



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

**UNA NOTA SULL'EVOLUZIONE REGIONALE DEL  
COMMERCIO IN ITALIA**

**Ufficio Studi Confcommercio**

**Roma, 25 settembre 2012**

## **COMMERCIO, CONSUMI E INFLAZIONE: UN QUADRO D'INSIEME**

Tra il terzo trimestre del 2007, punto di massimo per l'economia italiana, e il secondo trimestre del 2012, i consumi pro capite degli italiani sono diminuiti in termini reali del 6,5%. Il 2012 dovrebbe presentare la peggiore variazione negativa della spesa reale pro capite della storia repubblicana (oltre il -3%). Le stesse recenti previsioni del Governo indicano almeno fino a tutto l'anno in corso un decremento congiunturale del prodotto lordo.

All'interno di questo perimetro fortemente recessivo, solo pochissimi settori di spesa (la telefonia e l'informatica) e solo un canale di distribuzione, il discount, tengono i livelli di fatturato reale del 2011.

Si comprimono i redditi dei cittadini italiani e ciò, trasferendosi nella depressione dei consumi, colpisce tutto il sistema commerciale, soprattutto nelle componenti meno caratterizzate da efficienza di costo e capacità d'innovazione.

Nel 1° semestre del 2012, infatti, la grande distribuzione nel complesso ha registrato in termini tendenziali un modesto incremento del fatturato (+0,1%), contro una flessione del 2,6% di quello delle imprese operanti su piccole superfici. A tenere un profilo di crescita più dinamico nei primi 6 mesi dell'anno sono solo i discount (+1,8%) ed i supermercati (+1,4%). E' del tutto evidente che, al netto di un'inflazione di poco superiore al 3%, il potere d'acquisto del sistema commerciale si sia ovunque ridotto.

E' difficile immaginare dinamiche di prezzo molto differenziate tra canali di vendita. La forte concorrenza che caratterizza il nostro pluralismo distributivo, non consente rendite di posizione di alcun genere, a differenza di quanto accade in altri settori produttivi ancora protetti. A conferma di queste valutazioni, la Nielsen rileva che nei primi sette mesi del 2012 il prezzo medio del venduto presso gli ipermercati è cresciuto del 2,4%, quello del venduto nei negozi tradizionali dell'1,1%. In entrambi i casi si tratta di dinamiche distanti dall'inflazione media: che è inflazione da materie prime, soprattutto energetiche, e da politiche fiscali restrittive (accise e Iva).

Gli effetti della forte e duratura contrazione della domanda si sono tradotti in un mutamento radicale delle quote di mercato, a detrimento dei negozi tradizionali e a favore del discount che ha raggiunto una quota di mercato, in termini di fatturato, pari a circa il 10% sul totale dei consumi alimentari, delle spese per la persona e del chimico casa.

Tutto ciò conduce al ridimensionamento, lento ma inesorabile, dei negozi che animano i tanti centri storici del nostro paese. Non è un fenomeno fisiologico di selezione dei migliori, che avrebbe riflessi positivi sulla produttività aggregata, ma è evento patologico, che affonda le radici nella crisi dei redditi e nella conseguente riduzione dei consumi delle famiglie.

La distribuzione regionale dello stock di imprese commerciali e le dinamiche settoriali della nati-mortalità riflettono la declinazione territoriale di questi fenomeni. Il Mezzogiorno risulta particolarmente colpito nel corso del 2011. la cosa non può e non deve stupire, anche soltanto in considerazione del fatto che dei 3,4 milioni di persone assolutamente povere, quelle che secondo l'Istat non sono in grado di acquistare un paniere minimo di beni e servizi di sussistenza, il 54% risiede al Sud. In altri termini l'8,8% della popolazione del Mezzogiorno è da considerarsi povero nel senso assoluto sopra precisato.

Gli imprenditori del commercio nel Mezzogiorno sono tra i primi a pagare le conseguenze di queste dinamiche eccezionalmente critiche.

