



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Città e demografia d'impresa (9^a edizione)

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 8 febbraio 2024

campo di analisi

13 categorie:

- 1) non specializzati
- 2) alimentari
- 3) tabacchi
- 4) carburanti
- 5) computer e telefonia
- 6) mobili e ferramenta
- 7) libri e giocattoli
- 8) vestiario e calzature
- 9) farmacie
- 10) ambulanti
- 11) altro commercio
- 12) alberghi/alloggi
- 13) bar e ristoranti

11 osservazioni annuali:

2008, **2012**, 2014, 2015,
2016, 2017, 2018, 2019,
2020, 2021, **2023**.

110 comuni di medie dimensioni
capoluoghi di provincia e 10
comuni non capoluogo più popolosi
con la distinzione **Centri Storici** vs
Non Centri Storici (classificazioni
urbanistiche/intuitive)

120 comuni considerati in % del totale Italia (giugno 2023)	
popolazione	22,7
imprese totali delle attività considerate	23,8
dettaglio in sede fissa	24,2
ambulanti e altro commercio	23,3
servizi di alloggio, bar e ristoranti	23,5

macro-trend sulla demografia d'impresa

2

imprese attive	2012	2019	2023	var. 2012/2023		var. 2019/2023	
				%	assolute	%	assolute
	ITALIA						
-commercio al dettaglio in sede fissa	551.317	471.176	439.805	-20,2	-111.512	-6,7	-31.371
-commercio ambulante	93.810	86.269	69.757	-25,6	-24.053	-19,1	-16.512
-alberghi, bar, ristoranti	318.133	335.140	327.934	3,1	9.801	-2,2	-7.206
120 comuni medio-grandi							
-commercio al dettaglio in sede fissa	135.386	115.122	106.409	-21,4	-28.977	-7,6	-8.713
-commercio ambulante	21.874	19.532	15.597	-28,7	-6.277	-20,1	-3.935
-alberghi, bar, ristoranti	73.692	79.982	77.008	4,5	3.316	-3,7	-2.974

imprese (REGISTRATE), occupazione, stranieri

3

imprese	totale economia
	var.% 2012-2023
italiane	-5,7
straniere	38,2
quota % straniere 2023=11,1	
	commercio totale+ape
italiane	-8,4
straniere	30,1
quota % straniere 2023=13,9	

occupati (000)	totale economia			
	2012	2023	var. %	var. ass.
italiani	20.456	21.151	3,4	695
stranieri	2.110	2.352	11,5	242
quota % stranieri	9,4	10,0		
	occupati commercio totale+ape			
italiani	4.204	4.232	0,7	28
stranieri	375	495	32,1	120
quota % stranieri	8,2	10,5		

