ruolo svolto dall'industria, incluse le costruzioni, e dall'agricoltura (tab. 2.1).

Per l'agricoltura il processo di ridimensionamento sembra aver raggiunto un punto di equilibrio con una quota di occupati stabile da alcuni anni al 5% ed un contributo al valore aggiunto nazionale di poco superiore al 2%.

La tendenza alla riduzione dell'incidenza del settore all'interno del sistema economico non sembra essersi arrestata per l'industria, che ha visto scendere la propria quota nel 2013 al 22,9% per le ula (unità di lavoro standard) ed al 23,3% per il valore aggiunto.

Relativamente ai servizi, incluse le amministrazioni pubbliche, anche nel 2013 si è registrata una modesta crescita del contributo fornito sia in termini di occupazione che di valore aggiunto, confermando nel complesso la maggiore capacità del settore di reggere nelle fasi di crisi.

All'interno del terziario, l'Area Confcommercio, che raggruppa la gran parte dei servizi market, dal commercio al turismo, ai trasporti, alla logistica, ai servizi a famiglie e imprese, ha conosciuto tra il 1995 ed il 2013 una significativa espansione passando dal 35,6% degli occupati nel primo anno per cui sono disponibili informazioni, al 42,4% del 2013. In termini di valore aggiunto la crescita è risultata più contenuta (dal 39,3% al 40,7%) confermando comunque la maggiore capacità di tenuta di questo macro-settore anche negli anni della recessione.

Dei quattro principali comparti dell'Area Confcommercio, due risultano aver significativamente migliorato le posizioni rispetto al 1995: da una parte gli altri servizi, con incrementi di quota occupazionale e di prodotto, rispetto al 1995 rispettivamente di 5,4 e 2,7 punti percentuali

assoluti, denotando una capacità di espansione anche nella fase avversa del ciclo degli ultimi sei anni, dall'altra turismo, tempo libero e comunicazioni, specialmente negli ambiti della ristorazione e delle telecomunicazioni.

Tab. 2.1 - Settori economici: valore aggiunto e occupazione (*)
composizione %

	1995		2007		2012		2013	
	ula	v. a. (**)	ula	v. a. (**)	ula	v. a. (**)	ula	v. a. (**)
Agricoltura	7,5	3,3	5,2	2,1	5,0	2,2	5,0	2,3
Industria	27,1	29,1	25,8	26,5	23,4	23,6	22,9	23,3
Servizi (1+2)	65,4	67,6	69,0	71,4	71,7	74,2	72,1	74,4
(1) Area Confcommercio	35,6	39,3	40,4	40,0	42,3	40,8	42,4	40,7
(a) Commercio	14,9	14,0	14,4	11,5	14,6	11,3	14,3	11,0
- Auto e moto	1,6	1,4	1,7	1,2	1,6	1,1	1,6	1,1
- Ingrosso	4,4	5,9	5,1	5,3	4,9	5,1	4,8	5,0
- Dettaglio	8,8	6,7	7,6	5,0	8,1	5,1	8,0	4,9
(b) Trasporti e logistica	4,6	5,8	4,8	5,8	4,8	5,9	4,8	6,2
- Trasporto terrestre	2,7	2,8	2,7	2,9	2,7	3,0	2,8	3,2
- Trasporto marittimo	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
- Trasporto aereo	0,1	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
- Logistica	0,9	1,5	1,4	1,6	1,3	1,8	1,3	1,9
- Servizi postali	0,6	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3
- Noleggio	0,1	0,5	0,1	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
(c) Turismo, tempo libero e comunicazioni	7,7	7,5	9,0	9,1	9,5	9,0	9,6	8,8
- Ristorazione e alloggio	4,6	3,1	5,2	3,5	5,5	3,6	5,6	3,7
- Agenzie di viaggio	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
- Intrattenimento	1,1	0,9	1,3	1,0	1,4	1,2	1,4	1,2
Editoria	0,4	0,8	0,5	0,8	0,4	0,7	0,4	0,7
- Telecomunicazioni	0,5	1,5	0,4	1,9	0,4	1,6	0,4	1,4
- Servizi informatici	0,9	1,1	1,4	1,6	1,5	1,8	1,6	1,7
(d) Altri servizi	8,4	12,0	12,2	13,7	13,5	14,7	13,8	14,7
- Attività immobiliari (netto fitti imputati)	0,7	3,7	0,8	4,3	0,9	4,5	0,9	4,6
- Studi professionali	2,9	4,3	4,3	4,5	4,7	4,7	4,8	4,7
- Società di ricerca	0,3	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6
- Marketing	1,2	1,4	1,5	1,4	1,6	1,2	1,6	1,2
- Agenzie per il lavoro	0,1	0,0	0,8	0,5	0,8	0,5	0,8	0,5
- Altri servizi alle imprese	2,0	1,4	2,7	1,6	3,1	2,0	3,2	2,0
- Servizi sanitari (market)	1,2	0,7	1,5	0,9	1,9	1,2	1,9	1,2
(2) Altre attività di servizi (compresa la P.A.)	29,8	28,3	28,6	31,4	29,3	33,4	29,7	33,7
Totale economia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale economia (***)	22.674	890.136	25.125	1.446.519	23.940	1.462.787	23.528	1.456.803

(*) le definizioni dei settori sono presentate nel box di pag. 9; (**) valori correnti; i dati del 2013 in corsivo sono stimati sulla base dell'incidenza del settore sulla branca di appartenenza nel 2012; (***) valori in migliaia per le ula e in milioni di euro per il v.a. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Il commercio è il comparto dei servizi ad aver subito in misura più significativa, soprattutto sul versante del valore aggiunto, i contraccolpi negativi della crisi dei consumi delle famiglie. La quota di valore aggiunto è scesa, infatti, dal 14% del 1995 all'11% del 2013. Meno significativa è stata la perdita di ruolo in termini occupazionali.

Le dinamiche di valore aggiunto e occupazione, che spiegano i descritti spostamenti di quota dei diversi settori produttivi rispetto al totale dell'economia, sono a loro volta sintetizzate negli andamenti settoriali della produttività del lavoro (fig. 2).

Nel complesso, la produttività è risultata stagnante, con un tasso medio annuo prossimo allo zero relativamente all'intera economia, ma risentendo di un contributo positivo fino al 2007, quasi del tutto compensato dalla caduta durante la fase recessiva.

L'industria denota incrementi medi annui appena positivi, ma si tratta di un effetto statistico dovuto essenzialmente alla forte riduzione di forza lavoro del comparto, superiore alla contrazione del valore aggiunto. Ciò spiega una dinamica della produttività dell'industria mediamente positiva per qualche decimo di punto l'anno (0,2%).

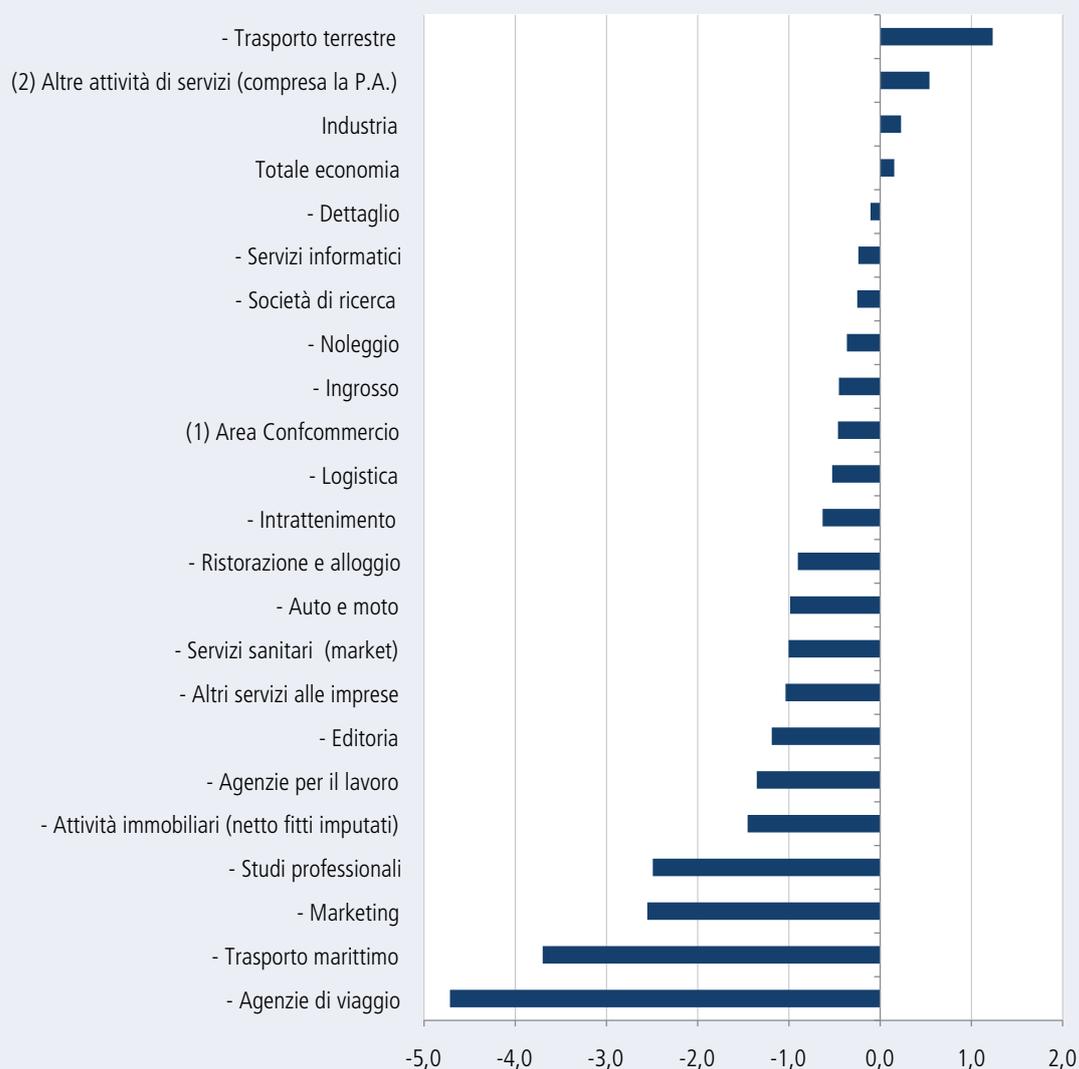
Il vero problema è il profilo nettamente flettente, soprattutto in alcuni segmenti, della produttività dei servizi. I vari settori da un lato hanno sperimentato un rallentamento progressivo della crescita dei fatturati già dall'inizio degli anni duemila, dall'altro hanno mantenuto il loro ruolo tradizionale di comparto anticiclico sul fronte occupazionale, nel senso che le imprese terziarie, pur in presenza di cali consistenti della produzione connessi all'acuta recessione manifestatasi a partire dal 2008, hanno rinunciato a guadagni di produttività per non aggravare la già compromessa situazione reddituale dei dipendenti, evitando, nei limiti del possibile, dolorose espulsioni dal mercato del lavoro.

L'area Confcommercio ha evidenziato sinteticamente una riduzione media annua della produttività dello 0,5%, con una maggiore tenuta del commercio al dettaglio (-0,1% medio annuo) e di alcuni comparti del terziario avanzato (servizi informatici e società di ricerca, con cali medi annui rispettivamente dello 0,2% e dello 0,3%).

Nettamente peggiori, invece, con cali medi annui fino al 3% e in qualche caso di quasi il 5%, come per le agenzie di viaggio, le dinamiche di quei settori dei servizi più strettamente dipendenti dal mercato domestico e quindi dalla spesa delle famiglie, fortemente compromessa dalla riduzione del reddito disponibile, derivante dal simultaneo e duplice effetto del ridimensionamento dei redditi da lavoro e dall'inasprimento del prelievo fiscale per far fronte al risanamento della finanza pubblica.

Un'ulteriore conferma dei mutamenti della struttura produttiva è rappresentata dalla consistenza delle imprese per settore di attività economica (tab. 2.2).

Fig. 2 - Produttività per settore di attività
 valore aggiunto ai prezzi base per u.l.a. - valori concatenati. anno di riferimento 2010
 var. % medie annue 2000-2013



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Il processo di terziarizzazione del sistema imprenditoriale italiano si è rafforzato e consolidato anche negli anni successivi al 2007, caratterizzati da una profonda crisi economica.

Nel 2014 il settore dei servizi rappresenta il 56,3% del totale delle imprese iscritte alle Camere di Commercio contro il 54,1% del 2009, registrando un incremento di oltre 2 punti percentuali, mentre il settore dell'agricoltura e dell'industria rappresentano in quota il 12,8% ed il 24,6% delle imprese (con una perdita rispettivamente di 1,6 e 1,1 punti percentuali).

All'interno del terziario, l'Area Confcommercio rappresenta il 50% del tessuto imprenditoriale italiano rispetto al 48,1% del 2009.

Dei quattro aggregati che ne fanno parte, turismo, tempo libero e comunicazioni e altri servizi sono quelli che hanno visto crescere maggiormente il loro ruolo nel sistema imprenditoriale.

Tab. 2.2 - Settori economici: Impese registrate
composizione %

	2009	2012	2013	2014 (*)
Agricoltura	14,4	13,4	13,0	12,8
Industria	25,6	25,0	24,7	24,6
Servizi (1+2)	54,1	55,3	56,1	56,3
(1) Area Confcommercio	48,1	49,2	49,8	50,0
(a) Commercio	25,5	25,4	25,6	25,6
- Auto e moto	2,7	2,7	2,7	2,7
- Ingrosso	8,6	8,4	8,5	8,5
- Dettaglio	14,2	14,3	14,4	14,4
(b) Trasporti e logistica	3,4	3,3	3,2	3,2
- Trasporto terrestre	2,4	2,3	2,3	2,2
- Trasporto marittimo	0,0	0,0	0,0	0,0
- Trasporto aereo	0,0	0,0	0,0	0,0
- Logistica	0,5	0,5	0,5	0,5
- Servizi postali	0,1	0,1	0,1	0,1
- Noleggio	0,3	0,3	0,3	0,3
(c) Turismo, tempo libero e comunicazioni	9,4	10,1	10,3	10,4
- Alloggio	0,7	0,8	0,8	0,8
- Ristorazione	5,4	5,8	6,0	6,1
- Agenzie di viaggio	0,3	0,3	0,3	0,3
- Intrattenimento	1,0	1,1	1,1	1,2
- Editoria	0,5	0,5	0,5	0,4
- Telecomunicazioni	0,2	0,2	0,2	0,2
- Servizi informatici	1,4	1,4	1,5	1,5
(d) Altri servizi	9,9	10,4	10,7	10,8
- Attività immobiliari (netto fitti imputati)	4,5	4,6	4,7	4,7
- Studi professionali	1,4	1,5	1,5	1,5
- Società di ricerca	0,1	0,1	0,1	0,1
- Marketing	1,6	1,7	1,7	1,7
- Agenzie per il lavoro	0,0	0,0	0,0	0,0
- Altri servizi alle imprese	1,8	2,0	2,1	2,2
- Servizi sanitari (market)	0,5	0,6	0,6	0,6
(2) Altre attività di servizi (compresa la P.A.)	6,0	6,2	6,2	6,3
Imprese non classificate	5,8	6,2	6,3	6,4
Totale economia	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale economia (livelli)	6.085.105	6.093.158	6.061.960	6.039.837

(*) dati al 30 giugno 2014.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Raffronto tra le definizioni Ateco 2007 e quelle utilizzate nel Rapporto

Ateco 2007	Tabella Rapporto
AGRICOLTURA	Agricoltura
INDUSTRIA	Industria
SERVIZI	Servizi (1+2)
AREA CONFCOMMERCIO	(1) Area Confcommercio
Commercio	(a) Commercio
commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	- Auto e moto
commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e di motocicli	- Ingrosso
commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli	- Dettaglio
Trasporti e logistica	(b) Trasporti e logistica
trasporto terrestre e trasporto mediante condotte	- Trasporto terrestre
trasporti marittimi e per vie d'acqua	- Trasporto marittimo
trasporto aereo	- Trasporto aereo
magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti	- Logistica
servizi postali e attività di corriere	- Servizi postali
attività di noleggio e leasing	- Noleggio
Turismo, tempo libero e comunicazioni	(c) Turismo, tempo libero e comunicazioni
servizi di alloggio e di ristorazione	- Ristorazione e alloggio
attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività correlate	- Agenzie di viaggio
attività artistiche, di intrattenimento e divertimento	- Intrattenimento
attività editoriali; audiovisivi; attività di trasmissione	- Editoria
telecomunicazioni	- Telecomunicazioni
programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	- Servizi informatici
Altri servizi	(d) Altri servizi
attività immobiliari	- Attività immobiliari (netto fitti imputati)
attività legali e contabilità; attività di sedi centrali; consulenza gestionale; attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	- Studi professionali
ricerca scientifica e sviluppo	- Società di ricerca
pubblicità e ricerche di mercato, altre attività professionali, scientifiche e tecniche, servizi veterinari	- Marketing
attività di ricerca, selezione, fornitura di personale	- Agenzie per il lavoro
servizi di investigazione e vigilanza; attività di servizi per edifici e per paesaggio; attività amministrative e di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese	- Altri servizi alle imprese
sanità e assistenza sociale market	- Servizi sanitari (market)
ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI (COMPRESA LA PA)	(2) Altre attività di servizi (compresa la P.A.)
affitti imputati per gli alloggi occupati dai rispettivi proprietari	

Ateco 2007	Tabelle Rapporto
attività finanziarie e assicurative	
amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale obbligatoria	
istruzione	
sanità e assistenza sociale (al netto quota market)	
altre attività di servizi	
attività di famiglie come datori di lavoro per personale domestico	

2.2 Commercio

Commercio: una fotografia del settore

1 milione 546mila imprese registrate, pari al 25,6% delle imprese totali; il 56,3% (870.233) operano nel commercio al dettaglio, il 33,2% (513.688) nel commercio all'ingrosso e il 10,5% (162.577) nel settore auto/moto; le ditte individuali sono il 63,5% (oltre il 70% nel dettaglio), le società di capitali il 18,6%; 3,36 milioni sono le unità di lavoro, di cui 1,7 milioni alle dipendenze (50,6% del totale); oltre 160 miliardi di euro è il valore aggiunto prodotto dal settore, pari all'11,0% del valore aggiunto dell'intera economia.

