



Rapporto sulle Economie Territoriali

FEBBRAIO 2009

Il presente **Rapporto** è stato elaborato con le informazioni disponibili al **24 febbraio 2009**

A cura di **Mariano Bella** - *Responsabile dell'Ufficio Studi*

Silvia Criscuolo

Silvio Di Sanzo

Francesco Lioci

Luciano Mauro

Livia Patrignani

Editing: **Francesco Rossi** - *Area Comunicazione e Immagine*

© 2009 Confcommercio

INDICE

INTRODUZIONE E SINTESI DEL RAPPORTO	1
I principali risultati	3
1. IL CONTESTO MACROECONOMICO	15
1.1 Lo scenario internazionale	17
1.2 L'Italia	21
2. I FATTORI DI PRODUZIONE E IL TERRITORIO	25
2.1 Popolazione e offerta di lavoro	27
2.2 Le imprese sul territorio	33
2.3 Investimenti e capitale produttivo	34
2.3.1 Ricostruzione dei dati provinciali: investimenti e capitale produttivo privato	35
2.3.2 Ricostruzione dei dati provinciali: il valore aggiunto e le unità standard di lavoro	37
2.4 Una funzione di produzione semplificata e la produttività totale dei fattori	38
2.4.1 Il modello di riferimento e le elasticità rilevanti	38
2.4.2 La capacità produttiva del territorio: valore aggiunto, fattori e produttività	41
3. LE DINAMICHE DEL VALORE AGGIUNTO NEL TERRITORIO	49
3.1 Il valore aggiunto e la produttività: analisi e previsioni regionali	51
3.2 I consumi nelle province al 2010	60
3.2.1 La relazione tra valore aggiunto e consumi	60
3.2.2 Le dinamiche del valore aggiunto e dei consumi nel territorio	61
3.3 Il ruolo degli investimenti e delle esportazioni nette	65
4. LA STRUTTURA TERRITORIALE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE PER CANALE DI VENDITA	69
4.1 Valutazioni aggregate	71
4.2 Analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva	75
4.2.1 Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)	76
4.2.2 Mini-mercati	81
4.2.3 Supermercati	83
4.2.4 Ipermercati	84
4.2.5 Grandi magazzini	86
4.2.6 Grandi superfici specializzate	88
4.2.7 Ambulanti e itineranti	90
4.2.8 Altra distribuzione commerciale	91
4.3 Le imprese del commercio all'ingrosso per regione	92
APPENDICE STATISTICA	95
Nota tecnica	97
Definizione dei rapporti caratteristici	97

INTRODUZIONE E SINTESI DEL RAPPORTO

I principali risultati

Quando nel marzo del 2008, nel Forum Confcommercio di Cernobbio, aprimmo la conferenza stampa con l'eloquente titolo "un'assenza imbarazzante: la crescita economica (la recessione alle porte?)" alcuni osservatori parvero scettici. Troppo pessimistici sembravano i riferimenti che facevamo alla possibilità di un'evoluzione recessiva dell'economia italiana e, soprattutto, nella 'forchetta' previsionale appariva arduo immaginare una variazione negativa del Pil dell'Italia per il 2008. In quel periodo le previsioni più accreditate indicavano una crescita tra il mezzo punto e il punto percentuale.

Quella previsione derivava dalla constatazione che la dinamica dei consumi era molto, troppo debole, in una parola incompatibile, con uno stato di robusta salute del sistema. Poi sono intervenuti alcuni problemi che hanno fatto rapidamente invecchiare quelle valutazioni: eventi scollegati dalle debolezze strutturali della nostra economia. Così che quelle previsioni, prima considerate pessimistiche, si sono rivelate troppo ottimistiche. Fino a qualche mese fa abbiamo tenuto un profilo cauto sulle nostre valutazioni per il 2009. Il 2008, al di là di alcune imprevedibili revisioni apportate dall'Istat, si è rivelato in linea con quanto immaginato. Poiché, però, l'ultimo trimestre dell'anno scorso è stato peggiore delle aspettative, la modificazione delle previsioni per il 2009 è significativa: Pil a -1,8%, con una possibile inversione del ciclo soltanto nella seconda parte del 2010, che potrebbe chiudersi a +0,3%.

Tab. A - Il quadro macroeconomico interno
var. % in volume di periodo e annuali

	2002-2006	2007	2008	2009	2010
PIL	0,9	1,5	-0,9	-1,7	0,3
Importazioni di beni e servizi fob	2,7	4,4	-2,7	-5,2	2,5
Spesa delle famiglie residenti	0,8	1,4	-0,7	-0,8	0,3
- Spesa sul territorio economico	0,7	1,3	-0,8	-0,9	0,2
Spesa della P.A. e ISP	1,9	1,3	0,8	0,8	0,3
Investimenti fissi lordi	1,6	1,2	-2,5	-6,0	4,0
Esportazioni di beni e servizi fob	1,4	5,0	-4,3	-6,3	0,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Una chiusura del 2009 a -1,8% rappresenterebbe il dato peggiore degli ultimi quarant'anni, se si eccettua il -2,1% del 1975. Quell'anno lo shock petrolifero si frappose tra un +5,5% del Pil nel 1974 e il rimbalzo a +7,6% del 1976. Altri tempi.

Tornando ai nostri giorni, non si può nascondere il cauto ottimismo, almeno nella dimensione congiunturale, ancora incorporato nel nostro *forecast*. E', infatti, necessario, per limitare la riduzione del Pil all'1,8%, che non si verifichino ulteriori contrazioni dell'attività economica. Questo 'obiettivo' è compatibile con una stazionarietà della produzione sui bassi livelli dell'ultimo quarto dello scorso anno. Viceversa, l'economia italiana potrebbe avvicinarsi a un pericoloso -2,5/-3%, se, come alcuni paventano, il primo trimestre dell'anno sarà caratterizzato dall'approfondimento della recessione (cosa effettivamente non improbabile).

Tutti i settori produttivi stanno soffrendo la crisi che abbiamo importato (attraverso tre canali: meno credito, meno domanda estera e, poi, meno domanda interna).

Se si sposta l'attenzione dal lato della formazione del prodotto al versante degli impieghi - vale a dire della domanda - si può evidenziare che una frazione largamente maggioritaria della recessione italiana è dovuta alla riduzione delle esportazioni e, soprattutto, alla contrazione, veramente eccezionale, degli investimenti. La caduta di circa 8,5 punti percentuali (tab. A) nel biennio 2008-2009 (e altri osservatori la vedono molto più profonda di noi) si riferisce agli investimenti fissi lordi, cioè comprensivi di quella quota, invariante, di investimento che serve a coprire gli ammortamenti (la riduzione fisiologica e tecnologica dell'efficienza fisica del capitale). Gli ammortamenti valgono mediamente il 75% degli investimenti complessivi. E, dunque, in termini di nuovi investimenti netti, la riduzione che stiamo patendo come sistema Paese supera il 45% cumulato nel biennio 2008-2009. Il che, in termini di dinamica effettiva dello stock di capitale, implica un quasi blocco della capacità produttiva installata (evento storicamente mai successo). Questo tema costituisce il vero pericolo per il Paese, già provato da un grave deficit di infrastrutture pubbliche. Le preoccupazioni delle istituzioni dovrebbero orientare le azioni di *policy* su tali tematiche.

A ben guardare, la questione consumi, se correttamente analizzata, non costituisce il problema strategico dei nostri giorni, quanto la via d'uscita dalla crisi. Intanto, rispetto alle dinamiche del reddito disponibile reale, della ricchezza finanziaria (in forte e prolungata riduzione) e immobiliare, i consumi, e soprattutto i consumatori, stanno reagendo molto bene. In altre parole, se ci fosse stata e ci fosse attualmente una vera e propria crisi di fiducia, avremmo assistito, nel corso del 2008, a una riduzione della spesa delle famiglie ben più marcata di quella effettivamente osservata. Di più: in termini previsionali, la composizione della domanda dovrebbe essere sbilanciata nel senso di una riduzione più forte dei consumi, anche per il futuro, cosa che non emerge da alcun esercizio predittivo, né di fonte istituzionale né realizzato da centri di ricerca privati. Insomma, la crisi strutturale non è dei consumi quanto della produttività dei fattori, della capacità complessiva di generare ricchezza e, quindi, dei redditi distribuiti al settore delle famiglie consumatrici. Le quali, oggi, come durante tutti gli anni '90, quando subirono l'incremento della pressione fiscale per permettere al Paese di partecipare al sistema della moneta unica, stanno mostrando una grande capacità di reazione.

Allora, appare sbagliata l'idea che proprio grazie a questa 'tenuta' non ci sia stato bisogno di un sostegno maggiore alle famiglie attraverso una generalizzata e significativa riduzione delle aliquote tributarie, oppure non sia stato necessario un provvedimento di detassazione delle tredicesime. E' verosimile esattamente il contrario. Dei due cavalli, le imprese e le famiglie, solo quest'ultimo aveva voglia di bere e avrebbe bevuto se ad esso fosse stata fornita la poca e preziosa acqua di cui si disponeva (risorse pubbliche in coerenza con gli obiettivi di contenimento del deficit). Tra l'altro, i comportamenti dei due cavalli sono

correlati: se le famiglie spendono comincia a bere anche il cavallo-imprese. La poca acqua è stata distribuita in mille rivoli: ogni provvedimento è condivisibile ma l'ammontare complessivo delle risorse poste in gioco appare insufficiente e la frammentarietà e la complessità della manovra non generano negli operatori quella spinta a rivedere al rialzo piani d'investimento e piani di spesa, come da tutti auspicato.

Il clima di fiducia delle famiglie, misurato dall'Isae, è in risalita a gennaio e febbraio 2009. Anche l'indagine Censis-Confcommercio (febbraio 2009) chiarisce che a fronte di lucide e spassionate previsioni di ulteriori riduzioni dei consumi, le famiglie, in maggioranza (53%), si dichiarano ottimiste e fiduciose per i prossimi mesi. Dunque, per adesso, la crisi dei redditi ha implicato minori consumi ma non una depressione del *sentiment* rispetto al futuro.

Questo capitale fiduciario appare altresì fragile; è una disponibilità temporanea, un'apertura di credito verso se stessi e il futuro che può essere senz'altro ritirata se la crisi dovesse peggiorare, in assenza di più incisivi provvedimenti da parte delle autorità di Governo. Se la disoccupazione non dovesse superare l'8,3% nella media del 2009, il profilo di contrazione dei consumi potrebbe non eccedere l'1% in termini reali, con una modestissima crescita alla fine del 2010. Tutto dipenderà dal sapere sfruttare questa propensione alla reazione, anche in termini di spesa potenziale, che i cittadini-consumatori ancora palesano. Da qui si potrà ricominciare quando il picco recessivo sarà superato.

Le problematiche macroeconomiche sono particolarmente importanti in questo frangente. E la lunga premessa dedicata al tema è necessaria per valutare adeguatamente la distribuzione territoriale degli effetti della crisi, mescolandosi tensioni di breve periodo e persistenti debolezze che hanno origini lontane. Anticipando uno dei risultati del Rapporto, possiamo affermare che il Mezzogiorno patirà molto di più delle altre aree del Paese gli eventi attuali. Si rischia di mettere in discussione la fattibilità stessa del progetto di federalismo fiscale, atteso che le richieste e le necessità delle regioni più povere tendono ad aumentare nel momento in cui le possibilità delle regioni più ricche tendono a ridursi. Trovare l'equilibrio nei flussi in entrata e in uscita nel processo di perequazione solidaristica diventa più arduo. Il crescente disagio sociale, conseguenza della crisi nelle aree meno dotate di capitale sociale e produttivo e, pertanto, meno dinamiche del Paese, aggiungerebbe ostacoli alle difficoltà già oggettivamente presenti nella realizzazione di una nuova organizzazione federalista dello Stato.

La riduzione della produttività totale dei fattori è un fenomeno che affligge l'economia italiana almeno dall'inizio di questo secolo. Le condizioni nelle quali le imprese operano, combinando capitale umano e produttivo, si deteriorano costantemente. E' una versione complicata di quella 'difficoltà di fare impresa' che ci distingue da altri nostri partner internazionali. Le insufficienze delle infrastrutture, della pubblica amministrazione e dei processi di formazione del capitale umano ne sono alla base. La tab. B evidenzia il fenomeno

per il periodo 2001-2007. Nell'anno appena trascorso si è visto perfettamente l'effetto che la crisi internazionale ha avuto nell'enfatizzare queste carenze ataviche: la produttività totale si riduce di circa 1,5 punti percentuali e nel futuro prossimo le previsioni non sono molto migliori. Così, a causa soprattutto della maggiore debolezza del mercato del lavoro nel Mezzogiorno, il valore aggiunto tra le aree del Paese tende a divergere.

Si potrebbe pensare che un sostegno passivo all'economia di alcune regioni del Centro-sud possa essere dato, in questo frangente, dall'elevato peso della macchina pubblica in quelle regioni. La stabilità dei redditi a fronte di prezzi decrescenti, potrebbe sostenere i consumi. Il ragionamento è corretto ma troppo parziale per dividerne le implicazioni. L'unica cosa che strutturalmente spinge i consumi in aggregato - e, per quel poco o molto che vi si correla, il benessere - è la crescita della ricchezza prodotta. Le uniche due possibilità per spingere in alto i consumi personali o familiari sono lo sviluppo del monte ore lavorate o quello della produttività per ora (o entrambi, nell'ipotesi più favorevole). Ma non è questo il caso, in particolare per il Mezzogiorno. L'incremento della pressione fiscale su base locale (per esempio attraverso i ticket sanitari), il blocco del turn over nella pubblica amministrazione o l'indicizzazione solo parziale delle pensioni d'importo superiore a una certa soglia, la riduzione di spesa pubblica per collaboratori a tempo determinato o la contrazione dei premi di produttività a pioggia, sono tutte ragioni che impongono di abbandonare l'illusione che, in media, la composizione dell'occupazione possa proteggere dall'attuale recessione, semplicemente perché in alcune province è relativamente più elevato il peso delle pubbliche amministrazioni. Una crisi della portata di quella attuale non risparmia alcun settore né alcun territorio.

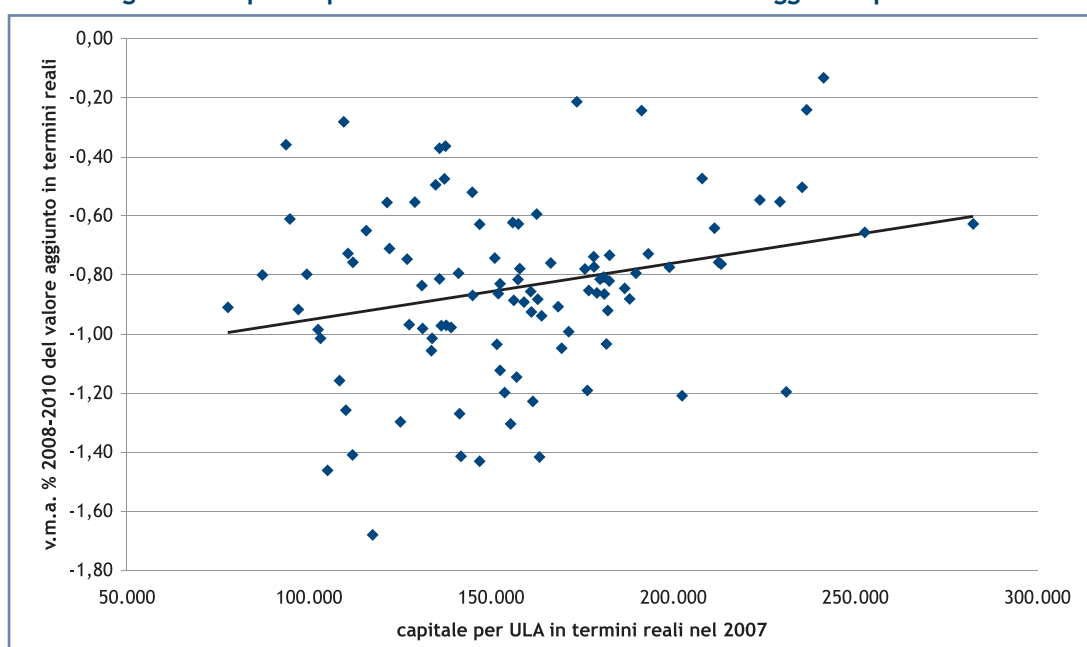
La produttività del lavoro è, a sua volta, influenzata positivamente dalla quantità e dalla qualità del capitale a disposizione di ciascun addetto (fig. A). Seppure molto approssimativa, la misurazione del capitale provinciale fornisce qualche risultato interessante. Considerata la dotazione di capitale produttivo per unità di lavoro a tempo pieno (cioè due lavoratori a metà tempo contano come un'unità standard di lavoro (ULA)), si evince una positiva correlazione con la crescita del valore aggiunto reale per le province italiane. Non si suggerisce certo di concludere che incentivare gli investimenti al Sud - soprattutto nelle province più sottocapitalizzate - sia una promettente strategia (dopo decine di miliardi di euro sostanzialmente spariti nel nulla sarebbe piuttosto ingenuo). Infatti, il capitale per ULA è solo un pezzo della storia. Il resto è la produttività totale dei fattori, come visto. Dunque, si devono sanare le condizioni di contesto produttivo - l'ambiente strutturale e istituzionale che influenza la produttività totale dei fattori - assieme a una fiscalità di vantaggio che stimoli l'installazione di capacità produttiva aggiuntiva. Una cosa senza l'altra non si tiene. E' una strategia che non ha funzionato. In ogni caso, il federalismo fiscale non consentirà a nessuno - si spera - di perseverare in certi errori.

Tab. B - Decomposizione della crescita
var. % reali - contributi di ciascuna variabile

Italia	1996-2000	2001-2007	2008	2008-2010
Unità di lavoro	0,5	0,6	0,0	-0,4
Capitale	0,7	0,7	0,6	0,5
Contributo% PTF	0,7	-0,2	-1,5	-0,9
Var % Valore aggiunto	1,9	1,1	-0,9	-0,8
Nord-ovest				
Unità di lavoro	0,5	0,7	0,1	-0,4
Capitale	0,6	0,6	0,5	0,4
Contributo% PTF	0,6	-0,2	-1,4	-0,8
Var % Valore aggiunto	1,7	1,2	-0,8	-0,8
Nord-est				
Unità di lavoro	0,6	0,5	0,4	-0,2
Capitale	0,7	0,8	0,6	0,5
Contributo% PTF	0,9	-0,3	-1,8	-1,0
Var % Valore aggiunto	2,2	1,0	-0,7	-0,7
Centro				
Unità di lavoro	0,5	0,8	0,3	-0,2
Capitale	0,8	0,9	0,7	0,6
Contributo% PTF	0,6	-0,1	-1,7	-1,2
Var % Valore aggiunto	1,9	1,6	-0,8	-0,8
Sud				
Unità di lavoro	0,3	0,4	-0,7	-0,7
Capitale	0,7	0,7	0,5	0,5
Contributo% PTF	1,0	-0,3	-1,3	-0,8
Var % Valore aggiunto	2,1	0,8	-1,4	-1,0

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio.

Fig. A - Il capitale per ULA e le dinamiche del valore aggiunto provinciale



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio.

Tab. C - Valore aggiunto regionale per abitante

	2007	Italia=100	1996-07	2008-10
	in euro a prezzi correnti		v.m.a. % in termini reali	v.m.a. % in termini reali
Piemonte	25.370	109,8	0,8	-1,9
Valle d'Aosta	27.309	118,2	0,3	-1,1
Lombardia	30.186	130,6	0,8	-1,6
Liguria	23.835	103,2	1,7	-0,6
Trentino-Alto Adige	28.568	123,6	0,8	-1,7
Veneto	27.160	117,6	1,0	-1,7
Friuli-Venezia Giulia	26.076	112,9	1,0	-0,9
Emilia-Romagna	28.344	122,7	0,6	-1,9
Toscana	25.091	108,6	1,3	-1,7
Umbria	21.717	94,0	0,9	-2,1
Marche	23.304	100,9	1,3	-1,2
Lazio	27.171	117,6	1,0	-1,8
Abruzzo	18.710	81,0	0,6	-1,9
Molise	17.345	75,1	1,4	-1,0
Campania	14.619	63,3	1,5	-0,6
Puglia	15.169	65,7	1,3	-1,5
Basilicata	16.731	72,4	1,6	-1,8
Calabria	14.748	63,8	1,6	-1,5
Sicilia	14.768	63,9	1,2	-0,8
Sardegna	17.614	76,2	1,1	-1,3
Nord-ovest	28.170	121,9	0,9	-1,6
Nord-est	27.615	119,5	0,8	-1,7
Centro	25.588	110,7	1,2	-1,7
Sud e Isole	15.376	66,5	1,3	-1,1
ITALIA	23.104	100,0	1,1	-1,4

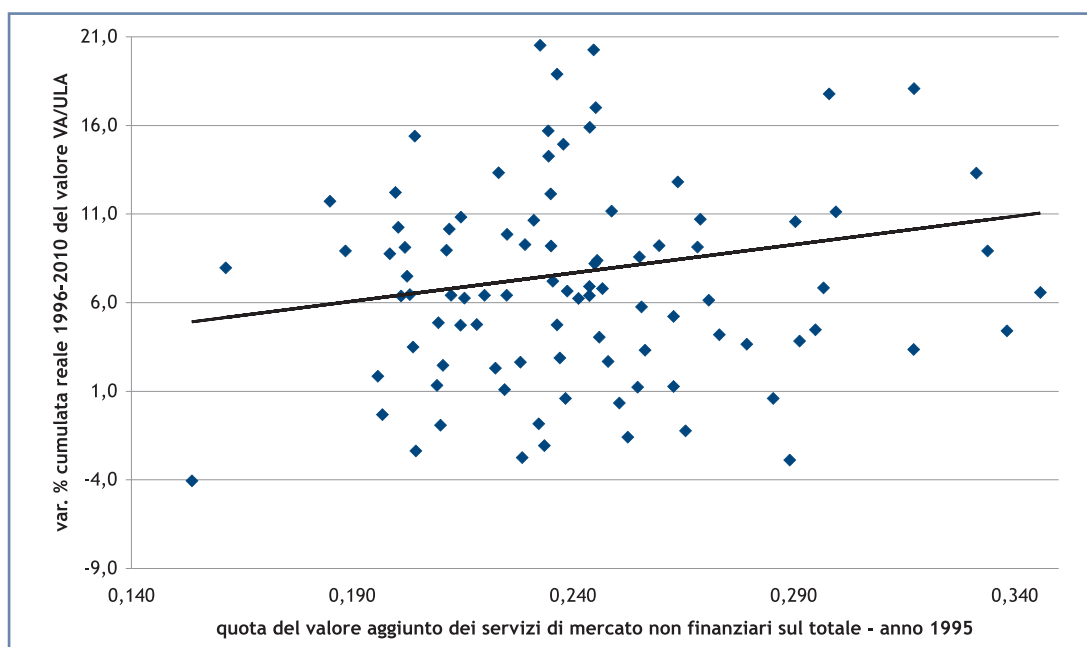
Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio.

La sintesi più eloquente delle distanze attuali e prospettiche è data dalla distribuzione regionale del valore aggiunto per abitante (tutti i dati provinciali sono, come di consueto, nell'ampia Appendice al Rapporto). Esso indica le performance produttive e può essere considerato un previsore di lungo termine anche dei consumi delle famiglie, per il semplice motivo che nel breve periodo i consumi sono influenzati dal reddito distribuito mentre nel lungo è la produzione che ne determina le traiettorie. La rilevanza della componente di produzione propria rispetto a quella dei trasferimenti è accentuata dalla riforma in senso federalista dello Stato: essa chiede, infatti, una maggiore coerenza tra produzione territoriale e reddito afferente al medesimo territorio.