ape:
alberghi
(servizi di
alloggio) e
pubblici
esercizi

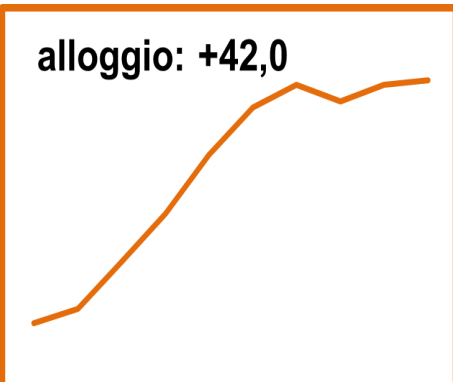
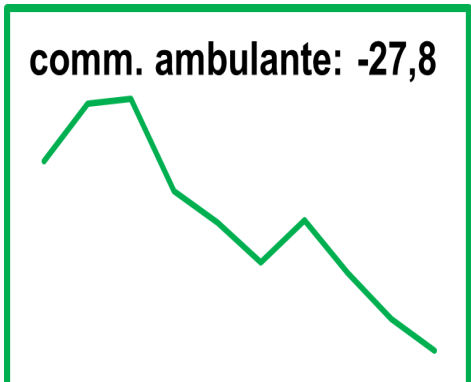
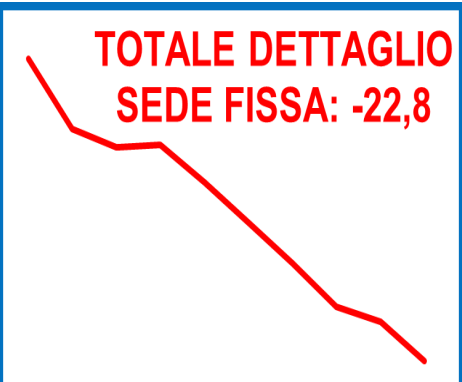
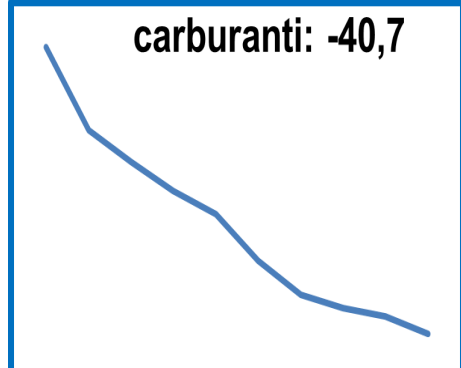
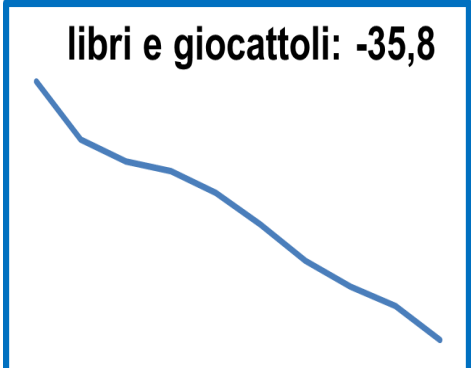
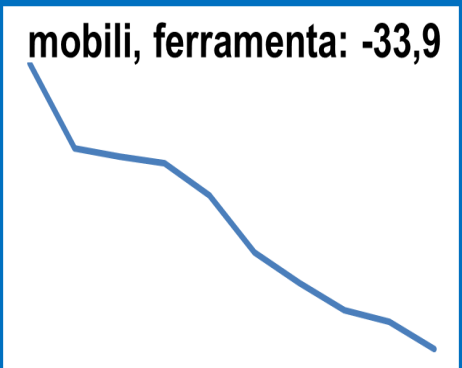
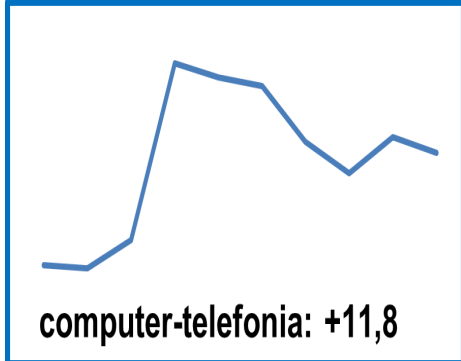
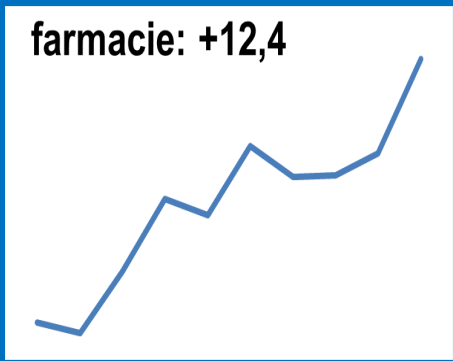
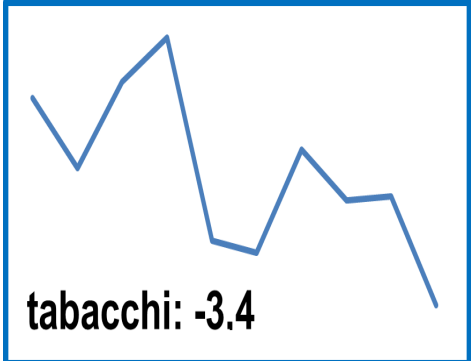
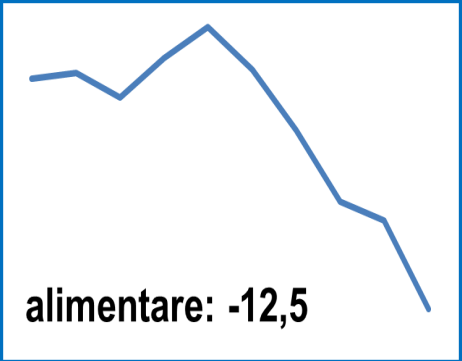
centri storici (CS) vs altro (NCS)