2.2.1 Le imprese

Le imprese del commercio registrate presso le Camere di Commercio sono, al 30 giugno 2014, un milione 546mila unità (tab. 2.3), con un peso percentuale sul totale dell'economia pari al 25,6%, in linea rispetto all'anno precedente, nonostante lo stock si sia ridotto di 5.750 unità tra il 2013 e l'ultima rilevazione di giugno 2014. La quota più rappresentativa è detenuta dall'insieme delle imprese del commercio al dettaglio, circa 870mila unità, che costituiscono il 56,3% delle imprese attive nel settore del commercio ed il 14,4% del tessuto imprenditoriale italiano (tab. 2.3).

Tab. 2.3 - La numerosità delle imprese

	Registrate 2011		Registrate 2013		Registrate 2014 (*)	
	n.	peso %	n.	peso %	n.	peso %
Commercio	1.550.863	25,4	1.552.248	25,6	1.546.498	25,6
- Auto, moto	162.656	2,7	162.375	2,7	162.577	2,7
- Ingrosso	516.209	8,4	517.148	8,5	513.688	8,5
- Dettaglio	871.998	14,3	872.725	14,4	870.233	14,4
Totale Economia	6.110.074	100,0	6.061.960	100,0	6.039.837	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

La composizione percentuale delle imprese del settore per forma giuridica evidenzia la netta prevalenza delle ditte individuali che, nel numero di 982mila circa, rivestono un peso pari al 63,5%. Rispetto al 2011, è tuttavia in riduzione la quota di imprese che scelgono la forma delle ditte individuali a vantaggio delle società di capitali e di altre forme giuridiche.

In particolare, si segnala la crescita del numero di imprese operanti nel settore del commercio che sceglie la forma delle società di capitali: tra il 2011 e i primi 6 mesi del 2014 la quota percentuale di queste è passata dal 17,4% al 18,6%, registrando un incremento in tutti i settori merceologici afferenti al commercio.

L'esame della forma giuridica prescelta dalle imprese per settore merceologico (tab. 2.4) evidenzia come la ditta individuale, ferma restando la sua prevalenza in tutti i comparti del commercio, sia più marcata nell'ambito del commercio al dettaglio, in cui oltre il 70% delle imprese sceglie tale forma. La quota più significativa di società di capitali si registra nel commercio all'ingrosso (29,6%), mentre la forma giuridica della società di persone viene scelta da circa un quinto delle imprese del commercio e riparazione di auto e moto.

Il numero di iscrizioni e cessazioni di imprese vede un saldo negativo pari a -20.186 nel primo semestre del 2014, in leggero miglioramento rispetto a quello registrato nello stesso periodo del 2013 e del 2012, quando evidenziava un andamento più negativo di quello messo in luce dall'intera economia.

Tab. 2.4 - Le imprese per forma giuridica (quote %)

	quote % - anno 2011				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Commercio	17,4	18,0	64,0	0,7	100,0
- Auto, moto	19,1	24,4	56,0	0,4	100,0
- Ingrosso	28,2	15,5	55,2	1,1	100,0
- Dettaglio	10,6	18,3	70,6	0,5	100,0
Totale Economia	22,7	18,8	55,1	3,4	100,0
	quote % - anno 2014 (*)				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Commercio	18,6	17,2	63,5	0,7	100,0
- Auto, moto	20,8	23,6	55,2	0,5	100,0
- Ingrosso	29,6	14,5	54,8	1,0	100,0
- Dettaglio	11,7	17,5	70,2	0,5	100,0
Totale Economia	24,3	18,2	54,1	3,4	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014; (1) sono comprese: società per azioni, società a responsabilità limitata, società in accomandita per azioni; (2) sono comprese: società in nome collettivo, soc. in accomandita semplice, società di fatto; (3) imprese di cui è titolare una persona fisica; (4) sono comprese le ditte aventi forma giuridica diversa dalle precedenti.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

La riduzione del saldo tra imprese iscritte e cessate è dovuta ad una parallela riduzione (circa il 4,5%) sia delle nuove iscrizioni che delle cancellazioni. Nel commercio all'ingrosso il calo è stato più consistente (circa il 7%), mentre il commercio al dettaglio, a causa delle ridotte dimensioni delle imprese che vi operano, continua ad essere caratterizzato da un saldo negativo di maggiore entità rispetto agli altri, anche se in linea rispetto al primo semestre del 2013. Le cessazioni avvenute nel primo semestre del 2014 nel commercio al dettaglio rappresentano ancora quasi il 60% delle cessazioni complessive del settore (tab. 2.5).

Tab. 2.5 - Nati-mortalità delle imprese

	2012			2013 gen.-giu.			2014 gen.-giu.		
	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo
Commercio	71.286	108.321	-37.035	42.627	63.888	-21.261	40.851	61.037	-20.186
- Auto, moto	5.978	8.752	-2.774	3.358	5.165	-1.807	3.494	4.887	-1.393
- Ingrosso	21.941	35.443	-13.502	15.136	21.338	-6.202	14.103	19.687	-5.584
- Dettaglio	43.367	64.126	-20.759	24.133	37.385	-13.252	23.254	36.463	-13.209
Totale Economia	383.883	403.923	-20.040	219.066	243.327	-24.261	212.121	225.671	-13.550

(*) il numero delle cessate comprende le cessazioni d'ufficio.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

2.2.2 L'occupazione

Sul versante dell'occupazione, il settore del commercio, nel complesso, evidenzia, nel lungo periodo, una sostanziale stabilità. Tra il 1995 ed il 2013 le Ula (unità di lavoro standard) sono, infatti, rimaste su livelli prossimi ai 3,3 milioni. Il dato di lungo periodo è sintesi di una crescita, tra il 1995 ed il 2007, dovuta soprattutto al segmento del commercio all'ingrosso, ed una flessione negli anni più recenti (tab. 2.6). Questa dinamica è da ricondursi alle difficoltà registrate a partire dal 2008 dalla domanda per consumi, che ha costretto molte aziende ad uscire dal mercato.

Analizzando quanto accaduto negli ultimi anni, la riduzione tra il 2012 ed il 2013 di circa 126mila unità degli occupati ha portato ad una diminuzione dell'incidenza delle unità di lavoro impiegate nel settore sul totale, dal 14,6% del 2012 al 14,3% dell'ultimo anno.

Tab. 2.6 - Unità di lavoro standard totali (Ula)
in migliaia

	1995	2007	2012	2013
Commercio	3.370	3.620	3.492	3.366
- Auto e moto	373	420	380	366
- Ingrosso	1.005	1.281	1.168	1.126
- Dettaglio	1.993	1.920	1.944	1.873
Totale Economia	22.674	25.125	23.940	23.528

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In linea con il progressivo processo di riduzione delle ditte individuali e lo spostamento verso forme societarie più complesse, con un numero maggiore di addetti, negli anni la quota di occupati alle dipendenze sul totale ha mostrato una progressiva crescita: si è passati, infatti, da un'incidenza del 42,9% nel 1995 al 50,6% degli ultimi due anni (tab. 2.7). Questo processo è risultato abbastanza intenso nel segmento del commercio al dettaglio, in cui il peso dei dipendenti è passato dal 36% del 1995 a circa il 47%. Queste dinamiche hanno anche favorito una riduzione del gap esistente con la media dell'intero sistema produttivo, in cui la quota di dipendenti sul totale è ferma ormai da tempo al 69%.

L'accentuarsi delle difficoltà in tutti i segmenti che compongono l'aggregato del commercio ha determinato, tra il 2012 ed il 2013, una riduzione dei dipendenti di 61 mila unità, la metà del totale, arrestando il processo di espansione della quota dei dipendenti.

Tab. 2.7 - Unità di lavoro standard dipendenti (Ula)
quota % dipendenti sul totale unità di lavoro

	1995	2007	2012	2013
Commercio	42,9	48,9	50,6	50,6
- Auto e moto	51,8	56,5	56,0	56,0
- Ingrosso	53,2	53,3	54,9	54,9
- Dettaglio	36,0	44,3	46,9	46,9
Totale Economia	67,6	69,0	68,8	68,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.2.3 Il valore aggiunto

In termini di valore aggiunto il comparto del commercio ha mostrato negli ultimi 18 anni una riduzione della quota sul totale prodotto dall'economia italiana. Si è passati dal 14% del 1995 all'11% del 2013. Tra il 2012 ed il 2013 il valore aggiunto prodotto, in euro correnti, è sceso da oltre 165 a 160,5 miliardi di euro, con un calo del 2,7%, valore decisamente superiore allo 0,4% dell'intera economia (tab. 2.8)

Tab. 2.8 - Valore aggiunto a prezzi base
milioni di euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Commercio	124.811	166.005	165.116	160.566
- Auto e moto	12.688	16.906	16.712	16.252
- Ingrosso	52.257	77.221	74.256	72.209
- Dettaglio	59.867	71.878	74.148	72.105
Totale Economia	890.136	1.446.519	1.462.787	1.456.803

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In termini reali la crisi in atto dal 2008 ha avuto ripercussioni molto pesanti sul settore del commercio nel suo complesso (-12,9% il valore aggiunto reale). In particolare, nel 2012 e nel 2013 il valore aggiunto ha registrato una riduzione pari rispettivamente al -4,8% ed al -3,2%, valori significativamente più elevati rispetto all'1,8% dell'intero sistema (tab. 2.9).

Il minor dinamismo - rispetto all'intero sistema economico - mostrato dal valore aggiunto nel settore è, peraltro, un fenomeno di lungo periodo, come dimostra la variazione media annua registrata tra il 1996 e il 2007.

Tab. 2.9 - Valore aggiunto a prezzi base
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Commercio	1,2	-1,4	-4,8	-3,2
- Auto e moto	0,1	-3,6	-6,0	-3,3
- Ingrosso	2,0	-1,1	-9,2	-3,0
- Dettaglio	0,7	-1,2	0,3	-3,3
Totale Economia	1,5	-1,0	-1,9	-1,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Il combinarsi delle dinamiche del valore aggiunto e dell'occupazione ha determinato, nel lungo periodo, una crescita della produttività, espressa sulla base del valore aggiunto per occupato a prezzi correnti, decisamente contenuta, inferiore a quanto rilevato per l'intera economia (tab. 2.10).

Tab. 2.10 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Commercio	37.034	45.856	47.290	47.709
- Auto e moto	34.042	40.280	43.979	44.370
- Ingrosso	52.017	60.301	63.570	64.134
- Dettaglio	30.040	37.440	38.152	38.491
Totale Economia	39.258	57.572	61.103	61.919

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In termini reali, dopo le forti riduzioni rilevate a partire dal 2008, nel 2013 si è registrata una modesta crescita pari allo 0,5% (tab. 2.11), valore insufficiente sia a recuperare quanto perso in precedenza, sia a ridurre il gap accumulato con gli altri settori produttivi.

Tab. 2.11 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Commercio	0,6	-0,7	-4,2	0,5
- Auto e moto	-0,9	-2,3	-1,8	0,4
- Ingrosso	-0,1	0,3	-5,6	0,6
- Dettaglio	1,1	-1,0	-1,8	0,4
Totale Economia	0,6	-0,1	-1,0	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.3 Trasporti e logistica

L'aggregato trasporti e logistica comprende le attività economiche di trasporto di passeggeri e merci effettuate su ferrovia, su strada, per via d'acqua o aerea e include anche le attività ausiliarie per il servizio di trasporto (servizi ai terminal, magazzinaggio e movimentazione di merci), il noleggio di autovetture, le attività postali ed i servizi di corriere.

Trasporti e logistica: una fotografia del settore

193.675 imprese registrate, pari al 3,2% del tessuto imprenditoriale italiano; di cui 138.532 imprese operano nei trasporti terrestri, marittimi e aerei (71,5%); 30.351 imprese nel settore della logistica (magazzinaggio e servizi di supporto ai trasporti) (15,7%); 4.216 imprese nei servizi postali (2,2%); 20.576 imprese nel noleggio (10,6%);
le ditte individuali sono il 55%; le società di capitali il 23%; le società di persone il 14%;
1,13 milioni sono le unità di lavoro, di cui 700mila nel settore trasporti, 306mila nella logistica, 83mila nei servizi postali e 42mila nel noleggio;
90,3 miliardi di euro è il valore aggiunto, pari al 6,2% del valore aggiunto totale.

2.3.1 Le imprese

Al 30 giugno 2014 le imprese del settore trasporti e logistica registrate presso le Camere di Commercio erano 193.675 (il 3,2% del totale delle imprese), di cui circa il 71,5% operanti nei trasporti terrestri, marittimi e aerei (tab. 2.12).

Rispetto al 2011, lo stock di imprese registrate si è ridotto del 3,1%, perdendo 6.178 unità. Tale riduzione è stata determinata, nell'arco del periodo 2011-2014, da una flessione nel numero di imprese operanti nei settori del trasporto terrestre (-4,7%), del trasporto aereo (-3,3%) e, in misura inferiore, del noleggio (-2,1%).

Sostanzialmente stabile il peso percentuale delle imprese di trasporto e logistica sul totale dell'economia, pari al 3,2% del 2014. La componente più significativa dell'aggregato

risulta quella del trasporto terrestre, che mantiene inalterato il suo peso nel corso del periodo in esame.

Tab. 2.12 - La numerosità delle imprese

	Registrate 2011		Registrate 2013		Registrate 2014 (*)	
	n.	peso %	n.	peso %	n.	peso %
Trasporti e logistica	199.853	3,3	195.757	3,2	193.675	3,2
- Trasporto terrestre	142.513	2,3	137.485	2,3	135.750	2,2
- Trasporto marittimo	2.442	0,0	2.437	0,0	2.431	0,0
- Trasporto aereo	363	0,0	351	0,0	351	0,0
- Logistica	29.995	0,5	30.648	0,5	30.351	0,5
- Servizi postali	3.533	0,1	4.163	0,1	4.216	0,1
- Noleggio	21.007	0,3	20.673	0,3	20.576	0,3
Totale Economia	6.110.074	100,0	6.061.960	100,0	6.039.837	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Tab. 2.13 - Le imprese per forma giuridica (quote %)

	quote % - anno 2011				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Trasporti e logistica	20,7	14,4	57,2	7,8	100,0
- Trasporto terrestre	13,8	14,2	67,6	4,4	100,0
- Trasporto marittimo	40,0	14,2	40,6	5,3	100,0
- Trasporto aereo	81,8	6,9	5,5	5,8	100,0
- Logistica	37,8	11,9	22,4	28,0	100,0
- Servizi postali	18,3	11,5	64,4	5,7	100,0
- Noleggio	40,1	19,4	38,3	2,2	100,0
Totale Economia	22,7	18,8	55,1	3,4	100,0
	quote % - anno 2014 (*)				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Trasporti e logistica	23,0	13,9	55,1	8,0	100,0
- Trasporto terrestre	15,8	14,0	65,5	4,7	100,0
- Trasporto marittimo	38,3	13,2	43,1	5,3	100,0
- Trasporto aereo	82,6	5,4	5,1	6,8	100,0
- Logistica	39,8	11,0	22,1	27,1	100,0
- Servizi postali	20,5	13,4	61,1	5,0	100,0
- Noleggio	43,9	18,1	35,7	2,3	100,0
Totale Economia	24,3	18,2	54,1	3,4	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014; (1), (2), (3), (4): cfr. tab. 2.4.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Anche il settore dei trasporti e della logistica registra una netta prevalenza di imprese nella forma giuridica della ditta individuale, il 55,1% nel 2014, seguita dalle società di capitali, che ricoprono un peso pari al 23% (tab. 2.13). E' tuttavia da segnalare come anche in questo aggregato, in linea con quanto avvenuto per l'economia generale, le imprese stiano sempre più utilizzando forme giuridiche più complesse: dal 2011 il peso delle ditte individuali è diminuito di oltre 2 punti percentuali in favore delle società di capitali.

Se la forma della ditta individuale è particolarmente rilevante nei settori del trasporto terrestre (65,5%) e dei servizi postali (61,1%), le società di capitali prevalgono invece nei settori del trasporto aereo (dove oltre l'82% delle imprese sceglie tale forma), del noleggio (43,9%), della logistica (39,8%) e del trasporto marittimo (38,3%). Interessante sottolineare come il comparto della logistica registri un'elevata quota percentuale (27,1%, di gran lunga superiore a quella registrata dall'intera economia) di imprese che operano attraverso forme giuridiche non rientranti nelle categorie delle società di persone, di capitali e ditte individuali.

Il confronto tra nuove iscrizioni e cessazioni di imprese di trasporto e logistica evidenzia un saldo pari a -4.815 imprese nel primo semestre del 2014 (tab. 2.14), dato determinato per lo più dal settore del trasporto terrestre, in cui le imprese cessate costituiscono quasi il 65% delle cessazioni del settore e dalla logistica (oltre 1.000 imprese in meno), che ha raddoppiato il saldo negativo rispetto al primo semestre 2013 a causa di una crescita delle cancellazioni in misura del 40%.

Tab. 2.14 - Nati-mortalità delle imprese

	2012			2013 gen.-giu.			2014 gen.-giu.		
	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo
Trasporti e logistica	5.176	12.057	-6.881	2.486	6.818	-4.332	2.310	7.125	-4.815
-Trasporto terrestre	2.627	7.760	-5.133	1.180	4.390	-3.210	1.115	4.247	-3.132
-Trasporto marittimo	53	100	-47	35	63	-28	26	65	-39
-Trasporto aereo	4	18	-14	2	7	-5	2	9	-7
-Logistica	1.184	1.924	-740	575	1.125	-550	570	1.580	-1.010
-Servizi postali	404	410	-6	181	275	-94	141	306	-165
-Noleggio	904	1.845	-941	513	958	-445	456	918	-462
Totale Economia	383.883	403.923	-20.040	219.066	243.327	-24.261	212.121	225.671	-13.550

(*) il numero delle cessate comprende le cessazioni d'ufficio.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

2.3.2 L'occupazione

L'occupazione nel complesso dell'aggregato dei trasporti e della logistica ha registrato, dal 1995, una crescita di circa 100mila unità attestandosi, nel 2013, ad 1 milione 131mila (tab. 2.15), evoluzione che ha portato ad un modesto aumento dell'incidenza del settore sul totale dell'economia (dal 4,6% al 4,8%). In linea con quanto avvenuto in altri comparti produttivi, dal 2007 si è riscontrata una tendenza alla riduzione del numero di occupati. Le dinamiche di fondo dell'aggregato sottendono andamenti articolati al suo interno. Nel lungo periodo la logistica (che assorbe ormai il 27% dell'occupazione del settore) ed il noleggio hanno mostrato una decisa tendenza espansiva che, per il primo comparto, sembra essersi interrotta negli anni più recenti. Per contro, il settore dei servizi postali ha registrato un significativo e progressivo ridimensionamento dei livelli occupazionali (l'incidenza sull'aggregato è passata dal 12,9% del 1995 a poco più del 7%), frutto delle ristrutturazioni nel settore, passato da pubblico a privato e con una graduale apertura alla concorrenza.