## **LA DIFFUSIONE DEI CANALI DI VENDITA DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO**

La distribuzione commerciale nei suoi variegati format costituisce in Italia una realtà economica di grande rilievo grazie alla sua importante funzione di raccordo tra produzione e consumo, ai molteplici servizi offerti ai consumatori nei punti vendita, al ruolo sociale di presidio e valorizzazione degli spazi urbani.

Il servizio che la distribuzione offre attraverso tutte le sue componenti, (l'indicatore più adatto è il rapporto tra la superficie di vendita disponibile, metri quadri, e il numero di abitanti), risulta diffuso sul territorio e assume valori differenti in base alle caratteristiche della tipologia di vendita ed alla sua numerosità. Non mancano, perciò, differenziazioni tra le diverse aree geografiche dovute alle influenze che gli aspetti orografici e demografici locali hanno avuto nello sviluppo dei diversi format (tab. 1).

**Tab. 1 - Densità della superficie di vendita per tipologia distributiva - 2011**  
(mq. x 100 abitanti)

|                       | <b>totale</b> | <b>di piccolo<br/>dettaglio+ambulante</b> | <b>di gd (*)</b> |
|-----------------------|---------------|---|------------------|
| Piemonte              | 90,9          | 49,7                                      | 41,2             |
| Valle d'Aosta         | 132,0         | 66,0                                      | 65,9             |
| Lombardia             | 83,7          | 39,1                                      | 44,5             |
| Liguria               | 83,7          | 55,5                                      | 28,2             |
| Veneto                | 93,0          | 45,8                                      | 47,2             |
| Trentino Alto Adige   | 92,8          | 49,0                                      | 43,9             |
| Friuli Venezia Giulia | 100,1         | 43,3                                      | 56,8             |
| Emilia-Romagna        | 83,6          | 46,1                                      | 37,6             |
| Toscana               | 87,4          | 54,3                                      | 33,1             |
| Umbria                | 114,5         | 61,0                                      | 53,6             |
| Marche                | 98,3          | 56,3                                      | 42,0             |
| Lazio                 | 74,4          | 52,2                                      | 22,2             |
| Abruzzo               | 99,3          | 63,1                                      | 36,3             |
| Molise                | 89,7          | 67,2                                      | 22,6             |
| Campania              | 87,6          | 69,6                                      | 18,1             |
| Puglia                | 95,3          | 67,6                                      | 27,8             |
| Basilicata            | 89,9          | 68,5                                      | 21,4             |
| Calabria              | 99,8          | 73,1                                      | 26,7             |
| Sicilia               | 80,5          | 56,4                                      | 24,1             |
| Sardegna              | 106,9         | 69,0                                      | 37,9             |
| <b>Nord-ovest</b>     | <b>86,0</b>   | <b>43,9</b>                               | <b>42,1</b>      |
| <b>Nord-est</b>       | <b>90,2</b>   | <b>45,9</b>                               | <b>44,3</b>      |
| <b>Centro</b>         | <b>84,6</b>   | <b>54,1</b>                               | <b>30,6</b>      |
| <b>Sud</b>            | <b>91,0</b>   | <b>65,8</b>                               | <b>25,2</b>      |
| <b>Italia</b>         | <b>88,3</b>   | <b>53,8</b>                               | <b>34,4</b>      |

(\*) comprende minimercati, supermercati, iper, grandi magazzini, grandi superfici specializzate.

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

Per l'importante funzione di prossimità che svolge il piccolo dettaglio (a cui abbiamo sommato il commercio ambulante), è questa la componente con la maggiore disponibilità di servizio (53,8 mq. x 100 abitanti) che raggiunge valori elevati nelle regioni del Sud (65,8 mq. x 100 abitanti). La gd che comprende tutte le tipologie moderne, offre nel complesso 34,4 mq. x 100 abitanti, anche se il suo livello di servizio varia da Nord-Centro (più elevato) a Sud (meno diffuso).