In termini di prodotto per abitante la situazione dinamica è apparentemente migliore che in aggregato. Ciò è dovuto alla ripresa dei flussi migratori dal Sud al Nord, il che impoverisce, secondo una selezione negativa, quantitativa e qualitativa, il capitale umano presente nelle regioni più svantaggiate. E' evidente che, ormai, il rapporto tra le regioni più e meno

produttive ha superato il valore di due: in Campania il prodotto per occupato è metà di quello della Lombardia. Le variazioni previste, comunque tutte negative, non riducono significativamente questi divari, che su base provinciale sono, naturalmente, ben più accentuati.

Fig. B - Terziarizzazione dell'economia e crescita provinciale



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio.

Rimane inespreso il potenziale territoriale dell'economia dei servizi. Il problema resta quello della produttività dei servizi in generale e del commercio in particolare (che pure mostra performance nettamente superiori alla media). Rimandando per questi temi settoriali al tradizionale Rapporto sul Terziario, va sottolineata che alla maggiore dinamicità della produttività nei servizi si contrappone un più basso livello del prodotto medio per addetto in molti dei servizi di mercato non finanziari. La questione è rilevante in quanto, come si vede dalla fig. B c'è una correlazione positiva tra quota dei servizi non finanziari di mercato e crescita complessiva del valore aggiunto provinciale calcolato sulle unità di lavoro (standardizzate).

In altri termini, la crescita è maggiore dove l'economia è più terziarizzata. Ma, come ben noto, il processo non sortisce, per il complesso del Paese, risultati apprezzabili in quanto il livello del prodotto in molti servizi di mercato è inferiore a quello di molti settori della manifattura e la produttività multifattoriale è ovunque decrescente, concetto che si può esprimere anche come un processo di spreco di efficienza nell'utilizzo dei fattori produttivi. Questo fenomeno non lascia immune il settore dei servizi in generale e neppure quello di rappresentanza di Confcommercio (appunto quello dei servizi di mercato escluse banche e finanza), seppure, come detto, con parametri di sviluppo della produttività ben superiori alla media.

E qui si deve ricordare che una parte di questa migliore performance è dovuta al doloroso processo di selezione che ha investito le PMI dei servizi in generale e il commercio in particolare (per definizione, a parità di altre condizioni, l'accelerazione nel processo di espulsione dal mercato delle imprese marginali, lasciando vive quelle più produttive, provoca un'accelerazione nella dinamica del prodotto medio). Però, negli anni recenti, sembra si stia passando dalla dimensione naturale del processo di selezione a una dimensione patologica. Pur considerando alcune variazioni gestionali intervenute nella tenuta dei registri camerali - le cosiddette cancellazioni d'ufficio - siamo in presenza di una grave recrudescenza del fenomeno delle cessazioni d'impresa le quali, da qualche anno ormai, sopravanzano le nuove iscrizioni. Il saldo negativo, nei servizi nel complesso, nel commercio in generale e nel dettaglio in particolare, nonché nell'area degli alberghi e dei ristoranti, cresce rapidamente nel corso degli anni. Al lordo delle cessazioni d'ufficio, il saldo per il commercio nel complesso è pari a quasi 120.000 unità nel periodo 1999-2008, di cui quasi 40.000 nel solo anno 2008 (oltre 23.000 al netto della pulizia di ordine amministrativo, che comunque rispecchia un fenomeno reale di contrazione dello stock di imprese effettivamente operanti).

Riguardo alla struttura commerciale dell'Italia, oggi si pone una questione, soltanto immaginata in passato, che sta diventando preoccupante e urgente: quella del rapporto tra commercio al dettaglio, vitalità dei centri storici e capillarità del servizio ai cittadini. Cambiare il commercio innovando è senz'altro corretto e auspicabile (anche per i potenziali guadagni di produttività connessi). Ma cambiare il commercio modificando i connotati del Paese - cioè cambiandone le sembianze mediate dalla cultura e dalla tradizione delle nostre città plurisecolari, grandi e piccole - è un'altra cosa, che richiede una riflessione e un eventuale consenso politico che non sono ancora emersi (anche perché la questione viene costantemente evitata).

Nel corso dell'anno 2009, nel contesto economico sommariamente descritto, è facile prevedere un ulteriore ampliamento del saldo negativo tra iscrizioni e cessazioni, diciamo dell'ordine di quello osservato nel corso del 2008 (7.000 tra alberghi e ristoranti, qualcosa all'interno dell'intervallo 30.000-50.000 per le imprese del commercio nel complesso). Sia per quanto riguarda il commercio sia in relazione al tessuto di piccole e medie imprese che servono la manifattura o che sono impegnate nell'erogazione dei servizi alle persone, diverse aree del Paese sono a rischio - questa volta concreto e anche probabile - di desertificazione, con conseguente riduzione del livello medio del benessere fruito dai cittadini-consumatori appartenenti ai relativi bacini d'utenza.

Perché la questione merita un intervento delle istituzioni a complemento dell'agire del mercato? Perché, diversamente che in contesti concorrenziali caratterizzati da assenza di costi fissi, la chiusura di un negozio a causa di una concorrenza insopportabile può avere esternalità negative che il gioco concorrenziale non riesce a considerare. Inoltre, il fenomeno è verosimilmente irreversibile. Oltre una certa dimensione, la distruzione del tessuto

microproduttivo e commerciale comporta dei costi sociali superiori ai profitti aggiuntivi di un sotto-insieme di negozi vincenti né, una volta provocato il danno, si può tornare indietro (se non sopportando, la collettività, costi superiori a quelli coerenti con una lungimirante regolamentazione a complemento, e mai in sostituzione, del mercato).

D'altra parte, queste argomentazioni non devono essere utilizzate in modo strumentale per ostacolare qualsiasi forma di innovazione o di cambiamento in generale.

Le politiche attive per le imprese dei servizi alle persone e per il commercio non devono essere rappresentate da risorse per sostenere i peggiori. Le risorse devono, invece, contribuire a governare il cambiamento e l'emersione equilibrata dei migliori, in un contesto che preservi, come obiettivo ineludibile delle politiche medesime, il pluralismo distributivo e la libertà di scelta dei consumatori.

E' ormai indispensabile e urgente una politica d'incentivo all'imprenditorialità nel settore dei servizi e del commercio. Formazione di nuovi imprenditori, percorsi educativi nuovi e moderni, finanziamenti responsabilizzanti - non denari a pioggia senza *accountability* - per il design e l'innovazione di formula, di processo, di organizzazione, devono diventare, sulla base dei fondi europei e delle risorse regionali e statali, lo strumento per governare il cambiamento della distribuzione commerciale nella direzione di offrire servizi, valore aggiunto e appaganti esperienze d'acquisto per le famiglie consumatrici.

**Tab. D - Unità locali e superficie di vendita
rapporti caratteristici - 2008**

Punti vendita / 10.000 abitanti	Nord	Centro	Sud	Italia
Piccolo dettaglio tradizionale	106,3	130,2	156,8	128,6
Non specializzati alimentari	10,2	13,2	17,9	13,5
Non specializzati non alimentari	1,5	2,7	2,3	2,0
Specializzati alimentari	12,5	15,0	23,8	17,0
Tabacchi	4,6	5,2	4,8	4,8
Carburanti	3,7	4,7	4,2	4,1
Farmacie	3,1	2,9	3,3	3,1
Cosmetici e articoli di profumeria	3,4	3,9	4,5	3,9
Abbigliamento e biancheria	21,6	26,1	30,8	25,7
Calzature	4,1	4,8	5,3	4,7
Mobili, elettrodomestici e ferramenta	13,9	17,9	24,2	18,3
Libri, giornali, cartoleria	7,2	8,2	7,5	7,5
Altro	20,4	25,5	28,2	24,1
Commercio ambulante	21,4	25,8	35,6	27,2
Superficie (mq)/10.000 abitanti	Nord	Centro	Sud	Italia
Grande distribuzione	3.902	2.904	2.367	3.106
Minimercati	274	190	273	257
Supermercati	1.594	1.304	912	1.299
Ipermercati	715	400	558	534
Grandi magazzini	348	484	249	340
Grandi superfici specializzate	971	526	375	676

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio.

Pur nell'incertezza della crisi che perdurerà ancora a lungo, oggi l'Italia è ancora caratterizzata da un ampio e diffuso pluralismo dei formati e delle formule commerciali. L'assenza di regole chiare e, soprattutto, omogenee su base territoriale, per la disciplina delle attività commerciali al dettaglio, aggiunge, però, tratti di vulnerabilità a uno scenario che contempera elementi di vitalità - il fiorire di nuove imprenditorialità e la tenuta del numero di unità locali nel tempo - assieme a elementi di debolezza (la già citata questione della produttività). Il dato più preoccupante in assoluto riguarda la riduzione netta del numero di esercizi alimentari specializzati nell'ambito del piccolo dettaglio. Qualunque sia la metrica adottata (dalle risultanze dei registri camerali all'Osservatorio del Commercio) emerge in sette anni una riduzione netta di negozi fisici (appunto le unità locali) di oltre 11.500 unità. Se questo dato si rapporta alla crescita della popolazione italiana nello stesso arco di tempo (sia residente che mediamente presente sul territorio nazionale), pari a circa due milioni di unità, si comprende che il bacino per singolo negozio potenzialmente cresce - e questo è un bene in termini di produttività - e allo stesso tempo la più significativa tipologia di negozio riduce il suo peso commerciale, verosimilmente a motivo dell'incremento dei costi fissi di gestione incompatibile con la progressiva riduzione dei margini unitari dovuta alla stagnazione dei consumi.

La densità attuale e le variazioni nel numero di punti vendita e delle superfici d'offerta tra grandi aree geografiche evidenziano risultanze ben note: alla maggiore densità (numero esercizi su popolazione) di punti di vendita di piccole dimensioni in area 4 (sud) corrispondono minori dotazioni di esercizi di grandi superfici. Per converso, variazioni assolute e percentuali in termini di esercizi di grandi dimensioni sono largamente accentuate nel Mezzogiorno. La modernizzazione, come già accennavamo un anno fa, c'è e prosegue. Fanno ben sperare, a questo proposito, le recenti dichiarazioni dei rappresentanti di importanti gruppi italiani e multinazionali di volere confermare, anche nel contesto critico congiunturale, la pianificazione degli investimenti per nuove grandi strutture di vendita, in particolare nel Mezzogiorno.

Sui piccoli negozi, sui grandi specializzati e non, sull'intero settore dell'ingrosso, sull'intera filiera della distribuzione, insomma, pesano, in prospettiva, le tensioni, ancora solo abbozzate, di uno sviluppo competitivo esclusivamente basato sul prezzo o sulle estensioni di referenze trattate. Il margine unitario, comprensibilmente, è oggi lasciato in secondo piano. Ma una sua contrazione prolungata deve fare riflettere già oggi sulle implicazioni negative in termini di sostenibilità del business.

Le strade per uscirne sono di competenza dei manager e degli imprenditori. Appare sempre più stringente, però, l'idea che la formula, più che il formato, vada messa al centro del nuovo punto di vendita. Il servizio al cliente, la cooperazione con esso per creare valore aggiunto, la segmentazione del mercato e l'identificazione di nicchie adeguate per la sostenibilità del business, sono oggi molto più importanti di ieri. Anzi, vista la riduzione netta dei negozi specializzati alimentari, uno sforzo secondo linee innovative è semplicemente

indispensabile per superare la crisi in modo vitale. Le evidenze numeriche chiariscono che le strategie di sopravvivenza, bastevoli forse nel recente passato, anche dopo la liberalizzazione sostanziale del commercio, non sono più adeguate: supereranno questa crisi solo i soggetti vitali in assoluto, quelli in grado di generare profitti da reinvestire.

Tab. E - Unità locali (esercizi commerciali)
var. assolute 2008 su 2002

	Nord	Centro	Sud	Italia
Piccolo dettaglio tradizionale	5.196	11.690	22.274	39.160
Non specializzati alimentari	1.824	2.636	3.857	8.317
Non specializzati non alimentari	2.089	1.473	2.342	5.904
Specializzati alimentari	-5.103	-1.917	-4.520	-11.540
Tabacchi	1.926	1.094	1.449	4.469
Carburanti	287	370	611	1.268
Farmacie	758	373	948	2.079
Cosmetici e articoli di profumeria	106	286	271	663
Abbigliamento e biancheria	2.770	4.402	8.518	15.690
Calzature	394	609	1.423	2.426
Mobili, elettrodomestici e ferramenta	-1.349	538	1.208	397
Libri, giornali, cartoleria	90	519	1.063	1.672
Altro	1.404	1.307	5.104	7.815
Commercio ambulante	11.192	7.200	16.875	35.267
Grande distribuzione	1.809	533	1.861	4.203
Minimercati (*)	461	114	892	1.467
Supermercati	983	294	645	1.922
Ipermercati	71	11	57	139
Grandi magazzini	15	59	110	184
Grandi superfici specializzate	279	55	157	491
Totale dettaglio	18.197	19.423	41.010	78.630
Ingresso	11.305	9.007	16.419	36.731
Ingresso tradizionale	11.645	7.005	12.857	31.507
Intermediari	-1.038	958	2.627	2.547
Ingresso auto	698	1.044	935	2.677
Totale commercio	29.502	28.430	57.429	115.361

(*) Per i minimercati la variazione è riferita al 2005
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio.

A complemento e chiusura di queste note, si può richiamare il ruolo dell'operatore pubblico come regolatore e non come erogatore di contributi a pioggia, con una funzione d'incentivazione alla riqualificazione degli impianti commerciali. Infine, una questione mai troppo sottolineata resta, purtroppo, attuale perché irrisolta: la riduzione dei costi fissi per il commercio e le imprese dei servizi in generale passa per un'effettiva e completa liberalizzazione dei servizi bancari, assicurativi e di pubblica utilità. La distribuzione commerciale ne trarrebbe beneficio anche indirettamente attraverso un miglioramento del profilo evolutivo delle spese al netto dei consumi obbligati da parte delle famiglie consumatrici.

CAPITOLO 1

IL CONTESTO MACROECONOMICO

1.1 Lo scenario internazionale

La diffusione dei dati sulla stima preliminare del PIL del quarto trimestre 2008 nelle principali economie avanzate, ha confermato, ben oltre le previsioni più pessimistiche, l'avvio di una fase di recessione profonda che si protrarrà per tutto l'arco del 2009, con l'attesa inversione del ciclo solo a partire dal 2010 e non per tutti i Paesi industrializzati.

Le ragioni della crisi economica attuale sono note e più volte enumerate dagli analisti e dai principali organismi internazionali, e appaiono essenzialmente riconducibili alle fortissime turbolenze dei mercati finanziari manifestatesi nell'autunno scorso (sebbene le prime avvisaglie risalgano già al finire dell'estate 2007) e alla carenza di liquidità di istituti bancari di rilevanza e dimensione mondiale, come conseguenza delle insolvenze sul mercato americano dei mutui *subprime*, incorporati in prodotti finanziari strutturati presenti sotto forma di quote rilevanti di risparmio gestito nella quasi totalità dei Paesi avanzati.

Tab. 1.1 - Il PIL reale: economie avanzate e mercati emergenti
var. % medie annue

	2002-06	2007	2008	2009	2010
- Germania (a)	0,9	2,5	1,0	-2,5	0,1
- Spagna (a)	3,3	3,7	1,2	-1,7	-0,1
- Francia (a)	1,7	2,2	0,7	-1,9	0,7
- Italia (a)	0,9	1,5	-0,9	-2,1	-0,1
- Confcommercio			-0,9	-1,8	0,3
UEM 12 (a)	1,7	2,6	0,7	-2,0	0,2
Regno Unito (a)	2,5	3,0	0,7	-2,8	0,2
USA (a)	2,7	2,0	1,3	-1,6	1,6
Giappone (a)	1,8	2,1	-0,7	-2,6	0,6
Economie avanzate	n.d.	2,7	1,0	-2,0	1,1
- Cina	n.d.	13,0	9,0	6,7	8,0
- India	n.d.	9,3	7,3	5,1	6,5
- Brasile	n.d.	5,7	5,8	1,8	3,5
- Messico	n.d.	3,2	1,8	-0,3	2,1
Economie emergenti ed in via di sviluppo	n.d.	8,3	6,3	3,3	5,0
	per memoria:				
PIL mondiale in termini reali	4,5	5,2	3,4	0,5	3,0
Commercio mondiale (b)	7,6	7,2	4,1	-2,8	3,2
PIL delle economie avanzate in % del PIL mondiale (calcolati in PPA)	n.d.	56,3	55,0	54,2	53,2

(a) Consuntivo del 2008 sulla base della stima preliminare del IV trimestre di fonti varie.

(b) Media aritmetica dei tassi di crescita di importazioni ed esportazioni di beni e servizi in quantità.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati IMF, World Economic Outlook, Update January 2009.

La repentina caduta dei valori immobiliari negli Stati Uniti, in una situazione pregressa di fortissimo indebitamento delle famiglie americane, ha determinato un sensibile rallentamento della domanda interna di quel Paese che si è ripercosso a livello mondiale, trasmettendosi così all'economia reale, con cali relevantissimi e storicamente inusitati della produzione industriale

in quasi tutte le economie mature, con particolare evidenza nel comparto produttivo dei mezzi di trasporto, che ha visto un crollo delle immatricolazioni di vetture nuove, misurato da tassi di variazione negativi a due cifre.

Il risultato fortemente negativo dell'ultimo trimestre del 2008, con variazioni congiunturali del PIL, misurate cioè rispetto al trimestre precedente, che oscillano per i principali Paesi europei e gli USA tra il -1% ed il -2%, superando addirittura il -3% nel caso del Giappone, presenta un'inerzia statistica che condiziona l'andamento del 2009. L'anno in corso, infatti, sconta un acquisto congiunturale o eredità (in questo caso negativa) dal 2008 che risulterà consistente. Ne consegue, che anche in assenza di un ulteriore peggioramento ciclico nei prossimi mesi - che pure appare altamente probabile - o di un parziale/totale fallimento delle misure di politica economica adottate dai governi per contrastare la crisi, già il solo trascinarsi negativo dal 2008 sarà sufficiente a far chiudere il 2009, nelle principali economie avanzate, con una riduzione della ricchezza prodotta anch'essa oscillante tra l'1 ed il 2%.

Le informazioni, ancora fortemente incomplete e provvisorie sul 2008 per tutti i principali Paesi, non consentono di individuare con certezza quali settori della domanda interna verranno maggiormente penalizzati dalla recessione, sebbene il quadro che si va profilando evidenzia una probabile consistente flessione degli investimenti - con variazioni anche a due cifre - ed un contributo negativo delle esportazioni nette, conseguente al forte ridimensionamento della domanda estera. Non bisogna infatti dimenticare che proprio nel 2009, le previsioni del Fondo Monetario segnalano una contrazione dei volumi del commercio mondiale di poco inferiore al 3%, un dato che non si registrava con tale intensità dal periodo degli shock petroliferi.

L'ultimo aggiornamento delle previsioni della Commissione Europea, peraltro, sembra confermare questo quadro, nel quale sia per l'Unione a 27, sia per l'eurozona, si profila una sostanziale tenuta della spesa delle famiglie in termini reali, che dovrebbe ridursi mediamente di qualche decimo di punto, mentre per gli investimenti fissi lordi viene segnalata una contrazione pari a circa un -6%, con punte del -10% circa nel comparto degli investimenti in macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto, soprattutto nei tre principali Paesi dell'eurozona, cioè Germania, Francia e Italia. In queste tre realtà, che da sole rappresentano poco più del 70% del prodotto dell'intera area, si rivelerà molto sensibile la riduzione dei volumi esportati - dell'ordine del 5-6% - che per queste economie costituiscono una parte rilevante dei prodotti industriali trasformati e che risentono certamente del previsto calo, per l'anno in corso, del commercio mondiale.

La situazione di stallo produttivo porterà le imprese ad una decisa flessione nel grado di utilizzo degli impianti - incorporata nella prevista forte riduzione degli investimenti - e quindi ad un probabile ridimensionamento altrettanto consistente dei livelli occupazionali. Nel corso del 2009 l'ammontare della disoccupazione in percentuale delle forze di lavoro potrebbe crescere di oltre due punti rispetto all'anno precedente, riportandosi sulla soglia del 9-9,5%

nell'eurozona, con punte di oltre il 16% in Spagna - che raddoppierebbe il tasso di disoccupazione in un solo biennio rispetto al 2007 - e di quasi il 10%, contro il 7,8% del 2008, in Francia, mentre per Germania e Italia il peggioramento sarebbe relativamente minore, passando, rispettivamente, dal 7,1% al 7,7% e dal 6,7% all'8,2% negli stessi anni.

Unico dato positivo, in uno scenario così fortemente compromesso, è rappresentato dall'abbattimento dell'inflazione, che nell'eurozona si collocherà nel 2009 intorno all'1%, contro il 3,3% del 2008, un risultato addirittura inferiore all'obiettivo statutario della BCE. Per Francia e Germania la riduzione della velocità di crescita dei prezzi sarà anche più marcata, portandosi per entrambi il tasso d'inflazione allo 0,8% medio nel 2009, contro il 3,2% ed il 2,8%, rispettivamente per i due Paesi, fatto segnare nel 2008. Anche per l'Italia l'abbattimento dell'inflazione dovrebbe manifestarsi in forma consistente, con una variazione media dei prezzi che passerebbe dal 3,5% del 2008 all'1,2% del 2009. Risulta evidente che tra le cause di questa riduzione generalizzata della velocità di crescita dei prezzi si può individuare, oltre alla sostanziale contrazione della domanda interna, l'azzeramento della cosiddetta inflazione importata, riconducibile alle acute tensioni sulle quotazioni internazionali delle materie prime alimentari ed energetiche manifestatesi tra l'autunno del 2007 e l'autunno del 2008. Il ritorno delle quotazioni del greggio su livelli storicamente normali, cioè tra i 50-60 dollari per barile, è stato assunto anche a base delle previsioni del Fondo Monetario, che ha mantenuto il prezzo del petrolio stabile su questi valori anche per il 2010.

Occorre comunque sottolineare che lo scenario recessivo che sta interessando tutte le economie avanzate riguarda un'area che rappresenta il 55% circa del PIL mondiale.

Sotto un profilo tecnico-statistico si potrebbe affermare che, in realtà, pur con la cautela necessaria ogni qualvolta si debbano valutare delle previsioni, l'economia mondiale nel suo complesso non sarà in recessione nell'anno in corso, né nel 2010. Le stime del Fondo Monetario, infatti, prevedono una crescita del PIL mondiale per l'anno in corso dello 0,5% e del 3,0% nel 2010. Non bisogna dimenticare, infatti, che le economie emergenti ed in via di sviluppo rappresentano ormai il rimanente 45% dell'economia mondiale, con giganti produttivi come Cina e India, le cui economie rallenteranno la propria crescita nel corso del 2009, ma si attesteranno su tassi di incremento ancora ragguardevoli e pari, rispettivamente, al 6,7% ed al 5,1%.

Del resto, questa non è la sola anomalia dell'attuale recessione rispetto al passato. Se si guarda, infatti, alla storia dei cicli economici degli ultimi quarant'anni si nota come il 2009 costituisce il primo episodio, dal secondo dopoguerra, nel quale tutte le economie avanzate entrano contemporaneamente in recessione, con riduzioni del PIL di intensità anche superiore a quelle manifestatesi durante il periodo dei due shock petroliferi degli anni settanta-ottanta. Nelle recessioni passate era ravvisabile uno schema secondo il quale le economie anglosassoni anticipavano i cicli recessivi ed espansivi rispetto alle economie europee continentali, mentre in questo momento storico non sembra più possibile ravvisare, nell'ambito dei Paesi economicamente avanzati, una distinzione di ruoli tra

sistemi produttivi che trainano la crescita, anticipando la ripresa, e sistemi che si immettono successivamente in scia. È quindi probabile che la ricomposizione della distribuzione geografica del prodotto mondiale per effetto della globalizzazione, sempre più a vantaggio degli *emerging markets*, porti ad una ridefinizione degli equilibri dell'economia mondiale nel suo complesso, una volta esaurita e riassorbita la fase flettente del ciclo economico.