Tab. 2.15 - Unità di lavoro standard totali (Ula)
in migliaia

	1995	2007	2012	2013
Trasporti e logistica	1.032	1.195	1.145	1.131
- Trasporto terrestre	621	668	658	649
- Trasporto marittimo	23	30	32	31
- Trasporto aereo	26	23	20	20
- Logistica	203	343	310	306
- Servizi postali	133	95	84	83
- Noleggio	27	36	42	42
Totale Economia	22.674	25.125	23.940	23.528

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Nel comparto della logistica e dei trasporti, in considerazione delle specificità delle imprese che vi operano, il 76,3% del totale degli occupati sono dipendenti (tab. 2.16). Anche nel trasporto terrestre e nel noleggio, in cui le piccole e medie imprese assumono un ruolo più significativo, la quota di dipendenti sul totale raggiunge livelli relativamente elevati.

Tab. 2.16 - Unità di lavoro standard dipendenti (Ula)
 quota % dipendenti sul totale unità di lavoro

	1995	2007	2012	2013
Trasporti e logistica	73,4	77,2	76,4	76,3
- Trasporto terrestre	63,3	66,3	65,9	65,8
- Trasporto marittimo	93,2	95,7	96,2	96,1
- Trasporto aereo	100,0	100,0	100,0	100,0
- Logistica	86,8	92,8	92,8	92,7
- Servizi postali	94,0	92,4	94,3	94,1
- Noleggio	58,9	60,2	58,4	58,6
Totale Economia	67,6	69,0	68,8	68,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.3.3 Il valore aggiunto

In termini di valore aggiunto il comparto in cui operano le imprese dei trasporti e della logistica ha mostrato, tra il 1995 ed il 2013, un'evoluzione sostanzialmente in linea con il dato generale, continuando a contribuire per circa il 6% alla creazione della ricchezza nazionale. All'interno dell'aggregato si è riscontrato un ampliamento dell'area della logistica ed una riduzione del contributo fornito dal trasporto aereo (tab. 2.17). Sull'evoluzione di quest'ultimo settore hanno pesato anche le dinamiche di prezzo derivanti dalle modifiche intervenute nel mercato negli ultimi 20 anni con le liberalizzazioni e l'affermarsi delle compagnie *low cost*.

Tab. 2.17 - Valore aggiunto a prezzi base
 milioni di euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Trasporti e logistica	51.475	83.680	86.227	90.365
- Trasporto terrestre	24.995	42.266	44.276	46.644
- Trasporto marittimo	2.726	3.491	2.824	2.975
- Trasporto aereo	3.971	2.130	2.020	2.128
- Logistica	12.966	23.661	26.279	27.684
- Servizi postali	2.792	5.033	3.711	3.910
- Noleggio	4.024	7.099	7.117	7.024
Totale Economia	890.136	1.446.519	1.462.787	1.456.803

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

L'analisi delle dinamiche produttive, in quantità, pone in evidenza come negli anni più favorevoli, dal 1996 al 2007, il settore nel complesso, sia risultato più dinamico rispetto a quanto rilevato dall'intero sistema economico. Questa tendenza si è bruscamente interrotta con l'inizio

della crisi ed ha avuto ripercussioni particolarmente pesanti per il trasporto marittimo e per i servizi postali (tab. 2.18).

Tab. 2.18 - Valore aggiunto a prezzi base
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Trasporti e logistica	2,7	-1,9	-1,2	-1,8
- Trasporto terrestre	2,9	-1,3	-0,9	-1,9
- Trasporto marittimo	0,7	-6,9	-2,9	-1,9
- Trasporto aereo	-1,4	4,3	0,0	-1,9
- Logistica	3,1	-2,6	-1,7	-1,9
- Servizi postali	1,2	-3,7	-7,2	2,8
- Noleggio	4,5	-0,9	3,0	-3,4
Totale Economia	1,5	-1,0	-1,9	-1,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In termini di valore aggiunto per occupato l'aggregato mostra un livello del 30% circa più elevato rispetto alla media dell'economia (tab. 2.19). Il dato di sintesi è rappresentativo di situazioni molto articolate. In particolare, per i servizi postali negli anni più recenti il combinarsi delle dinamiche occupazionali e del valore aggiunto hanno determinato una significativa riduzione del valore aggiunto, dinamica che ha portato un ampliamento del gap con gli altri settori che compongono l'aggregato.

Tab. 2.19 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Trasporti e logistica	49.888	70.002	75.301	79.913
- Trasporto terrestre	40.250	63.235	67.329	71.901
- Trasporto marittimo	116.511	115.586	88.529	94.541
- Trasporto aereo	155.105	93.021	102.026	108.954
- Logistica	63.996	69.042	84.660	90.409
- Servizi postali	21.043	52.974	44.288	47.295
- Noleggio	151.865	196.115	171.093	166.477
Totale Economia	39.258	57.572	61.103	61.919

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Tab. 2.20 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Trasporti e logistica	1,4	-1,3	0,8	-0,6
- Trasporto terrestre	2,2	-1,5	1,4	-0,6
- Trasporto marittimo	-1,4	-8,7	-0,4	-0,6
- Trasporto aereo	-0,4	9,1	-3,6	-0,6
- Logistica	-1,3	-0,8	1,3	-0,6
- Servizi postali	4,1	-0,5	-7,7	4,2
- Noleggio	1,8	-3,4	-0,7	-4,8
Totale Economia	0,6	-0,1	-1,0	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Le dinamiche registrate sul versante del valore aggiunto reale per occupato standard (tab. 2.20) hanno determinato, per il complesso dei trasporti e della logistica, un miglioramento della produttività negli anni precedenti la crisi ed un significativo calo, ad eccezione del trasporto aereo, tra il 2008 ed il 2011. Nell'ultimo anno i segnali di recupero di produttività emersi nel 2012 hanno conosciuto una battuta d'arresto con un calo dello 0,6% per l'intero settore dei trasporti e della logistica.

2.4 Turismo, tempo libero e comunicazioni

Turismo, tempo libero e comunicazioni: una fotografia del settore

630.279 imprese registrate (pari al 10,4% del tessuto imprenditoriale italiano);
 il 65,8% opera nel settore alloggio e ristorazione;
 il 2,8% opera nel settore delle agenzie di viaggio;
 l'11% opera nel settore dell'intrattenimento;
 il 4,8% opera nel settore dell'editoria;
 l'1,8% opera nel settore delle telecomunicazioni;
 il 14,3% opera nel settore dei servizi informatici;
 le società di capitali sono il 25,2% delle imprese dell'aggregato, il 30,8% le società di persone, il 40,1% le ditte individuali;
 2,25 milioni di unità di lavoro (pari al 9,6% del totale occupati), di cui 1,36 milioni nel settore della ricezione e ristorazione (60,4%), 330mila nel settore dell'intrattenimento (14,7%), 194mila nel settore dell'editoria e telecomunicazioni (8,6%), 368mila nel settore dell'informatica (16,3%);
 127,6 miliardi di euro di valore aggiunto, pari all'8,8% del valore aggiunto totale.

L'aggregato turismo, tempo libero e comunicazioni include attività economiche fortemente eterogenee che possono essere ricomprese in due grandi gruppi.

Del primo fanno parte sia le imprese che forniscono alloggio ed i pasti e le bevande per il consumo fuori casa (alberghi e strutture complementari, ristoranti, bar), che costituiscono l'offerta ricettiva ed enogastronomica del nostro paese, sia le imprese che svolgono attività ausiliarie quali le agenzie di viaggio, i tour operator e centri di prenotazione. Sono incluse, inoltre, le imprese che offrono servizi ricreativi e culturali (musei, discoteche, centri per il benessere fisico, ecc.).

Nel secondo gruppo sono inclusi i servizi di informazione e comunicazione (attività editoriali e telecomunicazioni), l'informatica e le attività connesse (la produzione di software e consulenza informatica).

2.4.1 Le imprese

Il settore del turismo, tempo libero e comunicazioni registra 630.279 imprese nel primo semestre del 2014, il 10,4% di tutte le imprese operanti nell'economia (tab. 2.21). La parte più cospicua è attiva nei settori dell'alloggio e della ristorazione, che, insieme, contano circa 415mila imprese, vale a dire il 65,8% delle unità operanti nel settore in esame.

A differenza di quanto osservato nell'economia nel suo complesso, lo stock di imprese operanti nel settore del turismo, del tempo libero e delle comunicazioni è aumentato rispetto al 2011 del 4,9%, grazie agli incrementi registrati in tutti i settori (con l'unica eccezione dell'editoria) e in particolare in quelli dell'alloggio e della ristorazione, dell'intrattenimento e dei servizi informatici.

Tab. 2.21 - La numerosità delle imprese

	Registrate 2011		Registrate 2013		Registrate 2014 (*)	
	n.	peso %	n.	peso %	n.	peso %
Turismo, tempo libero e comunicazioni	601.012	9,8	624.281	10,3	630.279	10,4
- Alloggio	46.800	0,8	48.617	0,8	49.167	0,8
- Ristorazione	345.537	5,7	361.613	6,0	365.652	6,1
- Agenzie di viaggio	17.151	0,3	17.460	0,3	17.588	0,3
- Intrattenimento	66.334	1,1	69.083	1,1	69.585	1,2
- Editoria	28.048	0,5	27.347	0,5	27.140	0,4
- Telecomunicazioni	10.846	0,2	11.297	0,2	11.228	0,2
- Servizi informatici	86.296	1,4	88.864	1,5	89.919	1,5
Totale Economia	6.110.074	100,0	6.061.960	100,0	6.039.837	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Con riferimento alla forma giuridica delle imprese, il settore del turismo, del tempo libero e delle comunicazioni si presenta più equilibrato rispetto ai settori del commercio e dei trasporti: la presenza delle ditte individuali si attesta, infatti, al 40,1%, con una percentuale di società di capitali pari al 25,2% ed una quota delle società di persone pari al 30,8%, distribuzione interessata da una crescita del peso delle società di capitali e da una riduzione di quello delle società di persone in tutti i settori (tab. 2.22).

Tab. 2.22 - Le imprese per forma giuridica (quote %)

	quote % - anno 2011				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Turismo, tempo libero e comunicazioni	23,5	32,6	40,3	3,7	100,0
- Alloggio	29,8	34,1	33,8	2,3	100,0
- Ristorazione	13,5	39,8	45,6	1,1	100,0
- Agenzie di viaggio	41,2	24,4	28,8	5,6	100,0
- Intrattenimento	29,1	19,7	35,8	15,4	100,0
- Editoria	50,2	14,6	25,1	10,1	100,0
- Telecomunicazioni	21,3	11,5	65,9	1,3	100,0
- Servizi informatici	43,5	22,8	29,9	3,8	100,0
Totale Economia	22,7	18,8	55,1	3,4	100,0
	quote % - anno 2014 (*)				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Turismo, tempo libero e comunicazioni	25,2	30,8	40,1	3,8	100,0
- Alloggio	31,7	32,5	33,5	2,3	100,0
- Ristorazione	15,4	37,7	45,7	1,2	100,0
- Agenzie di viaggio	41,9	22,9	29,3	5,9	100,0
- Intrattenimento	31,6	18,4	33,6	16,4	100,0
- Editoria	51,9	13,8	23,8	10,5	100,0
- Telecomunicazioni	23,8	10,7	64,2	1,2	100,0
- Servizi informatici	45,5	20,7	30,1	3,7	100,0
Totale Economia	24,3	18,2	54,1	3,4	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014; (1), (2), (3), (4): cfr. tab. 2.4.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

All'interno del comparto, la forma giuridica della ditta individuale risulta largamente prevalente nel settore delle telecomunicazioni (64,2%), in cui circa due imprese su tre assumono questa forma, ma ricopre una quota importante anche nelle imprese di ristorazione (45,7%).

Viceversa i settori dell'editoria, dei servizi informatici e delle agenzie di viaggio si caratterizzano per un'accentuata presenza di società di capitali (rispettivamente, 51,9% e 45,5% e 41,9%). Da segnalare anche la significativa presenza, nei settori dell'intrattenimento e dell'editoria, di imprese che assumono forme giuridiche meno comuni, quali società cooperative e consorzi.

Tab. 2.23 - Nati-mortalità delle imprese

	2012			2013 gen.-giu.			2014 gen.-giu.		
	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo
Turismo, tempo libero e comunicazioni	28.400	42.413	-14.013	16.783	24.535	-7.752	16.575	24.533	-7.958
- Alloggio	1.202	2.013	-811	700	1.098	-398	708	1.164	-456
- Ristorazione	16.333	25.678	-9.345	9.985	14.871	-4.886	9.832	14.937	-5.105
- Agenzie di viaggio	649	1.115	-466	352	647	-295	375	610	-235
- Intrattenimento	3.444	4.860	-1.416	1.784	2.779	-995	1.695	2.674	-979
- Editoria	720	1.689	-969	491	907	-416	374	879	-505
- Telecomunicazioni	932	1.043	-111	420	629	-209	382	630	-248
- Servizi informatici	5.120	6.015	-895	3.051	3.604	-553	3.209	3.639	-430
Totale Economia	383.883	403.923	-20.040	219.066	243.327	-24.261	212.121	225.671	-13.550

(*) il numero delle cessate comprende le cessazioni d'ufficio.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Il confronto tra nuove iscrizioni e cessazioni delle imprese del turismo, tempo libero e comunicazioni evidenzia un saldo negativo pari a -7.958 imprese nel primo semestre del 2014, dato determinato per lo più dal settore della ristorazione, che ha visto cessare, nei primi sei mesi dell'anno, 5.100 aziende, pari ad oltre il 64,0% delle cessazioni del settore (tab. 2.23).

2.4.2 L'occupazione

L'analisi di lungo periodo delle dinamiche dell'occupazione evidenzia come le unità di lavoro impiegate nel turismo, tempo libero e comunicazioni, dopo il significativo aumento registrato tra il 1995 ed il 2007, abbiano registrato negli anni della crisi una sostanziale stabilità (tab. 2.24), processo che ha portato ad un ulteriore aumento della quota degli occupati dell'aggregato sul totale. Nel 2013 gli oltre 2,2 milioni di Ula rappresentavano circa il 9,6% dell'intera economia (era il 7,7% nel 1995).

Poco meno del 60% dei lavoratori dell'aggregato è occupato nelle imprese che operano nel segmento delle attività di ristorazione ed alloggio, settore che, pur con tutte le difficoltà, è riuscito più di altri a contenere le perdite occupazionali.

Tab. 2.24 - Unità di lavoro standard totali (Ula)
in migliaia

	1995	2007	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	1.751	2.268	2.264	2.253
- Ristorazione e alloggio	1.041	1.318	1.326	1.311
- Agenzie di viaggio	34	52	50	51
- Intrattenimento	250	322	331	330
- Editoria	95	114	103	103
- Telecomunicazioni	122	109	92	91
- Servizi informatici	208	354	361	368
Totale Economia	22.674	25.125	23.940	23.528

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In termini di struttura dell'occupazione, la quota di dipendenti nel complesso del turismo, tempo libero e comunicazioni si attesta ormai da anni su valori superiori al 60% (62,9% nel 2013; tab. 2.25). La situazione, in considerazione della specificità delle aziende che operano nei diversi settori, risulta abbastanza articolata. Se nelle telecomunicazioni poco meno del 90% degli occupati è impiegato come dipendente, nelle agenzie di viaggio la quota supera di poco il 55%.

Tab. 2.25 - Unità di lavoro standard dipendenti (Ula)
quota % dipendenti sul totale unità di lavoro

	1995	2007	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	59,7	62,5	63,4	62,9
- Ristorazione e alloggio	55,3	60,1	61,5	60,7
- Agenzie di viaggio	65,0	63,5	55,5	55,7
- Intrattenimento	57,9	54,1	55,0	54,7
- Editoria	74,2	75,7	76,7	78,2
- Telecomunicazioni	86,6	88,1	89,6	89,4
- Servizi informatici	60,6	66,6	68,6	68,3
Totale Economia	67,6	69,0	68,8	68,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.4.3 Il valore aggiunto

In termini di valore aggiunto, in euro correnti, l'aggregato del turismo, tempo libero e comunicazioni ha mostrato, dopo un periodo di espansione, una tendenza alla riduzione (tab. 2.26). Nel 2013 il valore aggiunto è, infatti, sceso a 127,6 miliardi (131,5 nel 2012), evoluzione che ha comportato una modesta riduzione del contributo fornito all'intero sistema economico (dal 9% del 2012 all'8,8% del 2013). L'andamento degli anni più recenti ha rispecchiato, oltre

alle difficoltà di alcuni settori, agenzie di viaggio ed editoria, anche il trend di riduzione dei prezzi nelle telecomunicazioni e nei servizi informatici.

Tab. 2.26 - Valore aggiunto a prezzi base
milioni di euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	66.665	130.933	131.542	127.650
- Ristorazione e alloggio	27.285	51.156	52.767	53.244
- Agenzie di viaggio	1.544	2.200	1.710	1.687
- Intrattenimento	7.825	14.933	17.437	17.527
- Editoria	7.216	11.749	10.329	9.989
- Telecomunicazioni	13.008	27.562	23.203	20.463
- Servizi informatici	9.787	23.333	26.095	24.740
Totale Economia	890.136	1.446.519	1.462.787	1.456.803

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In termini reali, dopo la decisa espansione registrata tra il 1996 ed il 2007 (+4,1% la variazione media annua del valore aggiunto), l'aggregato ha mostrato, nel complesso, una più elevata capacità, rispetto ad altri segmenti produttivi, di reggere la crisi (tab. 2.27). Questa tendenza sembra, peraltro, essersi esaurita nell'ultimo biennio. Nel 2013 il valore aggiunto in termini reali ha mostrato una flessione dell'1,7%, in linea con il dato dell'intera economia.