## **PICCOLO DETTAGLIO (DISTRIBUZIONE RELAZIONALE)**

Il piccolo dettaglio rappresenta la componente numericamente rilevante della rete di vendita del commercio in sede fissa con i suoi 757.177 esercizi censiti a fine 2011. Si tratta di punti vendita di piccole dimensioni, spesso a conduzione familiare, la cui principale funzione è quella di offrire un indispensabile servizio di prossimità offrendo ai consumatori sia prodotti alimentari che non alimentari. Va precisato che nel numero degli esercizi che compongono il piccolo dettaglio, sono inclusi anche gli esercizi di vendita di carburante, le farmacie e le tabaccherie, la cui attività segue una specifica regolamentazione.

Sono localizzati in maniera capillare specie nelle regioni del Mezzogiorno, dove è presente il 42,3% del totale, mentre nel Nord opera il 37,5% degli esercizi.

Le ripercussioni sulla rete di vendita di una generalizzata riduzione dei consumi e di una maggiore prudenza delle famiglie nei comportamenti di acquisto, ha prodotto un modesto decremento (-0,1%) dello stock di questi esercizi rispetto al 2010 interessando in pari misura sia l'area alimentare, che non alimentare (Tab. 2).

**Tab. 2 - I punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia (\*)**

|                       | Alimentare     |                 | di cui non specializzati |                 | Non alimentare |                 | Totale         |                 |
|-----------------------|----------------|-----------------|--------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|
|                       | p.v.           | var.% 2010-2011 | p.v.                     | var.% 2010-2011 | punti vendita  | var.% 2010-2011 | punti vendita  | var.% 2010-2011 |
| Piemonte              | 12.956         | -0,6            | 5.481                    | -0,7            | 36.675         | -0,2            | 49.631         | -0,3            |
| Valle d'Aosta         | 474            | -2,9            | 231                      | -2,1            | 1.283          | 1,3             | 1.757          | 0,1             |
| Lombardia             | 21.147         | 0,4             | 8.270                    | -0,1            | 66.132         | 0,2             | 87.279         | 0,2             |
| Liguria               | 7.172          | -0,7            | 2.603                    | -1,0            | 16.876         | -1,0            | 24.048         | -0,9            |
| Veneto                | 12.168         | 0,0             | 3.962                    | -0,1            | 37.870         | -0,1            | 50.038         | -0,1            |
| Trentino Alto Adige   | 2.717          | -1,6            | 1.216                    | -1,8            | 7.165          | 0,6             | 9.882          | 0,0             |
| Friuli Venezia Giulia | 3.219          | -1,0            | 1.223                    | -1,2            | 9.492          | -1,2            | 12.711         | -1,1            |
| Emilia-Romagna        | 12.012         | -0,2            | 4.490                    | 1,0             | 36.394         | 0,2             | 48.406         | 0,1             |
| Toscana               | 13.060         | -0,6            | 5.169                    | -0,3            | 36.255         | -0,3            | 49.315         | -0,4            |
| Umbria                | 3.067          | -0,2            | 1.215                    | -1,9            | 8.853          | 0,1             | 11.920         | 0,1             |
| Marche                | 5.287          | 0,2             | 1.881                    | 0,6             | 13.919         | 0,5             | 19.206         | 0,4             |
| Lazio                 | 17.987         | 1,0             | 7.615                    | 1,5             | 54.962         | 0,4             | 72.949         | 0,5             |
| Abruzzo               | 5.046          | 0,1             | 2.006                    | 0,0             | 14.077         | -0,1            | 19.123         | -0,1            |
| Molise                | 1.559          | -2,6            | 755                      | -4,2            | 3.330          | -1,6            | 4.889          | -1,9            |
| Campania              | 30.149         | -0,2            | 12.675                   | -0,2            | 69.036         | -0,2            | 99.185         | -0,2            |
| Puglia                | 16.623         | 0,8             | 5.936                    | 0,9             | 42.108         | 0,1             | 58.731         | 0,3             |
| Basilicata            | 2.776          | 1,1             | 1.264                    | 0,9             | 6.309          | -0,2            | 9.085          | 0,2             |
| Calabria              | 9.269          | 0,3             | 4.352                    | 0,6             | 23.100         | 0,1             | 32.369         | 0,2             |
| Sicilia               | 19.049         | -1,1            | 7.716                    | -2,4            | 51.681         | -0,6            | 70.730         | -0,7            |
| Sardegna              | 8.151          | -0,6            | 3.326                    | -1,5            | 17.772         | -0,3            | 25.923         | -0,4            |
| <b>Nord-ovest</b>     | <b>41.749</b>  | <b>-0,1</b>     | <b>16.585</b>            | <b>-0,5</b>     | <b>120.966</b> | <b>-0,1</b>     | <b>162.715</b> | <b>-0,1</b>     |
| <b>Nord-est</b>       | <b>30.116</b>  | <b>-0,4</b>     | <b>10.891</b>            | <b>0,0</b>      | <b>90.921</b>  | <b>0,0</b>      | <b>121.037</b> | <b>-0,1</b>     |
| <b>Centro</b>         | <b>39.401</b>  | <b>0,3</b>      | <b>15.880</b>            | <b>0,5</b>      | <b>113.989</b> | <b>0,2</b>      | <b>153.390</b> | <b>0,2</b>      |
| <b>Sud</b>            | <b>92.622</b>  | <b>-0,2</b>     | <b>38.030</b>            | <b>-0,6</b>     | <b>227.413</b> | <b>-0,2</b>     | <b>320.035</b> | <b>-0,2</b>     |
| <b>Italia</b>         | <b>203.888</b> | <b>-0,1</b>     | <b>81.386</b>            | <b>-0,2</b>     | <b>553.289</b> | <b>-0,1</b>     | <b>757.177</b> | <b>-0,1</b>     |