Tab. 1.2 - Le recessioni degli ultimi 40 anni in base all'andamento del PIL reale

	var. %																	
	1973	1974	1975	1979	1980	1981	1982	1990	1991	1992	1993	1997	1998	1999	2007	2008	2009	2010
Germania (a)	4,8	0,9	-0,9	4,2	1,4	0,5	-0,4	5,3	5,1	2,2	-0,8	1,8	2,0	2,0	2,5	1,0	-2,5	0,1
Spagna (a)	7,8	5,6	0,5	0,0	1,3	-0,1	1,2	3,8	2,5	0,9	-1,0	3,9	4,5	4,7	3,7	1,2	-1,7	-0,1
Francia (a)	6,6	4,5	-1,0	3,5	1,7	0,9	2,4	2,6	1,0	1,4	-0,9	2,2	3,5	3,3	2,2	0,7	-1,9	0,7
Italia (a)	7,1	5,5	-2,1	6,0	3,4	0,8	0,4	2,1	1,5	0,8	-0,9	1,9	1,4	1,5	1,5	-0,9	-2,1	-0,1
Regno Unito (a)	7,2	-1,3	-0,6	2,7	-2,1	-1,3	2,1	0,8	-1,4	0,1	2,2	3,3	3,6	3,5	3,0	0,7	-2,8	0,2
Stati Uniti (a)	5,9	-0,6	-0,3	3,2	-0,2	2,5	-2,1	1,7	-0,2	3,3	2,7	4,5	4,2	4,5	2,0	1,3	-1,6	1,6
Giappone (a)	8,0	-1,2	3,1	5,5	2,8	2,9	2,8	5,2	3,4	1,0	0,2	1,6	-2,0	-0,1	2,4	-0,7	-2,6	0,6
Canada	7,0	3,7	1,8	3,8	2,2	3,5	-2,9	0,2	-2,1	0,9	2,3	4,2	4,1	5,5	2,7	0,6	-1,2	1,6
	per memoria:																	
Commercio mondiale in volume (b)	11,8	6,1	-2,2	6,9	2,6	2,6	-0,9	6,3	4,4	4,6	3,7	10,3	4,7	5,9	7,2	4,1	-2,8	3,2

(a) Consuntivo del 2008 sulla base della stima preliminare del IV trimestre di fonti varie.

(b) Media aritmetica dei tassi di crescita di importazioni ed esportazioni di beni e servizi in quantità.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati IMF, World Economic Outlook, Update January 2009.

Da ultimo, ma non per questo meno importante, il fatto che questa recessione è affrontata per la prima volta dal secondo dopoguerra non soltanto da singoli Paesi, ma da una aggregazione sopranazionale, l'Unione Europea a 27 membri, che ha costruito al suo interno un'area valutaria comune, la Uem, alla quale è affidata, attraverso la BCE, la gestione esclusiva della politica monetaria. Si tratta di un test di portata storica per la capacità di fornire un indirizzo concreto e incisivo per le decisioni e le aspettative di famiglie e imprese europee.

Del resto, la complessità e le difficoltà di gestire nei suoi aspetti articolati sul piano sociale una recessione delle dimensioni di quella attuale, potrebbe spingere i Governi europei - in forma neanche troppo velata e vincolati dall'esigenza di rendere minima la probabilità di una perdita di consenso - all'adozione politiche neoprotezionistiche dei tipo *beggar-my-neighbor*¹, in parte per i mai sopiti nazionalismi che hanno fatto da freno potentissimo ad un processo di integrazione europea che portasse verso la creazione di uno stato federale, in parte per lo strabismo, tutto interno e limitato all'Uem, tra politica monetaria, appunto, unica, e pluralità di politiche fiscali in numero pari agli Stati aderenti alla moneta unica. In parte, infine, per le differenti situazioni dei conti pubblici che, stante il rispetto del vincolo stringente di parametri

1 Il termine non è utilizzato qui nella sua accezione tecnica, di adozione di politiche di impoverimento del vicino basate sull'imposizione di dazi su merci e servizi o su svalutazioni competitive - peraltro tecnicamente impossibili da realizzare nell'ambito degli accordi di cambio dell'eurozona, né adottabili dai membri esterni all'Uem per ovvie ragioni di opportunità - ma solo per evidenziare come la scelta di politiche rivolte al perseguimento di effetti positivi interni possa generare effetti negativi esterni nei confronti degli altri partner comunitari.

come l'indebitamento netto ed il debito pubblico in rapporto al PIL, possono condizionare le scelte dei Governi in merito all'utilizzo più o meno sistematico e/o intensivo degli stabilizzatori automatici rispetto alle politiche discrezionali.

Se, dunque, l'Unione Europea a 27 membri riuscirà ad abbandonare la sua tradizionale geo-economia degli stati nazionali concentrandosi sul 'comune sentire' declinato in tanti aspetti del *welfare state* (assistenza sanitaria estesa, ammortizzatori sociali, sussidi, politiche di coesione sociale) e che rappresenta un modello oggi imitato per la sua capacità di proporsi come valido strumento di politiche anticicliche, allora potrà guardare alla sua realtà fatta di quasi 500 milioni di cittadini, poco meno di 20 milioni di imprese non agricole, di quasi 220 milioni di occupati, di una quota del 18% sull'export mondiale - la più elevata tra le aree economiche omogenee e i mercati emergenti - la cui sintesi è una dimensione economica corrispondente a circa un quarto del PIL mondiale, con la consapevolezza che solo le scelte e gli indirizzi di *policy* orientati al mercato, senza pretese tentazioni neostataliste, potranno garantire al continente europeo di rimanere tra i protagonisti dell'economia mondiale, anche dopo nuovi assetti ed equilibri inevitabilmente ridisegnati dalla recessione.

1.2 L'Italia

Le ultime informazioni congiunturali sul quarto trimestre del 2008 confermano che lo scorso anno si è chiuso con un risultato peggiore di quanto lasciassero supporre le prime avvisaglie della recessione, portando la variazione del prodotto, rispetto al 2007, ad un dato negativo pari al -0,9%.

Si tratta di una flessione marcata, che evidenzia e ribadisce la maggiore debolezza strutturale del nostro sistema produttivo tra quelli di primaria importanza in ambito europeo. L'Italia, infatti, è l'unico Paese dell'eurozona a segnare una flessione del PIL già nel 2008 sebbene, allargando la visuale all'insieme delle economie avanzate, venga a trovarsi in compagnia del Giappone, il cui risultato del 2008 è una contrazione del PIL di circa lo 0,7% rispetto al 2007.

Non bisogna dimenticare che il profilo di crescita congiunturale della nostra economia nel corso del 2008 è risultato il più debole, assieme alla Germania, tra i Paesi dell'area euro, ma il nostro Paese sconta già da diversi anni un trend di crescita marcatamente modesto, che mediamente presenta tassi di variazione del prodotto dimezzati (+0,9% l'anno tra il 2002 ed il 2006, contro il +1,7% dell'area euro) rispetto a quelli dei nostri principali *partners*.

Inoltre, la flessione del 2008 è risultata amplificata dal rimbalzo statistico derivante dal confronto di una dinamica congiunturale negativa piuttosto elevata - dell'ordine di circa mezzo punto percentuale - per tre trimestri consecutivi, con una crescita congiunturale positiva per i primi tre trimestri del 2007, considerando che l'intensità della contrazione dell'ultimo trimestre del 2008 è risultata pari a sei volte quella registratasi nell'ultimo trimestre del 2007 (-1,8% contro -0,3%).

Tab. 1.3 - Il quadro macroeconomico interno
var. % in volume di periodo e annuali

	2002-2006	2007	2008	2009	2010
PIL	0,9	1,5	-0,9	-1,7	0,3
Importazioni di beni e servizi fob	2,7	4,4	-2,7	-5,2	2,5
Spesa delle famiglie residenti	0,8	1,4	-0,7	-0,8	0,3
- Spesa sul territorio economico	0,7	1,3	-0,8	-0,9	0,2
Spesa della P.A. e ISP	1,9	1,3	0,8	0,8	0,3
Investimenti fissi lordi	1,6	1,2	-2,5	-6,0	4,0
Esportazioni di beni e servizi fob	1,4	5,0	-4,3	-6,3	0,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Questa preoccupante contrazione congiunturale dell'1,8% nel quarto trimestre, come si è già accennato, peserà sul 2009 con un'eredità negativa pari anch'essa all'1,8%, che potrebbe rappresentare proprio la flessione del prodotto per l'anno in corso, rispetto al 2008, nel caso in cui il contributo della componente legata al ciclo risultasse pari a zero. Si tratta, quindi, di una semplice valutazione degli effetti inerziali del sistema economico, a parità delle altre condizioni.

Sulla base dell'esercizio previsivo del nostro modello, gli andamenti delle principali componenti del PIL dal lato della domanda non si discostano significativamente da altri preconsuntivi elaborati dai principali centri previsionali nazionali. Il risultato del 2008 è da ascrivere, anzitutto, al venire meno della domanda estera, cioè ad una sensibile caduta delle esportazioni (-4,3%) più accentuata della flessione delle importazioni e tale quindi da determinare un contributo negativo alla crescita più marcato da parte delle esportazioni nette.

Anche sul fronte dei consumi le nostre valutazioni sono leggermente più pessimistiche rispetto ad altre previsioni, con una riduzione della spesa reale delle famiglie residenti di circa lo 0,7% rispetto al 2007, soprattutto per effetto delle dinamiche già negative, dalla metà dello scorso anno, del mercato del lavoro. La capacità di spesa delle famiglie nel complesso potrebbe risentire, infatti, non già di un ridimensionamento della crescita delle retribuzioni, che anzi risultano ancora in linea se non appena superiori all'inflazione, peraltro in sensibile calo, ma proprio della riduzione dei livelli occupazionali conseguente alla perdita di posti di lavoro, con una conseguente contrazione dei livelli di reddito da lavoro a causa della copertura solo parziale garantita dagli ammortizzatori sociali. Su livelli di reddito così ridimensionati inciderebbero in misura maggiore le spese obbligate o a domanda rigida, costringendo le famiglie a comprimere ulteriormente la quota di consumi di beni commercializzabili e durevoli.

Naturalmente, occorrerà verificare come impatteranno sui volumi di spesa i recenti provvedimenti assunti dal Governo a supporto della domanda (probabilmente non oltre 2 decimi di punto di PIL reale), soprattutto per le famiglie meno abbienti, anche se probabilmente misure più incisive a sostegno dei redditi, come ad esempio la detassazione delle tredicesime, avrebbero forse reso più contenuta la flessione o migliorato la tenuta dei consumi, creando un clima di fiducia più positivo che avrebbe riverberato i suoi effetti anche sul 2009.

Infine, l'ulteriore contributo negativo alla crescita è derivato dall'altra importante componente della domanda interna, vale a dire l'accumulazione di capitale, considerando che la nostra stima è per una flessione degli investimenti fissi lordi in termini reali di circa il 2,5%, derivante, in presenza di una sostanziale dinamica positiva degli ammortamenti - come è risultato storicamente anche in altri periodi di recessione (mediamente il 2% l'anno) - da una pesante contrazione degli investimenti fissi netti, superiore al 16%, particolarmente concentrata nel comparto di macchinari, attrezzature e mezzi di trasporto, più strettamente collegato al ciclo produttivo della manifattura industriale.

Riguardo al biennio 2009-10, anche le nostre ipotesi sono orientate per un sensibile aggravamento della recessione nel corso di quest'anno, mentre sarebbero rinviati alla seconda parte del 2010 i segnali di inversione del ciclo economico e l'avvio della ripresa, sempre che le misure di stimolo alla domanda, via sostegno dei redditi, e l'adozione di nuove regole che aumentino la trasparenza dei mercati finanziari e vincolino le istituzioni creditizie a criteri di gestione patrimoniale e della liquidità più accorti, tali quindi da ricreare le condizioni di fiducia necessarie ad una sana gestione del risparmio, determinino una ripresa vigorosa degli scambi internazionali e quindi della domanda mondiale, così da riavviare una fase di espansione ciclica a cui agganciarsi.

A completamento del quadro delle esogene, la nostra previsione incorpora uno scenario che vede le quotazioni internazionali del greggio sui livelli ipotizzati dal Fondo Monetario, cioè tra i 50 ed i 60 dollari al barile, ed un tasso di cambio stabile intorno al rapporto di 1,25-1,30 dollari per un euro.

Scendendo nel dettaglio dell'esercizio previsivo, la flessione del PIL in termini reali dovrebbe attestarsi all'1,8% nel 2009, a causa dell'ulteriore sensibile deterioramento del contributo della domanda estera (esportazioni a -6,3%, contro il -5,2% delle importazioni) e per la pesante caduta di una componente della domanda interna, nella fattispecie degli investimenti lordi (-6,0%) che, come già ricordato per il 2008, deriva da un vero e proprio tracollo degli investimenti netti, previsti in riduzione per oltre il 30%.

Sul fronte dell'altra componente della domanda interna, cioè la spesa per consumi, sempre in termini reali, la flessione attesa della spesa delle famiglie residenti risulterebbe dello 0,8%, cioè più grave di un decimo rispetto alla riduzione del 2008. Si è, infatti, ipotizzato che il saldo tra le seppur modeste misure adottate dal Governo a favore delle famiglie disagiate - che potrebbero contribuire positivamente per circa 2 decimi di punto di PIL - e le conseguenze di uno scenario occupazionale caratterizzato da una flessione di circa il 2% in termini di unità di lavoro, tale da tradursi in un incremento delle persone in cerca di occupazione per circa 450/550 mila unità e, quindi, in minori redditi da lavoro, risulti compatibile con una riduzione della spesa per consumi oscillante tra lo 0,7 e lo 0,9%. In presenza di una maggiore contrazione della base occupazionale rispetto a quella ipotizzata, lo scenario relativo ai consumi sarebbe destinato a peggiorare.

Il dato per la spesa in termini reali sul territorio, risulta lievemente più negativo (-0,9%) in quanto riflette il prevedibile fortissimo ridimensionamento del saldo turistico, con una drastica contrazione della spesa dei non residenti conseguente al probabile abbattimento dei flussi di turismo *incomìng* verso il nostro Paese.

Nel 2010, nell'ipotesi più favorevole riguardo al miglioramento del contesto internazionale, tornerebbe una crescita modesta di soli tre decimi di punto, alla quale contribuirebbe essenzialmente una rinnovata propensione delle imprese ad accumulare capitale (investimenti lordi a +4,0%), anche se non ancora sufficiente a recuperare la marcata riduzione cumulata del biennio precedente. Anche le esportazioni risulterebbero in fase di inversione del ciclo, con un modesto incremento dello 0,2%, una misura analoga a quella dei consumi (+0,3%), insufficiente tuttavia a recuperare il terreno perso nel biennio 2008-09, soprattutto se si considera che qualora i volumi di spesa delle famiglie venissero misurati in termini pro capite, alla fine del periodo di previsione il livello sarebbe regredito su quello del 1999, ossia un arretramento di dieci anni in termini di tenore di vita individuale.

CAPITOLO 2

I FATTORI DI PRODUZIONE E IL TERRITORIO

Esiste un legame profondo tra variabili demografiche e sviluppo economico. E' infatti riconosciuto come la crescita economica ed il benessere sociale - aggregato secondo qualche funzione che tenga conto dei livelli e della distribuzione di parametri socio-economici - siano legati alle dinamiche demografiche. I cambiamenti nella struttura della popolazione influenzano, infatti, il potenziale di lavoro disponibile così come la determinazione degli stili di vita, i comportamenti di consumo e la richiesta di servizi da parte degli abitanti di un territorio.

2.1 Popolazione e offerta di lavoro

La popolazione italiana residente ha superato nel 2007 i 59,6 milioni di unità, con un incremento demografico di circa 490.000 unità rispetto al 2006, imputabile esclusivamente al contributo del saldo migratorio che ha neutralizzato l'effetto negativo del saldo naturale.

In particolare, nel 2007 il saldo migratorio con l'estero risulta il più elevato degli ultimi 4 anni, presumibilmente legato all'effetto dei decreti di regolarizzazione del 2006 e all'allargamento dell'Unione europea a Romania e Bulgaria dal 1° gennaio 2007. La popolazione straniera residente ha superato i 3,4 milioni e costituisce oggi il 5,8% della popolazione complessiva.

Sotto il profilo strutturale si è registrato un ulteriore incremento del grado di invecchiamento della popolazione che ha investito tutto il territorio e che, unito alla scarsa natalità, sta producendo nel nostro Paese un abbassamento progressivo del potenziale di lavoro disponibile. Gli scenari demografici per i prossimi anni prevedono un'ulteriore riduzione, che potrebbe incidere sulla crescita potenziale dell'economia nelle singole aree.

Oggi la popolazione con più di 65 anni costituisce il 20% della popolazione (contro il 18,7% del 2001) e i giovani fino a 14 anni il 14% (senza sostanziali cambiamenti rispetto al 2001). Questo comporta che l'indice di vecchiaia, calcolato come rapporto tra popolazione sopra i 65 anni e popolazione sotto i 14, sfiori il 143%, ponendo l'Italia al primo posto in Europa nel processo di invecchiamento della popolazione.

La popolazione attiva, ovvero di età compresa tra i 15 e 64 anni, rappresenta il 66% della popolazione residente nel Paese (tab. 2.1).

Analizzando la struttura della popolazione per età su base regionale la Sardegna, la Campania e la Puglia sono le aree in cui è più alta la quota di persone che potenzialmente rappresentano l'offerta di lavoro presente sul territorio, mentre la Liguria è l'area in cui tale percentuale è la più bassa del Paese.

Ai dati demografici è necessario affiancare l'analisi della forza lavoro da cui si desume l'effettiva partecipazione della popolazione al mercato del lavoro.

Il primo elemento che emerge dalla lettura dei dati relativi alle forze di lavoro è che a fronte di un aumento dal 2000 al 2008 del 6,3% a livello nazionale, nel Sud si è riscontrato un calo del 3,6% (tab. 2.2).

Tab. 2.1 - Popolazione residente per classi di età (anno 2007)
composizione % regionale e livelli (migliaia)

	0-14	15-64	65 ed oltre	totale
Piemonte	12,6	64,7	22,7	4.401
Valle d'Aosta	13,5	65,9	20,6	126
Lombardia	13,9	66,3	19,9	9.642
Liguria	11,2	62,0	26,8	1.610
Trentino Alto Adige	16,0	65,8	18,1	1.007
Veneto	14,0	66,4	19,5	4.832
Friuli Venezia Giulia	12,2	64,7	23,0	1.222
Emilia Romagna	12,8	64,5	22,6	4.276
Toscana	12,4	64,4	23,3	3.677
Umbria	12,6	64,1	23,2	884
Marche	13,1	64,4	22,5	1.553
Lazio	13,9	66,5	19,6	5.561
Abruzzo	13,2	65,6	21,3	1.324
Molise	12,9	65,2	21,9	321
Campania	17,0	67,4	15,7	5.811
Puglia	15,3	67,0	17,8	4.077
Basilicata	13,9	66,1	20,0	591
Calabria	14,7	66,8	18,5	2.008
Sicilia	15,6	66,1	18,2	5.030
Sardegna	12,5	69,1	18,4	1.666
Nord-ovest	13,2	65,4	21,4	15.779
Nord-est	13,6	65,5	21,0	11.337
Centro	13,2	65,4	21,4	11.676
Sud	15,4	66,9	17,8	20.827
ITALIA	14,0	65,9	20,0	59.619

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Analizzando le modifiche che sono intervenute nel frattempo all'interno delle forze di lavoro si riscontra come in tutte le regioni la percentuale di occupati sia aumentata, con un conseguente ridimensionamento, tra coloro che partecipano attivamente al mercato del lavoro, della percentuale di persone in cerca di occupazione.

Questo fenomeno, di per sè positivo, risulta, alla luce di quanto registrato per il complesso delle forze di lavoro, sintesi di dinamiche articolate nelle diverse aree del Paese.

Nel Centro-nord l'aumento della quota di occupati sul totale delle forze di lavoro, associata ad un incremento delle persone che partecipano al mercato, sottolinea un miglioramento del contesto e delle possibilità di occupazione, mentre nel Mezzogiorno l'aumento della quota di occupati sul totale sembra derivare soprattutto da una tendenza alla fuoriuscita dal mercato di parte delle persone in cerca di occupazione.

Tale andamento è imputabile sia a fenomeni migratori che al cd. effetto scoraggiamento. Dove il mercato del lavoro è più dinamico e, quindi maggiori sono le possibilità di trovare un impiego, la popolazione è maggiormente incentivata a cercare un lavoro e, al contrario, dove le opportunità sono minori può intervenire l'effetto scoraggiamento che induce a non cominciare

o proseguire la ricerca (e quindi a uscire dalle forze di lavoro, con un riflesso statistico in termini di riduzione del tasso di disoccupazione che non riflette un miglioramento bensì un peggioramento delle condizioni del mercato del lavoro).

Tab. 2.2 - Forze di lavoro 2000-2008
migliaia, var. % e composizione %

	forze di lavoro			composizione %			
	2000	2008 (*)	2000-2008	2000		2008 (*)	
	migliaia	migliaia	var. %	% occupati	% disoccupati	% occupati	% disoccupati
Piemonte	1.876	1.972	5,1	92,2	7,8	95,2	4,8
Valle d'Aosta	62	59	-5,5	89,7	10,3	97,0	3,0
Lombardia	4.003	4.514	12,8	96,0	4,0	96,5	3,5
Liguria	698	690	-1,1	96,8	3,2	94,9	5,1
Trentino Alto Adige	438	476	8,6	95,2	4,8	97,2	2,8
Veneto	2.015	2.231	10,7	95,0	5,0	96,5	3,5
Friuli Venezia Giulia	521	546	4,8	90,0	10,0	95,6	4,4
Emilia Romagna	1.862	2.044	9,8	96,6	3,4	96,9	3,1
Toscana	1.472	1.661	12,9	94,6	5,4	95,1	4,9
Umbria	356	393	10,3	92,9	7,1	95,4	4,6
Marche	612	685	12,0	95,0	5,0	95,5	4,5
Lazio	2.018	2.430	20,4	88,8	11,2	92,5	7,5
Abruzzo	546	557	2,1	89,3	10,7	93,5	6,5
Molise	122	126	3,3	90,0	10,0	90,8	9,2
Campania	2.093	1.929	-7,9	80,0	20,0	87,5	12,5
Puglia	1.475	1.460	-1,0	83,7	16,3	88,6	11,4
Basilicata	221	220	-0,3	85,5	14,5	89,1	10,9
Calabria	693	673	-2,8	80,7	19,3	87,7	12,3
Sicilia	1.850	1.716	-7,2	76,0	24,0	86,2	13,8
Sardegna	665	704	5,8	84,4	15,6	88,1	11,9
Nord-ovest	6.639	7.235	9,0	94,2	5,8	96,0	4,0
Nord-est	4.836	5.297	9,5	95,9	4,1	96,6	3,4
Centro	4.458	5.169	15,9	91,9	8,1	93,9	6,1
Sud	7.665	7.386	-3,6	81,2	18,8	88,1	11,9
ITALIA	23.598	25.087	6,3	89,9	10,1	93,4	6,6

(*) Media dei tre trimestri.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat - Forze di lavoro.

La conferma delle diverse dinamiche registrate tra il 2000 ed il 2008 dai mercati del lavoro locali si legge anche dalle modifiche intervenute nel tasso di attività.

La partecipazione al mercato del lavoro, data dal rapporto tra popolazione attiva e forze di lavoro, è salita nel 2008 al 63%, (61% nel 2000), valore ancora inferiore alla media europea, in particolare per i giovani, le donne e le classi di età più elevate, e lontano dagli obiettivi di Lisbona.

Questo dato sottintende valori molto articolati sul territorio (tab. 2.2).

Mentre nel Nord e nel Centro l'indicatore risulta in crescita negli ultimi anni e arriva a superare il 70% in alcune realtà come Trentino Alto Adige ed Emilia Romagna, nel Mezzogiorno

le persone che appartengono alle forze lavoro sono solo il 52,6% della popolazione attiva, con regioni come Campania e Calabria che non raggiungono neanche il 50% e dove il tasso di attività è addirittura decrescente.

