



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Aspetti strutturali ed economici del commercio al dettaglio in Italia

**(incontro con i rappresentanti dell'ambasciata di
Francia in Italia)**

MARIANO BELLA E PASQUALE MIRANTE
UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 29 settembre 2022

La Confcommercio - Imprese per l'Italia (Confederazione Generale Italiana delle Imprese, delle Attività Professionali e del Lavoro Autonomo) è la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, associando oltre 700.000 imprese che operano nel terziario di mercato.

Sei sono le aree che Confcommercio - Imprese per l'Italia rappresenta: commercio, turismo, servizi, trasporti, professioni e cultura.

Il sistema di rappresentanza di Confcommercio si articola a livello territoriale con

- 90 organizzazioni provinciali e 21 unioni regionali
- 99 organizzazioni nazionali di categoria e di settore
- Delegazione a Bruxelles
- Gruppo Terziario donna
- Gruppo Giovani imprenditori
- Partecipazione ad Enti che operano nella previdenza, assistenza, formazione, sistema dei Confidi

Confcommercio, in accordo con i rappresentanti dei lavoratori, sottoscrive direttamente il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro per dipendenti e dirigenti del Terziario, Distribuzione e Servizi, che si applica ad oltre 2 milioni e 800 mila addetti.

L'attività di ricerca e analisi dell'Ufficio Studi riguarda le principali variabili macroeconomiche dell'Italia. Sulla base di questa attività Confcommercio è diventata un riferimento autorevole per le valutazioni dell'andamento dell'economia nazionale, delle economie territoriali, dei consumi delle famiglie e dell'occupazione.

Con il lavoro svolto, l'Ufficio Studi mette a disposizione del Sistema Associativo e dei decisori politici supporti conoscitivi per individuare proposte di intervento e strategie per i settori rappresentati e per il Paese nel complesso.

Le principali pubblicazioni dell'Ufficio Studi Confcommercio nel 2022:

- **Congiuntura Confcommercio – PIL mensile, ICC e prezzi (diffusione mensile)**
- **Misery Index Confcommercio – valutazione macroeconomica del disagio sociale (diffusione mensile)**
- **Osservatorio congiunturale trasporti**
- **Nota sull'economie regionali**
- **Città e demografia d'impresa**

Sistema distributivo in Italia

Commercio al dettaglio - 2020

	unità locali
Dettaglio in sede fissa	716.137
Esercizi non specializzati	111.414
--Supermercati (400 - 2499 mq)	10.956
--Ipermercati (>= 2500 mq)	678
--Minimercati (200 - 399 mq)	5.570
--Grandi Magazzini (>= 400 mq)	3.613
--Altro	90.597
Esercizi specializzati alimentari	128.838
Esercizi specializzati non alimentari	475.885
Ambulanti	176.057
Altro commercio (per corrispondenza, internet,...)	53.179
Totale commercio al dettaglio	945.373

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati MISE - Osservatorio Nazionale del Commercio.