(\*) Il piccolo dettaglio è costituito dal totale degli esercizi al dettaglio in sede fissa al netto dei minimercati, dei supermercati, degli iper, dei grandi magazzini e delle grandi superfici specializzate.  
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Nell'alimentare la componente che ha mostrato le maggiori difficoltà è stata quella dei non specializzati (-0,2%), in maggioranza superettes con superficie di vendita inferiore a 200 mq., la cui riduzione di punti vendita è stata più accentuata nel Sud e nel Nord-Ovest.

A livello territoriale 12 regioni hanno perso esercizi, in particolare la Valle d'Aosta (-2,9%), il Molise (-2,6%) e il Trentino Alto Adige (-1,6%).

La riduzione complessiva degli esercizi dell'area non alimentare sintetizza andamenti differenziati dal punto di vista delle merceologie vendute e del territorio.

In linea con l'andamento della spesa da parte delle famiglie, il settore delle apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni, è l'unico che registra un incremento significativo di esercizi in quasi tutte le regioni (+2,6%); di minore entità è stato l'incremento per quanto riguarda le pompe di benzina (+0,9%) che sono soggette dalla normativa regionale a piani di sviluppo diversi da quelli del commercio.

La performance negativa delle vendite di prodotti durevoli per la casa, come l'arredamento, ha ridimensionato il numero dei negozi di mobili e di articoli di arredamento che, rispetto al 2010, si sono ridotti dell'1,3% a livello nazionale, con punte del -1,7% nel Sud e nel Nord-Est.

Per questo settore la riduzione dei punti vendita è stata molto accentuata in Basilicata (-4,0%), in Friuli Venezia Giulia (-3,5%) e in Molise (-3,7%).

Mercato difficile anche per i negozi di ferramenta, vernici e materiale di costruzione che hanno registrato una riduzione di esercizi a livello nazionale dello 0,8%, con cali più accentuati nel Centro-Nord. In questo settore la concorrenza delle grandi superfici specializzate si sta accentuando.

Nel settore dell'abbigliamento-calzature, contraddistinto negli anni recenti dal moltiplicarsi di iniziative di cittadini extracomunitari, lo stock complessivo degli esercizi è rimasto invariato,

anche se nel Nord-Est e nel Centro i punti vendita sono cresciuti (rispettivamente +0,6% e +0,3%).