Tab. 2.27 - Valore aggiunto a prezzi base
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	4,1	0,6	-0,9	-1,7
- Ristorazione e alloggio	1,7	0,1	-0,7	-0,1
- Agenzie di viaggio	-1,5	-6,9	-7,1	-3,4
- Intrattenimento	3,2	0,5	0,2	-2,5
- Editoria	1,9	-2,4	-6,7	-6,6
- Telecomunicazioni	9,3	3,6	0,3	0,9
- Servizi informatici	5,6	0,5	-0,2	-4,8
Totale Economia	1,5	-1,0	-1,9	-1,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

A livello di singoli settori elementi di forte criticità si rilevano da tempo per l'editoria e le agenzie di viaggio, attività su cui hanno pesato, oltre agli effetti della crisi, anche il diffondersi dell'utilizzo di internet e dell'informatica per l'organizzazione dei viaggi, la lettura e l'informazione.

Il combinarsi delle dinamiche produttive ed occupazionali ha determinato, nel 2013, un livello del valore aggiunto per ula in riduzione rispetto ai valori del 2012 (tab. 2.28).

Tab. 2.28 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	38.079	57.738	58.114	56.653
- Ristorazione e alloggio	26.205	38.811	39.788	40.629
- Agenzie di viaggio	45.407	42.469	34.266	33.342
- Intrattenimento	31.314	46.432	52.616	53.080
- Editoria	75.635	103.511	99.898	96.791
- Telecomunicazioni	106.450	252.403	253.037	224.375
- Servizi informatici	47.055	66.007	72.305	67.319
Totale Economia	39.258	57.572	61.103	61.919

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

L'analisi delle dinamiche registrate nel lungo periodo dalla produttività del lavoro, espressa in termini di valore aggiunto reale per Ula, mostra (tab. 2.29), dopo 15 anni di miglioramento (imputabile in larga parte alle telecomunicazioni), un peggioramento nell'ultimo biennio. Nel 2013 si è registrato infatti un calo dell'1,3%. All'andamento negativo hanno fatto eccezione solo i settori della ristorazione e alloggio (+1,1%) e le telecomunicazioni (+1,5%).

Tab. 2.29 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Turismo, tempo libero e comunicazioni	1,9	0,8	-1,3	-1,3
- Ristorazione e alloggio	-0,3	0,1	-1,1	1,1
- Agenzie di viaggio	-4,9	-6,9	-3,8	-4,8
- Intrattenimento	1,0	0,2	-1,7	-2,1
- Editoria	0,5	-0,3	-5,8	-6,4
- Telecomunicazioni	10,3	7,3	3,5	1,5
- Servizi informatici	1,1	0,2	-1,3	-6,5
Totale Economia	0,6	-0,1	-1,0	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.5 Altri servizi

L'aggregato altri servizi riunisce attività che operano in campi diversi dell'offerta di servizi alle imprese ed alle famiglie: le attività di locatori e agenti immobiliari, l'attività degli studi spe-

cialistici professionali (ad esempio, notai, commercialisti, architetti, ingegneri), le società di ricerca e sviluppo, le attività di marketing attraverso la pubblicità e le ricerche di mercato, l'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale, l'erogazione di servizi sanitari da parte di imprese private.

Altri servizi: una fotografia del settore

694.604 imprese registrate (pari al 10,6% del tessuto imprenditoriale);
 di cui 283.261 operano nelle attività immobiliari (43,6%)
 138.603 nei servizi alle imprese (società di ricerca, agenzie per il lavoro e altri servizi alle imprese) (21,3%)
 99.769 svolgono attività di marketing (15,4%)
 91.272 sono studi professionali (14,1%)
 36.699 nei servizi sanitari (5,6%);
 il 43,4% delle imprese è costituito da società di capitali, il 23,9% da società di persone, il 25,6% da ditte individuali;
 2,78 milioni di unità di lavoro, di cui 1,1 milioni occupati negli studi professionali, 760mila negli altri servizi alle imprese, 383mila nelle attività di marketing, 449mila nei servizi sanitari, 202mila nelle attività immobiliari;
 197,5 miliardi di euro di valore aggiunto, pari al 10,8% del valore aggiunto dell'intera economia.

2.5.1 Le imprese

L'aggregato altri servizi registra, presso le Camere di Commercio, al 30 giugno 2014, 649.604 imprese (tab. 2.30), il 10,8% del tessuto imprenditoriale italiano. Circa la metà di queste imprese opera nel campo delle attività immobiliari, mentre la restante parte si concentra negli altri servizi alle imprese, nei servizi di marketing e negli studi professionali. Nel primo semestre del 2014 il numero delle imprese del settore altri servizi risulta in crescita dal 2011, anno rispetto al quale la variazione percentuale nello stock di imprese è pari al 3,6% (0,2% rispetto al 2013). Risulta stabile la composizione dell'aggregato per attività svolta.

La maggior parte imprese che compongono l'aggregato altri servizi assume la forma giuridica della società di capitali (43,4%), che in questo settore presenta un'incidenza quasi doppia rispetto all'economia nel suo complesso; circa il 24% del totale sceglie, invece, la società di persone ed un quarto la ditta individuale, con una distribuzione per forma giuridica che sostanzialmente non muta rispetto al 2011.

Tab. 2.30 - La numerosità delle imprese

	Registrate 2011		Registrate 2013		Registrate 2014 (*)	
	n.	peso %	n.	peso %	n.	peso %
Altri servizi	43,2	25,0	24,8	7,0	100,0	10,4
- Attività immobiliari	53,4	34,6	10,5	1,5	100,0	0,8
- Studi professionali	57,4	18,8	13,6	10,2	100,0	6,1
- Società di ricerca	62,2	9,7	3,3	24,8	100,0	0,3
- Marketing	29,5	17,3	49,6	3,7	100,0	1,2
- Agenzie per il lavoro	57,8	19,3	14,4	8,6	100,0	0,4
- Altri servizi alle imprese	22,2	14,5	51,4	11,9	100,0	0,2
- Servizi sanitari	32,3	21,9	9,8	36,0	100,0	1,5
Totale Economia	22,7	18,8	55,1	3,4	100,0	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Tab. 2.31 - Le imprese per forma giuridica (quote %)

	quote % - anno 2011				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Altri servizi	43,2	25,0	24,8	7,0	100,0
- Attività immobiliari	53,4	34,6	10,5	1,5	100,0
- Studi professionali	57,4	18,8	13,6	10,2	100,0
- Società di ricerca	62,2	9,7	3,3	24,8	100,0
- Marketing	29,5	17,3	49,6	3,7	100,0
- Agenzie per il lavoro	57,8	19,3	14,4	8,6	100,0
- Altri servizi alle imprese	22,2	14,5	51,4	11,9	100,0
- Servizi sanitari	32,3	21,9	9,8	36,0	100,0
Totale Economia	22,7	18,8	55,1	3,4	100,0
	quote % - anno 2014 (*)				
	Soc.cap.(1)	Soc. pers.(2)	Dit. ind.(3)	Altre forme (4)	Totale
Altri servizi	43,4	23,9	25,6	7,0	100,0
- Attività immobiliari	53,4	34,8	10,4	1,3	100,0
- Studi professionali	58,2	17,3	14,5	10,0	100,0
- Società di ricerca	65,3	8,2	3,3	23,2	100,0
- Marketing	31,9	16,1	48,4	3,5	100,0
- Agenzie per il lavoro	61,2	17,3	12,9	8,6	100,0
- Altri servizi alle imprese	22,4	12,8	53,7	11,1	100,0
- Servizi sanitari	33,6	20,4	10,1	35,9	100,0
Totale Economia	24,3	18,2	54,1	3,4	100,0

(*) dati al 30 giugno 2014; (1), (2), (3), (4): cfr. tab. 2.4.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Le società di capitali sono particolarmente diffuse nell'ambito delle società di ricerca, delle agenzie per il lavoro, delle imprese che svolgono attività immobiliari e degli studi professionali, settori nei quali la quota detenuta dalle imprese che scelgono tale forma giuridica supera abbondantemente il 50%. Viceversa, circa la metà delle imprese attive nei settori del marketing e dell'offerta di altri servizi alle imprese si presenta nella forma della ditta individuale. L'aggregato mostra poi una percentuale più elevata rispetto all'intera economia di imprese costituite in forme giuridiche diverse da quelle usuali; tale fenomeno è determinato per lo più dalle imprese che operano nell'ambito dei servizi sanitari e della ricerca (35,9%, 23,2%), ma quote non irrilevanti - e comunque superiori alla media nazionale - di imprese che assumono queste forme giuridiche si rilevano anche negli studi professionali, nelle agenzie per il lavoro e nelle imprese che offrono servizi ad altre imprese (tab. 2.31).

Nel primo semestre del 2014 si registra un saldo negativo tra imprese iscritte e imprese cessate (-4.239), in aumento rispetto al primo semestre del 2013. Delle 20.365 aziende cessate tra gennaio e giugno 2014, oltre i tre quarti operavano nel settore delle attività immobiliari, del marketing e dell'offerta di altri servizi alle imprese, settori che si rivelano i più dinamici del comparto detenendo anche le percentuali più elevate di aziende iscritte (in particolare, il settore "altri servizi alle imprese" detiene una quota pari al 45,9% delle nuove iscrizioni, tab. 2.32).

Tab. 2.32 - Nati-mortalità delle imprese

	2012			2013 gen.-giu.			2014 gen.-giu.		
	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo	Iscritte	Cessate (*)	Saldo
Altri servizi	27.366	36.968	-9.602	17.095	20.840	-3.745	16.126	20.365	-4.239
- Attività immobiliari	4.846	11.730	-6.884	3.909	5.753	-1.844	2.191	5.388	-3.197
- Studi professionali	4.030	5.818	-1.788	2.431	3.381	-950	2.350	3.116	-766
- Società di ricerca	132	222	-90	127	143	-16	168	141	27
- Marketing	7.559	8.910	-1.351	3.921	5.348	-1.427	3.421	5.077	-1.656
- Agenzie per il lavoro	32	80	-48	8	47	-39	6	53	-47
- Altri servizi alle imprese	10.104	8.852	1.252	6.314	5.421	893	7.404	5.769	1.635
- Servizi sanitari	663	1.356	-693	385	747	-362	586	821	-235
Totale Economia	383.883	403.923	-20.040	219.066	243.327	-24.261	212.121	225.671	-13.550

(*) il numero delle cessate comprende le cessazioni d'ufficio.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

2.5.2 L'occupazione

L'aggregato relativo agli altri servizi è stato il più dinamico, sul versante dell'occupazione, sia nel lungo che nel medio periodo, in linea con il processo di terziarizzazione che porta ad una espansione dell'area di attività più innovative. Tra il 1995 ed il 2013 le Ula sono cresciute, complessivamente di oltre 1,4 milioni (+70%) superando i 3,2 milioni (tab. 2.33). Nel 2013, il 13,8% degli occupati totali ha lavorato nei settori che compongono questo aggregato (l'8,4% nel 1995). Il dato di sintesi è frutto di una elevata capacità di creare nuova occupazione in tutti i settori, caratteristica che non è scomparsa durante la lunga crisi iniziata nel 2008. La quota più alta di occupati si concentra tra gli studi professionali (poco meno del 35%) e negli altri servizi alle imprese (oltre il 23%).

Tab. 2.33 - Unità di lavoro standard totali (Ula)
in migliaia

	1995	2007	2012	2013
Altri servizi	1.908	3.063	3.236	3.235
- Attività immobiliari	157	213	206	202
- Studi professionali	654	1.084	1.127	1.119
- Società di ricerca	78	122	122	125
- Marketing	271	379	383	383
- Agenzie per il lavoro	12	198	194	197
- Altri servizi alle imprese	455	691	750	760
- Servizi sanitari	281	376	454	449
Totale Economia	22.674	25.125	23.940	23.528

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Tab. 2.34 - Unità di lavoro standard dipendenti (Ula)
quota % dipendenti sul totale unità di lavoro

	1995	2007	2012	2013
Altri servizi	41,9	46,0	47,5	47,8
- Attività immobiliari	31,3	28,6	29,4	29,4
- Studi professionali	26,8	25,2	26,7	27,0
- Società di ricerca	79,7	81,5	84,0	84,5
- Marketing	25,4	23,8	24,7	24,6
- Agenzie per il lavoro	89,8	99,5	99,1	99,4
- Altri servizi alle imprese	68,5	70,8	72,9	73,2
- Servizi sanitari	43,0	53,0	52,7	51,9
Totale Economia	67,6	69,0	68,8	68,9

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Le sensibili differenze esistenti nelle tipologie d'impresa che operano negli altri servizi determinano ampie disuguaglianze nelle quote di dipendenti sul totale dell'occupazione (tab. 2.34). Il dato di sintesi, pari al 47,8%, decisamente inferiore al valore medio dell'intera economia, è rappresentativo di situazioni in cui l'occupazione alle dipendenze rappresenta poco meno del 30% e di contesti in cui la quota supera ampiamente il 70% (società di ricerca, agenzie per il lavoro e altri servizi alle imprese).

2.5.3 Il valore aggiunto

Il valore aggiunto dell'aggregato relativo agli altri servizi ha mostrato, tra il 1995 ed il 2013, una crescita lievemente sostenuta rispetto al totale dell'economia (tab. 2.35). Gli oltre 214,5 miliardi prodotti nel 2013 rappresentano il 14,7% del totale (12% nel 1995). Il miglioramento si è registrato soprattutto tra il 1996 ed il 2007, andamento a cui hanno contribuito in misura abbastanza significativa tutti i settori. La crisi degli ultimi anni ha parzialmente attenuato la capacità espansiva del settore, al cui interno il ruolo più significativo è svolto dalle attività immobiliari, al netto dei fitti imputati, che contribuiscono per il 31% alla creazione del valore aggiunto generato dall'aggregato e dagli studi professionali (32%).

Tab. 2.35 - Valore aggiunto a prezzi base
milioni di euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Altri servizi	107.020	198.421	214.433	214.537
- Attività immobiliari	32.966	62.508	66.089	67.169
- Studi professionali	38.062	65.066	69.388	68.781
- Società di ricerca	4.288	8.169	8.348	8.564
- Marketing	12.537	19.590	17.523	17.559
- Agenzie per il lavoro	440	6.908	6.768	6.679
- Altri servizi alle imprese	12.204	23.017	29.160	28.776
- Servizi sanitari	6.523	13.162	17.157	17.009
Totale Economia	107.020	198.421	214.433	214.537

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Nel lungo periodo (1995-2013) il valore aggiunto reale prodotto dal complesso dei settori considerati all'interno degli altri servizi ha mostrato una evoluzione sostanzialmente in linea il dato generale (tab. 2.36). Questo andamento è sintesi di dinamiche articolate tra i settori che lo compongono. In particolare, il settore della ricerca ha mostrato, nel ventennio considerato, una continua crescita.

Analizzando quanto accaduto negli anni più recenti, si rileva come nel 2013 la tendenza alla diminuzione del valore aggiunto prodotto dagli altri servizi si sia attenuata (-0,9% a fronte del -3,2% del 2012). Anche nell'ultimo anno le società di ricerca sono risultate particolarmente dinamiche con una crescita del 3,9%

Tab. 2.36 - Valore aggiunto a prezzi base
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Altri servizi	1,6	-1,2	-3,2	-0,9
- Attività immobiliari	0,2	-0,6	-4,6	-0,1
- Studi professionali	1,8	-2,0	-4,3	-0,9
- Società di ricerca	4,0	0,7	1,1	3,9
- Marketing	1,1	-4,7	-1,7	-2,0
- Agenzie per il lavoro	23,1	-3,5	2,2	-3,4
- Altri servizi alle imprese	2,0	1,3	0,8	-3,4
- Servizi sanitari	2,1	0,7	-5,4	0,4
Totale Economia	1,5	-1,0	-1,9	-1,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Dinamiche occupazionali più positive rispetto all'andamento del valore aggiunto hanno determinato, sia nel breve che nel lungo periodo, una variazione molto contenuta del valore aggiunto corrente prodotto da ogni unità di lavoro (tab. 2.37).

Tab. 2.37 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
euro - valori a prezzi correnti

	1995	2007	2012	2013
Altri servizi	56.081	64.781	66.265	66.314
- Attività immobiliari	209.973	293.880	320.197	333.178
- Studi professionali	58.163	60.046	61.547	61.467
- Società di ricerca	54.769	66.742	68.482	68.348
- Marketing	46.331	51.634	45.813	45.835
- Agenzie per il lavoro	37.249	34.909	34.832	33.893
- Altri servizi alle imprese	26.799	33.325	38.891	37.842
- Servizi sanitari	23.230	34.982	37.817	37.908
Totale Economia	39.258	57.572	61.103	61.919

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Quest'evoluzione si è tradotta in un progressivo e significativo calo della produttività in termini reali, tendenza che non si è arrestata neanche negli anni più recenti. A questo andamento ha fatto eccezione la ricerca che evidenzia un aumento in tutto il periodo ed una significativa accelerazione sia nel 2012 (+1,9%), che nel 2013 (+1,0%; tab. 2.38).

Tab. 2.38 - Valore aggiunto ai prezzi base per Ula
valori concatenati - anno di riferimento 2010 - v.m.a. %

	1996-2007	2008-2011	2012	2013
Altri servizi	-2,3	-2,2	-4,3	-0,8
- Attività immobiliari	-2,3	-1,0	-0,3	2,3
- Studi professionali	-2,4	-3,1	-4,1	-0,1
- Società di ricerca	0,2	0,6	1,9	1,0
- Marketing	-1,7	-4,1	-4,9	-2,2
- Agenzie per il lavoro	-2,7	-2,3	-0,9	-4,8
- Altri servizi alle imprese	-1,5	-0,2	-1,5	-4,8
- Servizi sanitari	-0,3	-3,0	-8,7	1,5
Totale Economia	0,6	-0,1	-1,0	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

2.6 Le prospettive del terziario di mercato

La lunga crisi che attraversa la nostra economia dal 2008 non sembra destinata ad esaurirsi completamente nel biennio 2014-2015. Il 2014, ormai quasi un preconsuntivo, si configura come un anno ancora negativo sia in termini di ricchezza prodotta che di occupazione. La modesta ripresa attesa per il 2015 è di entità talmente contenuta da assumere quasi i toni di una stagnazione. Le dinamiche complessive dell'occupazione e del valore aggiunto stimate per il 2014-2015, pur determinando modesti miglioramenti, sembrano insufficienti a garantire un significativo recupero della produttività del sistema. A fine 2015 l'economia nel complesso ed i diversi settori produttivi si troveranno nella quasi generalità dei casi a registrare valori, per questi tre indicatori, ancora inferiori al 2012 (tab. 2.39).