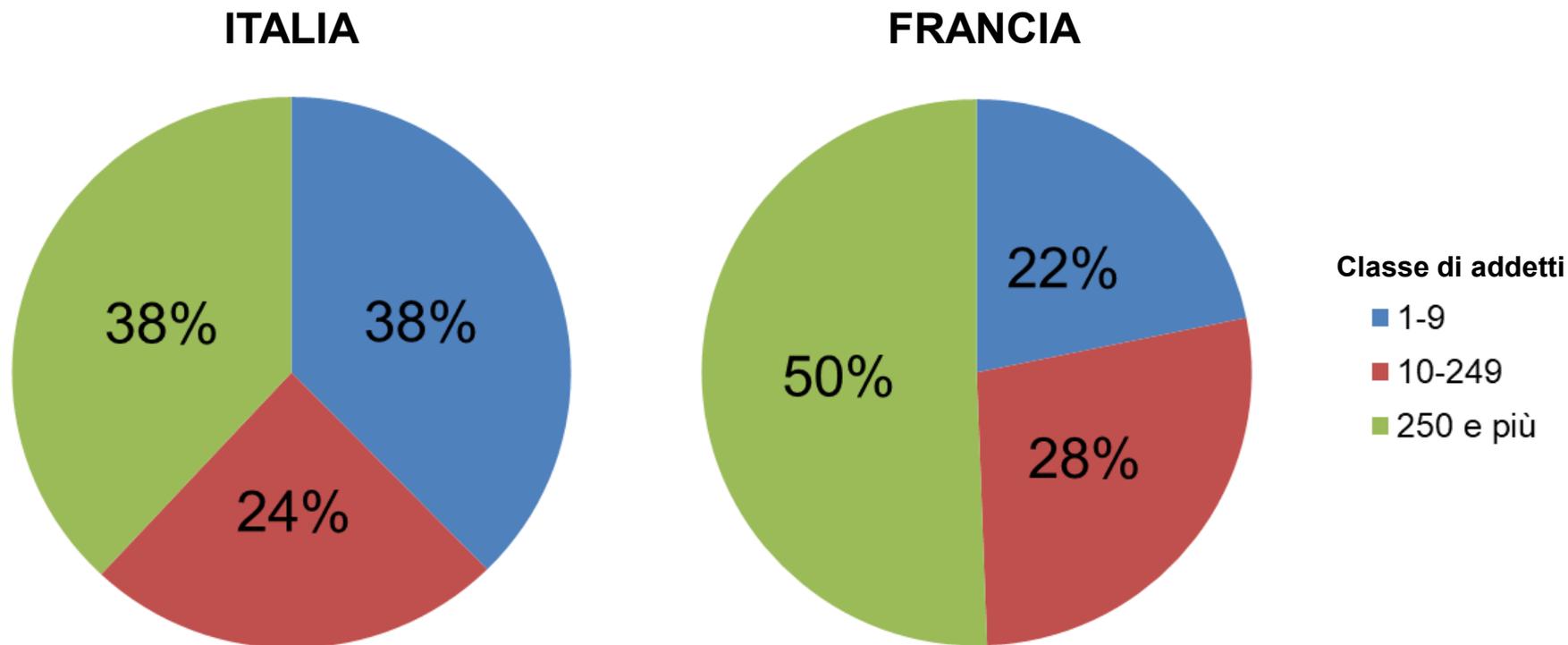
- Le unità locali del commercio al dettaglio rappresentano il 14% del totale economia (Istat, 2019).
- Le unità standard di lavoro sono il 7,7% del totale economia (Istat, 2019).
- Dal punto di vista delle dimensioni aziendali, le imprese italiane e francesi sono differenti: mediamente un'impresa in Italia occupa 3,2 addetti, mentre in Francia 4,3 (European Commission, 2021).

Dettaglio in sede fissa per categoria merceologica - 2020

	unità locali
Esercizi non specializzati	111.414
Alimentari specializzati	128.838
--Tabacchi	34.513
Carburanti	26.933
Apparecchiature informatiche	17.152
Altri prodotti per uso domestico	95.528
--Mobili e articoli per la casa	37.429
--Altro	58.099
Articoli culturali e ricreativi	52.419
Altri prodotti in esercizi specializzati	283.853
--Abbigliamento	110.560
--Calzature	22.862
--Medicinali	24.005
--Altro	126.426
Totale dettaglio in sede fissa	716.137

Considerando il numero di imprese del dettaglio in sede fissa, il sistema distributivo francese risulta più concentrato: 467.439 imprese in Italia contro le 270.454 in Francia (Eurostat, 2019).

numero unità locali ≠ numero imprese

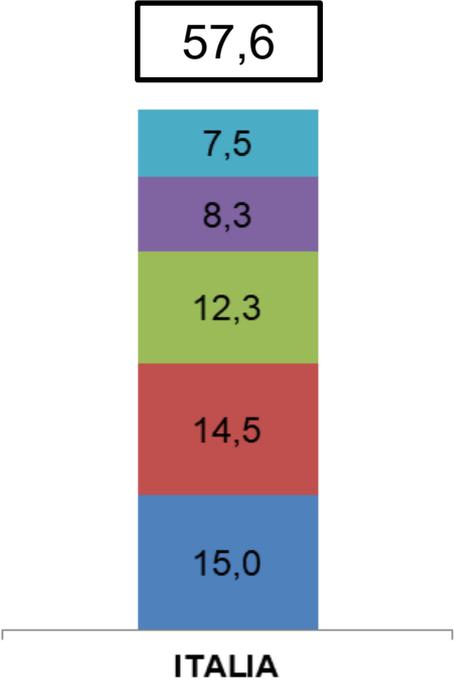


Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat.