### Densità dei punti vendita

In rapporto alla popolazione residente, la diffusione degli esercizi non è uniforme (tab. 3). La ripartizione territoriale con la maggiore dotazione di punti vendita è il Sud che, rispetto alla media nazionale di 1.247 esercizi ogni 100 mila abitanti, ne registra attualmente 1.530, distanziandosi notevolmente dai 1.007 esercizi nel Nord-Ovest e dai 1.037 esercizi del Nord-Est.

Questa differenziazione del livello di servizio è particolarmente marcata nel settore alimentare, che registra per l'Italia la presenza di 336 esercizi ogni 100 mila abitanti mentre nel Sud la densità è di 443 esercizi. Anche nell'area non alimentare la dotazione di punti vendita in rapporto alla popolazione è maggiore al Sud (1.087 esercizi) e al Centro (951 esercizi) rispetto alla media nazionale pari a 911 punti vendita.

A livello delle singole regioni vi sono casi particolari come la Valle d'Aosta, la Liguria, la Toscana e l'Umbria, tutte con un territorio prevalentemente di montagna, che si distinguono per avere una densità superiore alla media nazionale e della ripartizione.

**Tab. 3 - Esercizi del piccolo dettaglio: rapporti caratteristici - 2011**

|                       | Esercizi x100 mila ab. | abitanti x esercizio |
|-----------------------|------------------------|----------------------|
| Piemonte              | 1.113                  | 90                   |
| Valle d'Aosta         | 1.368                  | 73                   |
| Lombardia             | 877                    | 114                  |
| Liguria               | 1.488                  | 67                   |
| Veneto                | 1.011                  | 99                   |
| Trentino Alto Adige   | 949                    | 105                  |
| Friuli Venezia Giulia | 1.028                  | 97                   |
| Emilia-Romagna        | 1.089                  | 92                   |
| Toscana               | 1.313                  | 76                   |
| Umbria                | 1.313                  | 76                   |
| Marche                | 1.226                  | 82                   |
| Lazio                 | 1.268                  | 79                   |
| Abruzzo               | 1.423                  | 70                   |
| Molise                | 1.530                  | 65                   |
| Campania              | 1.700                  | 59                   |
| Puglia                | 1.436                  | 70                   |
| Basilicata            | 1.548                  | 65                   |
| Calabria              | 1.610                  | 62                   |
| Sicilia               | 1.400                  | 71                   |
| Sardegna              | 1.547                  | 65                   |
| <b>Nord-ovest</b>     | <b>1.007</b>           | <b>99</b>            |
| <b>Nord-est</b>       | <b>1.037</b>           | <b>96</b>            |
| <b>Centro</b>         | <b>1.280</b>           | <b>78</b>            |
| <b>Sud</b>            | <b>1.530</b>           | <b>65</b>            |
| <b>Italia</b>         | <b>1.247</b>           | <b>80</b>            |

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

## **I PUNTI VENDITA DELLA MEDIA E GRANDE DISTRIBUZIONE**

### **Mini-mercati**

Identificati dall'Osservatorio Nazionale del Commercio come punti vendita con una dimensione che varia tra 200 e 400 mq., un assortimento prevalentemente alimentare ed un tipo di servizio che ha le medesime caratteristiche del supermercato, i minimercati sono diffusi prevalentemente nelle aree urbane con un'alta densità abitativa.

A fine 2010 il loro numero era pari a 5.524 esercizi di cui poco meno della metà ubicati nelle regioni del Nord, in particolare Lombardia (595), Piemonte (409) e Veneto (394); rilevante la presenza di questa tipologia anche nelle regioni del Sud (2.329 unità), soprattutto in Puglia (692) e Campania (448).

Rispetto al 2009 i minimercati hanno registrato un incremento contenuto di punti vendita (+84 unità) che ha interessato soprattutto il Sud (+78 unità) e il Centro (+44 unità), aree con maggiori potenzialità di sviluppo per queste strutture. Nelle regioni del Nord si è registrato un ridimensionamento (-38 unità).