Il quadro di sintesi esprime il permanere di difficoltà per tutti i settori produttivi, gravati da una dinamica della domanda interna ed estera inadeguata a sostenere una vera ripresa. Al momento in cui sono state elaborate le stime settoriali non è stato possibile incorporare eventuali effetti sul Pil e sul valore aggiunto, dei provvedimenti contenuti nella Legge di stabilità (peraltro esigui, nel breve periodo, secondo le stesse stime del Governo).

In un contesto che, a livello generale, dovrebbe registrare, nel 2014, un calo degli occupati pari allo 0,3%, per i settori riaggregati nell'area Confcommercio si stima una sostanziale invarianza dei livelli occupazionali. Questa stabilità complessiva è frutto di andamenti articolati all'interno dell'aggregato. Per il commercio e i trasporti e la logistica il protrarsi degli effetti della crisi dovrebbe portare anche nell'anno in corso ad un ridimensionamento. Segnali debolmente positivi sono attesi per il turismo, tempo libero e comunicazioni e per gli altri servizi, al cui interno sono comprese attività più innovative e che riflettono con anticipo i mutamenti del clima economico generale. Questa tendenza ad una dinamica più positiva dell'occupazione nelle attività

di servizi si dovrebbe consolidare nel 2015. Dinamiche più positive dal lato dell'occupazione non sembrano associarsi a miglioramenti sul versante produttivo già nel 2014.

Tab. 2.39 - Settori economici: valore aggiunto, occupazione, produttività del lavoro (*)

	2013			2014			2015			2015 (2012=100)		
	ula	v. a.	p.l.**	ula	v. a.	p.l.**	ula	v. a.	p.l.**	ula	v. a.	p.l.**
Agricoltura	-1,5	0,6	2,1	-0,3	-0,6	-0,3	-0,3	0,4	0,7	97,9	100,4	102,6
Industria	-3,6	-3,6	0,0	-0,5	-0,7	-0,2	0,5	0,5	0,0	96,4	96,2	99,8
Servizi (1+2)	-1,1	-1,2	-0,1	-0,3	0,0	0,2	0,4	0,6	0,2	99,0	99,3	100,3
(1) Area Confcommercio	-1,5	-1,8	-0,3	0,0	-0,3	-0,3	0,7	0,5	-0,2	99,2	98,3	99,1
(a) Commercio	-3,6	-3,2	0,5	-0,5	-0,1	0,4	0,4	0,5	0,1	96,3	97,2	101,0
(b) Trasporti e logistica	-1,2	-1,8	-0,6	-0,2	-1,1	-0,9	0,4	0,3	-0,1	98,9	97,3	98,4
(c) Turismo, tempo libero e comunicazioni	-0,5	-1,7	-1,3	0,4	-0,7	-1,2	0,9	0,3	-0,6	100,9	97,9	97,0
(d) Altri servizi	0,0	-1,0	-0,8	0,4	0,1	-0,3	0,9	0,6	-0,3	101,3	99,8	98,6
(2) Altre attività di servizi (compresa la P.A.)	-0,6	-0,5	0,1	-0,7	0,3	1,0	0,0	0,7	0,7	98,7	100,5	101,8
Totale economia	-1,7	-1,8	0,0	-0,3	-0,2	0,1	0,4	0,6	0,2	98,3	98,6	100,3

(*) le definizioni dei settori sono presentate nel box di pag. 9; le previsioni sono state ottenute tramite l'ausilio di modelli ARMAX, usando come variabile esogena per la stima del valore aggiunto settoriale nel 2014-2015 il valore aggiunto a prezzi costanti, anno di riferimento 2010, per la stima delle Ula settoriale la variabile esogena utilizzata sono le Ula totali per il 2014-2015. Il software utilizzato è TRAMO-SEATS; (**) produttività del lavoro.

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Solo nel 2015 tutti i settori considerati nell'area Confcommercio torneranno a registrare valori positivi. La maggiore tenuta dei livelli occupazionali e dinamiche molto deboli del valore aggiunto prodotto continueranno a determinare un calo della produttività.

L'analisi di sintesi relativa al posizionamento del settore dei servizi più orientati al mercato nel 2015 indica chiaramente come nel complesso si sia ancora distanti dal tornare sui valori del 2012, già molto lontani da quelli realizzati nel 2007. In particolare, se per l'occupazione solo il commercio si collocherà su un valore ancora inferiore di 4 decimi di punto, per il valore aggiunto la distanza sarà per tre aggregati su quattro superiore ai due decimi di punto. Relativamente alla produttività solo il commercio nel 2015, in virtù di una dinamica occupazionale molto negativa negli anni più recenti, avrà registrato un modesto miglioramento.

3. LA STRUTTURA TERRITORIALE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE PER CANALE DI VENDITA

3.1 Valutazioni aggregate

L'analisi della struttura territoriale della distribuzione commerciale ha come riferimento i dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio presso il Ministero dello Sviluppo Economico, nato con l'obiettivo di realizzare un monitoraggio sistematico sull'entità della rete distributiva, utilizzando le informazioni provenienti dalle Camere di Commercio, presso le quali avviene l'iscrizione, la cancellazione o la modificazione dell'attività di un esercizio commerciale.

L'Osservatorio realizza annualmente anche indagini specifiche per la rilevazione delle tipologie distributive di media e grande superficie, quali i minimercati, i supermercati, gli iper, i grandi magazzini e le grandi superfici specializzate, di cui, nei paragrafi, saranno riportati i risultati relativi al 2013, ultimo anno disponibile.

Anche in presenza di alcuni limiti dell'attività di monitoraggio dell'Osservatorio (manca, ad esempio, una rilevazione dei discount e dei centri commerciali), questa banca dati consente di avere indicazioni sulla numerosità degli esercizi commerciali, la loro localizzazione territoriale, la tipologia merceologica venduta, la forma organizzativa di vendita.

Il quadro d'insieme della tab. 3.1 evidenzia la struttura dei diversi canali distributivi nell'intervallo temporale 2008-2014, descrivendo una realtà fortemente radicata nel nostro paese per le opportunità che offre in termini di occupazione e di iniziative imprenditoriali. Un sistema, tuttavia, in continua evoluzione, nonostante gli effetti negativi del calo delle vendite negli anni della crisi, alla ricerca di adeguati standard di servizio verso i mutati comportamenti di acquisto dei consumatori e cogliendo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie. Nella struttura delle reti degli esercizi i processi evolutivi hanno determinato l'ampliamento di alcuni canali di vendita rispetto ad altri, come nel caso del commercio ambulante o delle "altre forme di commercio", che comprendono le vendite on line e la distribuzione automatica.

Nel complesso, le attività del commercio a giugno 2014 erano costituite da oltre 1,6 milioni di esercizi, di cui poco più del 60% operanti nel settore del dettaglio (le prime quattro voci della tab. 3.1), mentre il resto è rappresentato dalle diverse attività del canale dell'ingrosso, compresa la vendita e la manutenzione delle auto.

Tab. 3.1 - Punti vendita del commercio in Italia per tipologia di vendita

	2008	2011	2014
Piccolo dettaglio in sede fissa	757.617	756.717	742.732
GD (*)	17.804	19.438	20.113
Commercio ambulante	161.833	175.913	185.701
Commercio al di fuori di negozi, banchi e mercati (**)	31.845	32.718	37.340
Commercio all'ingrosso	242.118	248.106	251.347
Intermediari del commercio	251.424	246.454	243.191
Commercio, riparazione autoveicoli e motocicli	154.884	155.064	155.424
Totale commercio	1.617.525	1.634.410	1.637.862

(*) comprende minimercati, supermercati, iper, grandi magazzini, grandi superfici specializzate; (**) comprende le vendite per corrispondenza, tv, internet, vendite a domicilio, vendite da distributori automatici, altre forme non specificate
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

L'insieme degli esercizi al dettaglio, sia in sede fissa che ambulante, costituiscono l'ossatura del servizio distributivo e contavano, a giugno 2014, 985.886 punti vendita, di cui 285.260 alimentari (26,2%) e 727.626 non alimentari (73,8%), come evidenziato nella tab. 3.3.

Un'ulteriore disaggregazione per tipologia distributiva registra, all'interno del commercio al dettaglio, la prevalenza della componente rappresentata dai 742.732 esercizi del piccolo dettaglio (75,3%), mentre quote più ridotte interessano gli esercizi del commercio ambulante ed itinerante (18,8%), le altre forme di commercio fuori dai negozi (3,8%) ed i punti vendita di media e grande distribuzione - minimercati, supermercati, iper, grandi magazzini, grandi specializzati - il cui peso è pari al 2% del totale degli esercizi.

I tratti distintivi di questo sistema, uno dei pochi settori economici realmente liberalizzati, sono rappresentati soprattutto dalla numerosità dei punti vendita e dalla loro distribuzione capillare sul territorio, che consente la completa accessibilità al servizio da parte della clientela. L'esigenza di offrire un servizio capillare e di prossimità al consumatore ha sviluppato la diffusione di tante micro imprese, con una dimensione media inferiore a quella registrata in molti altri Paesi europei.

L'indagine 2013 "Aspetti della vita quotidiana" dell'Istat, che raccoglie informazioni su molti aspetti della vita individuale e sociale, evidenzia, infatti, che per quanto riguarda l'accesso ad alcuni servizi la quota di famiglie che dichiarano difficoltà nel raggiungere i negozi di generi alimentari è molto contenuta (19,9 %), rispetto all'accesso agli uffici comunali (32,6 %), agli uffici postali (24,2 %) e alle forze dell'ordine (33,9 %).

Altro elemento caratteristico è la presenza di una varietà di formati di vendita che rendono equilibrato il sistema di offerta, dove la funzione di prossimità e di specializzazione del piccolo esercizio rimane un valore fondamentale, dal punto di vista economico e sociale, accanto ai diversi servizi che le tecnologie più moderne mettono a disposizione dei consumatori.

Tab. 3.2 - Punti vendita del commercio al dettaglio in Italia (*)
anno 2010

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	203.827	5.524	9.651	594			37.724		257.320
- Non specializ. prev.alim.	81.307	5.524	9.651	594					97.076
- Specializzati	122.520						37.724		160.244
-- Frutta e verdura	20.525								20.525
-- Carni e di prodotti a base di carne	33.934								33.934
-- Pesci, crostacei e molluschi	8.481								8.481
-- Pane, torte, dolci e confetteria	12.113								12.113
-- Bevande	5.779								5.779
-- Altri esercizi special. alimentari	11.043						37.724		48.767
-- Tabacchi	30.645								30.645
Area non alimentare	553.560				1.570	1.639	133.121	31.012	720.902
- Non specializzati	23.618				1.570				25.188
- Specializzati	529.942					1.639	133.121	31.012	695.714
-- Carburanti	25.151								25.151
- Apparec. informatiche e per le telecom.	15.002					274			15.276
-- Prodotti tessili	21.197								21.197
-- Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali costr.	44.053					253			44.306
-- Tappeti, rivest. per pavimenti e pareti	1.737								1.737
-- Elettrodomestici	1.367								1.367
-- Mobili, art. per l'illumin. e altri art. casa	44.817					451	4.504		49.772
-- Libri	6.233								6.233
-- Giornali e articoli di cartoleria	37.243								37.243
-- RegISTRAZIONI musicali e video	500					7			507
-- Articoli sportivi	14.460					93			14.553
-- Giochi e giocattoli	7.159					28			7.187
-- Articoli di abbigliamento	129.810					327	73.434		203.571
-- Calzature e articoli in pelle	28.192					84			28.276
-- Medicinali	19.898								19.898
-- Articoli medicali e ortopedici	5.358								5.358
-- Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria	22.610								22.610
-- Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti	23.143								23.143
-- Orologi e articoli di gioielleria	19.510								19.510
-- Altri prodotti e prodotti non specificati	58.204					122	55.183	31.012	144.521
-- Articoli di seconda mano	4.298								4.298
TOTALE MERCEOLOGIE	757.387	5.524	9.651	594	1.570	1.639	170.845	31.012	978.222

(*) PD: piccolo dettaglio in sede fissa; MINI: minimercati; SUPER: supermercati; IPER: ipermercati; GM: grandi magazzini; GSP: grandi superfici specializzate; AMBUL: ambulanti; ALTRO: altre forme di vendita fuori dai negozi; TOT: totale.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tab. 3.3 - Punti vendita del commercio al dettaglio in Italia (*)
giugno 2014

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	205.225	5.636	10.108	617			36.674		258.260
- Non specializ. prev.alim.	79.065	5.636	10.108	617					95.426
- Specializzati	126.160						36.674		162.834
-- Frutta e verdura	21.696								21.696
-- Carni e di prodotti a base di carne	32.166								32.166
-- Pesci, crostacei e molluschi	8.611								8.611
-- Pane, torte, dolci e confetteria	12.071								12.071
-- Bevande	6.197								6.197
-- Altri esercizi special. alimentari	12.892						36.674		49.566
-- Tabacchi	32.527								32.527
Area non alimentare	537.507				2.067	1.685	149.027	37.340	727.626
- Non specializzati	22.392				2.067				24.459
- Specializzati	515.115					1.685	149.027	37.340	703.167
-- Carburanti	25.922								25.922
- Apparec. informatiche e per le telecom.	16.540					281			16.821
-- Prodotti tessili	18.731								18.731
-- Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali costr.	42.177					262			42.439
-- Tappeti, rivest. per pavimenti e pareti	1.676								1.676
-- Elettrodomestici	2.142								2.142
-- Mobili, art. per l'illumin. e altri art. casa	41.314					407	4.914		46.635
-- Libri	5.797								5.797
-- Giornali e articoli di cartoleria	35.760								35.760
-- RegISTRAZIONI musicali e video	563					4			567
-- Articoli sportivi	13.564					118			13.682
-- Giochi e giocattoli	6.713					35			6.748
-- Articoli di abbigliamento	121.271					333	76.041		197.645
-- Calzature e articoli in pelle	27.077					96			27.173
-- Medicinali	21.323								21.323
-- Articoli medicali e ortopedici	5.688								5.688
-- Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria	22.437								22.437
-- Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti	22.870								22.870
-- Orologi e articoli di gioielleria	19.103								19.103
-- Altri prodotti e prodotti non specificati	60.014					149	68.072	37.340	165.575
-- Articoli di seconda mano	4.433								4.433
TOTALE MERCEOLOGIE	742.732	5.636	10.108	617	2.067	1.685	185.701	37.340	985.886

(*) cfr. nota tab. 3.2; per MINI, SUPER, IPER, GM, GSP dati al 31 dic. 2013.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tab. 3.4 - Punti vendita del commercio al dettaglio in Italia (*)
var.ass. 2010 - 2014

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	1.398	112	457	23			-1.050		940
- Non specializ. prev.alim.	-2.242	112	457	23					-1.650
- Specializzati	3.640						-1.050		2.590
-- Frutta e verdura	1.171								1.171
-- Carni e di prodotti a base di carne	-1.768								-1.768
-- Pesci, crostacei e molluschi	130								130
-- Pane, torte, dolci e confetteria	-42								-42
-- Bevande	418								418
-- Altri esercizi special. alimentari	1.849						-1.050		799
-- Tabacchi	1.882								1.882
Area non alimentare	-16.053				497	46	15.906	6.328	6.724
- Non specializzati	-1.226				497				-729
- Specializzati	-14.827					46	15.906	6.328	7.453
-- Carburanti	771								771
- Apparec. informatiche e per le telecom.	1.538					7			1.545
-- Prodotti tessili	-2.466								-2.466
-- Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali costr.	-1.876					9			-1.867
-- Tappeti, rivest. per pavimenti e pareti	-61								-61
-- Elettrodomestici	775								775
-- Mobili, art. per l'illumin. e altri art. casa	-3.503					-44	410		-3.137
-- Libri	-436								-436
-- Giornali e articoli di cartoleria	-1.483								-1.483
-- RegISTRAZIONI musicali e video	63					-3			60
-- Articoli sportivi	-896					25			-871
-- Giochi e giocattoli	-446					7			-439
-- Articoli di abbigliamento	-8.539					6	2.607		-5.926
-- Calzature e articoli in pelle	-1.115					12			-1.103
-- Medicinali	1.425								1.425
-- Articoli medicali e ortopedici	330								330
-- Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria	-173								-173
-- Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti	-273								-273
-- Orologi e articoli di gioielleria	-407								-407
-- Altri prodotti e prodotti non specificati	1.810					27	12.889	6.328	21.054
-- Articoli di seconda mano	135								135
TOTALE MERCEOLOGIE	-14.655	112	457	23	497	46	14.856	6.328	7.664

(*) cfr. nota tab. 3.2 e 3.3.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio

Il confronto con il 2010 (tabb. 3.2, 3.3 e 3.4) presenta un incremento dello stock aggregato del commercio al dettaglio (+7.664 esercizi rispetto al 2010), in gran parte dovuto alla crescita dell'area non alimentare (+6.724 unità), a fronte di un modesto incremento dell'area alimentare.

I dati relativi alle singole categorie merceologiche dicono, tuttavia, che nel periodo preso in considerazione ci sono stati settori importanti nell'area alimentare (ad esempio, il comparto degli esercizi non specializzati alimentari) e non alimentare per i quali si è verificata una riduzione degli esercizi, effetto del calo generalizzato delle vendite.

Anche all'interno di un quadro economico fortemente critico, l'indagine specifica dell'Osservatorio del Commercio sulle medie e grandi strutture della GD ha evidenziato, rispetto al 2010, una crescita meno intensa rispetto al passato di questi esercizi, sia a prevalenza alimentare che non alimentare (+1.135 unità).

Nonostante continuino le politiche espansive dalle imprese della grande distribuzione con la realizzazione di nuovi insediamenti, di cui molti già programmati da anni, la riduzione registrata in questi anni di crisi dei fatturati ha prodotto cambiamenti dal punto di vista dell'assetto proprietario di molti punti vendita e in molti casi la chiusura dell'esercizio, come risulta dall'analisi dei format della GD a livello regionale.

3.2 Un'analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva

Il quadro di sintesi della tab. 3.5. descrive la consistenza numerica degli esercizi nelle singole regioni: emergono differenziazioni sia a livello territoriale che delle diverse forme di vendita, in quanto la struttura dei sistemi distributivi locali si è modellata nel tempo tenendo conto delle caratteristiche orografiche, demografiche e socio-economiche del territorio di riferimento.