In Italia gli esercizi commerciali di piccole dimensioni conservano un ruolo fondamentale per il capillare servizio offerto su tutto il territorio, specie nei piccoli centri. In termini di fatturato, l'insieme degli esercizi con un numero di addetti inferiore a 10 eguaglia quelli con 250 e più addetti. In Francia, gli esercizi di piccole dimensioni coprono una quota di fatturato molto ridotta rispetto agli esercizi più grandi, che rappresentano il 50% del mercato.

Concentrazione nel commercio al dettaglio a prevalenza alimentare

Quota di mercato (%) Top-5 Italia e altri paesi europei - 2021



Italia	57,6
Francia	78,6
Spagna	56,4
Germania	73,4
Gran Bretagna	75,0

■ VéGé ■ Esselunga ■ Coop ■ Selex ■ Conad

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Area Studi Mediobanca.

Nel 2021 l'Italia, insieme alla Spagna, presenta un livello di concentrazione del mercato molto più basso rispetto alla Francia e agli altri grandi paesi europei: le vendite dei cinque principali distributori rappresentano il 57,6% dell'intero settore, contro il 78,6% della Francia.

Acquisti online da clienti italiani su siti e-commerce (italiani e stranieri)

	miliardi di euro				
	2015	2019	2020	2021	2022
Beni	6,6	17,9	26,0	30,5	34,0
Servizi	10,0	13,5	6,5	8,9	11,9
Totale	16,6	31,4	32,5	39,4	45,9
	var. % su anno precedente				
Beni		19,5	45,3	17,3	11,5
Servizi		7,9	-51,9	36,9	33,7
Totale		14,2	3,5	21,2	16,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Politecnico di Milano - Osservatori Digital Innovation.

Unità di lavoro per branca di attività (migliaia)

	2010	2019	2021	Var. % 2019/2010	Var. % 2021/2010
Auto e moto	402	400	-	-0,4	-
Commercio all'ingrosso	1.213	1.136	-	-6,4	-
Commercio al dettaglio	1.888	1.865	-	-1,2	-
--Dipendenti	868	956	-	10,1	-
--Indipendenti	1.020	909	-	-10,8	-
Totale commercio	3.503	3.401	3.246	-2,9	-7,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Valore aggiunto per addetto nel commercio al dettaglio (migliaia di euro)

Classe di addetti	Italia			Francia		
	2010	2021	Var. % 2021/2010	2010	2021	Var. % 2021/2010
1-9	18,8	19,6	4,2	38,1	35,6	-6,4
10-249	35,3	39,0	10,4	36,3	45,8	26,2
250 e più	43,8	48,0	9,7	39,5	47,0	18,9
Totale	26,5	30,1	13,7	38,1	42,8	12,2

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat e DIW Econ.

Commercio elettronico, efficientamento e produttività

- **Dato l'elevato grado di sostituibilità tra canale fisico e virtuale, la competizione tra canali è destinata ad intensificarsi, in conseguenza della pandemia; le vendite di servizi online recupereranno, quelle dei beni non si ridurranno. Il canale virtuale è ben sfruttato anche da tanti negozi fisici.**
- **La distanza tra l'Italia e gli altri paesi europei, in termini di vendite online, va attribuita non soltanto a cause demografiche e tecnologiche, ma anche alla presenza di un sistema commerciale più capillare sul territorio, che consente una maggiore libertà di scelta tra piccoli negozi, grandi superfici e canale virtuale. Se i piccoli negozi, pure tra grandi difficoltà, reagiscono alla crisi in modo vitale, è perché offrono un servizio gradevole ed efficiente.**
- **Il calo dei lavoratori indipendenti nel commercio al dettaglio, speculare all'aumento dei dipendenti, fa emergere un lento processo di efficientamento del sistema che ha prodotto una riduzione delle attività marginali ed una moderata crescita dimensionale delle imprese. È un fenomeno importante anche se, talvolta, trascurato nella vulgata mediatica.**
- **La bassa produttività del lavoro in Italia interessa soprattutto le imprese più piccole e che operano nel settore dei servizi. Si presentano, in proposito, due soluzioni alternative: modificare la struttura dimensionale delle imprese oppure, più realisticamente, incidere su quelle variabili di contesto che impediscono alle piccole imprese di essere più produttive (investimenti tecnologici, formazione, burocrazia, fisco) e di allinearsi ai migliori parametri delle imprese di analoga dimensione che prosperano negli altri paesi.**



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Aspetti strutturali ed economici del commercio al dettaglio in Italia

**(incontro con i rappresentanti dell'ambasciata di
Francia in Italia)**

MARIANO BELLA E PASQUALE MIRANTE
UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 29 settembre 2022