### **Supermercati**

Il numero dei supermercati a fine dicembre 2010 era di 9.651 esercizi, localizzati per oltre la metà nel Nord, per il 29% nelle regioni del Sud e per il 18% nel Centro. Anche nel 2010 è proseguita la crescita di questi punti vendita, ma ad un ritmo più contenuto (+170 unità a fronte delle 348 nel 2009). Le nuove aperture sono avvenute soprattutto nel Centro (+68) e nel Sud (+58) andando a rafforzare una rete non ancora capillare sul territorio.

L'ampliamento è stato particolarmente significativo in Puglia (+28), nel Lazio (+24) e in Lombardia (+27), mentre vi sono state regioni dove dei punti vendita sono stati chiusi (Campania -11).

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 2010, un valore pari a 14,2 mq. ogni 100 abitanti, il Nord-Est registra la densità più elevata (19,3 mq. ogni 100 abitanti) seguito dal Nord-Ovest (15,3 mq. ogni 100 abitanti).

### **Ipermercati**

Localizzati in aree strategiche e commercialmente rilevanti, il numero degli ipermercati (punti vendita al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 mq.) nel 2010 ha raggiunto le 594 unità, di cui 387 operano nelle regioni del Nord, in particolare in Lombardia (153), Piemonte (83) e Veneto (68).

Complessivamente la rete degli ipermercati sviluppa oltre 3,6 milioni di mq. di superficie di vendita e la dimensione media di ogni esercizio è di 6.197 mila mq.

I maggiori vincoli posti dalle amministrazioni locali per la realizzazione di insediamenti commerciali di grande dimensione ha rallentato negli ultimi anni le nuove aperture. Nel 2008, ad esempio, lo stock degli iper si era incrementato di 32 unità rispetto all'anno precedente, nel 2010 la crescita è stata di 24 unità; tende a ridursi anche l'incremento in termini di superficie: nel 2008 fu di 217 mila mq. mentre nel 2010 è stato pari a circa 159 mila mq.

Nel 2010 l'ampliamento della rete è stato più intenso in alcune regioni del Nord, come Lombardia (+9), Veneto (+7) e Friuli Venezia Giulia (+4).

### **Grandi magazzini**

Grazie al restyling di strutture spesso obsolete e proponendo un assortimento di maggior qualità nel settore dell'abbigliamento, degli accessori e dei prodotti di bellezza e per la casa, il grande magazzino sta registrando una diffusione crescente di punti vendita.

Nel 2010 l'Osservatorio Nazionale del Commercio ne ha censiti in Italia 1.570 (sono presi in considerazione gli esercizi non alimentari con una superficie di vendita superiore a 400 mq.), di cui ben 969 localizzati nelle regioni del Centro e del Sud, particolarmente nel Lazio (153), Toscana (178) e Sicilia (127); Lombardia, Piemonte e Veneto sono le regioni del Nord con il maggior numero di questi esercizi (rispettivamente 275, 77, 77 unità).

Il confronto con il 2009 evidenzia una fase rilancio di questa tipologia che ha registrato un incremento dello stock di 155 punti vendita, concentrato esclusivamente nelle aree commerciali del Centro-Nord (+148 unità).

Allo stesso tempo vi è stato un ridimensionamento dello stock in Sicilia (-3), Sardegna (-3) e Campania (-2), effetto di un processo di selezione che ha colpito soprattutto quelle aziende incapaci di rinnovare la propria offerta di prodotti e di servizi.

### Grandi superfici specializzate

Al 31 dicembre 2010 gli esercizi rilevati con le caratteristiche delle gss (punto vendita non food con superficie di vendita non inferiore a 1.500 mq che ha in assortimento in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica) sono stati 1.639 quasi tutti allocati nel Nord (1.071 unità); il resto dei punti vendita è localizzato nel Sud (334 esercizi) e nel Centro (234 esercizi). Complessivamente, queste strutture sviluppano 4,8 milioni di mq. di superficie di vendita e la dimensione media degli esercizi è pari e circa 3 mila mq.