Tab. 2.3 - Tasso di attività % (15-64 anni)*

	2000	2005	2008 (**)
Piemonte	65,2	67,2	68,4
Valle d'Aosta	72,2	68,6	70,0
Lombardia	64,2	68,3	69,6
Liguria	64,3	64,8	67,8
Trentino Alto Adige	68,3	69,3	70,6
Veneto	65,3	67,5	68,7
Friuli Venezia Giulia	65,0	65,8	68,4
Emilia Romagna	69,3	71,2	72,7
Toscana	65,2	67,4	68,9
Umbria	66,1	65,6	68,5
Marche	64,7	66,7	67,7
Lazio	58,7	63,3	65,2
Abruzzo	62,5	62,2	63,4
Molise	57,1	56,9	59,9
Campania	53,8	51,9	48,8
Puglia	53,0	52,1	53,1
Basilicata	57,1	56,2	55,8
Calabria	52,2	52,1	50,0
Sicilia	54,9	52,6	51,2
Sardegna	58,4	59,2	60,5
Nord-ovest	64,6	67,6	69,1
Nord-est	67,0	68,8	70,3
Centro	62,1	65,2	66,9
Sud	54,8	53,6	52,6
ITALIA	61,0	62,4	63,0

(*) Rapporto tra le forze lavoro e la popolazione 15-64 anni.

(**) I dati si riferiscono alla media dei tre trimestri.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat - Forze di lavoro.

La dinamica del tasso di attività nel Mezzogiorno implica un accentuarsi del problema che lega offerta di lavoro e prodotto lordo del Paese nel complesso. E' proprio nelle aree caratterizzate da disoccupazione relativamente elevata e crescita della popolazione che si possono, in teoria, trovare adeguate risorse aggiuntive da impiegare all'interno del processo produttivo. Invece, le suddette dinamiche evidenziano una strozzatura difficile da superare; il nostro Paese è infatti caratterizzato da aree ad elevata domanda di lavoro (Nord) dove l'offerta è ridotta e viceversa.

Il ritorno a significativi flussi migratori dal Sud verso il Nord sui livelli degli anni '70 segnala la sostanziale immobilità del Paese sotto il profilo della questione della riduzione dei divari territoriali.

In passato, la persistenza della disoccupazione su livelli elevati aveva costituito uno dei maggiori problemi dell'economia italiana e, in generale, di quelle europee. Ora il disequilibrio

tra domanda e offerta è diventato meno grave e l'obiettivo è l'innalzamento della partecipazione, nonché la valorizzazione e l'utilizzazione del potenziale di capitale umano, con riferimento a particolari gruppi di popolazione.

Lo sviluppo della disoccupazione nell'attuale frangente congiunturale non muta affatto il suddetto obiettivo. Esso rappresenta, assieme all'innalzamento della produttività dei fattori, l'unica possibilità per migliorare il tenore di vita medio degli italiani.

Tab. 2.4 - Popolazione di 15 anni ed oltre per più elevato titolo di studio conseguito (anno 2007)
composizione % regionale e livelli (migliaia)

	licenza elementare	licenza media	diploma	laurea	totale
Piemonte	24,5	32,6	33,3	9,6	3.784
Valle d'Aosta	24,8	36,8	29,8	8,6	107
Lombardia	22,6	31,7	34,7	11,0	8.189
Liguria	23,4	30,2	34,5	12,0	1.418
Trentino Alto Adige	21,5	33,4	35,8	9,4	825
Veneto	25,8	31,1	34,0	9,2	4.072
Friuli Venezia Giulia	22,8	31,7	35,0	10,4	1.055
Emilia Romagna	27,3	28,4	33,3	10,9	3.667
Toscana	29,8	29,4	29,7	11,0	3.179
Umbria	26,6	26,4	35,7	11,3	760
Marche	28,0	28,8	33,1	10,1	1.330
Lazio	19,8	27,6	38,4	14,2	4.687
Abruzzo	26,3	30,0	33,2	10,5	1.134
Molise	29,7	29,1	30,9	10,3	277
Campania	27,7	35,3	28,5	8,5	4.786
Puglia	29,6	33,7	28,4	8,3	3.433
Basilicata	30,2	29,1	31,9	8,8	505
Calabria	29,9	30,3	30,1	9,7	1.696
Sicilia	29,6	34,3	27,8	8,3	4.206
Sardegna	26,8	37,2	27,6	8,4	1.443
Nord-ovest	23,2	31,9	34,2	10,7	13.499
Nord-est	25,7	30,3	34,0	10,0	9.619
Centro	24,6	28,2	34,7	12,4	9.955
Sud	28,7	33,8	28,8	8,7	17.480
ITALIA	25,9	31,5	32,4	10,2	50.553

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat - Forze di lavoro.

E questo obiettivo è particolarmente urgente per sostenere lo sviluppo economico del Mezzogiorno (e, quindi, dell'intero Paese). Se si considera il valore aggiunto per occupato, facendo 100 l'Italia, nelle regioni meridionali esso è pari a 85,8% nel 2007, contro il 110% del Nord-ovest, e il 102% del Nord-est e del Centro, con un differenziale rispetto alla media nazionale di oltre 14 punti percentuali, sebbene in lieve miglioramento rispetto al 1995 (83,9%).

Il problema principale è diventato, dunque, quello di allargare la platea di popolazione in età attiva effettivamente occupata o che comunque vuole inserirsi nel mercato, e di migliorarne le competenze professionali.

Oggi in Italia poco più del 10% della popolazione di 15 anni ed oltre è in possesso di una laurea e un quarto ha solo la licenza elementare (tab. 2.4).

Se si circoscrive l'analisi al livello di istruzione della popolazione in età adulta (25-64 anni), in Italia nel 2007 quasi la metà della popolazione è ferma alla licenza media: infatti il 48,2% ha conseguito al massimo un livello di istruzione secondaria inferiore, quota che supera il 55% nel Mezzogiorno (tab. 2.5), contro una media UE27 pari al 30% nel 2006 (ultimo dato disponibile).

Tab. 2.5 - Popolazione in età 25-64 anni per più elevato titolo di studio conseguito (anno 2007) dati in migliaia

	licenza elementare	licenza media	diploma	laurea breve, laurea, dottorato	totale
Nord	1.861	5.048	6.201	2.092	15.202
Centro	797	1.940	2.660	1.052	6.450
Sud	2.168	4.045	3.709	1.323	11.245
ITALIA	4.826	11.033	12.570	4.467	32.896
	composizione %				
Nord	12,2	33,2	40,8	13,8	100,0
Centro	12,4	30,1	41,2	16,3	100,0
Sud	19,3	36,0	33,0	11,8	100,0
ITALIA	14,7	33,5	38,2	13,6	100,0

Elaborazioni Ufficio Studi Concommercio su dati Istat - Forze di lavoro.

Anche dopo l'introduzione della laurea breve, appena il 13,6% della popolazione tra i 25 e i 64 anni ha raggiunto il livello di istruzione universitaria, circa 10 punti percentuali in meno rispetto alla media UE27 (23% nel 2006) con forti differenziazioni sul territorio: nel Mezzogiorno la quota non raggiunge il 12%, mentre nelle regioni del Centro supera il 16%.

Un aumento qualitativo e quantitativo dell'istruzione media della popolazione è dunque una delle condizioni necessarie per migliorare l'offerta di lavoro a livello locale e ridurre i divari. In particolare, questi obiettivi dovrebbero essere affiancati alle strategie più generali sull'effettiva occupabilità delle risorse: la diffusione di più elevati titoli di studio il titolo non è sufficiente per risolvere il problema della mancata corrispondenza tra qualità e quantità della domanda di lavoro da parte delle imprese e qualità e quantità dell'offerta di lavoro (ne è parziale testimonianza la questione della disoccupazione o, meglio, della sotto-occupazione intellettuale nel Mezzogiorno).

Tassi d'attività e di occupazione bassi rappresentano un limite alle potenzialità di crescita economica di un'area territoriale e, stante la quasi piena occupazione in molte province italiane, la possibilità di migliorare il tasso aggregato di attività è legata a miglioramenti specifici in particolari territori e specifici gruppi di popolazione (donne e persone tra 55 e 65 anni di età).

Occorre dunque prevedere politiche per incentivare l'entrata nella forze lavoro di categorie che fino ad oggi hanno preferito non partecipare al mondo del lavoro (cd. inattivi),

favorire l'occupazione femminile e la permanenza al lavoro di chi arriva all'età pensionabile, e avvicinare sempre di più il mondo dell'istruzione a quello dell'impresa per consentire l'inserimento dei giovani.

Questi temi dovrebbero essere declinati tenendo presente il processo di terziarizzazione dell'economia, all'interno del quale in particolare il commercio dovrebbe costituire un settore di proposizione di nuove figure professionali rispetto al passato. Non è infatti credibile insistere sulla questione dell'innovazione nel commercio e nei servizi senza nuove figure professionali ad elevata competenza ed occupabilità.

2.2 Le imprese sul territorio

La questione dello sviluppo ancorato al contesto territoriale ed in particolare l'analisi delle relazioni che si stabiliscono tra impresa, sviluppo economico e territorio, assume un rilievo centrale soprattutto per impostare coerenti ed efficaci politiche di sviluppo e di sostegno alla capacità competitiva delle imprese e alla sua innovazione, specie se si tratta di piccole e medie imprese.

Il territorio, infatti, rappresenta l'insieme di conoscenze, competenze, risorse e regole che condizionano l'operare dell'impresa e ne facilitano o ne ostacolano il processo di crescita. Solo un territorio dove si è avviato un processo di riqualificazione è in grado di attrarre ma soprattutto di trattenere imprese ben sapendo che un sistema imprenditoriale vivo e dinamico significa occupazione e sviluppo.

Tra il 2000 e il 2008 lo stock delle imprese registrate all'Anagrafe delle Camere di Commercio è cresciuto complessivamente del 7,1% portando il numero delle imprese a superare i 6 milioni di unità ed evidenziando un forte dinamismo nel sistema che è rallentato in tutte le regioni solo negli ultimi due anni in presenza di una grave crisi economica (tab. 2.6).

Dal punto di vista della geografia economica va evidenziato anzitutto che il Nord è l'area dove si concentra il maggior numero di imprese (il 46,1% del totale) mentre, il 33% opera nelle regioni del Sud e il 20,9% nel Centro. Nel periodo considerato, inoltre, tutte le ripartizioni hanno registrato tassi di crescita positivi e il Sud che si è distinto per quello più marcato (+8,4%).

In questa ripartizione troviamo, infatti, le variazioni di stock più elevate come nel caso della Calabria (+14,4%), della Campania (+11,6%), della Sardegna (+10,6%); il calo di imprese che si è riscontrato in poche regioni (Friuli Venezia Giulia, Valle d'Aosta e Molise) va attribuito soprattutto all'andamento fortemente negativo del settore agricolo.

L'esame dei dati dal punto di vista dei settori economici, escludendo la voce "imprese non classificate", registra un calo di imprese del settore agricolo (-14,7%) dovuto agli effetti della progressiva concentrazione delle attività legate alla produzione che ha determinato, a livello aziendale, fenomeni di accorpamento di imprese.

L'andamento è generalizzato su tutto il territorio ed è stato particolarmente evidente in Veneto (-26,5%), Molise (-24,1%), Friuli Venezia Giulia (-23,5%) e Puglia (-21,5%).

Tab. 2.6 - Le imprese registrate per settore di attività (anno 2008)

	agricoltura		industria		servizi		non classificate		totale	
	stock	var. %	stock	var. %	stock	var. %	stock	var. %	stock	var. %
	'08	'00-'08	'08	'00-'08	'08	'00-'08	'08	'00-'08	'08	'00-'08
Piemonte	66.739	-15,1	130.154	15,2	249.321	10,7	23.292	-16,2	469.506	5,6
Valle d'Aosta	2.186	-26,4	4.049	13,4	6.722	4,6	1.395	-17,1	14.352	-2,0
Lombardia	56.880	-8,2	293.962	10,8	541.524	11,3	65.312	3,4	957.678	9,2
Liguria	14.040	-17,6	44.327	16,6	99.135	3,3	9.036	15,7	166.538	4,9
Trentino Alto Adige	30.727	-4,0	24.841	12,2	50.454	11,8	4.095	-28,1	110.117	4,9
Veneto	85.584	-26,5	150.626	11,2	254.999	13,6	18.168	4,5	509.377	3,2
Friuli Venezia Giulia	19.690	-23,5	30.933	5,4	58.060	-0,2	2.717	49,7	111.400	-3,2
Emilia Romagna	73.144	-18,0	144.009	16,5	245.056	7,1	14.972	41,4	477.181	5,5
Toscana	46.381	-11,8	132.789	12,8	219.656	7,8	16.422	43,6	415.248	7,7
Umbria	19.191	-9,4	25.212	11,7	44.703	11,6	6.056	9,2	95.162	6,5
Marche	35.441	-16,7	52.255	13,7	83.307	13,0	7.533	-5,1	178.536	4,9
Lazio	52.301	-10,6	136.316	20,1	360.989	25,2	35.095	-52,3	584.701	9,5
Abruzzo	33.316	-17,2	38.003	18,7	69.440	13,2	8.924	29,2	149.683	6,5
Molise	11.997	-24,1	7.537	16,4	14.672	14,7	1.750	10,3	35.956	-1,9
Campania	76.403	-11,5	122.620	8,8	307.126	16,0	40.085	56,9	546.234	11,6
Puglia	92.992	-21,5	86.901	14,0	182.896	13,9	27.564	22,7	390.353	3,3
Basilicata	20.737	-10,3	13.549	6,5	25.436	7,9	2.684	82,6	62.406	2,5
Calabria	33.145	13,7	40.914	14,3	91.552	13,5	15.211	22,5	180.822	14,4
Sicilia	104.408	-11,6	97.275	10,8	227.689	13,2	46.387	46,8	475.759	8,5
Sardegna	38.013	-6,7	40.986	27,6	81.397	15,1	12.662	-2,0	173.058	10,6
Nord-ovest	139.845	-12,9	472.492	12,5	896.702	10,1	99.035	-1,4	1.608.074	7,5
Nord-est	209.145	-20,6	350.409	12,8	608.569	9,4	39.952	12,6	1.208.075	3,6
Centro	153.314	-12,3	346.572	15,6	708.655	17,0	65.106	-33,9	1.273.647	8,0
Sud	411.011	-12,9	447.785	13,1	1.000.208	14,2	155.267	35,1	2.014.271	8,4
ITALIA	913.315	-14,7	1.617.258	13,4	3.214.134	12,7	359.360	2,9	6.104.067	7,1

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese

Il settore industriale cresce complessivamente del 13,4% e tassi più o meno in linea con il dato nazionale si registrano in tutte le ripartizioni. Il contributo alla crescita del settore è derivato in larga misura dalle costruzioni piuttosto che dalle imprese di trasformazione, soprattutto da quelle legate alla domanda estera, le quali negli ultimi anni hanno pagato il deciso rallentamento dell'attività.

I servizi che rappresentano il 53% di tutte le imprese sono cresciuti del 12,7%. Rispetto al dato nazionale il Centro e il Sud hanno registrato incrementi più elevati (segnatamente 17% e 14,2%). Tale tendenza riflette la necessità di ampliare la rete di offerta di servizi (dal commercio, alle attività legate al turismo, ai servizi alle imprese) che è ancora insufficiente, specialmente in quelle aree dove la domanda è in potenziale espansione.

2.3 Investimenti e capitale produttivo

Nelle statistiche ufficiali della Contabilità nazionale territoriale non sono presenti informazioni relative alle consistenze del capitale produttivo netto e dei flussi di investimenti fissi netti su base provinciale.

Per stimare una funzione di produzione su dati provinciali è stato quindi necessaria una ricostruzione del capitale netto reale per addetto in serie storica e per ciascun territorio amministrativo. La ricostruzione, largamente imperfetta e approssimativa, ha comunque il pregio di ottimizzare l'informazione disponibile, frammentaria e incompleta, all'interno di un quadro contabile e coerente. Le valutazioni quindi non hanno valore per un'interpretazione dei dati puntuali bensì per comprendere le dinamiche medie di lungo periodo delle diverse aree territoriali.

Alcune operazioni di ricostruzione e omogeneizzazione dei dati provinciali sono state effettuate anche per le unità standard di lavoro (ULA) e per il valore aggiunto in termini reali (valori concatenati, anno di riferimento 2000).

2.3.1 Ricostruzione dei dati provinciali: investimenti e capitale produttivo privato

La procedura è articolata in più fasi volte a:

- i) stimare gli investimenti fissi netti annuali per 103 province ed un *range* temporale il più ampio possibile, compatibilmente con le fonti statistiche disponibili a livello territoriale;
- ii) calcolare una vita media utile delle diverse tipologie di beni che costituiscono lo stock di capitale netto, sotto l'ipotesi che essa si mantenga costante nel tempo, sebbene diversa come numero di anni a seconda della tipologia di bene capitale considerato, in modo da pervenire ad un tasso di ammortamento corrispondente al reciproco del numero di anni;
- iii) stimare lo stock di capitale netto in termini reali a livello provinciale attraverso una procedura che raccorda tutte le informazioni statistiche disponibili a livello territoriale derivanti da fonti ufficiali o, comunque, appartenenti al SISTAN, come l'Istituto Tagliacarne, la Base Informativa Pubblica della Banca d'Italia e, ovviamente, l'Istat per quanto concerne i conti economici nazionali, regionali e provinciali, facendo confluire organicamente un complesso eterogeneo di dati in uno schema di calcolo semplificato ma coerente.

Fase i) Stima degli investimenti fissi netti reali. Si è partiti dagli investimenti fissi lordi (d'ora in avanti, IFL), a prezzi correnti, stimati dall'Istituto Tagliacarne a livello provinciale (103 province) per gli anni 2004 e 2005. In ciascuno dei due anni disponibili, la quota degli investimenti provinciali sul totale della Regione di appartenenza è stata applicata al rispettivo livello regionale degli IFL a prezzi correnti degli ultimi conti territoriali (regionali) di fonte Istat. I nuovi livelli di IFL provinciali a prezzi correnti, compatibili con la contabilità nazionale, sono stati retropolati al 1995 ed estrapolati al 2007 utilizzando la dinamica dei finanziamenti a m/l termine (cioè superiori ai 18 mesi) desumibili dalla Base Informativa Pubblica della Banca d'Italia e scelti opportunamente secondo la corrispondenza agli investimenti fissi per prodotto (cioè abitazioni, fabbricati non residenziali, macchinari e attrezzature, mezzi di trasporto) della classificazione SEC95. Successivamente, i flussi relativi al periodo 1995-2003 e 2006-2007 sono stati nuovamente riproporzionati con i livelli di IFL regionali di fonte Istat, in modo da ottenere una serie storica omogenea a copertura del *range* temporale 1995-2007. Gli investimenti così calcolati, sono stati successivamente deflazionati con il

deflatore implicito degli IFL nazionali, mantenendolo uguale in ciascun anno, per tutte le province (deflatore unico senza differenziazione territoriale). I livelli di IFL in valori concatenati anno 2000 provinciali così ottenuti sono stati riproporzionati *pro quota* provinciale sui totali annuali della contabilità nazionale degli investimenti fissi netti (d'ora in avanti, IFN) in valori concatenati anno 2000, in modo da disporre di una serie storica omogenea di IFN reali utilizzabili per calcolare uno stock di capitale netto reale al tempo $t+1$ partendo da uno stock al tempo t .

Fase ii) Stima della vita media dello stock di capitale e del tasso di ammortamento provinciale. L'ipotesi seguita è quella adottata dall'Istat per il calcolo dello stock di capitale con il metodo dell'inventario permanente, basato su vite medie costanti² per 9 tipologie di beni capitali (la stessa disaggregazione utilizzata per gli IFL). Per il nostro computo sono stati esclusi i mobili e le costruzioni, in quanto alcune prove empiriche hanno evidenziato un'elasticità assai contenuta del valore aggiunto alle variazioni dello stock di queste due tipologie di bene capitale. Per ottenere la vita media dello stock complessivo, diversificata a livello territoriale, si è proceduto ad una doppia ponderazione, la prima a livello nazionale e, successivamente, a livello territoriale. Per la ponderazione a livello nazionale, le vite medie delle 7 rimanenti tipologie di beni capitali (vale a dire, macchine e attrezzature, macchine per ufficio, apparati per telecomunicazioni, mezzi di trasporto su strada, altri mezzi di trasporto, software e altri beni) per branca proprietaria, sono state pesate con le consistenze dello stock di capitale della contabilità nazionale espresse in valori concatenati anno 2000 riferite alle medesime branche proprietarie dello stock, pervenendo ad una vita media dello stock complessivo per ramo di attività economica, nei settori agricoltura, silvicoltura e pesca, industria in senso stretto, costruzioni e servizi. Una volta ottenute le vite medie, a livello nazionale, del totale dei beni capitali per settore proprietario, queste vite medie per ramo di attività economica - e cioè 18 anni per agricoltura, industria in senso stretto e costruzioni e 21 anni per i servizi - sono state ponderate con il numero di unità locali da Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001 a livello provinciale per gli stessi rami di attività economica, al fine di ottenere un'unica vita media dello stock di capitale articolata sul territorio che replicasse con la minima distorsione possibile la struttura produttiva delle diverse branche di attività nelle 103 province considerate. I valori scaturiti dal calcolo risultano compresi tra 19,7 e 20,3 anni. Ne consegue che detta τ_j la vita media dello stock a livello provinciale, con $j = 1, 2, \dots, 103$, il tasso di ammortamento compatibile con le vite medie calcolate a livello provinciale, è pari al reciproco di τ , cioè $\delta_j = \tau_j^{-1}$, e si è attestato su un valore oscillante sul territorio in un intorno del 5% circa.

Fase iii) Stima dello stock di capitale reale provinciale. Sulla base del tasso di ammortamento ottenuto con la procedura descritta nella Fase 2, si è ipotizzato che gli investimenti netti siano proporzionali al capitale netto³ ossia che $IFN_{j,t} = \delta_j \cdot KN_{j,t}$, in modo da ottenere una

2 Istat (2007), «Investimenti fissi lordi per branca proprietaria, stock di capitale e ammortamenti. Anni 1970-2006», in *Statistiche in breve*, Nota Metodologica allegata. Ed anche, Istat (2002), «Gli investimenti lordi di contabilità nazionale dopo la revisione», in *Metodi e Norme*, n. 14.

3 La definizione di *netto* o *loro* riguarda il rispetto della convenzione contabile adottata nelle statistiche ufficiali, a seconda che la somma cumulata nel tempo degli ammortamenti sia assente (netto) o presente (loro) nel computo dello stock di capitale.

consistenza dello stock di capitale netto reale relativa ad un tempo t (il 1995), utilizzando il flusso dell'investimento netto reale al medesimo tempo t ed il tasso di deprezzamento δ , secondo la relazione:

$$KN_{j,t} = IFN_{j,t} \div \delta_j$$

dove $KN_{j,t}$ e $IFN_{j,t}$ rappresentano, rispettivamente, lo stock di capitale netto reale e gli investimenti fissi netti reali al tempo t per la provincia j -esima, con $t = 1995$ e $j = 1, 2, \dots, 103$ e δ il tasso medio di deprezzamento dello stock, costante nel tempo ma variabile per provincia. Il livello dello stock di capitale netto reale così calcolato a livello provinciale per il 1995 è stato riproporzionato secondo la stessa procedura descritta nella Fase *i*) per gli IFN, vale a dire *pro quota* provinciale sul livello dello stock di capitale netto reale della contabilità nazionale relativo al 1995. Per gli anni successivi al 1995, lo stock $KN_{j,t}$ è stato ottenuto applicando la nota definizione contabile dello stock di capitale, ossia:

$$KN_{j,t} = KN_{j,t-1} + IFN_{j,t}$$

con $t = 1996, 1997, \dots, 2007$.

Le consistenze del capitale produttivo reale a livello provinciale così calcolate, sono state infine vincolate ai totali nazionali dello stock di capitale netto in valori concatenati anno 2000 della contabilità nazionale, in modo da ottenere una matrice $j \cdot t$ (cioè 103 province * 13 anni, dal 1995 al 2007) di valori omogenei e coerenti nel tempo dello stock di capitale su base provinciale.