120 comuni - imprese attive	var. % 2012-2023			
	SUD		CENTRO-NORD	
	CS	NCS	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-20,6	-17,3	-24,0	-22,5
commercio ambulante	-27,2	-28,7	-28,3	-29,2
alberghi	-10,4	0,1	-6,9	-8,3
altre forme di alloggio	168,2	118,3	86,7	72,5
bar	-10,3	-12,7	-20,9	-20,6
ristoranti	28,3	22,1	20,0	12,0

1 performance «migliori» nel Sud - 2 commercio fisico peggiore nei CS rispetto a NCS - 3 i b&b sono «responsabili» della crescita della voce «alloggio» a scapito degli alberghi tradizionali - 4 molti bar hanno cambiato codice spostandosi sulla somministrazione propriamente detta («ristoranti»)

tutte queste virgolette stanno a significare che i cambiamenti sono talmente profondi e rapidi che anche il linguaggio andrà presto ridefinito

centri storici: focus categorie dinamiche e var. % 2012-2023 - imprese attive



il rischio desertificazione commerciale (preso sul serio) (1/5)

le unità locali (UL) come più pregnante indicatore dei livelli di servizio nelle (120) città italiane considerate - livelli 2021 e dinamiche decennali 2012-2021

il numero delle UL è simile a quello delle imprese; le variazioni % decennali delle due grandezze sono coerenti; utilizziamo, quindi, le UL per studiare il rischio desertificazione in modo un po' più preciso

120 comuni (CS+NCS)	livelli	var. %	var. ass.
dettaglio in sede fissa	130.015	-16,2	-25.145
<i>vestiario e calzature</i>	51.395	-20,9	-13.584
<i>computer e telefonia</i>	3.818	6,6	237
commercio ambulante	16.869	-22,6	-4.917
alloggio	11.857	34,4	3.034
<i>alberghi</i>	4.800	-5,7	-292
<i>altre attività di alloggio</i>	7.057	89,1	3.326
bar e ristoranti	74.391	4,3	3.072
<i>bar</i>	27.994	-14,1	-4.579
<i>ristoranti</i>	46.397	19,7	7.651
e-commerce e altro	6.717	61,5	2.559
totale attività considerate	239.849	-8,2	-21.397

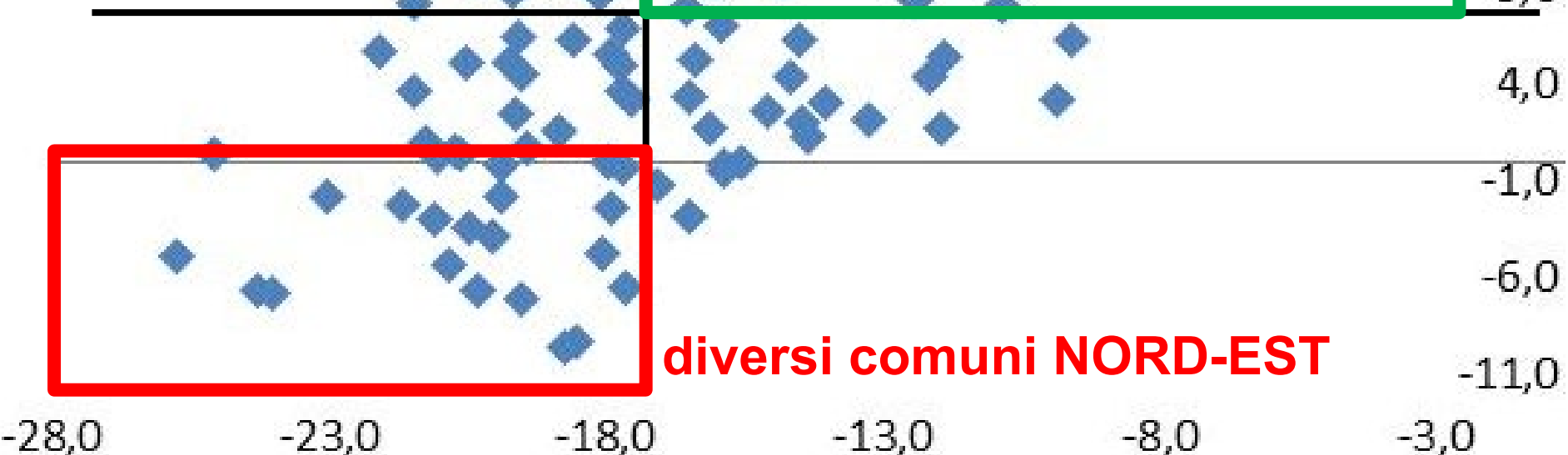
in questi pochi numeri si legge il cambiamento socio-economico dell'Italia: nelle preferenze, nella tecnologia, nel turismo, nelle città...