Il ritmo di crescita di queste strutture si mantiene ancora elevato (+86 nel 2010, mentre nel 2009 fu +88) e l'ampliamento della rete non è stato limitato solo nelle regioni del Nord, ma ha interessato in maniera significativa il Centro-Sud (+38) dove il livello di dotazione di gss presenta valori ancora bassi.

Nella tabella seguente si riporta, sinteticamente, il numero totale dei punti vendita a fine 2010 appartenenti alle tipologie distributive sopra descritte e la loro variazione rispetto all'anno precedente. Nel complesso, risalta un maggior sviluppo di queste tipologie distributive soprattutto al Centro-Sud (+341 unità nel 2010) rispetto alle altre aree del Paese.

**Tab. 4 - I punti vendita della media e grande distribuzione**

(minimercati+supermercati+iper+grandi magazzini+grandi superfici specializzate)

|                          | p.v.<br>2010  | superf.(mq.)<br>2010 | mq.x100     | p.v.<br>var.ass.<br>2009-<br>2010 | superf.(mq.)<br>var.ass.<br>2009-2010 | mq.x100                 |
|--------------------------|---------------|----------------------|-------------|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------|
|                          |               |                      | ab.<br>2010 |                                   |                                       | var. %<br>2009-<br>2010 |
| Piemonte                 | 1.472         | 1.837.047            | 41          | -8                                | 17.618                                | 0,7                     |
| Valle d'Aosta            | 62            | 84.698               | 66          | 6                                 | 7.419                                 | 9,1                     |
| Lombardia                | 2.974         | 4.430.348            | 45          | 110                               | 211.589                               | 4,1                     |
| Liguria                  | 588           | 455.925              | 28          | 15                                | 21.752                                | 5,0                     |
| Veneto                   | 1.885         | 2.335.727            | 47          | 37                                | 60.157                                | 2,1                     |
| Trentino Alto<br>Adige   | 558           | 456.426              | 44          | -2                                | 1.252                                 | -0,6                    |
| Friuli Venezia<br>Giulia | 544           | 701.989              | 57          | -3                                | 13.744                                | 1,8                     |
| Emilia-Romagna           | 1.396         | 1.670.646            | 38          | 17                                | 27.237                                | 0,6                     |
| Toscana                  | 1.027         | 1.243.836            | 33          | 79                                | 102.333                               | 8,4                     |
| Umbria                   | 463           | 486.069              | 54          | 9                                 | 21.504                                | 3,9                     |
| Marche                   | 712           | 658.320              | 42          | 35                                | 30.177                                | 4,9                     |
| Lazio                    | 1.191         | 1.276.854            | 22          | 57                                | 31.124                                | 1,6                     |
| Abruzzo                  | 509           | 487.367              | 36          | 1                                 | -22.430                               | -4,7                    |
| Molise                   | 85            | 72.132               | 23          | 17                                | 19.077                                | 36,2                    |
| Campania                 | 1.141         | 1.055.132            | 18          | -33                               | -14.223                               | -1,5                    |
| Puglia                   | 1.427         | 1.135.539            | 28          | 136                               | 132.879                               | 13,1                    |
| Basilicata               | 213           | 125.565              | 21          | 3                                 | 7.545                                 | 6,7                     |
| Calabria                 | 570           | 537.558              | 27          | 5                                 | 7.340                                 | 1,3                     |
| Sicilia                  | 1.410         | 1.216.887            | 24          | 23                                | 44.077                                | 3,6                     |
| Sardegna                 | 745           | 634.863              | 38          | 9                                 | -13.020                               | -2,1                    |
| <b>Nord-ovest</b>        | <b>5.096</b>  | <b>6.808.017</b>     | <b>42</b>   | <b>123</b>                        | <b>258.377</b>                        | <b>3,3</b>              |
| <b>Nord-est</b>          | <b>4.383</b>  | <b>5.164.787</b>     | <b>44</b>   | <b>49</b>                         | <b>102.390</b>                        | <b>1,3</b>              |
| <b>Centro</b>            | <b>3.393</b>  | <b>3.665.078</b>     | <b>31</b>   | <b>180</b>                        | <b>185.136</b>                        | <b>4,6</b>              |
| <b>Sud</b>               | <b>6.100</b>  | <b>5.265.042</b>     | <b>25</b>   | <b>161</b>                        | <b>161.245</b>                        | <b>3,0</b>              |
| <b>Italia</b>            | <b>18.972</b> | <b>20.902.924</b>    | <b>35</b>   | <b>513</b>                        | <b>707.149</b>                        | <b>3,0</b>              |