Tab. 3.5 - Punti vendita del commercio al dettaglio per regioni (*)
giugno 2014

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Piemonte	47.476	392	768	80	92	171	12.779	4.937	66.695
Valle d'Aosta	1.683	19	16	2	18	9	174	67	1.988
Lombardia	85.679	585	1.629	163	377	371	21.560	5.617	115.981
Liguria	23.353	329	242	10	39	41	4.956	1.045	30.015
Veneto	48.970	390	1.162	71	185	225	10.762	3.310	65.075
Trentino A. A.	9.866	172	329	7	51	42	1.239	604	12.310
Friuli V. G.	12.280	139	323	19	46	84	1.729	551	15.171
Emilia R.	47.574	349	823	43	119	144	9.708	2.274	61.034
Toscana	48.110	213	550	29	182	78	13.328	2.059	64.549
Umbria	11.786	110	237	7	73	40	2.210	512	14.975
Marche	18.614	215	347	23	100	59	4.880	814	25.052

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Lazio	73.645	276	698	27	138	65	15.984	5.306	96.139
Abruzzo	18.641	143	272	13	54	53	4.521	789	24.486
Molise	4.753	24	46	5	6	2	776	109	5.721
Campania	97.991	550	629	22	133	98	25.776	3.015	128.214
Puglia	57.927	708	620	24	91	70	16.192	2.334	77.966
Basilicata	8.780	101	88	5	23	1	1.158	212	10.368
Calabria	31.923	194	292	16	107	27	9.773	987	43.319
Sicilia	68.537	467	694	35	189	61	21.243	2.077	93.303
Sardegna	25.144	260	343	16	44	44	6.953	721	33.525
Nord-ovest	158.191	1.325	2.655	255	526	592	39.469	11.666	214.679
Nord-est	118.690	1.050	2.637	140	401	495	23.438	6.739	153.590
Centro	152.155	814	1.832	86	493	242	36.402	8.691	200.715
Sud	313.696	2.447	2.984	136	647	356	86.392	10.244	416.902
Italia	742.732	5.636	10.108	617	2.067	1.685	185.701	37.340	985.886

(*) cfr. nota tab. 3.2 e 3.3.

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.2.1 Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)

L'aggregato piccolo dettaglio, che rappresenta la componente numericamente più rilevante della rete di vendita del commercio in sede fissa, è costituito dal totale degli esercizi al dettaglio in sede fissa al netto di minimercati, supermercati, iper, grandi magazzini e grandi superfici specializzate. In questo modo si è voluto identificare la vasta rete distributiva di tipo relazionale la cui principale funzione è quella di offrire un indispensabile servizio di prossimità. Per necessità di sintesi i punti vendita del piccolo dettaglio sono stati aggregati in 12 gruppi merceologici, comprendendo anche alcune tipologie merceologiche (tabaccherie, esercizi di vendita di carburanti per autotrazione, farmacie) che per le caratteristiche dei prodotti venduti hanno una specifica normativa di riferimento riguardo lo svolgimento dell'attività e lo sviluppo sul territorio dei punti vendita.

Attualmente si contano 742.732 esercizi distribuiti sul territorio in maniera diversificata, in quanto si passa da una diffusione capillare nelle regioni del Mezzogiorno, dove è presente il 42,2% del totale dei punti vendita, ad una presenza più limitata che nel Centro è rappresentata dal 20,5% del totale degli esercizi e nel Nord-est dal 16,0% (tab. 3.6).

Nel piccolo dettaglio il peso della crisi dei consumi di questi anni ha prodotto un ridimensionamento complessivo degli esercizi, rispetto al 2010, pari a -1,9%, che ha colpito soprattutto il settore non alimentare (-2,9%), mentre complessivamente il settore alimentare ha evidenziato un incremento dello 0,7% (tab.3.7).

Le dinamiche di sviluppo dei punti vendita alimentari sono state, tuttavia, diversificate in quanto hanno risentito dei diversi comportamenti d'acquisto dei consumatori. La componente dei non specializzati (categoria che comprende piccoli supermercati e superrettè) ha mostrato maggiori difficoltà (-2,8%), con perdite, ad esclusione del Lazio e della Puglia, in tutte le regioni, specie in quelle del Nord. Al contrario, lo stock dei negozi specializzati ha visto un incremento del 3%, raggiungendo valori superiori alla media nel Centro e nel Nord-ovest.

Tab. 3.6 - I punti vendita del piccolo dettaglio per tipologia merceologica (*)
giugno 2014

	AREA ALIM.	NO SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	NON SPEC.	CARB.	INFOR.	FERR.	MOBILI	ABB.	ALTRO	TOTALE
Piemonte	12.944	5.180	7.764	2.204	34.532	1.340	1.928	1.097	2.672	2.704	8.724	16.067	47.476
Valle d'Aosta	465	222	243	71	1.218	41	85	25	103	112	312	540	1.683
Lombardia	21.469	8.062	13.407	4.122	64.210	2.229	3.236	1.913	3.644	5.361	17.515	30.312	85.679
Liguria	7.175	2.431	4.744	1.060	16.178	623	615	428	1.122	1.160	4.651	7.579	23.353
Veneto	12.073	3.717	8.356	2.547	36.897	1.203	2.000	903	2.592	2.888	10.405	16.906	48.970
Trentino A. A.	2.779	1.211	1.568	575	7.087	212	352	162	471	475	2.345	3.070	9.866
Friuli V. G.	3.097	1.143	1.954	661	9.183	346	531	256	603	636	2.610	4.201	12.280
Emilia R.	12.171	4.367	7.804	2.769	35.403	1.355	1.986	1.008	2.385	2.352	10.417	15.900	47.574
Toscana	13.075	5.055	8.020	2.344	35.035	1.370	1.693	969	2.415	2.527	10.134	15.927	48.110
Umbria	3.124	1.167	1.957	686	8.662	291	503	221	713	610	2.394	3.930	11.786
Marche	5.262	1.837	3.425	1.024	13.352	363	836	392	1.033	1.086	3.844	5.798	18.614
Lazio	19.012	7.951	11.061	2.971	54.633	2.871	2.818	2.096	4.330	4.286	14.702	23.530	73.645
Abruzzo	5.077	1.897	3.180	819	13.564	509	720	388	1.181	1.102	3.877	5.787	18.641
Molise	1.578	720	858	194	3.175	157	178	90	329	277	801	1.343	4.753
Campania	30.138	12.247	17.891	3.248	67.853	3.145	2.542	2.398	5.274	5.853	20.155	28.486	97.991
Puglia	16.756	5.800	10.956	1.981	41.171	1.856	1.681	1.576	3.733	3.566	11.207	17.552	57.927
Basilicata	2.786	1.225	1.561	357	5.994	304	285	197	697	520	1.594	2.397	8.780
Calabria	9.343	4.175	5.168	1.145	22.580	1.159	917	748	2.595	2.083	5.703	9.375	31.923
Sicilia	18.817	7.413	11.404	2.796	49.720	2.251	2.308	1.551	4.723	4.473	13.133	21.281	68.537
Sardegna	8.084	3.245	4.839	953	17.060	767	708	403	1.824	1.326	4.254	7.778	25.144
Nord-ovest	42.053	15.895	26.158	7.457	116.138	4.233	5.864	3.463	7.541	9.337	31.202	54.498	158.191
Nord-est	30.120	10.438	19.682	6.552	88.570	3.116	4.869	2.329	6.051	6.351	25.777	40.077	118.690
Centro	40.473	16.010	24.463	7.025	111.682	4.895	5.850	3.678	8.491	8.509	31.074	49.185	152.155
Sud	92.579	36.722	55.857	11.493	221.117	10.148	9.339	7.351	20.356	19.200	60.724	93.999	313.696
Italia	205.225	79.065	126.160	32.527	537.507	22.392	25.922	16.821	42.439	43.397	148.777	237.759	742.732

(*) AREA ALIM: Area Alimentare; NO SPEC. ALIM: Non specializzati alimentari; SPEC ALIM: Specializzati alimentari; TAB: Tabacchi; AREA NON ALIM: Area non alimentare; CARB: Carburanti; INFOR: Apparecchiature informatiche e per le telecom.; FERR: Ferramenta, vernici e mater. costruzione; MOBILI: Mobili, articoli illuminazione, per la casa, tappeti, rivestimenti per pareti e pavim. ABB: Abbigliamento e calzature; ALTRO : tessili, elettrodomestici, libri, giornali, cartolerie, medicinali, cosmetici, fiori, piante, gioielleria, articoli seconda mano, altri prodotti non alimentari.

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

La riduzione degli esercizi dell'area non alimentare ha interessato cinque dei sette gruppi merceologici che compongono l'aggregato.

Il settore che ha registrato una perdita significativa di esercizi è il comparto dei mobili e dei prodotti per l'arredamento della casa a causa di un mercato interno da molti anni in forte sofferenza. Il ridimensionamento del numero dei negozi rispetto al 2010 è stato pari al 7,7% a livello nazionale, con valori superiori alla media nel Nord-est (-8,9%), nel Nord-ovest (-8,4%) e nel Sud (-8,3%), aree dove si concentra una quota significativa della produzione nazionale e internazionale di prodotti di arredamento.

Tra le regioni con un'elevata riduzione dei punti vendita ci sono la Basilicata (-12,6%), la Sardegna (-11,7%), la Sicilia (-10,9%) e il Piemonte (-10,5%).

Anche la rete di vendita dei negozi specializzati di abbigliamento e calzature, tra il 2010 e il 2014, ha evidenziato un calo complessivo degli esercizi del 6,1% a livello nazionale, raggiungendo valori superiori alla media nel Nord-ovest (-7,8%) e nel Sud (-6,7%). L'unico dato positivo è registrato dal Trentino Alto Adige (+2,2%).

Il mancato sviluppo di questo comparto risente ormai da anni della riduzione della spesa da parte delle famiglie che tende ad aumentare solo in alcuni periodi dell'anno (vendite natalizie e saldi), ma recentemente anche della maggiore attrattività esercitata dagli outlet e dagli acquisti on-line.

Altro settore che ha evidenziato una riduzione di esercizi è quello dei prodotti di ferramenta, vernici e materiale di costruzione. L'attività dei negozi, localizzati spesso nei centri storici o in aree semi-periferiche, è fortemente limitata dalla concorrenza esercitata dalle grandi superfici specializzate. Complessivamente lo stock di questi esercizi si è ridotto del 4,2%, ma nelle regioni del Nord la perdita è stata più pesante superando il 5%.

Gli unici settori che presentano una variazione positiva tra il 2010 e il 2014 sono l'aggregato INFORM, composto dai punti vendita di apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni, che ha registrato in quasi tutte le regioni un incremento significativo di esercizi, nel complesso pari a +10,1%, e pompe di benzina (+3,1%) soggette dalla normativa regionale a piani di sviluppo diversi da quelli del commercio.

All'interno dell'aggregato ALTRO, che ha visto complessivamente una lieve riduzione dello stock (-0,8%), va segnalata la crescita dei punti vendita di medicinali, un mercato che comprende non solo le farmacie, ma anche le parafarmacie e i "corner della salute", presenti in molti punti vendita della GD.

Tab. 3.7 - I punti vendita del piccolo dettaglio per tipologia merceologica (*)
var. % 2010 - 2014

	AREA ALIM.	NO SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	NON SPEC.	CARB.	INFOR.	FERR.	MOBILI	ABB.	ALTRO	TOTALE
Piemonte	-0,8	-6,4	3,3	5,1	-6,0	-13,7	0,6	9,3	-7,5	-10,5	-11,2	-2,9	-4,7
Valle d'Aosta	-4,1	-4,7	-3,6	-1,4	-3,6	-10,9	6,3	-3,8	-8,0	-4,3	-6,3	-1,8	-3,8
Lombardia	2,0	-2,4	4,9	9,2	-2,6	-7,4	4,4	16,6	-6,1	-7,5	-6,3	-0,4	-1,5
Liguria	-0,5	-7,2	3,2	3,3	-5,1	-3,0	-2,7	14,4	-4,9	-7,7	-7,3	-4,6	-3,8
Veneto	-0,7	-6,1	1,9	6,0	-2,6	-9,1	1,9	17,4	-7,3	-9,2	-4,7	-0,1	-2,1
Trentino A.A.	0,6	-2,2	2,9	7,7	-0,5	-10,5	2,0	0,6	-6,4	-4,6	2,2	-0,6	-0,2
Friuli V. G.	-5,0	-8,3	-2,9	0,6	-4,3	-9,7	-1,8	11,8	-5,3	-6,6	-5,3	-3,9	-4,5
Emilia R.	1,2	-1,5	2,8	2,8	-2,5	0,9	2,3	19,9	-3,8	-9,8	-4,8	-1,6	-1,6
Toscana	-0,2	-1,9	0,9	5,8	-3,5	-0,4	0,9	8,8	-8,0	-8,0	-4,4	-2,8	-2,6
Umbria	1,9	-5,4	6,7	11,4	-2,0	0,7	0,4	0,5	1,0	-5,6	-4,1	-1,2	-1,0
Marche	0,0	-0,9	0,5	2,7	-3,5	-6,0	2,3	15,6	-4,6	-2,8	-7,4	-2,4	-2,5
Lazio	7,1	6,8	7,4	10,7	-0,2	-0,4	6,3	10,3	-2,7	-2,6	-3,9	1,5	1,6
Abruzzo	0,8	-5,2	4,7	7,3	-3,8	-5,7	5,0	5,1	-5,1	-7,2	-8,8	-0,5	-2,6
Molise	-0,4	-6,9	5,7	6,0	-6,1	-5,4	5,3	-3,2	1,5	-5,8	-8,8	-7,8	-4,3
Campania	-0,4	-3,8	2,1	6,6	-1,9	-6,4	5,1	8,8	-3,3	-7,0	-4,5	0,5	-1,4
Puglia	2,3	0,5	3,3	3,0	-2,1	-4,1	3,1	9,9	-3,3	-7,1	-5,3	0,2	-0,9
Basilicata	1,6	-2,1	4,6	5,6	-5,1	-7,6	1,4	0,0	-2,5	-12,6	-7,4	-3,3	-3,1
Calabria	1,1	-3,6	5,2	12,0	-2,1	-7,4	7,5	-2,7	0,8	-5,5	-6,9	0,9	-1,2
Sicilia	-2,2	-6,0	0,5	3,8	-4,4	-5,5	1,0	8,3	-2,7	-10,9	-9,6	-1,0	-3,8
Sardegna	-1,2	-3,5	0,4	5,2	-4,4	-2,7	6,5	5,2	-6,0	-11,7	-9,0	-1,3	-3,4
Nord-ovest	0,6	-4,5	4,0	7,0	-4,0	-8,9	2,4	13,7	-6,5	-8,4	-7,8	-1,8	-2,8
Nord-est	-0,3	-4,0	1,8	4,2	-2,6	-5,2	1,6	16,5	-5,7	-8,9	-4,2	-1,2	-2,0
Centro	3,3	2,1	4,1	7,8	-1,8	-0,8	3,6	9,8	-4,2	-4,5	-4,5	-0,6	-0,5
Sud	-0,1	-3,6	2,4	5,7	-3,0	-5,6	3,9	6,8	-2,9	-8,3	-6,7	-0,3	-2,1
Italia	0,7	-2,8	3,0	6,1	-2,9	-5,2	3,1	10,1	-4,2	-7,7	-6,1	-0,8	-1,9

(*) cfr. nota tab. 3.6.

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Il livello di servizio del piccolo dettaglio, misurato dal rapporto tra il numero degli esercizi e la popolazione residente (tab. 3.8), presenta caratteristiche non uniformi sul territorio rispetto alla media nazionale di 1.244 esercizi. I consumatori delle regioni del Sud possono disporre di 1.521 esercizi ogni 100mila abitanti, molti di più di quelli a disposizione degli abitanti del Nord-ovest (997 esercizi) e del Nord-est (1.030 esercizi).

Dal punto di vista merceologico, nel settore alimentare la distanza tra il Sud e il Nord è molto marcata: rispetto alla media italiana pari a 344 esercizi ogni 100mila abitanti, il Sud si distingue per avere una densità di 449, mentre nelle regioni del Nord opera una rete più concentrata con valori molto al di sotto della media.

Analogo modello anche nel non alimentare: concentrazione di esercizi nel Nord-ovest (732 esercizi) e nel Nord-est (769) a fronte di una media nazionale di 901, mentre il Sud registra un valore superiore alla media (1.072 esercizi) assieme al Centro (956 esercizi).

A livello delle singole regioni vi sono casi particolari come la Valle d'Aosta, la Liguria, l'Umbria, la Campania e la Calabria, che per caratteristiche del territorio e situazione demografica, si distinguono per avere una densità superiore alla media nazionale e della ripartizione di riferimento (tab. 3.8).

**Tab. 3.8 - Densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per tipologia merceologica (*)
anno 2014 - numero esercizi ogni 100mila abitanti**

	AREA ALIM.	NO SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	NON SPEC.	CARB.	INFOR.	FERR.	MOBILI	ABB.	ALTRO	TOTALE
Piemonte	296	118	178	50	789	31	44	25	61	62	199	367	1.085
Valle d'Aosta	364	174	190	56	953	32	66	20	81	88	244	422	1.316
Lombardia	219	82	137	42	656	23	33	20	37	55	179	309	875
Liguria	458	155	303	68	1.034	40	39	27	72	74	297	484	1.492
Veneto	247	76	171	52	756	25	41	18	53	59	213	346	1.003
Trentino A. A.	267	116	151	55	681	20	34	16	45	46	225	295	949
Friuli V. G.	253	94	160	54	752	28	43	21	49	52	214	344	1.005
Emilia R.	278	100	178	63	809	31	45	23	54	54	238	363	1.087
Toscana	354	137	217	63	949	37	46	26	65	68	274	431	1.303
Umbria	353	132	221	77	977	33	57	25	80	69	270	443	1.330
Marche	341	119	222	66	864	23	54	25	67	70	249	375	1.205
Lazio	342	143	199	53	983	52	51	38	78	77	265	423	1.325
Abruzzo	387	145	242	62	1.033	39	55	30	90	84	295	441	1.420
Molise	504	230	274	62	1.013	50	57	29	105	88	256	429	1.517
Campania	522	212	310	56	1.176	55	44	42	91	101	349	494	1.698
Puglia	414	143	270	49	1.016	46	41	39	92	88	277	433	1.430
Basilicata	484	213	271	62	1.040	53	49	34	121	90	277	416	1.524
Calabria	477	213	264	58	1.153	59	47	38	133	106	291	479	1.630
Sicilia	376	148	228	56	994	45	46	31	94	89	263	426	1.371
Sardegna	493	198	295	58	1.040	47	43	25	111	81	259	474	1.533
Nord-ovest	265	100	165	47	732	27	37	22	48	59	197	344	997
Nord-est	261	91	171	57	769	27	42	20	53	55	224	348	1.030
Centro	346	137	209	60	956	42	50	31	73	73	266	421	1.303
Sud	449	178	271	56	1.072	49	45	36	99	93	294	456	1.521
Italia	344	132	211	54	901	38	43	28	71	73	249	398	1.244

(*) cfr. nota tab. 3.6.