cambiamenti dell'offerta commerciale nelle città (2/5) - il rischio desertificazione c'è (e si vede: ed è simile per il CS e per la periferia)

unità locali	120 comuni medio-grandi (CS+NCS)			
	2012	2021	variazioni	
			assolute	%
commercio al dettaglio (sede fissa + ambulanti)	176.946	146.884	-30.062	-17,0
popolazione residente	13.699.291	13.421.993	-277.298	-2,0
densità commerciale (negozi x 1.000 abitanti)	12,9	10,9	-2,0	-15,3

il rischio desertificazione (3/5)

var. %
2012-2021
del numero
di unità
locali dei
servizi di
alloggio,
bar e
ristoranti

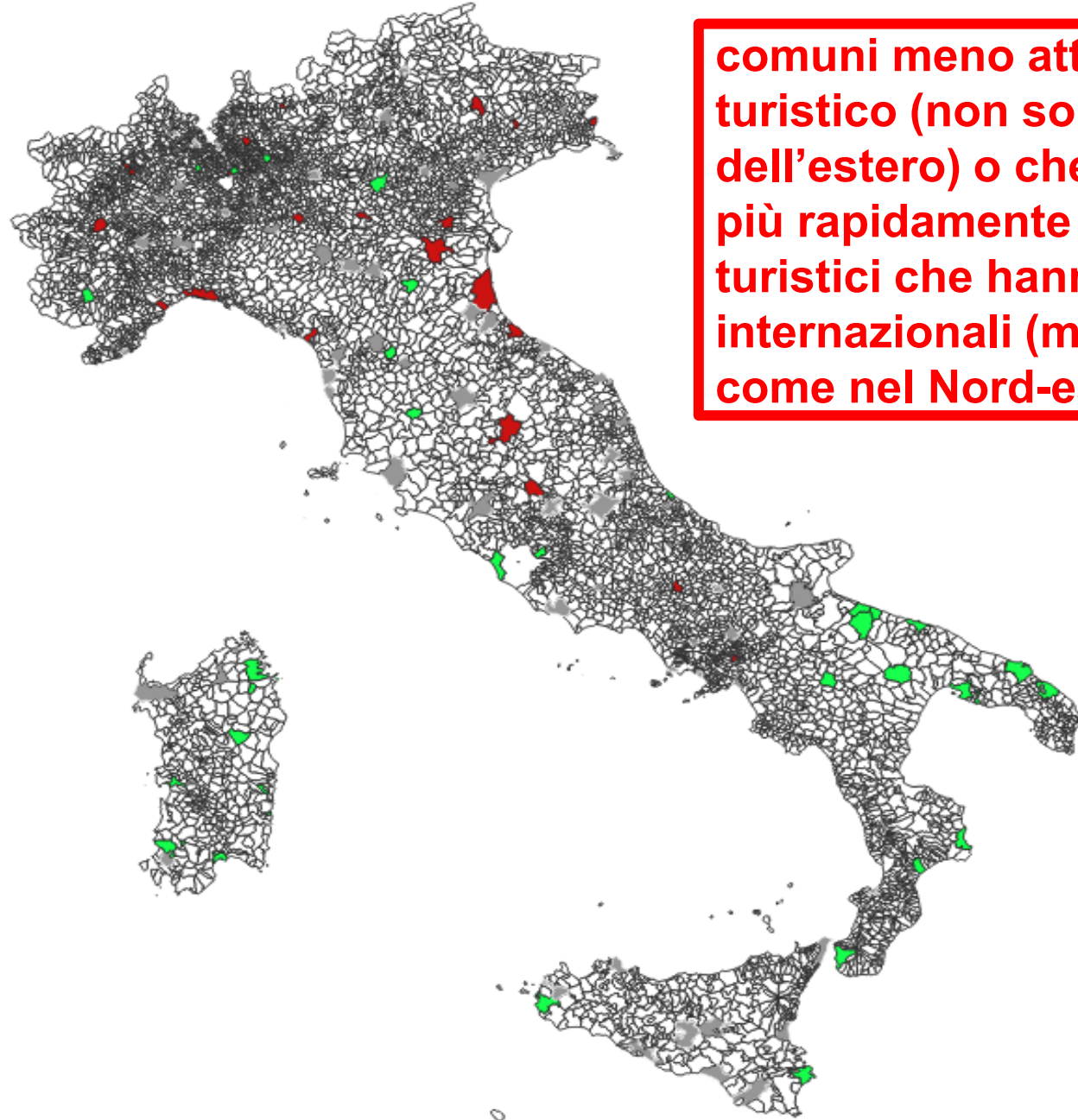


molti
comuni
SUD

diversi comuni NORD-EST

var. % 2012-2021 del numero di unità locali del commercio al dettaglio
(sede fissa+ambulanti) nelle 120 città

il rischio desertificazione (4/5)



comuni meno attrattivi dal punto di vista turistico (non solo nei confronti dell'estero) o che perdono popolazione più rapidamente (Liguria) o comuni turistici che hanno patito le crisi internazionali (meno tedeschi, russi, ecc.) come nel Nord-est

i comuni che perdono meno commercio e guadagnano più turismo sono al Sud (più quelli attrattivi, tipo Bologna); il punto interrogativo riguarda la tenuta del tessuto urbano (città-svago?)

il rischio desertificazione (5/5)

dinamiche 2018-2023 dell'indice delle vendite al dettaglio ISTAT (var. % a valore primi 11 mesi)

totale	iper	super	discount	piccole superfici	online
10,7	9,2	17,8	42,7	1,9	92,6
<i>var. % IPC stesso periodo= 17,0</i>					

e-commerce - vendite in miliardi di euro

	2019	2021	2023	var. % 2019-2023
Beni	17,9	30,9	35,0	95,5
Servizi	13,5	9,3	19,2	42,2
Totale	31,4	40,2	54,2	72,6

l'incidenza delle vendite online sui consumi totali (online+offline) ha raggiunto nel 2023 il 17% per l'abbigliamento e il 12% per il beauty.

Osservatorio sulla demografia delle imprese nelle città italiane (9a edizione - febbraio 2024)

1) Le finalità dell'Osservatorio