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

## **ALTRE FORME DI COMMERCIO**

### **Ambulanti e itineranti**

Per numero di imprese e giro d'affari, il commercio ambulante ed itinerante è una realtà significativa del sistema distributivo italiano che opera attraverso una molteplicità di forme, dai mercati quotidiani e settimanali, alle fiere, ai posteggi a rotazione, alla vendita in forma itinerante.

Il numero complessivo delle imprese è di 175.913 unità (dicembre 2011) con una diffusione territoriale diversificata che risente della varietà degli stili di vita e dei contesti socio-demografici e orografici delle nostre regioni. La quota più rilevante di imprese è al Sud (oltre il 45%) mentre nel Nord e nel Centro la quota è inferiore ed è pari rispettivamente al 35,2% e al 19,5%.

Una rete molto diffusa di ambulanti si trova, infatti, in Campania (22.171), in Sicilia (20.115) e in Puglia (15.828); nel resto del paese la consistenza più numerosa di imprese si riscontra in Lombardia (19.962), Lazio (14.223), Piemonte (13.466) e Toscana (12.942).

Dal punto di vista della specializzazione merceologica il 43% degli esercizi vende prodotti dell'abbigliamento, calzature e prodotti tessili, mentre gli ambulanti che vendono prodotti alimentari rappresentano il 22% del totale; una quota significativa è rappresentata da operatori generici che vendono merce non specificata (33,3%).

Nonostante il rallentamento dei consumi la questa forma di vendita ha dimostrato un'evoluzione positiva dal punto di vista strutturale. Nel 2011 il numero delle imprese è cresciuto di oltre 5 mila unità con incrementi significativi nel Centro-Sud (+4.111); riguardo alle merceologie la crescita ha interessato solo gli operatori non alimentari, mentre vi è stato un ridimensionamento nel settore alimentare (-369 unità) che si è concentrato nelle regioni del Sud (-252).

### **Vendita per corrispondenza, via internet e tv, vendita a domicilio e tramite distributori automatici**

Si tratta di attività che hanno raggiunto un livello di diffusione elevato, come nel caso della distribuzione automatica che conta in Italia oltre 2 milioni di macchine installate e dell'e-commerce che ha una efficace leva di marketing nei prezzi contenuti e nello sviluppo dei gruppi di acquisto on line.

L'Osservatorio Nazionale del Commercio nel 2011 ha registrato 32.718 imprese che operano fuori dai negozi, banchi e mercati (+1.706 rispetto al 2010) così suddivise: 10.268 imprese di vendita a domicilio, 9.228 che vendono via internet, 2.847 che vendono per corrispondenza, telefono, radio, tv, 3.842 che utilizzano distributori automatici, 6.533 imprese di cui non è specificata la modalità di vendita.

Il dato più rilevante è la crescita rispetto al 2010 del 19% delle imprese dell'e-commerce, mentre si è ridimensionato il settore delle vendite per corrispondenza, telefono e tv (-2,3%).

Oltre il 50% di queste attività è ubicata al Nord, soprattutto in Piemonte (5.049 imprese), Lombardia (4.767) e Veneto (2.697), nel resto del paese si riscontra un numero elevato di imprese solo nel Lazio (4.493).