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tra il 2010 e il 2014 la contrazione del numero degli esercizi, a fronte di un aumento della popolazione, ha determinato un calo della densità complessiva dei punti vendita (-35 esercizi ogni 100mila abitanti). Nel Nord-ovest i valori sono stati superiori alla media nazionale (-42 esercizi), mentre nel Sud, dove la popolazione è rimasta stabile, la riduzione è stata poco al di sotto della media (-34). Molto al di sotto della media è la variazione negativa della densità del Centro (-25), ripartizione dove, rispetto al 2010, il ridimensionamento dello stock degli esercizi è stato modesto a fronte di un aumento della popolazione.

Tab. 3.9 - Variazioni assolute della densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per tipologia merceologica (*)
2010 - 2014

	AREA ALIM.	NO SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	NON SPEC.	CARB.	INFOR.	FERR.	MOBILI	ABB.	ALTRO	TOTALE
Piemonte	-3	-8	5	2	-53	-5	0	2	-5	-7	-26	-12	-56
Valle d'Aosta	-19	-10	-9	-1	-45	-4	3	-1	-8	-5	-19	-12	-64
Lombardia	0	-4	4	3	-31	-2	1	2	-3	-6	-16	-7	-31
Liguria	1	-11	12	3	-48	-1	-1	4	-3	-6	-21	-20	-47
Veneto	-4	-6	2	3	-26	-3	0	3	-5	-7	-12	-3	-30
Trentino A.A.	-4	-5	1	3	-19	-3	0	0	-4	-3	0	-8	-23
Friuli V. G.	-13	-8	-5	0	-34	-3	-1	2	-3	-4	-12	-14	-48
Emilia R.	-1	-3	2	1	-34	0	0	3	-3	-7	-16	-12	-36
Toscana	-4	-4	0	3	-44	0	0	2	-6	-7	-16	-17	-48
Umbria	4	-8	12	7	-26	0	0	0	0	-5	-14	-8	-22
Marche	-1	-1	0	2	-34	-2	1	3	-3	-2	-21	-10	-35
Lazio	16	6	10	4	-23	-1	2	3	-4	-4	-17	-2	-7
Abruzzo	2	-8	10	4	-44	-3	2	1	-5	-7	-30	-4	-43
Molise	1	-15	16	4	-58	-3	3	-1	2	-5	-23	-33	-57
Campania	-3	-9	6	3	-25	-4	2	3	-3	-8	-17	1	-28
Puglia	9	1	8	1	-22	-2	1	3	-3	-7	-16	0	-13
Basilicata	12	-3	14	4	-47	-4	1	0	-2	-12	-19	-11	-35
Calabria	7	-7	14	6	-20	-4	3	-1	2	-6	-20	6	-13
Sicilia	-8	-10	1	2	-46	-3	0	2	-3	-11	-28	-4	-54
Sardegna	-6	-7	1	3	-47	-1	3	1	-7	-11	-26	-6	-52
Nord-ovest	-2	-6	4	3	-40	-3	0	2	-4	-6	-19	-11	-42
Nord-est	-4	-5	1	2	-30	-2	0	3	-4	-6	-13	-8	-34
Centro	6	1	6	4	-31	-1	1	2	-4	-5	-17	-8	-25
Sud	0	-7	6	3	-33	-3	2	2	-3	-8	-21	-1	-34
Italia	-1	-5	4	3	-35	-2	1	2	-4	-7	-18	-7	-35

(*) cfr. nota tab. 3.6.

Elaborazione Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.2.2 Minimercati

Il minimercato ha caratteristiche simili a quelle di un supermercato, ma con una superficie di vendita ridotta (da 200 a 400 mq.), ed è molto diffuso nelle aree urbane con un'alta densità abitativa.

L'indagine specifica da parte dell'Osservatorio Nazionale del Commercio a fine 2013 ha rilevato 5.636 punti vendita, di cui poco meno della metà ubicati nelle regioni del Nord, in particolare Lombardia (585), Piemonte (392) e Veneto (390); rilevante la presenza di questa tipologia anche nelle regioni del Sud (2.447 unità), soprattutto in Puglia (708) e Campania (550) (tab.3.10).

Tab. 3.10 - I Minimercati

	punti vendita	punti vendita	var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq.x 100 ab.
	2010	2013	2010-2013	2013	2010-2013
Piemonte	409	392	-17	2,7	-0,1
Valle d'Aosta	19	19	0	4,7	0,0
Lombardia	595	585	-10	1,8	-0,1
Liguria	298	329	31	5,9	0,6
Veneto	394	390	-4	2,4	-0,1
Trentino A. A.	178	172	-6	4,7	-0,3
Friuli V. G.	131	139	8	3,7	0,2
Emilia R.	362	349	-13	2,3	-0,2
Toscana	200	213	13	1,7	0,1
Umbria	115	110	-5	3,6	-0,2
Marche	222	215	-7	4,0	-0,1
Lazio	272	276	4	1,5	0,0
Abruzzo	149	143	-6	3,2	-0,1
Molise	27	24	-3	2,4	-0,3
Campania	448	550	102	2,6	0,4
Puglia	692	708	16	4,9	0,1
Basilicata	114	101	-13	5,0	-0,5
Calabria	170	194	24	2,9	0,3
Sicilia	456	467	11	2,8	0,1
Sardegna	273	260	-13	4,5	-0,1
Nord-ovest	1.321	1.325	4	2,5	0,0
Nord-est	1.065	1.050	-15	2,7	-0,1
Centro	809	814	5	2,1	0,0
Sud	2.329	2.447	118	3,4	0,2
Italia	5.524	5.636	112	2,8	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Rispetto al 2010, lo stock degli esercizi registra un incremento di 112 unità, localizzate quasi tutte nelle regioni del Sud che presentavano un ritardo di sviluppo distributivo rispetto al resto del paese. Nel Centro-Nord, infatti, l'incremento è stato di poche unità e nel Nord-est la rete di questi esercizi si è ridimensionata (-15 unità).

La disponibilità di superficie dei minimercati in rapporto alla popolazione è in media di 2,8 mq. ogni 100 abitanti, valore che non è mutato rispetto al 2010; nel Sud è superiore alla media (3,4 mq.), mentre nelle altre ripartizioni il dato si pone poco al di sotto della media.

3.2.3 Supermercati

I supermercati rilevati a fine dicembre 2013 (esercizi despecializzati a prevalenza alimentare con superficie di vendita superiore a 400 mq.) erano 10.108, localizzati per oltre la metà nelle regioni del Nord, con una superficie di vendita complessiva di oltre 9,2 milioni di mq. e una dimensione media dei punti vendita di 915 mq. (tab. 3.11).

La diffusione di questo formato di vendita non ha mai conosciuto battute d'arresto, ma negli anni della crisi il ritmo di crescita è stato più contenuto rispetto al passato. Dopo aver registrato solo nel 2009 un incremento significativo dello stock rispetto all'anno precedente, pari a 348 esercizi, tra il 2010 e il 2013 le aperture si sono rallentate e l'incremento cumulato è stato di 457 unità.

Rispetto al 2010 lo stock di esercizi è aumentato in tutte le ripartizioni, soprattutto nel Nord dove l'incremento è stato più consistente (+268 unità); il Sud complessivamente ha registrato un dato positivo (+145 esercizi), ma all'interno della ripartizione va osservato come in Sicilia e Sardegna la rete degli esercizi si è ridimensionata.

Il livello del servizio offerto in rapporto alla popolazione (mq. per 100 abitanti) non è uniforme sul territorio: rispetto alla media nazionale che indica, nel 2013, un valore pari a 15,5 mq. ogni 100 abitanti, il Nord-est registra la densità più elevata (21,4 mq. ogni 100 abitanti) seguito dal Nord-ovest (17,0 mq. ogni 100 abitanti) e dal Centro (14,7 mq. ogni 100 abitanti). La densità di queste tre ripartizioni è cresciuta rispetto al 2010.

Il Sud presenta la densità più bassa, pari a 11,5 mq. ogni 100 abitanti, ma risulta in crescita rispetto al 2010, anche se con un valore inferiore alla media dell'Italia. Grazie alle nuove aperture di punti vendita, tendenza che proseguirà anche nei prossimi anni, il divario con il resto del paese tende a ridursi.

Tab. 3.11 - I Supermercati

	punti vendita	punti vendita	var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq.x 100 ab.
	2010	2013	2010-2013	2013	2010-2013
Piemonte	736	768	32	16,4	1,5
Valle d'Aosta	16	16	0	11,2	0,2
Lombardia	1.572	1.629	57	17,9	1,1
Liguria	209	242	33	13,0	2,1
Veneto	1.122	1.162	40	23,2	1,4
Trentino A. A.	298	329	31	25,3	2,9
Friuli V. G.	296	323	27	25,6	3,8
Emilia R.	775	823	48	17,3	1,2
Toscana	543	550	7	14,9	0,3
Umbria	228	237	9	24,4	1,2
Marche	333	347	14	19,6	1,9
Lazio	684	698	14	11,7	0,2
Abruzzo	260	272	12	16,8	1,0
Molise	44	46	2	10,6	0,4
Campania	503	629	126	8,5	1,9
Puglia	571	620	49	11,5	1,0
Basilicata	85	88	3	11,3	0,3
Calabria	274	292	18	13,0	0,6
Sicilia	736	694	-42	11,1	-0,3
Sardegna	366	343	-23	17,4	-1,2
Nord-ovest	2.533	2.655	122	17,0	1,3
Nord-est	2.491	2.637	146	21,4	1,7
Centro	1.788	1.832	44	14,7	0,5
Sud	2.839	2.984	145	11,5	0,7
Italia	9.651	10.108	457	15,5	1,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.2.4 Ipermercati

Gli ipermercati censiti nel 2013 (l'indagine considera i punti vendita con reparto alimentare e non e con superficie di vendita superiore a 2.500 mq.) erano 617 di cui 395 localizzati nelle regioni del Nord, in particolare in Lombardia (163), Piemonte (80) e Veneto (71). Complessivamente la rete degli ipermercati sviluppa oltre 3,6 milioni di mq. di superficie di vendita e la dimensione media degli esercizi è di circa 6mila mq. (tab. 3.12).

Tab. 3.12 - Gli ipermercati

	punti vendita	punti vendita	var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq.x 100 ab.
	2010	2013	2010-2013	2013	2010-2013
Piemonte	83	80	-3	10,3	-0,1
Valle d'Aosta	2	2	0	12,2	-0,1
Lombardia	153	163	10	10,7	-0,2
Liguria	10	10	0	3,8	0,3
Veneto	68	71	3	7,6	0,1
Trentino A. A.	8	7	-1	2,1	-0,4
Friuli V. G.	23	19	-4	8,6	-0,6
Emilia R.	40	43	3	6,4	0,2
Toscana	27	29	2	4,2	-0,1
Umbria	7	7	0	6,1	0,2
Marche	20	23	3	7,3	0,8
Lazio	26	27	1	2,7	-0,2
Abruzzo	13	13	0	6,2	2,3
Molise	5	5	0	5,2	-0,5
Campania	23	22	-1	2,7	-0,4
Puglia	23	24	1	4,9	-0,5
Basilicata	3	5	2	3,8	1,4
Calabria	15	16	1	4,7	0,5
Sicilia	27	35	8	4,2	0,5
Sardegna	18	16	-2	5,3	-0,4
Nord-ovest	248	255	7	9,9	-0,1
Nord-est	139	140	1	6,8	0,0
Centro	80	86	6	4,1	0,0
Sud	127	136	9	4,2	0,1
Italia	594	617	23	6,2	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tra il 2010 e il 2013 l'incremento dello stock dei punti vendita è stato di sole 23 unità, un risultato che incorpora anche il ridimensionamento del numero degli esercizi che si è registrato nel 2012 rispetto all'anno precedente (-16 unità). La fase espansiva che si era registrata negli anni precedenti sembra ormai rallentata se si pensa che tra il 2004 e il 2009 la crescita cumulata dello stock degli ipermercati è stata di 153 unità. In termini di superficie di vendita, tra il 2013 e il 2010 vi è stato un aumento di oltre 42mila mq., mentre nel periodo 2004-2009 è aumentata di circa 1,1 milioni di mq.

Gli andamenti recenti riflettono le difficoltà di questa tipologia di vendita a trovare la sua giusta funzione a causa di alcuni fattori. Innanzitutto, la tendenza delle famiglie a ridurre la frequenza degli acquisti negli iper (anche per l'alto costo del carburante) e a limitare le grandi scorte di prodotti alimentari per rifornirsi in punti vendita sotto casa che offrono promozioni alla stessa stregua delle superfici più grandi. Gli iper, inoltre, soffrono la concorrenza esercitata dall'attrattività le grandi superfici specializzate.

La disponibilità di superficie di vendita in rapporto alla popolazione non ha livelli di uniformità sul territorio, in quanto lo sviluppo di questo format si è concentrato inizialmente nelle regioni del Nord che hanno caratteristiche socio-economiche favorevoli all'apertura di punti vendita di grande dimensione, per poi indirizzarsi, solo in un secondo momento, nelle regioni del Centro e del Sud, dove la dotazione di queste strutture presenta ancora ampi margini di crescita.

In rapporto alla media dell'Italia del 2013 pari a 6,2 mq. ogni 100 abitanti, nel Nord-ovest e nel Nord-est la superficie è rispettivamente di 9,9 e di 6,8 mq. ogni 100 abitanti, mentre nel Centro e nel Sud è di poco superiore a 4 mq.

Differenziazioni emergono anche nel confronto fra le singole regioni: si passa, infatti, da valori molti elevati in Valle d'Aosta (12,2 mq.), Lombardia (10,7 mq.) e Piemonte (10,3 mq.) a realtà con una superficie per 100 abitanti relativamente bassa, come il Trentino Alto Adige (2,1 mq.), la Campania (2,7 mq.), il Lazio (2,7 mq.).

3.2.5 Grandi magazzini

Nel 2013 i grandi magazzini censiti (sono presi in considerazione gli esercizi non alimentari con una superficie di vendita superiore a 400 mq.) sono stati 2.067, 497 in più rispetto allo stock del 2010. Si tratta di un incremento considerevole, che riflette l'impegno di molte imprese nel rilanciare, dopo anni di crisi, questa tipologia rinnovando l'offerta di prodotti e di servizi (tab. 3.13).

Dal punto di vista territoriale la maggior parte di queste strutture si concentra nelle regioni del Nord (927 punti vendita nel complesso), soprattutto in Lombardia (377 unità) e Veneto (185 unità); nelle altre ripartizioni si distinguono per numerosità di esercizi la Sicilia (189 unità), la Toscana (182 unità), il Lazio (138 unità) e la Campania (133 unità). La dimensione media degli esercizi è di circa 1.300 mq.

L'incremento dello stock rispetto al 2010 ha interessato tutte le ripartizioni, ma con minor impatto nel Centro dove ha pesato il ridimensionamento del numero di esercizi che si è verificato nel Lazio (-15 unità).

Il servizio offerto da questo canale di vendita (disponibilità di superficie in rapporto alla popolazione) presenta valori superiori alla media italiana nel Centro e nelle ripartizioni del Nord:

a fronte di una media italiana di 4,5 mq ogni 100 abitanti, il Centro ne registra 5,3 e il Nord-ovest 5,0, mentre il Sud 3,5.

L'ampliamento della rete dei punti vendita nelle regioni del Sud non ha prodotto una significativa riduzione del divario con il resto del paese.

Tab. 3.13 - I grandi magazzini

	punti vendita	punti vendita	var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq.x 100 ab.
	2010	2013	2010-2013	2013	2010-2013
Piemonte	77	92	15	3,4	0,0
Valle d'Aosta	15	18	3	13,7	2,4
Lombardia	275	377	102	5,7	1,1
Liguria	31	39	8	4,2	0,9
Veneto	77	185	108	4,9	1,9
Trentino A. A.	37	51	14	5,0	0,6
Friuli V. G.	25	46	21	4,2	-0,9
Emilia R.	74	119	45	5,0	1,3
Toscana	178	182	4	6,6	-0,6
Umbria	68	73	5	12,2	1,2
Marche	83	100	17	6,0	0,8
Lazio	153	138	-15	3,0	-0,8
Abruzzo	44	54	10	5,1	0,5
Molise	7	6	-1	2,5	0,0
Campania	81	133	52	2,6	0,9
Puglia	73	91	18	2,4	0,4
Basilicata	10	23	13	3,7	1,3
Calabria	86	107	21	5,7	1,1
Sicilia	127	189	62	3,9	1,1
Sardegna	49	44	-5	3,8	-0,6
Nord-ovest	398	526	128	5,0	0,8
Nord-est	213	401	188	4,8	1,3
Centro	482	493	11	5,3	-0,4
Sud	477	647	170	3,5	0,7
Italia	1.570	2.067	497	4,5	0,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.2.6 Grandi superfici specializzate

Oggi l'acquisto di molti beni durevoli trova nelle grandi superfici specializzate un canale di vendita di riferimento in grado di offrire un assortimento completo dei prodotti, diversi servizi al consumatore, durante e dopo la vendita, e prezzi competitivi. La loro capacità competitiva risulta di forte impatto sulla rete commerciale locale con l'effetto di modificare gli equilibri del mercato e mettere in difficoltà molte piccole imprese.

Gli esercizi rilevati come gss (punto vendita non food con superficie di vendita non inferiore a 1.500 mq., con un assortimento esclusivo o prevalente di una specifica gamma merceologica) nel 2013 sono stati 1.685, quasi tutti localizzati nel Nord (1.087 unità); il resto dei punti vendita è localizzato nel Sud (356 esercizi) e nel Centro (242 esercizi) (tab. 3.14).