La finalità dell'Osservatorio (avviato nel 2015) sulla demografia delle imprese nelle città italiane è di monitorare nel tempo l'andamento degli esercizi commerciali e delle attività di alloggio e ristorazione osservando come gli aggregati si muovono nei centri storici (CS) rispetto al resto del territorio comunale (NCS).

La città e il suo centro storico sono una specificità italiana a cui la Confcommercio guarda con molto interesse e qualche preoccupazione. La realizzazione di questo Osservatorio consente di cogliere i cambiamenti della rete comunale di servizi al consumatore e, conseguentemente, anche di neutralizzare eventuali patologie (rischio di desertificazione commerciale e crisi delle economie urbane).

Con il contributo del Centro Studi delle Camere di Commercio G. Tagliacarne (che fornisce i dati di base) sono osservati 120 comuni medio-grandi, di cui 110 capoluoghi di provincia e 10 comuni non capoluoghi di media dimensione; sono escluse le città di Milano, Napoli e Roma perché multicentriche e non è possibile la distinzione tra centro storico e non centro storico.

Per i 120 comuni è stato analizzato dal 2008 al 2023 l'andamento dello stock delle imprese:

- del commercio al dettaglio ripartito in 11 categorie merceologiche (non specializzati alimentari e non, alimentari specializzati, rivendite tabacchi, farmacie, carburanti, computer e telefonia, libri e giocattoli, vestiario e calzature, mobili e ferramenta, commercio ambulante, altro commercio);
- dei servizi di alloggio (alberghi e altre forme di alloggio) e delle attività di ristorazione (bar e ristoranti).

In questa edizione dell'Osservatorio e limitatamente agli anni 2012 e 2021 si è tenuto conto anche dell'andamento delle unità locali ovvero dei luoghi fisici dove le imprese esercitano la propria attività comprendendo sia la sede operativa e legale dell'impresa, se unilocalizzata, sia le altre unità locali che dipendono dalla sede principale.