I dati sugli investimenti fissi lordi, netti e sul capitale produttivo sono stati estesi all'anno 2008 utilizzando le informazioni nazionali della contabilità trimestrale e rispettando le proporzioni provinciali dell'anno 2007.

2.3.2 Ricostruzione dei dati provinciali: il valore aggiunto⁴ e le unità standard di lavoro

Il valore aggiunto rappresenta la misurazione dell'incremento di valore che avviene tramite un processo produttivo, grazie allo sfruttamento economico dei fattori produttivi. Tale grandezza corrisponde pertanto alla nuova ricchezza associata con le dotazioni di fattori: attraverso un opportuno modello economico, è possibile stimare la reattività del valore aggiunto alle variazioni nell'impiego dei fattori (la descrizione della funzione di produzione è nel paragrafo successivo).

La base di partenza per la ricostruzione del valore aggiunto provinciale è la più recente serie di contabilità territoriale Istat 2001-2006. Essa è stata retropolata al 1995 con le dinamiche della precedente serie storica 1995-2003, sempre di fonte Istat, mantenendo la struttura a 103 province. I valori così ottenuti sono stati inoltre estrapolati

4 Le analisi territoriali sono basate sul valore aggiunto ai prezzi base, al netto della posta extra-regionale, cioè di quella frazione minima di valore aggiunto che non si può allocare alle province. In tutte le previsioni non abbiamo fatto distinzione tra Pil e valore aggiunto, concetti differenti sotto il profilo contabile, caratterizzati, nella storia recente, anche da dinamiche leggermente diverse (più dinamico il valore aggiunto): il Pil si ottiene sommando al valore aggiunto ai prezzi base l'Iva e le imposte indirette al netto dei contributi alla produzione e ai prodotti. Al di là degli aspetti tecnici, valore aggiunto e Pil rappresentano indicatori molto prossimi, entrambi costruiti per valutare la ricchezza prodotta nel sistema economico in un anno.

al 2007, applicando le quote provinciali sui rispettivi totali regionali al 2006 ai livelli dei valori aggiunti regionali 2007 diffusi nell'ultima edizione Istat dei Conti economici regionali, in modo da ottenere una serie storica di lunghezza uguale a quella dello stock di capitale ricostruito.

Il valore aggiunto ai prezzi base espresso a prezzi correnti di questa matrice $j \cdot t$, con $j = 1, 2, \dots, 103$, $t = 1995, 1996, \dots, 2007$, è stato infine deflazionato con i delatori impliciti regionali del valore aggiunto ai prezzi base al fine di ottenere una base dati omogenea del valore aggiunto ai prezzi base in valori concatenati anno 2000, coerente con le indicazioni della contabilità nazionale di fonte ufficiale. Nella medesima proporzione provinciale, tali dati sono stati estesi all'anno 2008, sulla base del tasso di variazione della stima provvisoria del Pil per l'Italia (-0,9% a valori concatenati).

A loro volta, le serie delle unità di lavoro sono state rielaborate seguendo una metodologia analoga a quella impiegata per il valore aggiunto. Partendo ancora dalle serie della contabilità territoriale Istat 2001-2006, si è proceduto ad un *backcasting* dei livelli occupazionali misurati dalle unità di lavoro sino al 1995 utilizzando la precedente serie dei conti provinciali di fonte Istat 1995-2003. L'ulteriore aggiornamento al 2007 è stato realizzato utilizzando le informazioni derivanti dalle Indagini sulle Forze di Lavoro territoriali, vincolando le serie provinciali così ottenute ai totali dell'ultima contabilità regionale Istat disponibile. Il dato del 2008 utilizza le informazioni sull'indagine continua sulle forze di lavoro rispettando le proporzioni territoriali dell'anno precedente.

2.4 Una funzione di produzione semplificata e la produttività totale dei fattori

La ridotta dinamica della produttività, oggi addirittura negativa, è come ampiamente noto, il difetto principale del nostro sistema economico. La relazione tra input produttivi e valore aggiunto fornisce qualche indicazione, anche sul piano territoriale, delle dinamiche pregresse della produttività. Essa è inoltre necessaria per sviluppare le previsioni del prodotto interno lordo (assumendo le medesime dinamiche del valore aggiunto) per il biennio 2009-2010.

2.4.1 Il modello di riferimento e le elasticità rilevanti

La funzione di produzione utilizzata per valutare, su dati provinciali, la risposta del valore aggiunto agli input di lavoro e di capitale è:

$$Y = AK^\alpha L^{(1-\alpha)} \quad (1)$$

dove Y è il valore aggiunto in termini reali, L il lavoro misurato in unità standard di lavoro (ULA)⁵ e K lo stock di capitale; Y e K sono variabili monetarie valutate a prezzi costanti. La variabile

5 Per una più corretta valutazione dell'input di lavoro è preferibile utilizzare il monte ore lavorate, dato per cui è disponibile una serie storica solo a livello nazionale.

A rappresenta la produttività totale dei fattori (PTF), il parametro α è l'elasticità del valore aggiunto al capitale e $(1-\alpha)$ l'elasticità del valore aggiunto al lavoro.

A parità di fattori produttivi impiegati, un aumento di A consente di ottenere una quantità di prodotto maggiore (i parametri dell'equazione non dipendono dal livello degli input né dell'output). La funzione di produzione (1) è caratterizzata da rendimenti costanti di scala.

Scrivendo il modello in termini delle variabili espresse per ULA e considerando i logaritmi si ha:

$$y_{i,t} = a_{it} + \alpha k_{it} \quad (2)$$

dove le lettere minuscole indicano le corrispondenti trasformazioni logaritmiche. L'indice i indica la i -esima provincia ($i = 1, 2, \dots, 103$) e t il tempo ($t = 1995, \dots, 2008$). LA PTF viene modellata come $a_{i,t} = \delta + a_i + \tau_t + u_{i,t}$. Le grandezze δ e a_i sono, rispettivamente, la costante e l'effetto individuale della provincia i e catturano la componente eterogenea non osservabile del panel, τ_t è l'effetto temporale, mentre gli errori $u_{i,t}$ sono variabili aleatorie normali indipendenti e identicamente distribuite cui attribuiamo la natura di shock stocastici della produttività multifattoriale. Per rendere più flessibile la funzione di produzione semplificata è stata fatta l'ipotesi di variabilità territoriale dell'elasticità del valore aggiunto ai fattori di produzione. Rispetto ai modelli generali (con differenziazione provinciale o regionale di α) qualche differenza significativa sotto il profilo statistico è stata ottenuta per le quattro grandi ripartizioni. Pertanto la formulazione della funzione di produzione semplificata sottoposta a stima è l'espressione:

$$y_{it} = \delta + a_i + \tau_t + \sum_{R=1}^4 \alpha_R \cdot d_R \cdot k_{R,it} + u_{it} \quad (3)$$

dove $R = 1, 2, 3, 4$ identifica quattro variabili dummy ripartizionali che assumono valori pari ad uno se l'indice i seleziona una provincia appartenente alla ripartizione e zero altrimenti.

Per determinare la natura degli effetti individuali (deterministica o stocastica) sono stati utilizzati i test di Hausman e Breusch e Pagan⁶, mentre per testare la significatività degli effetti individuali e temporali è stato utilizzato un test F. Per testare l'ipotesi di rendimenti costanti di scala è stato utilizzato un test del rapporto di verosimiglianza. I risultati di questi test hanno confermato la presenza di effetti individuali deterministici statisticamente significativi e di rendimenti costanti di scala. Gli effetti temporali sono risultati statisticamente non significativi. L'equazione (3) è stata stimata utilizzando lo stimatore *within*⁷, che in questo contesto è consistente ed efficiente: viene così enfatizzata la variabilità interna a ciascuna unità statistica.

Quindi, in base ai risultati dei test, il modello econometrico finale di riferimento si ottiene dal modello (3) imponendo $\tau_t = 0$ e ipotizzando che gli effetti individuali a_{it} siano deterministici. Nella tab. 2.7 sono riportate le stime dei parametri.

6 Per una descrizione esaustiva di questi test si rimanda ad Arellano, M. (2003), Panel Data Econometrics. Oxford University Press: Advanced Texts in Econometrics.

7 Per una discussione sull'uso opportuno degli stimatori panel in presenza di diverse tipologie di dati e modelli si rimanda a Hsiao C. (2003), Analysis of Panel Data. Cambridge University Press.

Tab. 2.7 - Risultati delle stime della funzione di produzione

variabile dipendente:	coeff.	t
valore aggiunto ai prezzi base (valori concatenati)		
α N.O.	0,35*	14,36
α N.E.	0,43*	14,32
α C.	0,50*	15,93
α S.	0,41*	23,26
δ	1,66*	26,98
σ^a ⁸	0,31	
σ^u	0,02	
ρ	0,99	

Nota: * significatività 1%.

La tab. 2.7 conferma l'idea, sulla quale c'è cospicua evidenza empirica per l'Italia, di una quota distributiva del capitale pari a due quinti del reddito contro i tre quinti del reddito prodotto che remunera il lavoro (le quote distributive nel modello vincolato rappresentano le elasticità). Vale la pena di sottolineare che questo risultato è stato ottenuto sulla base di una banca dati provinciale che presenta dei profili di originalità (ancorché largamente imperfetta). Inoltre, le differenze macro-regionali delle elasticità del valore aggiunto ai fattori sono significative, implicando un rigetto del modello "a elasticità unica". Come dire che, anche se non c'è una spiegazione evidente ed intuitiva, le funzioni di produzione sono diverse tra le grandi ripartizioni italiane (e nella misura in cui sono differenti gli effetti di differenziazione provinciale della PTF, cioè gli effetti fissi, anche le funzioni di produzione provinciali).

Se consideriamo che l'elasticità del valore aggiunto al capitale per il Centro e il Sud è maggiore rispetto a quello della ripartizione del Nord-ovest, si può immaginare per queste ripartizioni una maggiore risposta del valore aggiunto per ULA al capitale rispetto alla risposta media delle regioni più capitalizzate. Questa evidenza, debole e piuttosto approssimativa, suggerirebbe qualche ulteriore sforzo per gli incentivi agli investimenti in area 4. Va ricordato tuttavia che 30 anni di agevolazioni in questo senso non hanno prodotto i risultati sperati, probabilmente per le modalità di erogazione (a pioggia) piuttosto che per un difetto di motivazione economica.

Per le previsioni del valore aggiunto nel biennio 2009-10, è stato utilizzato un modello ECM a due stadi basato sull'equazione di lungo periodo (3). L'equazione ECM è la seguente:

$$\Delta y_{it} = \sum_{R=1}^4 \beta_R \cdot d_R \cdot \Delta k_{R,it} + \sum_{R=1}^4 \lambda_R \cdot d_R \cdot \hat{\varepsilon}_{R,it} + u_{it}$$

dove Δ indica la differenza prima annuale e $\hat{\varepsilon}_{R,it}$ l'errore stimato nella relazione di lungo termine. L'errore stimato viene differenziato per ripartizione tramite le dummies d_R , che forniscono ulteriore flessibilità al modello. Le stime sono riportate in tab. 2.8.

⁸ Le grandezze σ^a e σ^u rappresentano le deviazioni standard stimate degli effetti fissi e del termine d'errore. Il coefficiente ρ esprime la frazione di variabilità spiegata dagli effetti fissi su quella totale e costituisce una delle misure di bontà di adattamento del modello panel ai dati.

Tab. 2.8 - Stima dei parametri nel modello ECM a due stadi

variabile dipendente:	coeff.	t
valore aggiunto ai prezzi base (valori concatenati)		
β N.O.	0,41*	9,34
β N.E.	0,43*	8,17
β C.	0,53*	12,05
β S.	0,45*	14,97
λ N.O.	-0,24*	-5,48
λ N.E.	-0,31*	-7,07
λ C.	-0,24*	-5,80
λ S.	-0,30*	-10,84
σ^a	0,08	
σ^a	0.01	
ρ	0,96	

Nota: * significatività 1%.

Tutti i parametri risultano significativamente diversi da zero e di segno atteso. Le elasticità sono tutte positive, e i coefficienti di aggiustamento λ sono tutti negativi e significativi, confermando i risultati del test di cointegrazione⁹. La velocità di aggiustamento è maggiore per il Sud e il Nord-est.

2.4.2 La capacità produttiva del territorio: valore aggiunto, fattori e produttività

Dall'inizio degli anni duemila, nelle principali economie avanzate, si è manifestato un sensibile rallentamento della produttività totale dei fattori (d'ora in avanti PTF), pur in presenza di un PIL potenziale che, fatta eccezione per Germania e Italia, ha continuato a crescere con tassi medi annui più che apprezzabili, compresi tra il 2% ed il 2,5% e addirittura superiori al 3,5% per la Spagna.

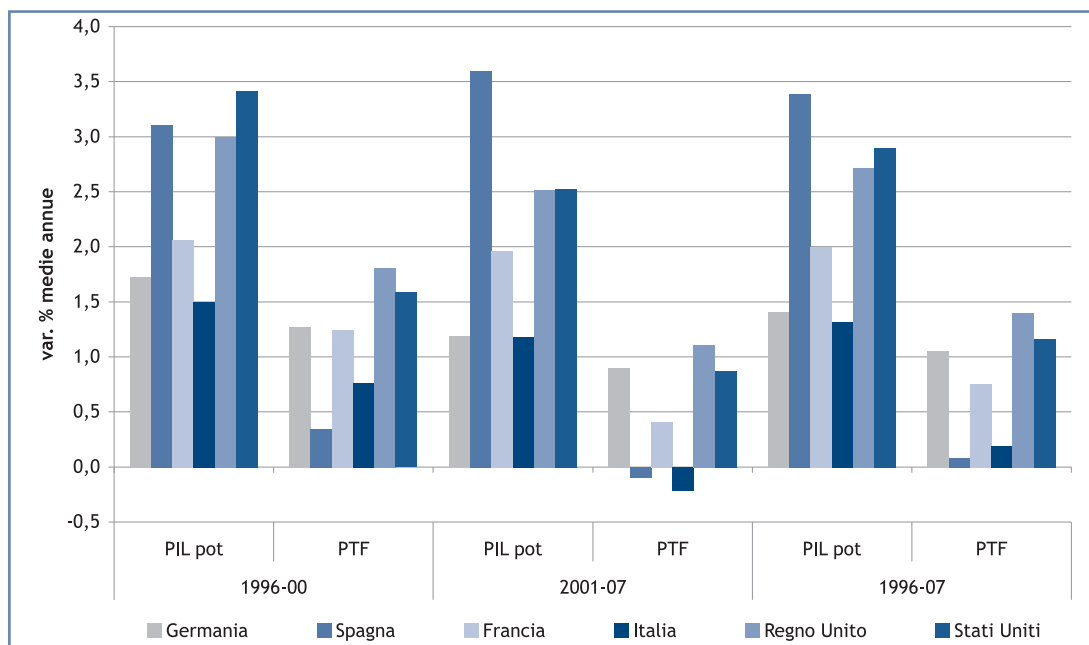
Come è noto, il PIL potenziale misura la capacità di produzione di beni e servizi con il pieno impiego delle risorse¹⁰, vale a dire capitale e lavoro, riflettendo essenzialmente, proprio perché l'input di lavoro è il fattore variabile per eccellenza, l'ampliamento dell'offerta di lavoro conseguente, ad esempio, all'adozione di politiche meno vincolistiche del mercato del lavoro o all'introduzione di elementi di flessibilità nelle forme contrattuali, tali da accrescere

9 Per testare l'eventuale presenza di cointegrazione tra le variabili considerate, è stato utilizzato un particolare test di cointegrazione analogo, per dati in panel, del test di Engle-Granger per serie storiche. Il risultato del test evidenzia la presenza di cointegrazione tra le variabili considerate. Si vedano: Pedroni, P.L. (1999). *Critical Values for Cointegration Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors*. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 61, 4, 653-670 e, Engle, R. and Granger, C.W.J. (1987). *Cointegration and Error-Correction: Representation, Estimation, and Testing*. Econometrica, 251-76.

10 Convenzionalmente, nella letteratura economica, il pieno impiego delle risorse si colloca in corrispondenza della soglia naturale del tasso di disoccupazione, misurabile con indicatori appropriati come il NAWRU (*Non Accelerating Wages Rate Of Unemployment*), vale a dire un tasso di disoccupazione che non genera tensioni salariali nel senso di costringere le imprese, quando la forza-lavoro è insufficiente, a sottrarre fattore lavoro alle imprese concorrenti offrendo salari più elevati e generando così inflazione da costi. In alcuni casi, se nell'equazione dell'offerta aggregata gli scostamenti del PIL effettivo dal prodotto potenziale vengono misurati in termini di deviazioni dell'inflazione effettiva da quella attesa, allora l'indicatore utilizzato per misurare la disoccupazione naturale è anche definito come NAIRU (*Non Accelerating Inflation Rate Of Unemployment*).

la quota di popolazione attiva. A parità di stock di capitale, quindi, si determina un ampliamento dell'offerta aggregata e quindi del PIL potenziale.

Fig. 2.1 - PIL potenziale e produttività totale dei fattori



Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati AMECO-Eurostat.

Sotto questo profilo è interessante evidenziare come la Spagna (fig. 2.1) sia il Paese che mostra una crescita media del PIL potenziale superiore al 3% e, addirittura, più elevata di quella degli USA nel periodo 2001-07. Considerando l'intero periodo 1996-07, non si può non sottolineare come l'economia iberica sia cresciuta con tassi medi annui molto elevati e soprattutto molto prossimi a quelli del suo potenziale, cioè poco meno del 3,5% l'anno. La Spagna, infatti, è il Paese europeo che più di ogni altro ha adottato politiche di flessibilizzazione del mercato del lavoro e ciò ha favorito l'espansione dell'attività produttiva, creando le condizioni favorevoli ad una domanda di lavoro in grado di assecondare l'ampliamento dell'offerta.

Tra il 1995 ed il 2007, il tasso di disoccupazione naturale si è pressoché dimezzato per la Spagna, passando dal 15,4% del 1995, il più alto delle economie avanzate, al 9,7% circa del 2007, circa un punto al di sopra dei livelli di Germania e Francia, che si sono però mantenute stabili su tali valori per tutto il periodo considerato (tab. 2.9). Il dimezzamento del tasso di disoccupazione naturale ha consentito che la crescita del PIL effettivo spagnolo procedesse a ritmi sovrapponibili a quelli del suo prodotto potenziale. Interessante notare come per gli Stati Uniti, il cui tasso di disoccupazione naturale (non inflazionistico) si è mantenuto costantemente intorno al 5% circa, la crescita del PIL potenziale sia derivata essenzialmente da ampliamenti dell'offerta del fattore capitale produttivo.

Tuttavia, in questo primo decennio degli anni duemila, in tutti i Paesi industrializzati si è assistito ad un sensibile rallentamento del processo di accumulazione del stock di capitale

produttivo, cresciuto con un'intensità inferiore alla dinamica occupazionale, con il relativo peggioramento del rapporto capitale per addetto.

Tab. 2.9 - Tasso di disoccupazione che non genera tensioni sui salari (a) (soglia naturale)
in % della forza-lavoro

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Germania	7,5	7,9	8,2	8,4	8,5	8,5	8,6	8,8	8,9	8,9	9,1	8,9	8,6
Spagna	15,4	15,2	14,7	14,0	13,0	12,2	11,4	11,0	10,4	10,0	9,6	9,6	9,7
Francia	9,9	10,0	10,0	10,0	9,9	9,6	9,5	9,4	9,3	9,2	9,1	9,0	8,8
Italia	9,6	9,6	9,6	9,5	9,4	9,1	8,8	8,6	8,4	8,1	7,9	7,5	7,2
Regno Unito	7,9	7,5	7,0	6,5	6,1	5,7	5,3	5,1	5,0	4,9	5,0	5,2	5,4
Stati Uniti	5,4	5,2	5,1	5,0	4,9	4,8	4,8	4,9	5,0	5,1	5,2	5,3	5,5

(a) Si tratta del NAWRU o *Non Accelerating Wages Rate Of Unemployment*.

Fonte: AMECO-Eurostat.

Ciò spiegherebbe, seppur in forma parziale, quella riduzione di oltre mezzo punto percentuale l'anno della velocità di crescita della PTF nelle principali economie avanzate, divenuta addirittura negativa nel nostro Paese, anche probabilmente per il modello di specializzazione produttiva della nostra economia, che risente maggiormente delle oscillazioni cicliche del commercio mondiale, tali da condizionare negativamente, nelle fasi discendenti o di rallentamento, le decisioni di investimento delle imprese.

La PTF, infatti, combina insieme le performance non solo dei due fattori produttivi primari, vale a dire capitale e lavoro, ma anche l'efficienza organizzativa del sistema-Paese in termini di pubblica amministrazione, capitale umano (livello medio di istruzione, *skills*), grado di diffusione del progresso tecnologico.

In realtà, sotto quest'ultimo aspetto, occorre avvertire che l'attuale sistema delle statistiche di contabilità nazionale coglie con difficoltà alcune tematiche strettamente legate alla produttività, come il ruolo delle TIC (Tecnologie dell'informazione e della conoscenza) e della condivisione e della rapidità di accesso all'informazione tramite i collegamenti via internet, che pure hanno un impatto rilevante in termini di miglioramento dell'efficienza produttiva, soprattutto sotto il profilo del prodotto per unità di tempo. Il rischio è, allo stato, anche quello di una possibile sottostima del contributo della PTF alla crescita del prodotto interno lordo delle economie avanzate, sebbene molti progetti ed indagini a livello internazionale stiano cercando di colmare questa lacuna informativa.

La tab. 2.10, i cui risultati per quanto concerne la PTF italiana, sono ottenuti dalla stima del modello descritto nel par. 2.4.1, evidenzia un'assoluta coincidenza, sotto il profilo degli andamenti storici, dei tassi di crescita medi annui calcolati in base alle stime del modello e quelli illustrati nella fig. 2.1 di fonte Eurostat, a conferma dell'affidabilità di risultati ottenuti da una base dati assolutamente differente e ricostruita secondo i criteri illustrati nei riquadri metodologici.

La PTF dell'Italia, infatti, si riduce progressivamente nel tempo in termini di crescita media annua, passando da un tasso medio dello 0,7% del periodo 1996-2000, ad un decremento

medio annuo di circa 2 decimi di punto nel periodo successivo 2001-2007, esattamente come mostrato nella figura dei confronti internazionali.

Tab. 2.10 - Valore aggiunto, capitale, lavoro e PTF nelle ripartizioni geografiche
var. % medie annue

valore aggiunto (in termini reali)					
	1996-00	2001-07	2008	2009	2010
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8	-1,9	0,2
Nord-est	2,2	1,0	-0,7	-1,8	0,4
Centro	1,9	1,6	-0,8	-1,7	0,2
Sud e Isole	2,1	0,8	-1,4	-1,8	0,2
ITALIA	1,9	1,1	-0,9	-1,8	0,3
stock di capitale produttivo (in termini reali)					
	1996-00	2001-07	2008	2009	2010
Nord-ovest	1,6	1,8	1,4	1,0	1,1
Nord-est	1,6	1,8	1,4	1,0	1,1
Centro	1,6	1,7	1,3	0,9	1,0
Sud e Isole	1,7	1,8	1,3	0,9	1,0
ITALIA	1,6	1,8	1,4	0,9	1,0
unità di lavoro standard					
	1996-00	2001-07	2008	2009	2010
Nord-ovest	0,8	1,0	0,2	-1,9	0,1
Nord-est	1,1	0,8	0,7	-1,9	0,2
Centro	0,9	1,5	0,5	-1,8	0,0
Sud e Isole	0,5	0,6	-1,2	-2,2	-0,3
ITALIA	0,8	1,0	0,0	-2,0	0,0
produttività totale dei fattori (PTF)					
	1996-00	2001-07	2008	2009	2010
Nord-ovest	0,6	-0,2	-1,4	-1,1	-0,2
Nord-est	0,9	-0,3	-1,8	-1,2	-0,2
Centro	0,6	-0,1	-1,7	-1,3	-0,3
Sud e Isole	1,0	-0,3	-1,3	-0,9	0,0
ITALIA	0,7	-0,2	-1,5	-1,0	-0,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Banca d'Italia.