Complessivamente queste strutture sviluppano oltre 5 milioni di mq. di superficie di vendita, di cui 3,3 milioni di mq. riguardano i punti vendita delle regioni del Nord, e hanno una dimensione media di 3mila mq.

Dal punto di vista della specializzazione merceologica prevalgono le gss di mobili e arredamento casa (374 unità), di tessile-abbigliamento (333 unità), di elettrodomestici ed elettronica di consumo (281 unità) e di ferramenta e bricolage (262).

Rispetto al 2010 la rete si è ampliata di 46 unità che sono andate ad incrementare soprattutto la dotazione di gss del Sud (+22 unità) e del Nord-est (+20 unità), mentre la rete già consolidata del Nord-ovest ha registrato un ridimensionamento di 4 unità, effetto di alcune chiusure in Lombardia.

Dal dato relativo alla disponibilità di superficie in rapporto alla popolazione emerge una differenziazione geografica del livello di servizio di questo canale.

Rispetto al valore medio dell'Italia di 8,5 mq. ogni 100 abitanti, nel Nord-est questo rapporto sale a 13,7 mq. e nel Nord-ovest a 10,9 mq., mentre nel Centro e nel Sud la densità è molto al di sotto della media nazionale.

A livello regionale le differenziazioni sono molto marcate perché l'apertura di questi punti vendita tende a servire principalmente mercati, anche sovra-regionali, con specifiche condizioni demografiche e di reddito che non sono presenti in maniera uniforme nelle diverse ripartizioni territoriali.

Si passa, infatti, da valori molto elevati in Valle d'Aosta (26,1 mq.), Friuli Venezia Giulia (24,4), Veneto (14,6 mq.), Abruzzo (12,2 mq.) e Lombardia (11,5 mq.), a realtà con una superficie per 100 abitanti molto bassa, come la Basilicata (0,3 mq.) e il Molise (2,4 mq.).

L'ampliamento della rete dei punti vendita nelle regioni del Sud e del Centro non ha prodotto ancora una riduzione del divario con il resto del paese.

Tab. 3.14 - Le grandi superfici specializzate

	punti vendita	punti vendita	var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq.x 100 ab.
	2010	2013	2010-2013	2013	2010-2013
Piemonte	167	171	4	10,6	0,0
Valle d'Aosta	10	9	-1	26,1	-1,5
Lombardia	379	371	-8	11,5	-0,5
Liguria	40	41	1	7,5	1,5
Veneto	224	225	1	14,6	1,0
Trentino A. A.	37	42	5	12,5	2,0
Friuli V. G.	69	84	15	24,4	6,6
Emilia R.	145	144	-1	9,8	-0,4
Toscana	79	78	-1	6,1	0,0
Umbria	45	40	-5	9,4	-1,8
Marche	54	59	5	10,4	1,2
Lazio	56	65	9	3,5	-0,1
Abruzzo	49	53	4	12,2	2,5
Molise	2	2	0	2,4	0,9
Campania	86	98	12	5,0	0,2
Puglia	68	70	2	5,7	0,3
Basilicata	1	1	0	0,3	0,0
Calabria	25	27	2	4,1	0,4
Sicilia	64	61	-3	3,8	0,2
Sardegna	39	44	5	7,2	1,9
Nord-ovest	596	592	-4	10,9	-0,2
Nord-est	475	495	20	13,7	1,1
Centro	234	242	8	5,7	0,0
Sud	334	356	22	5,2	0,5
Italia	1.639	1.685	46	8,5	0,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.2.7 Ambulanti e itineranti

Nelle sue diverse forme di attività, dai mercati quotidiani e settimanali, alle fiere, ai posteggi a rotazione, alla vendita in forma itinerante, il numero complessivo delle imprese di questo comparto è di 185.701 unità (i dati nella tabella 3.15 si riferiscono alle sedi di impresa o alle unità locali e non alle singole localizzazioni, ad esempio, dei banchi vendita).

Tab. 3.15 - Le imprese del commercio ambulante
giugno 2014

	Alimentare	Abbigl., tessuti, calzature	Mobili, articoli uso domestico	Altri prodotti	Totale
Piemonte	3.478	5.369	417	3.515	12.779
Valle d'Aosta	30	113	5	26	174
Lombardia	4.629	9.588	615	6.728	21.560
Liguria	809	2.255	95	1.797	4.956
Veneto	2.386	5.022	349	3.005	10.762
Trentino A. A.	364	600	26	249	1.239
Friuli V. G.	294	881	40	514	1.729
Emilia R.	1.770	5.050	302	2.586	9.708
Toscana	1.991	6.865	399	4.073	13.328
Umbria	369	1.000	48	793	2.210
Marche	928	2.587	91	1.274	4.880
Lazio	3.920	5.301	401	6.362	15.984
Abruzzo	922	1.630	82	1.887	4.521
Molise	214	297	20	245	776
Campania	3.838	9.461	421	12.056	25.776
Puglia	4.147	4.999	444	6.602	16.192
Basilicata	386	352	29	391	1.158
Calabria	1.313	4.771	286	3.403	9.773
Sicilia	3.783	6.833	736	9.891	21.243
Sardegna	1.103	3.067	108	2.675	6.953
Nord-ovest	8.946	17.325	1.132	12.066	39.469
Nord-est	4.814	11.553	717	6.354	23.438
Centro	7.208	15.753	939	12.502	36.402
Sud	15.706	31.410	2.126	37.150	86.392
Italia	36.674	76.041	4.914	68.072	185.701

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

La distribuzione sul territorio delle imprese non è uniforme in quanto differenti contesti socio-demografici e orografici delle nostre regioni e abitudini di consumo hanno influito sullo sviluppo del settore (tab. 3.15). Circa la metà delle imprese opera nelle regioni del Sud dove si trovano regioni con una rete molto diffusa di esercizi, quali la Campania (25.776), la Sicilia (21.243) e la Puglia (16.192). Nel Nord e nel Centro la diffusione di questo canale ha dimensioni più ristrette e si concentra soprattutto nelle regioni più popolate, quali la Lombardia (21.560 unità), il Lazio (15.984 unità), la Toscana (13.328 unità) e il Piemonte (12.779 unità).

Le imprese del commercio ambulante vendono una vasta gamma di prodotti. Gli esercizi del settore dell'abbigliamento, delle calzature e dei prodotti tessili sono circa il 41% del totale, mentre gli ambulanti che vendono prodotti alimentari rappresentano circa il 20% del totale. Una quota significativa di imprese è costituita da operatori generici che vendono merce non specificata, corrispondente in tabella alla voce "altri prodotti" (36,7%), mentre vi è un numero esiguo di venditori di mobili (2,6%).

Tab. 3.16 - Le imprese del commercio ambulante
var. ass. 2010 - 2014

	Alimentare	Abbigl., tessuti, calzature	Mobili, articoli uso domestico	Altri prodotti	Totale
Piemonte	-171	-270	23	-269	-687
Valle d'Aosta	3	5	1	-12	-3
Lombardia	160	675	95	1.231	2.161
Liguria	-81	-23	11	376	283
Veneto	-74	219	13	156	314
Trentino A. A.	-40	-28	2	19	-47
Friuli V. G.	13	61	-12	10	72
Emilia R.	-93	-109	28	6	-168
Toscana	-31	-19	65	959	974
Umbria	11	107	3	100	221
Marche	-30	-166	-4	221	21
Lazio	76	733	57	1.248	2.114
Abruzzo	-34	30	8	343	347
Molise	3	-23	0	-13	-33
Campania	-94	972	55	3.712	4.645
Puglia	-191	-45	-14	929	679
Basilicata	-49	-18	-1	-1	-69
Calabria	-48	641	99	803	1.495
Sicilia	-340	-273	-4	2.535	1.918
Sardegna	-40	138	-15	536	619
Nord-ovest	-89	387	130	1.326	1.754
Nord-est	-194	143	31	191	171
Centro	26	655	121	2.528	3.330
Sud	-793	1.422	128	8.844	9.601
Italia	-1.050	2.607	410	12.889	14.856

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Rispetto al 2010 (tab. 3.16) il numero delle imprese è cresciuto complessivamente di circa 15mila unità, un risultato positivo in controtendenza con l'evoluzione che ha interessato, in questi anni di crisi dei consumi, altri canali di vendita del commercio al dettaglio; l'incremento maggiore si è riscontrato nel Centro-Sud (+12.931 unità). Riguardo alle tipologie merceologiche vendute, al consistente e generalizzato ridimensionamento sul territorio (ad eccezione di poche regioni) del settore alimentare (-1.050 unità) si contrappone la crescita degli operatori del non alimentari, in particolare quelli trattanti merci aggregate nella voce "altri prodotti" (+12.889 unità).

3.2.8 Altre forme di commercio al dettaglio

L'evoluzione dei comportamenti di acquisto dei consumatori ha influito molto anche nella diffusione di altre forme di vendita che operano con modalità non tradizionali, fuori dai negozi e che hanno nella convenienza di prezzo e nella modalità di distribuzione dei prodotti i punti di maggior interesse. Il numero di queste attività non è elevato, ma è in continua crescita e si sta ritagliando un ruolo significativo nelle modalità di acquisto di molti prodotti da parte delle famiglie.

Tra queste forme di vendita lo sviluppo più interessante, per il valore delle vendite realizzato, si sta registrando nell'utilizzo di internet per l'acquisto di beni e servizi, ma anche la distribuzione automatica risulta in forte crescita per numero di macchine installate per la distribuzione di prodotti.

I dati nella tabella 3.17 si riferiscono al numero delle imprese che operano attraverso altre forme di commercio e non ai punti vendita. Anche nel caso della distribuzione automatica non si riferiscono al parco delle macchine installate ma alle imprese.

A giugno 2014 si contavano 37.340 imprese (+6.328 rispetto al 2010) così suddivise: 13.476 vendono solo via internet, 11.167 imprese di vendita a domicilio, 2.666 vendono per corrispondenza, telefono, radio, tv, 4.591 utilizzano distributori automatici, 5.440 imprese di cui non è specificata la modalità di vendita.

Rispetto al 2010 le imprese dell'e-commerce sono cresciute di oltre il 70%, mentre quelle della distribuzione automatica e della vendita a domicilio rispettivamente del 27% e del 14%; risulta ridimensionato il settore delle vendite per corrispondenza, telefono e tv (-8,5%).

Circa la metà di queste attività ha sede nel Nord, soprattutto in Lombardia (5.617 imprese) e Piemonte (4.937 imprese); nel resto del paese è il Lazio la regione dove si riscontra un numero elevato di imprese (5.306). Rispetto al 2010 tutte le regioni (ad esclusione del Piemonte) hanno incrementato lo stock delle imprese residenti nel proprio territorio.

Tab. 3.17 - Altre forme di commercio al dettaglio

	n. imprese	n. imprese	var. ass.
	2010	2014	10-14
Piemonte	5.008	4.937	-71
Valle d'Aosta	59	67	8
Lombardia	4.408	5.617	1.209
Liguria	952	1.045	93
Veneto	2.491	3.310	819
Trentino A. A.	508	604	96
Friuli V. G.	492	551	59
Emilia R.	1.692	2.274	582
Toscana	1.638	2.059	421
Umbria	420	512	92
Marche	563	814	251
Lazio	4.251	5.306	1.055
Abruzzo	630	789	159
Molise	100	109	9
Campania	2.388	3.015	627
Puglia	1.807	2.334	527
Basilicata	196	212	16
Calabria	958	987	29
Sicilia	1.853	2.077	224
Sardegna	598	721	123
Nord-ovest	10.427	11.666	1.239
Nord-est	5.183	6.739	1.556
Centro	6.872	8.691	1.819
Sud	8.530	10.244	1.714
Italia	31.012	37.340	6.328

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

3.3 Le imprese del commercio all'ingrosso

L'insieme dei tre specifici comparti che costituiscono il commercio all'ingrosso (l'ingrosso in senso stretto, gli intermediari, la vendita di auto) conta circa 650mila esercizi (tab. 3.18).

La consistenza delle imprese dell'ingrosso in senso stretto, di tipo tradizionale, è pari a 251.347 unità, di cui circa il 47% che opera nelle regioni del Nord.

Nonostante gli effetti negativi derivati dal calo della domanda di consumi di beni sulla rete distributiva al dettaglio, questo settore ha registrato una crescita complessiva degli esercizi, pari a +1,7% rispetto al 2010, un risultato che sintetizza, tuttavia, differenziazioni a livello territoriale

(tab. 3.19). Ad eccezione della Lombardia (+2,7%), in tutte le regioni del Nord la riorganizzazione delle rete grossista è stata accentuata, implicando un ridimensionamento del numero delle imprese attive. Nelle ripartizioni del Centro e del Sud, invece, la rete di servizio si è rafforzata, soprattutto nel Lazio (+7,5%), in Campania (+7,2%) e in Umbria (+3,0%), mentre in altre il numero degli esercizi si è ridotto, come in Sardegna (-5,0%) e in Abruzzo (-2,3%).

Gli intermediari sono 243.191 ed operano soprattutto al Nord (51,6% del totale), in particolare in Lombardia e Veneto; nel resto del paese sono concentrati soprattutto nell'Emilia, nel Lazio, in Toscana e nella Campania (tab. 3.18).

Anche questo settore ha risentito fortemente gli effetti derivanti dal calo della produzione e della domanda di beni con conseguente riduzione in quasi tutte le regioni del numero delle attività.

Rispetto al 2010, infatti, il numero delle figure professionali dell'intermediazione si è ridotto complessivamente del 2,3%, ma nel Nord-ovest e nel Nord-est il calo è stato più pesante (rispettivamente -4,4% e -2,0%)(tab. 3.19).

Il settore auto e moto oggi conta 155.424 esercizi, di cui la componente numericamente prevalente è rappresentata dai 95mila esercizi che svolgono servizi di manutenzione e riparazione di autoveicoli, mentre 35.081 sono i punti vendita di autoveicoli e circa 10mila i punti vendita e di manutenzione dei motocicli (tab. 3.18).

Rispetto al 2010 vi è stata, a livello nazionale, una crescita di lieve entità degli esercizi (+0,4%), andamento che sintetizza, tuttavia, un calo più evidente nel Sud (-1,7%) contrapposto ad una crescita della rete di imprese nel resto del paese (tab. 3.19).

Guardando da vicino l'andamento delle singole componenti del settore, si è registrato un significativo incremento dei punti vendita di autoveicoli (+11,3%) e del commercio di accessori per auto (+1,9%), mentre si è ridimensionata la rete degli esercizi di manutenzione delle auto (carrozzerie, elettrauto) e del commercio e manutenzione dei motocicli.

Tab. 3.18 - Ingrosso, intermediari e settore auto
giugno 2014

	Ingrosso	Intermediari	Settore auto	TOTALE
Piemonte	16.751	20.090	11.875	48.716
Valle d'Aosta	267	250	289	806
Lombardia	46.688	41.407	22.634	110.729
Liguria	5.439	6.572	3.854	15.865
Veneto	21.080	26.152	11.380	58.612
Trentino A. A.	3.885	3.540	1.902	9.327
Friuli V. G.	4.302	4.817	2.405	11.524
Emilia R.	18.391	22.671	11.012	52.074
Toscana	16.215	19.487	8.614	44.316
Umbria	2.898	4.210	2.241	9.349
Marche	6.267	8.971	4.087	19.325
Lazio	20.826	20.486	14.709	56.021
Abruzzo	4.446	5.924	3.990	14.360
Molise	1026	722	1.071	2.819
Campania	37.588	17.331	16.341	71.260
Puglia	14.294	13.525	11.640	39.459
Basilicata	1.748	1.326	1.901	4.975
Calabria	6.835	5.872	6.806	19.513
Sicilia	17.696	14.368	14.186	46.250
Sardegna	4.705	5.470	4.487	14.662
Nord-ovest	69.145	68.319	38.652	176.116
Nord-est	47.658	57.180	26.699	131.537
Centro	46.206	53.154	29.651	129.011
Sud	88.338	64.538	60.422	213.298
Italia	251.347	243.191	155.424	649.962

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tab. 3.19 - Ingrosso, intermediari e settore auto
var. ass. e % 2010-2014

	Ingrosso		Intermediari		Settore auto		TOTALE	
	num.	var.%	num.	var.%	num.	var.%	num.	var.%
Piemonte	-555	-3,2	-1.082	-5,1	99	0,8	-1.538	-3,1
Valle d'Aosta	-6	-2,2	-18	-6,7	-15	-4,9	-39	-4,6
Lombardia	1.232	2,7	-1.736	-4,0	851	3,9	347	0,3
Liguria	-260	-4,6	-295	-4,3	-97	-2,5	-652	-3,9
Veneto	-227	-1,1	-532	-2,0	137	1,2	-622	-1,1
Trentino A. A.	-30	-0,8	-65	-1,8	5	0,3	-90	-1,0
Friuli V. G.	-109	-2,5	-301	-5,9	-18	-0,7	-428	-3,6
Emilia R.	-45	-0,2	-284	-1,2	319	3,0	-10	0,0
Toscana	231	1,4	-573	-2,9	-62	-0,7	-404	-0,9
Umbria	85	3,0	-100	-2,3	36	1,6	21	0,2
Marche	-37	-0,6	-277	-3,0	-27	-0,7	-341	-1,7
Lazio	1.457	7,5	232	1,1	507	3,6	2.196	4,1
Abruzzo	-105	-2,3	-205	-3,3	-95	-2,3	-405	-2,7
Molise	29	2,9	-24	-3,2	-27	-2,5	-22	-0,8
Campania	2.514	7,2	151	0,9	-158	-1,0	2.507	3,6
Puglia	277	2,0	-114	-0,8	-140	-1,2	23	0,1
Basilicata	-3	-0,2	-65	-4,7	4	0,2	-64	-1,3
Calabria	94	1,4	3	0,1	3	0,0	100	0,5
Sicilia	-186	-1,0	-321	-2,2	-479	-3,3	-986	-2,1
Sardegna	-247	-5,0	-192	-3,4	-147	-3,2	-586	-3,8
Nord-ovest	411	0,6	-3.131	-4,4	838	2,2	-1.882	-1,1
Nord-est	-411	-0,9	-1.182	-2,0	443	1,7	-1.150	-0,9
Centro	1.736	3,9	-718	-1,3	454	1,6	1.472	1,2
Sud	2.373	2,8	-767	-1,2	-1.039	-1,7	567	0,3
Italia	4.109	1,7	-5.798	-2,3	696	0,4	-993	-0,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