Il perimetro di analisi è sufficientemente esteso, visto che nei 120 comuni di medie dimensioni interessati dall'indagine risiedono 13,4 milioni di abitanti, circa il 23% della popolazione italiana. Nel 2023 sono stati censiti quasi 129 mila imprese del commercio al dettaglio, pari al 24,0% del totale delle imprese del commercio al dettaglio in Italia e 77 mila attività di alloggio e ristorazione, pari al 23,5% del totale delle imprese di questo settore in Italia. Le imprese sono state suddivise in base alla location della propria attività: centro storico (CS) e resto del territorio comunale (NCS).

1) Cenni metodologici per l'individuazione dei centri storici

Al fine di individuare l'area "centro storico" nei 120 comuni oggetto di osservazione, questi sono stati raggruppati in due gruppi:

- a) comuni che al loro interno sono suddivisi in Codici di Avviamento Postali (CAP);
- b) comuni che al loro interno non sono suddivisi in Codici di Avviamento Postali (CAP).

Nell'ambito dei comuni del gruppo a), il centro storico di ciascuna città è costituito da raggruppamenti di CAP nelle cui zone di riferimento sono presenti risorse - possono essere monumenti, vie, luoghi significativi, ecc. - che secondo diverse fonti informative (portali ufficiali dei comuni, suddivisioni amministrative interne che richiamino il concetto di centro storico, guide turistiche, Wikipedia ecc.) vanno ad identificare il centro storico della città.

In pratica il primo esercizio è consistito nell'individuazione di questi punti di riferimento all'interno di ciascuna città, a cui successivamente è stato associato il proprio CAP di appartenenza. L'area urbana corrispondente al complesso dei CAP così individuati è stata identificata come corrispondente al centro storico (CS) del comune.

Nell'ambito dei comuni del gruppo b) si è provveduto a predisporre una lista puntuale di vie afferenti ai centri storici prendendo come fonte di riferimento il portale Geoplan (www.geoplan.it). Questo portale contiene la cartografia di una serie di comuni italiani con l'evidenziazione all'interno di ciascun comune della planimetria dei centri storici. Tutte le mappe presenti nel portale vengono realizzate sulla base di rilievi satellitari e aerofotogrammetrici, e vengono aggiornate e verificate in loco attraverso la collaborazione con le autorità comunali interessate e con i relativi uffici tecnici.

Va precisato, tuttavia, che il concetto di centro storico utilizzato in questo lavoro porta ad una identificazione del centro storico non sempre coincidente con il concetto di "Zona A" così come indicato nella classificazione delle zone territoriali omogenee.

Tenendo conto della delimitazione di ciascun centro storico secondo quanto indicato, si è provveduto per gli anni presi in considerazione ad assegnare a ciascuna impresa dei settori osservati (le divisioni 47, 55, 56 della classificazione delle attività economiche ATECO 2007), un attributo centro storico/non centro storico a seconda che il CAP o la via della sede dell'impresa ricadesse nel perimetro individuato. E' stato, comunque, necessario procedere ad una operazione di normalizzazione dei CAP (resasi necessaria a causa del fatto che sovente viene messo a disposizione un CAP generico del tipo **100) e delle vie per renderle compatibili con quelle di Geoplan.

2) Le categorie merceologiche delle imprese monitorate

Le 13 categorie merceologiche delle imprese osservate nei 120 comuni, corrispondono alle varie classi che formano la divisione Ateco 2007 G 47 (commercio al dettaglio escluso quello di autoveicoli e di motocicli) e le divisione I 55 e I 56 della sezione "Attività dei servizi di alloggio e ristorazione".

Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati alimentari e non

Commercio al dettaglio di prodotti alimentari

Include la vendita al dettaglio in esercizi specializzati di prodotti alimentari e bevande: frutta e verdura, carni, pesci e crostacei, pane, torte e dolci, bevande e altri prodotti alimentari.

Tabacchi

Commercio al dettaglio di generi di monopolio (tabaccherie).

Carburante per autotrazione

Punti vendita di carburante per autotrazione con stazioni di servizio annesse.

Commercio al dettaglio di apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni

Vendita al dettaglio in esercizi specializzati di apparecchiature informatiche e per telecomunicazioni (ICT), quali computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni ed elettronica di consumo audio e video.

Commercio al dettaglio prodotti ad uso domestico

Vendita al dettaglio in esercizi specializzati di articoli per la casa, quali tessuti, ferramenta, tappeti, forniture elettriche o mobili.