Gli andamenti a livello nazionale sono la sintesi di differenti dinamiche sul territorio.

Il quinquennio 1996-2000 ha evidenziato una maggiore vivacità delle regioni meridionali, che hanno fatto registrare il tasso medio annuo di crescita della PTF più elevato, pari all'1,0%, seguite dal Nord-est con +0,9%, mentre nel Nord-ovest e nel Centro si è avvertita la presenza di minori sinergie tra i fattori della produzione, con una crescita media annua della PTF inferiore alla media nazionale.

La flessione generalizzata della PTF verificatasi nel periodo successivo, tra il 2001 ed il 2007, non ha presentato differenze rilevanti nelle quattro ripartizioni, in quanto in tutte le aree il tasso di variazione media annua si presenta con il segno negativo e di intensità non dissimile dalla media nazionale, pari appunto a -0,2%, anche se l'area 2 e l'area 4 evidenziano un decremento medio leggermente superiore (-0,3%), mentre nel Centro, la flessione media annua è più contenuta al -0,1%.

Naturalmente, come si è accennato in precedenza, la PTF ha un ruolo fondamentale nello spiegare la crescita dell'economia, sia a livello territoriale, sia a livello nazionale, in quanto giustifica, con il suo contributo, quella parte della dinamica produttiva che non dipende dalla dimensione del capitale e del lavoro immessi nel processo produttivo.

In altri termini, se si richiama la tabella dei coefficienti di elasticità del valore aggiunto alle variazioni di capitale e lavoro, illustrata nel par. 2.4.1, e si calcolano separatamente i contributi di capitale e lavoro alla crescita del prodotto, sommandoli alla PTF, si ottengono esattamente le stime della crescita del valore aggiunto in termini reali rappresentate nella tab. 2.10 per le quattro ripartizioni e per i periodi storici, nonché per gli anni dell'esercizio previsivo (2008-2010).

A titolo puramente esemplificativo, limitando il ragionamento all'Italia, sebbene replicabile per qualunque delle quattro ripartizioni, se l'elasticità del valore aggiunto al capitale è di circa 0,41 e quella al lavoro di circa 0,59, moltiplicando questi due coefficienti per i tassi medi di crescita del periodo 1996-2000 dei due input produttivi, e cioè, rispettivamente, 1,6% per il capitale e 0,8% per il lavoro, si ottiene una crescita media del valore aggiunto spiegata dai due input in questione di circa 1,1-1,2%, a cui occorre sommare il +0,7% medio annuo - per quello stesso periodo - della PTF, pervenendo così ad una crescita complessiva del valore aggiunta di circa l'1,8-1,9%, che è appunto il risultato illustrato nel primo blocco della tab. 2.10.

Questo semplice esercizio contabile può essere ripetuto anche per il periodo 2001-2007, nel corso del quale, sebbene lo stock di capitale abbia continuato a crescere ad un tasso medio annuo analogo a quello dell'anno precedente, sia a livello nazionale, sia a livello ripartizionale, e pur in presenza di una maggiore crescita occupazionale, anche per effetto di politiche di snellimento e flessibilizzazione del mercato del lavoro adottate proprio nell'ultimo scorcio degli anni novanta, il sensibile rallentamento della crescita è derivato dal crollo della PTF che, come più volte sottolineato, ha assunto un profilo flettente, evidenziando così un peggioramento di tipo strutturale dei fondamentali del sistema-Paese.

Partendo proprio dalle evidenze di questo ultimo decennio, si è scelto nell'esercizio previsivo per il biennio 2009-10 di mantenere la PTF sugli stessi livelli del 2008, anno nel quale si è ridotta di ben un punto percentuale e mezzo rispetto al 2007 nella media nazionale, arrivando ad un -1,8% circa nelle aree 2 e 3, mentre la flessione è risultata più attenuata, intorno al -1,4% per il Nord-ovest ed il Mezzogiorno. Sulla riduzione della PTF ha influito certamente l'azzeramento della crescita occupazionale e l'ulteriore ridimensionamento del tasso di incremento dello stock di capitale¹¹, portatosi quest'ultimo nella media nazionale

11 L'ipotesi di base al consistente ridimensionamento del tasso di incremento dello stock di capitale produttivo netto, deriva dalla previsione di un profilo fortemente negativo per gli investimenti fissi netti. Come si ricorderà, lo stock di capitale netto in ciascun anno t , è generato dalla somma dello stock netto al tempo $t-1$ e del flusso di investimenti netti al tempo t . Poiché storicamente, nelle fasi di recessione del passato la componente degli ammortamenti ha mantenuto un trend di crescita comunque moderatamente positivo - dell'ordine del 2% l'anno circa - si è ipotizzato che riduzioni degli investimenti fissi lordi compatibili con la marcata caduta dell'attività produttiva, primariamente del comparto della trasformazione industriale, ed il conseguente minor grado di

intorno al +1,4%. Il risultato dei diversi contributi alla crescita sulla base delle elasticità e del residuo della PTF ha portato ad una flessione del valore aggiunto nel 2008 di circa lo 0,9% rispetto al 2007, di entità più marcata per l'area 4, dove la flessione è risultata pari al -1,4%, mentre leggermente meno negativa della media nazionale nelle rimanenti aree territoriali.

Ad ulteriore chiarimento delle ipotesi di base dell'esercizio previsivo, i cui risultati sono già stati evidenziati nel par. 1.2, occorre dire che l'ipotesi della PTF costante agli stessi livelli del 2008 è compatibile solo con una stima degli effetti fissi nel lungo periodo (cioè della parte differenziata su base provinciale della funzione di produzione). La PTF, infatti, non sarebbero in grado di spiegare la contrazione produttiva molto sostenuta verificatasi nel quarto trimestre del 2008 e la sua eredità in termini di trascinamento sul 2009, anno nel quale la recessione raggiungerebbe il suo maggior punto di svolta negativo (-1,8% del PIL in termini reali). Solo nel 2010 si manifesterebbe l'avvio della ripresa e il ritorno su tassi di crescita positivi del prodotto (+0,3%).

L'efficacia predittiva del modello è stata, quindi, mantenuta implementando la procedura di correzione dell'errore o ECM (*Error Correction Model*), che consente appunto di stimare gli effetti breve periodo e quindi di cogliere gli *shock* congiunturali che fanno deviare la produzione dal trend di lungo periodo. Ne consegue che la forte recessione dell'anno in corso è spiegata proprio dal contributo negativo della PTF, pari nella media nazionale a -1,0%, considerando che la flessione dell'occupazione contribuisce negativamente nel 2009 per circa 1,2 punti percentuali e lo stock di capitale netto, invece, positivamente per circa 0,4%. La somma algebrica di questi contributi restituisce la flessione del PIL nel 2009 dell'1,8%.

A livello di ripartizione, il contributo maggiormente negativo in termini di PTF è quello registrabile in area 3 (-1,3%), sebbene la flessione occupazionale appena migliore della media nazionale fa sì che la contrazione del prodotto, a parità di contributo dello stock di capitale, si attesti al -1,7%.

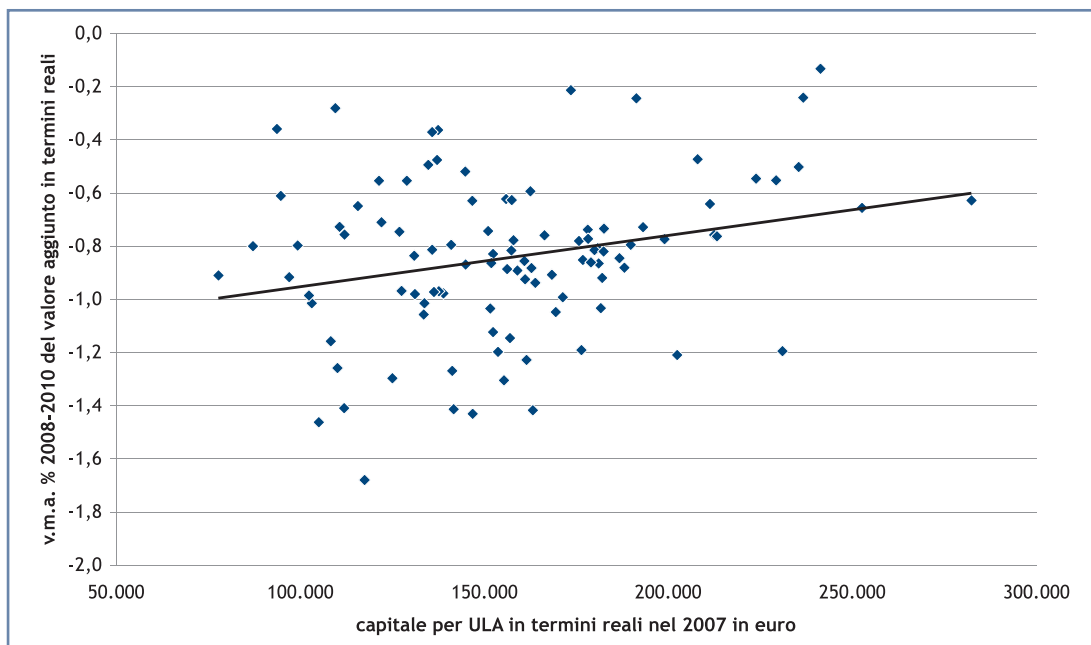
Nel Mezzogiorno, invece, area storicamente sottocapitalizzata, gli effetti fissi contribuiscono meno negativamente rispetto alla media nazionale (-0,9%) e quindi la contrazione del prodotto in area 4 è maggiormente spiegata dalla flessione occupazionale, che contribuisce negativamente per 1,3 punti percentuali.

Le aree 1 e 2, infine, presentano una riduzione del prodotto nel 2009 di entità pressoché in linea con la media nazionale, sebbene il Nord-est evidenzia una performance lievemente più negativa della PTF.

utilizzo degli impianti, si sarebbe tradotto, a parità di ammortamenti, in elevate contrazioni degli investimenti fissi netti, determinate non solo dal peggioramento delle aspettative di profittabilità delle imprese, ma anche da probabili problemi di razionamento del credito, conseguenti alla più generale situazione di difficoltà del circuito bancario, indotte dalla insufficienza di liquidità. L'estrapolazione dello stock di capitale netto, che entra come variabile esogena nel modello, per il periodo 2008-10, è stata effettuata ipotizzando un'evoluzione degli investimenti fissi netti caratterizzata da una flessione del 16,2% nel 2008, del 30,4% nel 2009 - anno di picco della recessione - e da un incremento del 10,1% nel 2010, anno quest'ultimo per il quale si è congetturato il verificarsi dell'inversione del ciclo.

Nell'anno dell'ipotizzata ripresa, cioè il 2010, la crescita assai modesta di qualche decimo di punto è spiegata per tutte le aree essenzialmente con la modesta crescita del capitale, considerando appunto che per ogni punto di incremento dello stock - sulla base della relativa elasticità - il prodotto cresce di circa quattro decimi di punto. Poiché l'occupazione è prevista stagnante, la crescita derivante dalla variazione dello stock di capitale si decurta in tutte le ripartizioni di 1-2 decimi di punto per effetto del contributo negativo della PTF, portando così l'incremento del prodotto in area 1, 3 e 4 ad appena lo 0,2% ed allo 0,3% nella media nazionale.

Fig. 2.2 - Il ruolo dei fattori produttivi nella crescita



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Infine è da apprezzare (fig. 2.2) la correlazione positiva tra dotazione media del capitale produttivo per unità di lavoro e performance del prodotto nel periodo di previsione 2008-10. La variazione media annua del periodo è ovviamente negativa, incorporando la pesante flessione cumulata del biennio 2008-09, ma è comunque importante sottolineare come nelle province con una più elevata dotazione di capitale produttivo unitario, la variazione del prodotto risulti meno negativa rispetto alle province sottocapitalizzate.

Come si è visto, il capitale per unità di lavoro non è sufficiente da solo a spiegare le performance di crescita, ma è evidente che nel lungo periodo solo il convergere delle province sottocapitalizzate verso i livelli di capitale netto unitario delle province nelle quali è maggiore l'accumulazione di capitale, può consentire l'accelerazione dei ritmi di produzione delle ricchezze sul territorio, in quanto maggiore dotazione di capitale produttivo richiama maggiori flussi occupazionali qualificati e quindi maggiore presenza di capitale umano, vale a dire proprio le condizioni ideali nelle quali si realizzano quelle sinergie tra input produttivi che si traducono in una crescita anche della produttività totale dei fattori.

CAPITOLO 3

LE DINAMICHE DEL VALORE AGGIUNTO NEL TERRITORIO

3.1 Il valore aggiunto e la produttività: analisi e previsioni regionali

L'analisi relativa alle performance di valore aggiunto e produttività condotte a livello territoriale, si riferisce a dati che, ricostruiti secondo le indicazioni contenute nei riquadri metodologici del presente Rapporto, risultano compatibili e coerenti con le fonti ufficiali e quindi non compromettono in alcun modo il valore esplicativo delle risultanze che emergono dalle dinamiche del prodotto, sia in termini complessivi, sia in termini unitari (produttività del lavoro)¹².

Tab. 3.1 - Valore aggiunto ai prezzi base a prezzi correnti
composizione % regionale per settore di attività economica

	1995				2006				2007			
	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT
Piemonte	7,2	10,8	8,0	8,8	6,1	9,0	7,8	8,1	6,2	9,0	7,8	8,1
Valle d'Aosta	0,1	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
Lombardia	11,2	26,4	18,6	20,7	11,4	26,2	19,4	21,0	11,4	26,0	19,5	21,1
Trentino-Alto Adige	2,6	2,0	3,5	3,0	3,4	1,9	2,1	2,1	3,7	1,9	2,1	2,1
Veneto	9,3	11,3	8,1	9,1	8,3	12,2	8,5	9,5	9,1	12,2	8,5	9,5
Friuli-Venezia Giulia	2,3	2,4	2,4	2,4	1,7	2,3	2,3	2,3	1,9	2,3	2,3	2,3
Liguria	2,3	2,4	2,4	2,4	2,2	1,8	3,2	2,8	2,2	1,9	3,2	2,8
Emilia-Romagna	10,4	10,1	8,1	8,8	9,7	10,8	7,9	8,7	9,7	10,9	7,9	8,8
Toscana	4,9	6,8	6,7	6,7	6,2	6,6	6,8	6,7	6,5	6,6	6,7	6,7
Umbria	1,7	1,4	1,4	1,4	1,5	1,4	1,4	1,4	1,6	1,5	1,4	1,4
Marche	3,0	2,8	2,4	2,5	2,3	3,1	2,4	2,6	2,4	3,1	2,4	2,6
Lazio	5,6	6,2	12,3	10,3	6,1	6,3	12,8	10,9	6,1	6,4	12,8	10,9
Abruzzo	2,5	1,9	1,9	1,9	2,5	2,0	1,7	1,8	2,4	2,1	1,7	1,8
Molise	0,7	0,4	0,4	0,4	0,8	0,4	0,4	0,4	0,8	0,4	0,4	0,4
Campania	7,1	4,7	7,0	6,3	7,9	4,5	6,9	6,3	7,9	4,5	6,8	6,2
Puglia	10,4	3,5	4,8	4,6	8,7	3,9	4,6	4,5	7,9	3,8	4,7	4,5
Basilicata	1,5	0,7	0,7	0,7	1,7	0,7	0,7	0,7	1,8	0,7	0,7	0,7
Calabria	4,5	1,2	2,4	2,1	5,2	1,4	2,4	2,2	4,6	1,4	2,4	2,2
Sicilia	9,5	3,6	6,4	5,7	10,4	3,4	6,1	5,5	10,2	3,4	6,0	5,4
Sardegna	3,0	1,7	2,3	2,1	3,6	1,5	2,3	2,2	3,7	1,5	2,3	2,1
Nord-ovest	21,0	39,4	30,4	32,8	19,8	37,3	30,6	32,2	19,9	37,1	30,8	32,2
Nord-est	24,3	25,7	20,8	22,4	23,2	27,2	20,8	22,6	24,4	27,3	20,9	22,7
Centro	15,2	17,3	22,8	20,9	16,1	17,5	23,3	21,6	16,5	17,6	23,4	21,7
Sud e Isole	39,4	17,6	26,0	23,9	40,8	17,8	25,2	23,6	39,2	17,8	25,0	23,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ASP: agricoltura, silvicoltura e pesca; IND: industria; SER: servizi; TOT: valore aggiunto totale nazionale.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

L'ultima edizione dei conti economici territoriali, diffusi recentemente dall'Istat, che consente di disporre di informazioni aggiornate al 2007, non ha apportato cambiamenti sostanziali all'analisi sviluppata nel precedente Rapporto.

La distribuzione del valore aggiunto per area di produzione presenta nel tempo differenze pressoché trascurabili, con il Nord-ovest che mantiene la quota prevalente di valore aggiunto,

12 Cfr. la nota 13 del par. 3.1, Rapporto sulle Economie Territoriali, febbraio 2008.

pari ad oltre il 32% del totale nazionale - seppur in progressiva riduzione di circa 6 decimi di punto nell'arco dei dodici anni considerati - ed il restante 68% circa distribuito nelle rimanenti aree in proporzione simile, anche se il Mezzogiorno con il 23,3% peggiora la sua posizione relativa, riducendosi ancora di tre decimi di punto rispetto al 2006 e distanziandosi di sei decimi di punto dalla quota che deteneva nel 1995. Migliora, invece, la posizione relativa delle aree 2 e 3, che accrescono la propria quota, rispettivamente del 22,7% e del 21,7%, di un decimo di punto rispetto al 2006, ma di quasi un punto percentuale rispetto al 1995 per il Centro (tab. 3.2).

Tab. 3.2 - Le imprese registrate per settore di attività nel 2008
composizione %

	ASP	IND	SER	NC	TOT
Piemonte	7,3	8,0	7,8	6,5	7,7
Valle d'Aosta	0,2	0,3	0,2	0,4	0,2
Lombardia	6,2	18,2	16,8	18,2	15,7
Liguria	1,5	2,7	3,1	2,5	2,7
Trentino Alto Adige	3,4	1,5	1,6	1,1	1,8
Veneto	9,4	9,3	7,9	5,1	8,3
Friuli Venezia Giulia	2,2	1,9	1,8	0,8	1,8
Emilia Romagna	8,0	8,9	7,6	4,2	7,8
Toscana	5,1	8,2	6,8	4,6	6,8
Umbria	2,1	1,6	1,4	1,7	1,6
Marche	3,9	3,2	2,6	2,1	2,9
Lazio	5,7	8,4	11,2	9,8	9,6
Abruzzo	3,6	2,3	2,2	2,5	2,5
Molise	1,3	0,5	0,5	0,5	0,6
Campania	8,4	7,6	9,6	11,2	8,9
Puglia	10,2	5,4	5,7	7,7	6,4
Basilicata	2,3	0,8	0,8	0,7	1,0
Calabria	3,6	2,5	2,8	4,2	3,0
Sicilia	11,4	6,0	7,1	12,9	7,8
Sardegna	4,2	2,5	2,5	3,5	2,8
Nord-ovest	15,3	29,2	27,9	27,6	26,3
Nord-est	22,9	21,7	18,9	11,1	19,8
Centro	16,8	21,4	22,0	18,1	20,9
Sud	45,0	27,7	31,1	43,2	33,0
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ASP: agricoltura, silvicoltura e pesca; IND: industria; SER: servizi; NC: Non classificate; TOT: Totale imprese.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Permane, dunque, per il Mezzogiorno, il divario di produttività con le altre aree - vale il 36% di popolazione contro 23% di produzione - a testimonianza di un ridotto tasso di partecipazione al lavoro, prevalentemente nella componente femminile e giovanile, così come Lombardia, Lazio e Veneto si confermano, in quest'ordine, le tre regioni con la quota di produzione più elevata, rispettivamente del 21,1%, del 10,9% e del 9,5%, tutte in miglioramento di 4-6 decimi di punto rispetto alla quota detenuta nel 1995.

Scendendo nel dettaglio della distribuzione verticale dei singoli comparti di attività economica, un dato che colpisce è la sostanziale cristallizzazione della distribuzione sul territorio, nel senso che nel corso del periodo considerato non si sono verificati “sorpassi” di regioni o aree a danno di altre, ma solo piccoli aggiustamenti di alcuni decimi di punto nel corso del tempo.

Il valore aggiunto agricolo, ad esempio, è ancora appannaggio delle regioni meridionali, con una quota di oltre il 39% nel 2007, anche se in riduzione di 2 decimi di punto rispetto al 1995 mentre, per converso, le attività industriali risultano ancora concentrate nel Nord-ovest, che continua a rappresentare oltre il 37% della produzione industriale complessiva, seppur in calo di quasi 2 punti percentuali rispetto alla quota del 1995.

La tab. 3.1 suggerisce anche che oltre la metà del valore aggiunto dei servizi viene prodotta nelle regioni del Nord, con una quota di quasi il 31% riferita al 2007 in area 1 che si è incrementata di 4 decimi di punto nel periodo considerato. Naturalmente, la distribuzione verticale delle attività economiche sul territorio, riflette, a prima vista, quella delle imprese (tab 3.2) e quindi, quand’anche per semplicità si assumesse come parametro di riferimento il valore aggiunto medio per impresa a livello nazionale, la densità di imprese di un determinato comparto produttivo in determinate aree comporterebbe un’analoga concentrazione del valore aggiunto in quelle medesime aree.

Non a caso, la Lombardia che presenta con il 26% la quota di valore aggiunto industriale più elevata a livello nazionale nel 2007, è anche la regione dove risulta parimenti più elevata la quota di imprese industriali (oltre il 18% secondo la tab. 3.2) e la stessa riflessione può essere fatta in relazione alla concentrazione delle attività economiche dei servizi.

Passando all’analisi della composizione settoriale delle attività produttive per area territoriale - in base alla quale la produzione complessiva di un’area (provincia, regione, o ripartizione che sia) viene scomposta orizzontalmente tra le diverse branche da cui origina - occorre ricordare che le attività dei servizi comprendono il valore aggiunto delle Amministrazioni pubbliche¹³, anche se questa avvertenza non sminuisce in alcun modo l’indicazione incontrovertibile della tab. 3.3, le cui evidenze suggeriscono come nel lungo periodo si sia realizzato un graduale ma costante processo di terziarizzazione delle attività economiche, non solo nel Centro-nord, ma anche nel Mezzogiorno.

È certamente innegabile che il terziario rappresenti, in modo diffuso sul territorio, l’attività economica più importante, con una quota che a livello nazionale è cresciuta tra il 1995 ed il 2007 da poco meno del 67% a circa il 71%. A livello di ripartizioni e di singole regioni, le rispettive quote dei servizi sul totale del valore aggiunto, si collocano negli anni alcune al di

13 Uno dei *caveat* da considerare nel valutare i nessi di causalità che solitamente si fanno discendere dalle analisi statistiche descrittive, nella fattispecie dei dati territoriali, è rappresentato dal fatto che in alcune regioni, come il Lazio, proprio per la concentrazione delle sedi delle Amministrazioni centrali nella Capitale, il peso dei servizi supera ampiamente l’80% del valore aggiunto regionale, rammentando che, secondo i criteri standard della contabilità nazionale, il valore aggiunto delle Amministrazioni pubbliche è stimato attraverso il costo del lavoro dei dipendenti.

sopra, altre al di sotto della media nazionale, ma l'elemento comune è rappresentato dal fatto che tutte le aree indistintamente presentano una quota del valore aggiunto dei servizi non inferiore al 60% ad inizio periodo (tranne il caso del Veneto la cui quota del 1995 è del 59,4%), con incrementi costanti nel tempo del peso sul totale delle attività economiche, tra i 4 ed i 7 punti percentuali.