Commercio al dettaglio di articoli culturali e ricreativi

Vendita al dettaglio in esercizi specializzati di articoli culturali e ricreativi, quali libri, giornali, registrazioni musicali e video, articoli sportivi, giochi e giocattoli.

Commercio al dettaglio di altri prodotti non alimentari

Questo gruppo include la vendita in esercizi specializzati di articoli di abbigliamento, calzature ed articoli in pelle, cosmetici e articoli di profumeria, fiori e piante, piccoli animali domestici e alimenti per animali, gioiellerie, mobili per ufficio, negozi di ottica e fotografia e altri prodotti non alimentari. È compresa anche la vendita al dettaglio di articoli di seconda mano in esercizi specializzati.

Farmacie

Vendita al dettaglio di prodotti farmaceutici, compresi gli esercizi di vendita di medicinali non soggetti a prescrizione medica.

Commercio ambulante

Vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari in banchi su strada pubblica o in un posto fisso all'interno di un mercato.

Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati (altro commercio)

Attività di vendita al dettaglio tramite corrispondenza, via internet, porta a porta, distributori automatici, ecc.

Servizi di alloggio

Questa sezione include due aggregati: a) gli alberghi tradizionali; b) altre forme di alloggio (case per le vacanze, affittacamere per brevi soggiorni, bed and breakfast, residence).

Servizi di ristorazione

Sono distinte due tipologie di attività: a) ristoranti, fast-food, rosticcerie e pizzerie; b) bar.

4) Elenco dei comuni monitorati dall'Osservatorio

CODICE REGIONE	REGIONE	COMUNI
1	Piemonte	Alessandria, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Torino, Verbania, Vercelli
2	Valle d'Aosta	Aosta
3	Lombardia	Bergamo, Brescia, Busto Arsizio, Cinisello Balsamo, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Mantova, Monza, Pavia, Sesto San Giovanni, Sondrio, Varese
4	Trentino-Alto Adige	Bolzano, Trento
5	Veneto	Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Venezia, Verona, Vicenza
6	Friuli-Venezia Giulia	Gorizia, Pordenone, Trieste, Udine
7	Liguria	Genova, Imperia, La Spezia, Savona
8	Emilia-Romagna	Bologna, Cesena, Ferrara, Forlì, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio nell'Emilia, Rimini
9	Toscana	Arezzo, Firenze, Grosseto, Livorno, Lucca, Massa, Pisa, Pistoia, Prato, Siena
10	Umbria	Perugia, Terni
11	Marche	Ancona, Ascoli Piceno, Fermo, Macerata, Pesaro
12	Lazio	Fiumicino, Frosinone, Guidonia Montecelio, Latina, Rieti, Viterbo
13	Abruzzo	Chieti, L'Aquila, Pescara, Teramo
14	Molise	Campobasso, Isernia
15	Campania	Avellino, Benevento, Caserta, Pozzuoli, Salerno, Torre del Greco
16	Puglia	Andria, Bari, Barletta, Brindisi, Foggia, Lecce, Taranto, Trani
17	Basilicata	Matera, Potenza
18	Calabria	Catanzaro, Cosenza, Crotona, Reggio di Calabria, Vibo Valentia
19	Sicilia	Agrigento, Caltanissetta, Catania, Enna, Gela, Marsala, Messina, Palermo, Ragusa, Siracusa, Trapani
20	Sardegna	Cagliari, Carbonia, Iglesias, Lanusei, Nuoro, Olbia, Oristano, Sassari, Tempio Pausania

chart 1: elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio (USC) su dati Centro Studi Camere Commercio G. Tagliacarne (CST), Istat (statistiche sulla popolazione).

chart 2: elaborazioni USC su dati CST.

chart 3: elaborazioni USC su dati Movimprese, Istat (Rilevazione continua Forze di Lavoro).

chart 4 - 6: elaborazioni USC su dati CST.

chart 7: elaborazioni USC su dati CST, Istat (statistiche sulla popolazione).

chart 8 - 9: elaborazioni USC su dati CST.

chart 10: elaborazioni USC su dati Istat, Osservatorio Digital Innovation-Politecnico Milano.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Città e demografia d'impresa (9^a edizione)

MARIANO BELLA
DIRETTORE UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Roma, 8 febbraio 2024