Tab. 3.3 - Valore aggiunto ai prezzi base a prezzi correnti
composizione % dei settori di attività economica per regione

	1995				2006				2007			
	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT
Piemonte	2,6	36,7	60,7	100,0	1,6	29,8	68,6	100,0	1,5	30,1	68,4	100,0
Valle d'Aosta	1,3	25,2	73,5	100,0	1,3	25,3	73,4	100,0	1,2	25,1	73,7	100,0
Lombardia	1,7	38,3	60,0	100,0	1,1	33,4	65,5	100,0	1,1	33,3	65,6	100,0
Trentino-Alto Adige	3,7	25,7	70,6	100,0	3,5	24,5	72,0	100,0	3,6	24,3	72,1	100,0
Veneto	3,3	37,3	59,4	100,0	1,9	34,5	63,7	100,0	1,9	34,7	63,3	100,0
Friuli-Venezia Giulia	3,1	30,8	66,1	100,0	1,6	27,1	71,3	100,0	1,7	27,2	71,1	100,0
Liguria	2,8	19,9	77,3	100,0	1,7	17,6	80,7	100,0	1,6	18,0	80,4	100,0
Emilia-Romagna	3,8	34,5	61,6	100,0	2,4	33,2	64,4	100,0	2,2	33,6	64,2	100,0
Toscana	2,4	30,7	66,9	100,0	2,0	26,6	71,5	100,0	2,0	26,8	71,2	100,0
Umbria	4,0	30,8	65,2	100,0	2,2	28,0	69,8	100,0	2,3	28,2	69,5	100,0
Marche	3,9	33,5	62,6	100,0	1,9	31,8	66,3	100,0	1,8	32,0	66,2	100,0
Lazio	1,8	18,2	80,1	100,0	1,2	15,6	83,2	100,0	1,1	15,8	83,1	100,0
Abruzzo	4,4	29,5	66,1	100,0	2,9	30,2	66,9	100,0	2,7	31,2	66,2	100,0
Molise	5,2	26,0	68,8	100,0	4,0	25,4	70,6	100,0	4,0	25,1	71,0	100,0
Campania	3,6	22,5	73,9	100,0	2,7	19,1	78,3	100,0	2,6	19,8	77,7	100,0
Puglia	7,4	22,9	69,7	100,0	4,1	23,0	72,9	100,0	3,6	23,1	73,3	100,0
Basilicata	6,5	28,0	65,6	100,0	5,0	25,3	69,7	100,0	5,1	25,1	69,8	100,0
Calabria	6,8	17,2	76,0	100,0	5,0	17,3	77,7	100,0	4,3	17,3	78,3	100,0
Sicilia	5,4	19,0	75,6	100,0	4,0	16,7	79,3	100,0	3,8	16,9	79,2	100,0
Sardegna	4,6	23,4	72,0	100,0	3,5	19,1	77,3	100,0	3,5	19,3	77,2	100,0
Nord-ovest	2,1	36,1	61,8	100,0	1,3	31,1	67,6	100,0	1,3	31,1	67,7	100,0
Nord-est	3,5	34,4	62,1	100,0	2,2	32,3	65,5	100,0	2,2	32,6	65,2	100,0
Centro	2,4	24,9	72,8	100,0	1,6	21,8	76,7	100,0	1,5	21,9	76,5	100,0
Sud e Isole	5,3	22,1	72,6	100,0	3,7	20,3	76,1	100,0	3,4	20,6	76,0	100,0
ITALIA	3,2	30,0	66,7	100,0	2,1	26,8	71,1	100,0	2,0	27,0	70,9	100,0

ASP: agricoltura, silvicoltura e pesca; IND: industria; SER: servizi; TOT: valore aggiunto totale di area.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Questa espansione delle attività terziarie si è accompagnata ad un graduale arretramento delle attività industriali, che si sono ridotte dal 30% del 1995 al 27% del 2007 a livello nazionale, con un ridimensionamento che ha interessato tutte le ripartizioni, sebbene in area 1 e 2 la quota di valore aggiunto industriale si sia mantenuta, rispettivamente, ad oltre il 31% e a poco meno del 33%, mentre decisamente più marcato è il ridimensionamento del peso delle attività industriali in area 3 e 4. Nelle regioni del Centro, infatti, la quota di valore aggiunto industriale scende di ben 4 punti, dal 24,9% del 1995 al 21,9% del 2007, così come nel Mezzogiorno, la contrazione del peso delle produzioni industriali è di 1,5 punti percentuali, portandosi dal

22,1% del 1995 al 20,6% del 2007, a testimonianza delle maggiori difficoltà incontrate dal tessuto industriale del Centro-sud, strutturalmente più debole e sottocapitalizzato, nella sfida competitiva imposta dall'ingresso del nostro Paese nella moneta unica.

Anche la quota del valore aggiunto agricolo, in linea con le tendenze di tutte le economie avanzate, si è ridotta costantemente nel tempo, scendendo a livello nazionale dal 3,2% del 1995 al 2,0% del 2007, con un peso tra l'1% e l'1,5% nelle regioni delle aree 1 e 3 e di poco più del 2% in quelle del Nord-est, mentre nelle aree del Mezzogiorno, seppur in calo, la quota del valore aggiunto agricolo è risultata nel 2007 poco al di sotto del 3,5% rispetto al totale delle attività economiche dell'intera ripartizione.

Il quadro della struttura produttiva territoriale, si riflette sulle performance del valore aggiunto nelle diverse realtà geografiche.

Un primo spunto di riflessione è suggerito dal confronto tra i due sottoperiodi storici in cui si articola l'intervallo temporale considerato nell'analisi.

L'evidenza più rilevante è il dimezzamento del tasso di incremento del prodotto in termini reali, che passa a livello nazionale dall'1,9% medio annuo ad appena l'1,1%. Per alcune regioni del Nord, come Trentino-Alto Adige e Veneto questo rallentamento è di entità superiore, così come per alcune regioni del Mezzogiorno, vale a dire Abruzzo, Molise, Puglia e Basilicata, nelle quali nel periodo 2001-07 la dinamica del prodotto reale, in termini medi annui, si riduce tra un terzo ed un quinto di quella sperimentata negli anni novanta, portandosi su tassi medi annui di appena 5-6 decimi di punto percentuale.

All'origine di questo fenomeno di marcato rallentamento produttivo, si può certamente individuare il cambio di segno del contributo alla crescita della produttività totale dei fattori (PTF). Dallo 0,7% medio annuo del periodo 1996-2000 a livello nazionale - con valori lievemente superiori alla media per l'area 2 e l'area 4 (0,9% e 1,0% rispettivamente) - si è passati ad un -0,2% nel periodo 2001-2007, sempre a livello nazionale, con un peggioramento appena più accentuato (-0,3%) proprio in quelle aree 2 e 4 che erano risultate maggiormente dinamiche nella seconda metà degli anni novanta.

A distanza di un anno dall'analisi del precedente Rapporto, trova conferma quell'interpretazione del dimezzamento del tasso di crescita del valore aggiunto legata alla struttura produttiva. Infatti, quando questa risulta maggiormente orientata ad attività di trasformazione industriale, come nel caso del Nord-ovest o della dorsale adriatica, l'impatto del mutamento delle condizioni verificatesi sui mercati internazionali e sulla competitività dei prodotti italiani con l'ingresso nell'euro, può aver determinato un peggioramento nella performance produttiva delle imprese, soprattutto in quelle meno veloci ad adattarsi al cambiamento.

Le regioni del Centro hanno evidenziato una sostanziale tenuta della crescita, la cui intensità si è ridotta, ma in misura contenuta, passando da un tasso medio dell'1,9% del periodo 1996-2000 ad un +1,6% medio annuo del periodo successivo. La tenuta si può attribuire al peso

rilevante che l'economia di Roma riveste a livello di ripartizione, con la sua forte vocazione terziaria e turistica accentuatasi proprio nella prima metà degli anni duemila. Ciò ha contribuito a rendere più tonica la crescita dell'intera area geografica.

Il peggioramento più forte tra i due sotto-periodi considerati è appannaggio delle regioni meridionali, che hanno visto scendere il proprio ritmo annuo di crescita ad un modesto +0,8%, rispetto al +2,1% medio annuo che aveva caratterizzato il periodo 1996-2000. Per le regioni del Sud, a differenza di quelle del Nord, la descritta struttura produttiva, a maggiore vocazione agricola e dei servizi tradizionali (commercio, trasporti, credito, servizi alle famiglie), può aver risentito in misura più netta del rallentamento del mercato interno e della domanda per consumi, venendosi ad innescare una sorta di circuito negativo nel quale uno shock esterno - come nel caso del peggioramento di competitività - determina un rallentamento dell'attività produttiva, al quale può associarsi un ristagno dei redditi e quindi della domanda, che attiva sua volta una produzione di ammontare via via decrescente.

A fronte delle descritte modeste dinamiche del valore aggiunto in termini reali, nel corso del periodo 1995-2007 si sono verificate sostanziali modificazioni nel mercato del lavoro che, sia per effetto di misure normative dirette alla flessibilizzazione delle forme di lavoro tipiche, sia per le pressioni demografiche conseguenti alla globalizzazione hanno determinato una crescita occupazionale di velocità più elevata rispetto a quella del prodotto, in quanto il ridursi del livello del salario di equilibrio per la pressione dal lato dell'offerta di lavoro ha indotto le imprese ad accrescere la domanda del fattore.

Il risultato di questa sfasatura tra incremento del prodotto ed incremento dell'occupazione si è riflesso negativamente sulla produttività del lavoro, la cui dinamica a livello nazionale è scesa da un incremento medio annuo dell'1,1% del periodo 1996-2000, ad un +0,2% medio annuo del successivo periodo 2001-2007, con una crescita zero per il Centro, che rappresenta il dato peggiore a livello territoriale. Le altre ripartizioni hanno mantenuto una crescita positiva, anche se debolissima, in linea con la media nazionale (tab. 3.4).

In alcune regioni, l'incremento medio annuo della produttività del lavoro nel periodo 2001-2007 è risultato superiore alla media nazionale, anche sensibilmente come nel caso di Friuli e Liguria (+0,8%), meno in Veneto, Toscana e Marche (+0,4 -0,5%). Tuttavia, al di là di fattori peculiarmente locali, la ragione di questa maggiore crescita è spiegata essenzialmente con una sostanziale stagnazione dell'occupazione in queste aree territoriali, che ha di fatto amplificato l'effetto statistico del confronto, nel senso che a parità di dinamica del valore aggiunto, le regioni nelle quali la crescita dell'occupazione è risultata quasi nulla o di appena qualche decimo di punto hanno visto crescere la produttività del lavoro in misura maggiore.

La previsione del nostro modello per la produttività del lavoro, nel triennio 2008-10 è orientata ad una flessione media annua contenuta in circa 2 decimi di punto a livello nazionale, in quanto la flessione dei livelli occupazionali sarà meno intensa di quella del valore aggiunto.

Proprio per la descritta modalità di costruzione di questo indicatore, la produttività del lavoro nelle aree del Nord fletterà mediamente dello 0,4% l'anno, mentre al Sud crescerà in termini medi annui di circa due decimi di punti, ma solo perché la riduzione dell'occupazione nelle regioni meridionali sarà decisamente più marcata di quanto non sia la corrispondente contrazione del valore aggiunto, cioè il fenomeno opposto di quanto potrebbe verificarsi nelle regioni settentrionali.

Tab. 3.4 - Valore aggiunto reale ai prezzi base
var. % medie annue

	1996-00	2001-07	2008-10
Piemonte	1,4	0,8	-1,0
Valle d'Aosta	0,0	1,4	-0,1
Lombardia	1,7	1,3	-0,8
Trentino-Alto Adige	2,6	0,9	-0,6
Veneto	2,3	1,2	-0,7
Friuli-Venezia Giulia	1,6	1,0	-0,3
Liguria	2,0	1,2	-0,5
Emilia-Romagna	2,1	0,7	-0,9
Toscana	2,0	1,5	-0,8
Umbria	2,2	1,1	-1,1
Marche	2,3	1,7	-0,3
Lazio	1,6	1,6	-0,8
Abruzzo	1,8	0,4	-1,2
Molise	2,3	0,4	-0,9
Campania	2,2	1,2	-0,6
Puglia	2,2	0,6	-1,4
Basilicata	2,6	0,5	-2,0
Calabria	2,0	0,9	-1,3
Sicilia	1,9	0,8	-0,8
Sardegna	1,6	0,9	-1,1
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8
Nord-est	2,2	1,0	-0,7
Centro	1,9	1,6	-0,8
Sud e Isole	2,1	0,8	-1,0
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Un ultimo spunto di riflessione è offerto dal confronto dei divari territoriali rispetto al livello di produttività.

Fatta 100 la media nazionale, il risultato prevedibile è dato dal gap che separa le regioni del Mezzogiorno da quelle del Centro-nord. Le regioni nord-occidentali sono quelle che presentano il livello di produttività più elevato rispetto alla media nazionale, mentre il Nord-est ed il Centro si collocano poco al di sopra di 100. Il divario del Mezzogiorno è di poco inferiore al 17% rispetto alla media italiana, ma ciò che deve essere sottolineato è come tali divari non si mantengano costanti nel corso del tempo ma tendano a convergere verso la media, con una

lentissima risalita delle regioni meridionali ed un progressivo avvicinamento delle regioni del Centro-nord.

**Tab. 3.5 - Valore aggiunto reale ai prezzi base per unità di lavoro
var. % medie annue**

	1996-00	2001-07	2008-10
Piemonte	0,6	0,1	-0,1
Valle d'Aosta	-0,8	0,8	-0,2
Lombardia	0,9	0,1	-0,4
Trentino-Alto Adige	1,2	0,2	-0,6
Veneto	1,1	0,4	-0,6
Friuli-Venezia Giulia	0,9	0,8	0,4
Liguria	1,4	0,8	0,1
Emilia-Romagna	1,1	-0,2	-0,4
Toscana	1,2	0,5	-0,6
Umbria	0,6	0,2	-1,5
Marche	1,7	0,4	0,4
Lazio	0,7	-0,4	-0,3
Abruzzo	1,5	-0,2	-1,6
Molise	1,5	-0,1	-0,8
Campania	1,6	0,6	1,4
Puglia	1,7	0,1	-0,5
Basilicata	1,2	0,6	-1,1
Calabria	2,5	-0,1	0,0
Sicilia	1,2	0,1	0,7
Sardegna	1,0	0,0	-0,1
Nord-ovest	0,9	0,2	-0,3
Nord-est	1,1	0,1	-0,4
Centro	1,0	0,0	-0,4
Sud e Isole	1,5	0,2	0,2
ITALIA	1,1	0,2	-0,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

In altri termini, sembra esservi una debole forma di *catching-up* fra le province italiane, in base alla quale le aree territoriali a più basso livello di produttività rispetto alle altre, misurato ad esempio in un anno lontano nel tempo, denotano una maggiore dinamicità della crescita come tassi di incremento medi annui, anche se la differenza tra le velocità di crescita tra province a più elevato livello e province a più ridotto livello di prodotto per occupato è comunque troppo esigua perché il processo di convergenza possa concludersi in un arco temporale ragionevolmente breve¹⁴.

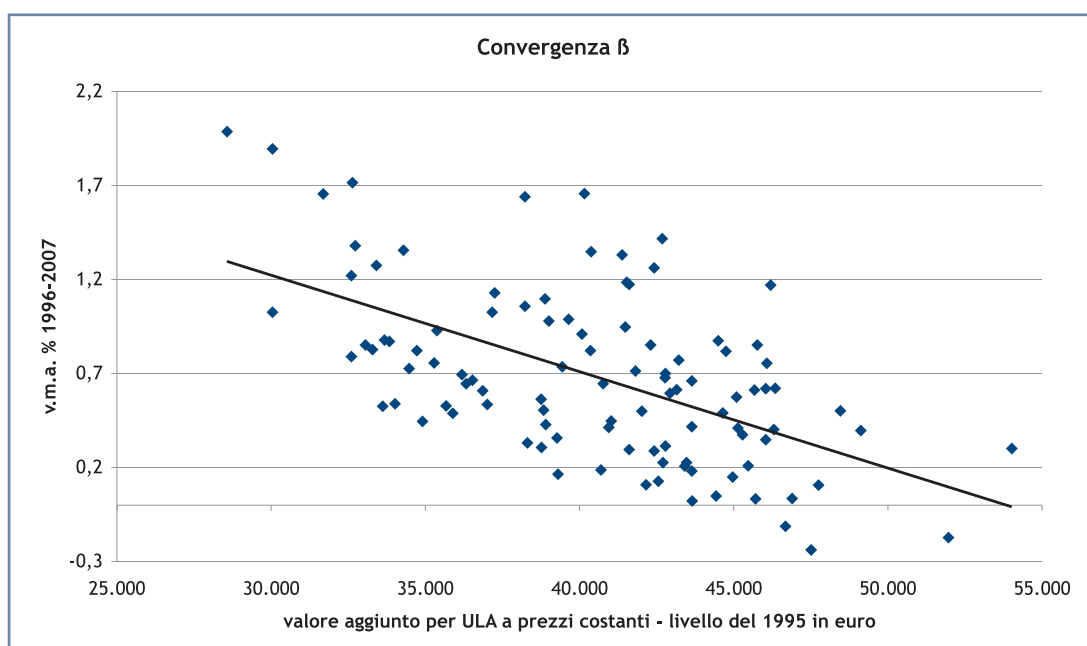
¹⁴ Infatti, questa evidenza resta più aneddotica che analitica. Il concetto rilevante è quello di convergenza condizionale, cioè rispetto all'equalizzazione della dotazione di fattori produttivi nei territori rispetto ai quali si studia il fenomeno di convergenza. Non è stato testato il suddetto concetto.

**Tab. 3.6 - Valore aggiunto reale ai prezzi base per unità di lavoro
divari territoriali - Italia = 100**

	1995	2000	2007	2008	2009	2010
Piemonte	103,6	101,2	100,8	100,9	101,0	101,0
Valle d'Aosta	104,8	95,3	99,8	100,2	99,8	99,8
Lombardia	116,5	115,6	115,1	114,7	114,5	114,3
Trentino-Alto Adige	104,2	104,5	104,6	103,8	103,4	103,2
Veneto	101,6	101,6	102,9	102,1	101,9	101,7
Friuli-Venezia Giulia	95,9	94,9	98,9	100,0	100,6	100,7
Liguria	99,0	100,6	104,9	105,3	105,5	105,7
Emilia-Romagna	103,0	103,0	100,1	99,5	99,4	99,3
Toscana	98,1	98,7	101,3	100,3	100,2	100,0
Umbria	91,7	89,5	89,6	87,5	86,7	86,2
Marche	86,4	88,7	90,1	91,0	91,5	91,7
Lazio	116,7	114,0	109,4	109,3	109,2	109,1
Abruzzo	89,2	91,0	88,8	87,3	85,6	85,1
Molise	80,2	81,8	80,1	78,9	79,0	78,7
Campania	82,6	84,6	87,2	89,6	90,6	91,4
Puglia	80,6	82,8	82,4	82,1	81,7	81,5
Basilicata	79,8	80,1	82,3	81,3	80,8	80,0
Calabria	79,1	84,7	83,3	83,6	83,6	83,8
Sicilia	88,5	88,7	88,3	89,4	90,1	90,6
Sardegna	87,1	86,4	85,2	85,2	85,4	85,5
Nord-ovest	111,2	110,0	110,1	110,0	109,9	109,8
Nord-est	101,7	101,7	101,5	101,0	100,9	100,8
Centro	104,3	103,5	102,7	102,2	102,2	102,1
Sud e Isole	83,9	85,6	85,8	86,4	86,7	86,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Fig. 3.1 - Una convergenza territoriale troppo lenta: catching-up delle province italiane



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Questo processo, secondo la predizione del modello utilizzato nel Rapporto, dovrebbe proseguire anche nel triennio 2008-10, sebbene la fase di profonda recessione che l'economia nazionale sta attraversando non favorisca certo questo processo, nel quale un ruolo fondamentale è rivestito proprio dall'accumulazione di capitale - cronicamente insufficiente nel nostro Paese - che subirà un brusco e marcato rallentamento conseguente alla caduta verticale degli investimenti fissi netti che lo alimentano, previsti in contrazione cumulata di oltre il 46% nel biennio 2008-09, con una inversione nel 2010 che riporterebbe la crescita ad un +10% circa, insufficiente comunque a recuperare gli effetti negativi della recessione.

3.2 I consumi nelle province al 2010

La previsione del valore aggiunto provinciale serve come grandezza di base per l'estrapolazione al 2010 dei consumi sul territorio.

3.2.1 La relazione tra valore aggiunto e consumi

Per l'analisi e le previsioni dei consumi è stato utilizzato il seguente modello econometrico:

$$\log c_{it} = \delta + a_i + \alpha \log y_{i,t} + \beta \log y_{i,t-1} + u_{it} ,$$

dove c_{it} e $y_{i,t}$ rappresentano i consumi e il valore aggiunto pro capite. L'ordine dei ritardi è stato scelto utilizzando i criteri di selezione Akaike information criterion e lo Schwartz Bayesian criterion. Il modello è stato stimato utilizzando una regressione panel con effetti fissi. Nella seguente tabella sono riportate le stime dei parametri.

Stime dei parametri del modello dei consumi

	Coef	$P > t $
α	0,40	0,000
β	0,25	0,000
δ	0,66	0,000
σ^a	0,10	
σ^u	0,03	
ρ	0,93	

Nota: tutti i parametri risultano significativamente diversi da zero all'1%.

L'elasticità totale - su base aggregata per l'Italia - dei consumi al valore aggiunto è pari a 0,65 (la somma dei coefficienti di impatto e di ritardo), non dissimile dal valore di 0,85 (come elasticità dei consumi al reddito disponibile) ottenuto nell'ultima edizione di Rapporto Consumi, dicembre 2008. Oltre alla differenza tra le variabili - il valore aggiunto ha natura di reddito prodotto mentre il reddito disponibile riguarda la distribuzione del prodotto, inclusiva di rilevanti poste di trasferimento - l'assenza di importanti variabili di ricchezza, di difficile quantificazione su base territoriale, spiega la divergenza tra le stime. Quella qui ottenuta su dati provinciali e in modo estremamente semplificato appare comunque accettabile.

3.2.2 Le dinamiche del valore aggiunto e dei consumi nel territorio

In linea con il rallentamento produttivo, anche i consumi delle famiglie hanno segnalato, nella prima parte degli anni 2000, una tendenza a crescere a ritmi sempre più contenuti, con una variazione media annua nel periodo 2001-2007 dello 0,7% in termini reali, valore decisamente più basso rispetto a quanto registrato tra il 1996 ed il 2000 (+2,5%; tab. 3.7).

Questa tendenza, piuttosto omogenea tra le province, con una deviazione standard dei tassi di crescita pari a 0,3 (0,5 negli anni 1996-2000), evidenzia alcune peculiarità a livello territoriale che pongono in luce la presenza di comportamenti articolati da parte delle famiglie.

In particolare, durante il periodo 1996-2007, si registra, nelle regioni dell'Italia centrale, una tendenza dei consumi in volume¹⁵ a crescere a tassi lievemente superiori rispetto al resto del Paese, evoluzione a cui si contrappone un comportamento più prudente delle famiglie meridionali. Tali differenze risultano particolarmente evidenti nel periodo 2001-2007 in cui a una variazione media annua dello 0,7% sull'intero territorio nazionale si contrappongono tassi di incremento dell'1,2% nell'Italia centrale e dello 0,4% nel Sud.

I comportamenti delle famiglie in materia di consumo appaiono ancora più articolati sul territorio se si pongono a confronto le dinamiche dei consumi in volume e della ricchezza prodotta dal territorio di riferimento, approssimata dal valore aggiunto.

Dall'incrocio di queste due variabili emerge la tendenza a comportamenti non univoci, slegati dalla dimensione strettamente territoriale.

Delle nove regioni che mostrano nel periodo 1996-2007 tassi di crescita medi annui dei consumi superiori a quelli del valore aggiunto, tre sono del Nord, due del Centro e quattro del Mezzogiorno. Analogamente, le regioni che presentano variazioni medie annue della ricchezza prodotta superiori ai consumi effettuati sul territorio di riferimento sono distribuite in modo omogeneo tra le quattro grandi ripartizioni geografiche.

Va anche segnalato come questi comportamenti siano concentrati nel periodo 1996-2000, mentre negli anni seguenti la tendenza ad assumere atteggiamenti molto prudenti in materia di consumo ha interessato in misura più diffusa l'intero territorio nazionale.

Questi dati di sintesi assumono connotazioni leggermente più articolate se si analizzano i dati rapportati alla popolazione presente sul territorio. In termini di consumo reale per abitante il Mezzogiorno segnala tassi di variazione media annua lievemente più elevati rispetto al dato medio (1,2% nel periodo 1996-2007 a fronte dell'1,1% registrato a livello nazionale), mentre nel Nord la dinamica appare più contenuta.

Tale evoluzione è dovuta alla diversità dei fenomeni demografici che hanno interessato nell'ultimo decennio le singole aree del Paese. Mentre nel Nord la popolazione ha registrato una tendenza all'aumento derivante da consistenti flussi migratori, interni ed esteri, nel Sud la

15 I consumi provinciali sono stimati nella metrica dei consumi sul territorio, cioè effettuati da chiunque nell'ambito della provincia. Quindi, includono i consumi dei turisti. In termini pro capite i consumi, così calcolati, possono risultare sopra o sottostimati rispetto alla realtà.

tendenza a spostarsi verso altre aree e la minore presenza di popolazione straniera hanno prodotto una sostanziale invarianza nel numero di residenti.

Tab. 3.7 - Variazioni medie annue del valore aggiunto e dei consumi in termini reali

	v.m.a. 1996-2000		v.m.a. 2001-2007		v.m.a. 2008-2010	
	Valore aggiunto	Consumi	Valore aggiunto	Consumi	Valore aggiunto	Consumi
Piemonte	1,4	2,3	0,8	0,7	-1,0	-0,5
Valle d'Aosta	0,0	3,5	1,4	0,9	-0,1	0,0
Lombardia	1,7	2,0	1,3	0,8	-0,8	-0,4
Liguria	2,0	1,6	1,2	0,3	-0,5	-0,3
Trentino-Alto Adige	2,6	2,1	0,9	0,7	-0,6	-0,2
Veneto	2,3	2,9	1,2	0,9	-0,7	-0,3
Friuli-Venezia Giulia	1,6	1,8	1,0	0,6	-0,3	-0,2
Emilia-Romagna	2,1	3,2	0,7	0,8	-0,9	-0,5
Toscana	2,0	2,7	1,5	1,1	-0,8	-0,2
Umbria	2,2	2,3	1,1	1,0	-1,1	-0,4
Marche	2,3	2,7	1,7	0,7	-0,3	-0,1
Lazio	1,6	2,7	1,6	1,3	-0,8	-0,6
Abruzzo	1,8	2,0	0,4	0,5	-1,2	-0,7
Molise	2,3	2,0	0,4	0,9	-0,9	-1,1
Campania	2,2	2,6	1,2	0,3	-0,6	-0,5
Puglia	2,2	1,9	0,6	0,3	-1,4	-1,1
Basilicata	2,6	2,5	0,5	0,4	-2,0	-1,4
Calabria	2,0	2,3	0,9	0,4	-1,3	-1,0
Sicilia	1,9	2,8	0,8	0,4	-0,8	-0,8
Sardegna	1,6	2,7	0,9	0,5	-1,1	-0,9
Nord-ovest	1,7	2,0	1,2	0,7	-0,8	-0,4
Nord-est	2,2	2,8	1,0	0,8	-0,7	-0,3
Centro	1,9	2,7	1,6	1,2	-0,8	-0,4
Sud e Isole	2,1	2,4	0,8	0,4	-1,0	-0,8
ITALIA	1,9	2,5	1,1	0,7	-0,8	-0,5

1996-2007 Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Istituto Tagliacarne; 2008-2010 U.S. Confcommercio.

Queste dinamiche, che risultano sostanzialmente in linea nei due sottoperiodi presi in esame, non hanno prodotto sensibili mutamenti nei livelli di consumo e di valore aggiunto per abitante a livello di singole province lasciando inalterati i divari esistenti.

Tra le dieci province che evidenziano i più elevati livelli di consumo pro capite, espressi in valori dell'anno 2000, si collocano quasi tutte province del Nord, con l'esclusione di Firenze che si colloca nel 2007 all'8° posto. Analogamente tra le province che segnalano i più bassi livelli di consumo pro capite espressi in valori del 2000 si trovano esclusivamente città del Sud (tab. 3.8).

Una situazione sostanzialmente simile dal punto di vista territoriale si riscontra se si guarda alla graduatoria relativa al valore aggiunto prodotto dalle diverse province nel 2000 e nel 2007: in entrambi gli anni si registra nella parte alta della graduatoria la presenza di province del Centro-nord, mentre la parte bassa della classifica è occupata esclusivamente da città del Mezzogiorno (tab. 3.8).

**Tab. 3.8 - Graduatoria provinciale dei consumi reali pro capite¹⁶ - valori concatenati, anno 2000
prime e ultime 10 province**

Posizione	Provincia	2000	Posizione	Provincia	2007
1	Aosta	18,7	1	Aosta	18,9
2	Forlì	18,3	2	Forlì	18,2
3	Rimini	17,6	3	Verona	17,1
4	Verona	17,3	4	Rimini	17,0
5	Milano	16,8	5	Venezia	16,9
6	Ravenna	16,7	6	Milano	16,8
7	Trento	16,6	7	Belluno	16,6
8	Bolzano	16,6	8	Firenze	16,5
9	Savona	16,5	9	Bologna	16,4
10	Venezia	16,4	10	Trento	16,3
94	Napoli	9,2	94	Cosenza	9,5
95	Nuoro	9,2	95	Avellino	9,5
96	Cosenza	9,2	96	Napoli	9,3
97	Benevento	9,1	97	Caltanissetta	9,3
98	Taranto	9,0	98	Taranto	9,2
99	Caltanissetta	9,0	99	Benevento	9,2
100	Caserta	8,9	100	Potenza	9,1
101	Potenza	8,7	101	Agrigento	9,0
102	Agrigento	8,7	102	Caserta	8,8
103	Enna	8,2	103	Enna	8,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Istituto Tagliacarne.

Va segnalato, peraltro, come tra le dieci province che presentano il più elevato livello di valore aggiunto per abitante, solo Milano è presente, sia nel 2000 che nel 2007, anche nella graduatoria relativa ai consumi mentre Bologna, Firenze e Bolzano lo sono solo per uno degli anni presi a riferimento.

Più omogenea appare la situazione relativa alle province che presentano i livelli più bassi di valore aggiunto e consumi per abitante, in quanto ben 4 province sono presenti sia nel 2000 che nel 2007 in entrambe le graduatorie ed una, Benevento, lo è solo nel 2007.

Sulla base della metodologia indicata in precedenza sono state elaborate le stime relativamente all'andamento dei consumi nel periodo 2008-2010.

La fase recessiva che interessa da alcuni mesi l'economia internazionale ed italiana, e che è stimata protrarsi a tutto il 2009, dovrebbe determinare nell'arco del periodo 2008-2010 una sensibile contrazione delle spese per consumi effettuate sul territorio italiano con una variazione media annua del -0,5%, sintesi di una riduzione dello 0,8% nel 2008, dello 0,9% nel 2009 e di una modestissima ripresa nel 2010 (+0,2).

Le stime elaborate a livello provinciale indicano che solo per pochissime province l'attuale fase economica si tradurrà nell'arco del periodo di previsione in una stagnazione dei consumi (fig. 3.2).

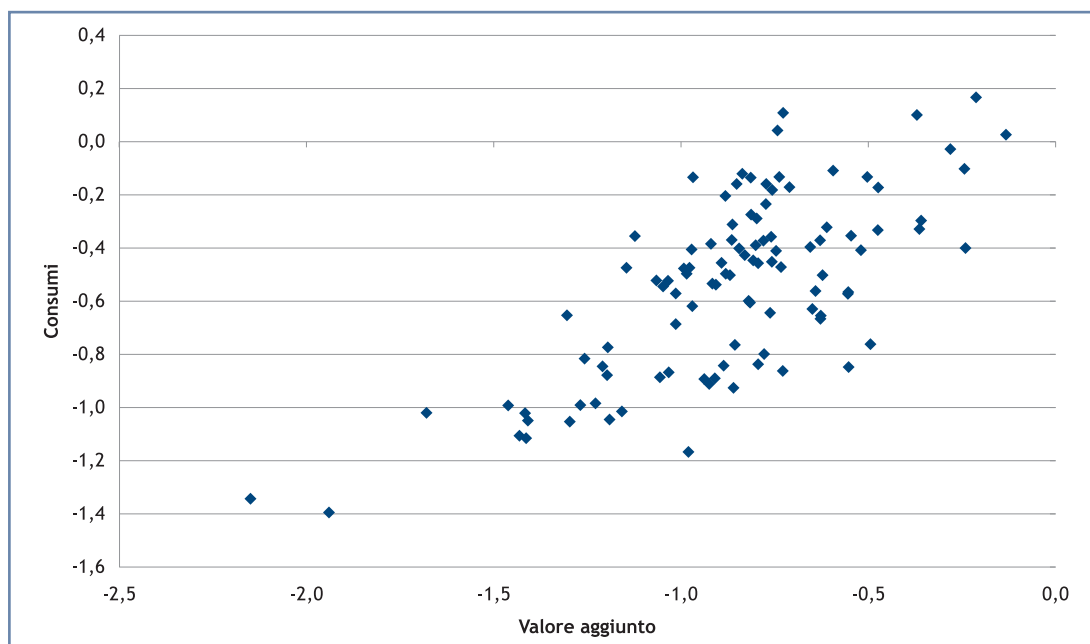
16 Si veda nota 15.

**Tab 3.9 - Graduatoria provinciale del valore aggiunto reale pro capite
valori concatenati anno 2000**

Prime e ultime 10 province					
Posizione	Provincia	2000	Posizione	Provincia	2007
1	Milano	29,6	1	Milano	29,8
2	Bologna	27,1	2	Bologna	26,4
3	Modena	25,8	3	Bolzano	25,2
4	Parma	25,7	4	Modena	24,8
5	Reggio Emilia	25,2	5	Firenze	24,7
6	Bolzano	25,0	6	Roma	24,6
7	Roma	24,1	7	Mantova	24,1
8	Vicenza	23,8	8	Bergamo	24,1
9	Firenze	23,8	9	Brescia	23,9
10	Mantova	23,6	10	Reggio Emilia	23,5
94	Brindisi	11,4	94	Caltanissetta	11,9
95	Oristano	11,3	95	Caserta	11,9
96	Caltanissetta	11,3	96	Vibo Valentia	11,8
97	Foggia	11,0	97	Lecce	11,7
98	Lecce	10,7	98	Benevento	11,7
99	Caserta	10,4	99	Trapani	11,6
100	Vibo Valentia	10,2	100	Crotone	11,6
101	Enna	10,0	101	Foggia	11,2
102	Crotone	9,9	102	Enna	10,9
103	Agrigento	9,5	103	Agrigento	10,4

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat e Istituto Tagliacarne

**Fig. 3.2 - Valore aggiunto e consumi provinciali 2008-2010
var. medie annue - valori concatenati anni 2000**



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Particolarmente critica dovrebbe risultare la situazione in molte province del Mezzogiorno, per le quali la riduzione della spesa per consumi è stimata assumere dimensioni più consistenti rispetto al dato medio e dovrebbe protrarsi anche nel 2010.

In particolare, le diminuzioni più sensibili dovrebbero interessare la Basilicata, la Puglia ed il Molise con una contrazione particolarmente elevata della domanda delle famiglie, in linea con le dinamiche stimate per il valore aggiunto, soprattutto nelle province di Matera, Potenza e Bari.

3.3 Il ruolo degli investimenti e delle esportazioni nette

Al fine di completare il quadro sintetico delle dinamiche produttive a livello territoriale, alcuni elementi utili all'analisi derivano dalla scomposizione della crescita dal lato della domanda, considerando che l'impianto del Rapporto è strutturalmente concepito in termini di evoluzione dell'offerta.

La disponibilità per il solo periodo 2000-2006 delle serie storiche regionali per tutte le identità contabili del PIL, coerenti con il nuovo sistema di contabilità nazionale, nel quale sono stati introdotti gli indici a catena con anno di riferimento 2000, permette di analizzare solo pochi anni, corrispondenti, peraltro, al periodo nel quale l'economia italiana ha iniziato a manifestare vistosi e preoccupanti segnali di rallentamento (tab. 3.10).

Gli ultimi dati confermano la progressiva riduzione del ruolo svolto dalle esportazioni nette (saldo tra esportazioni ed importazioni) nel determinare la crescita del Paese, che appare sostenuta, negli anni più recenti, in misura rilevante dalla domanda interna, soprattutto per la componente relativa ai consumi finali, pari alla somma della spesa delle famiglie, della spesa delle Amministrazioni pubbliche e delle Istituzioni senza fini di lucro.

La perdita di competitività, derivata dall'elevata specializzazione del nostro sistema in settori più sensibili alla competizione di prezzo praticata dalle economie emergenti asiatiche, la cui capacità di risposta è stata limitata dall'ingresso nella moneta unica e la conseguente fine del sistema delle svalutazione competitive, ha determinato per le nostre imprese la necessità di affrontare una importante fase di ristrutturazione e di ricollocazione in termini di fasce di prodotti.

Questo sforzo sembra aver prodotto, soprattutto nei confronti dei principali concorrenti europei, alcuni risultati nel 2006-2007, anni in cui, nonostante a livello nazionale il saldo estero abbia continuato a segnalare un contributo contenuto alla crescita del sistema, si è notato un apprezzabile incremento delle esportazioni.

A livello territoriale, la perdita di competitività sembra aver interessato in misura rilevante il Nord-ovest, area nella quale le esportazioni nette costituiscono una quota significativa della ricchezza prodotta rappresentando mediamente, nel periodo 2000-2006, il 9% del PIL dell'area.

Per le regioni del Nord-est la perdita di competitività sui mercati internazionali sembra aver prodotto, negli anni più recenti, effetti meno negativi rispetto ad altre aree del Paese.

Dopo le pesanti flessioni registrate nel 2001-2002 le esportazioni nette hanno, infatti, fornito un contributo positivo alla crescita dell'area che è risultata la più dinamica in termini di ricchezza prodotta.

Tab. 3.10 - Contributo alla crescita del PIL per area territoriale¹⁷
scomposizione % del tasso di variazione

		2001	2002	2003	2004	2005	2006
Nord Ovest	(a) Consumi finali interni (1)	0,7	0,1	0,5	0,8	0,7	1,0
	(b) Investimenti fissi lordi e var. scorte	0,7	0,8	-0,7	0,5	0,3	1,0
	(c) Esportazioni nette	0,4	-0,5	0,2	-0,1	-0,5	-0,3
	(d) PIL = (a) + (b) + (c)	1,8	0,4	0,1	1,2	0,6	1,7
Nord est	(a) Consumi finali interni (1)	1,0	0,3	0,7	0,7	0,8	1,2
	(b) Investimenti fissi lordi e var. scorte	1,1	1,8	-1,1	0,8	-0,1	0,6
	(c) Esportazioni nette	-1,0	-2,7	0,6	0,2	0,2	0,3
	(d) PIL = (a) + (b) + (c)	1,1	-0,7	0,2	1,7	1,0	2,2
Centro	(a) Consumi finali interni (1)	1,1	0,7	0,8	1,9	1,1	0,9
	(b) Investimenti fissi lordi e var. scorte	0,3	0,7	0,6	0,0	-0,6	0,8
	(c) Esportazioni nette	0,8	0,4	-1,6	1,1	-0,2	0,3
	(d) PIL = (a) + (b) + (c)	2,2	1,8	-0,2	2,9	0,4	2,1
Mezzogiorno	(a) Consumi finali interni (1)	1,4	0,6	1,0	0,7	0,7	0,6
	(b) Investimenti fissi lordi e var. scorte	-0,4	-0,3	0,8	0,5	-0,3	1,2
	(c) Esportazioni nette	1,3	0,2	-2,0	-0,7	-0,1	-0,4
	(d) PIL = (a) + (b) + (c)	2,3	0,4	-0,3	0,5	0,3	1,5
Italia (2)	(a) Consumi finali interni (1)	1,0	0,4	0,7	1,0	0,8	0,9
	(b) Investimenti fissi lordi e var. scorte	0,4	0,7	-0,2	0,4	-0,1	0,9
	(c) Esportazioni nette	0,4	-0,7	-0,6	0,1	-0,2	0,0
	(d) PIL = (a) + (b) + (c)	1,8	0,5	0,0	1,5	0,6	1,8

(1) Spesa per consumi finali delle famiglie, delle Amministrazioni pubbliche e delle ISP.

(2) Il totale nazionale è stato calcolato al netto della posta "extra-regio" e quindi il contributo delle singole componenti può differire da quello ottenibile dalla contabilità nazionale non territoriale.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat.

Nel complesso del Nord, la necessità di contrastare gli effetti legati alla più elevata competizione internazionale ed il ruolo svolto dalle attività di produzione di beni e servizi destinati all'export, all'interno del sistema produttivo, ha determinato una spinta innovativa, che si è tradotta, in quasi tutti gli anni presi in esame, in una positiva crescita degli investimenti. Il contributo di questa componente allo sviluppo dell'area è risultato in quasi tutto il periodo 2001-2006 più elevato dell'apporto alla crescita fornito dagli investimenti a livello nazionale.

17 Con l'introduzione delle serie valutate a prezzi dell'anno precedente il calcolo del contributo di una variabile generica alla crescita annuale del PIL è data da:

$$\text{contra}(t) = (\text{prean}(t) - \text{coran}(t-1)) / \text{PILcoran}(t-1)$$

dove:

$\text{contra}(t)$ = contributo di una generica serie annuale alla crescita del PIL al tempo t ;

$\text{prean}(t)$ = generica serie annuale al tempo t valutata ai prezzi dell'anno precedente;

$\text{coran}(t-1)$ = generica serie annuale al tempo $t-1$ valutata a prezzi correnti;

$\text{PILcoran}(t-1)$ = PIL annuale al tempo $t-1$ valutato a prezzi correnti.

Più articolata appare la situazione nell'Italia centrale, dove il contributo delle esportazioni nette allo sviluppo dell'area ha avuto un andamento discontinuo, con l'alternarsi di anni caratterizzati da un sensibile impatto positivo ad altri connotati da un andamento decisamente negativo. In quest'area, che segnala l'apporto più significativo dei consumi alla crescita, gli investimenti, pur fornendo un apporto meno intenso allo sviluppo rispetto a quanto registrato nel Nord, hanno evidenziato un contributo più continuo alla crescita con un impatto negativo nel solo anno 2005.

Anche nel Mezzogiorno, area dove il saldo tra esportazioni ed importazioni è strutturalmente pesantemente negativo, in quanto per soddisfare la domanda interna vi è la necessità di acquistare risorse dall'esterno, le esportazioni nette hanno contribuito in misura negativa alla crescita e solo gli investimenti hanno attenuato, negli anni più recenti, l'ampliamento dei divari con il resto del Paese.

Per questa componente va sottolineato come l'apporto allo sviluppo dell'area sia stato meno significativo rispetto a quanto registrato nelle altre zone del Paese, situazione che concorre a rendere strutturalmente più debole il Sud, meno attrezzato ad affrontare le difficoltà che pone l'attuale fase congiunturale.

CAPITOLO 4

LA STRUTTURA TERRITORIALE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE PER CANALE DI VENDITA

4.1 Valutazioni aggregate

L'aggiornamento dei dati relativi alla rete dei punti vendita del commercio cui viene dedicato ampio spazio in questo capitolo, risponde a due esigenze. Da un lato quantificare la dimensione territoriale del servizio distributivo che risulta sempre più modellato secondo le caratteristiche socio-economiche dei mercati di riferimento locali; dall'altro far emergere lo sviluppo dei vari *format* o, meglio, formule, attraverso i quali questo servizio viene poi materialmente svolto.

In particolare, l'evoluzione dei formati dice molto sui cambiamenti che stanno avvenendo all'interno del sistema distributivo su cui si ripercuotono gli effetti di una congiuntura economica particolarmente difficile. Struttura distributiva e modificazione nei comportamenti di acquisto e di consumo si influenzano a vicenda. Prevalde oggi, presso la maggioranza dei consumatori, un processo di adattamento dei criteri guida nella scelta dei punti vendita e delle insegne, nella direzione di selezionare quelli che meglio corrispondono alla ricerca del più vantaggioso rapporto qualità/prezzo dei beni e dei servizi da acquistare.

La base di riferimento per questa analisi è l'Osservatorio Nazionale del Commercio presso il Ministero dello Sviluppo Economico, che fornisce un quadro dettagliato della consistenza degli esercizi del commercio all'ingrosso, del commercio al dettaglio in sede fissa, in forma ambulante e secondo altre modalità di vendita. I punti vendita sono distinti in base alla merceologia prevalentemente venduta, alla tipologia organizzativa e alla loro presenza sul territorio, in particolare nella dimensione regionale e provinciale (nell'Appendice statistica al Rapporto è possibile trovare il quadro sintetico della rete commerciale a livello provinciale).

Il quadro di sintesi sulla consistenza nel 2008 dei punti vendita del commercio al dettaglio evidenzia una realtà caratterizzata da alcuni aspetti interrelati che è difficile isolare e quantificare singolarmente. Intanto, la numerosità dei punti vendita è strettamente collegata alla diversa conformazione del nostro territorio e dei bacini di utenza della popolazione: tale variabile oggettiva - sovente rimossa dalle analisi pregiudiziali - è di cruciale importanza sia per capire la distribuzione oggi sia per progettare il cambiamento per il futuro, di concerto tra istituzioni e associazioni di rappresentanza.

D'altra parte, la varietà di formule organizzative intercetta, in un quadro di forte competizione, talvolta ai limiti della competizione distruttiva, una domanda di consumo dalle molte sfaccettature per quanto riguarda le abitudini di acquisto, le capacità di spesa e la propensione alla mobilità, variabili a loro volta legate alla socio-demografia dei potenziali clienti (cittadini italiani, stranieri residenti e non).

I dati relativi al 2008, anche se si riferiscono solo alla numerosità degli esercizi, sintetizzano e incorporano quei processi di trasformazione e ammodernamento che sono avvenuti a livello aziendale, nella piccola come nella grande impresa. In tal senso l'attuale contesto economico particolarmente difficile ha moltiplicato la ricerca di nuovi assetti organizzativi, di iniziative per stimolare le scelte dell'acquirente finale proponendo nuovi

servizi, ha favorito la riscoperta dei negozi di vicinato, in parte frustrata dalla riduzione netta dei redditi reali a disposizione delle famiglie, ha valorizzato il commercio ambulante e il canale dei discount, ha aumentato l'attenzione dei consumatori verso le marche cosiddette private.

Tab. 4.1 - Punti di vendita del commercio al dettaglio in Italia
anno 2002

Merceologie	Forme distributive									TOT (*)
	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMB-FIX	AMB-IT	ALTRO	
Non specializ. prev. alim.	71.969	n.d.	6.892	381						79.242
Non specializ. prev. non alim.	5.844				1.108					6.952
Frutta e verdura	23.385						33.022			56.407
Carne	39.185									39.185
Pesce	8.027									8.027
Pane	13.265									13.265
Bevande	5.160									5.160
Altri esercizi specializ. alim.	23.588							6.529	4.999	35.116
Tabacchi	24.128									24.128
Carburanti	23.125									23.125
Farmacie	16.632									16.632
Cosmetici e art. profumeria	22.306									22.306
Abbigliamento e biancheria	137.667					230	33.185	16.865		187.947
Calzature	25.364					25	4.984			30.373
Mobili	47.966					343	2.937			51.246
Elettrodom./elettr. di cons.	23.992					95				24.087
Ferramenta	36.731					93				36.824
Libri, giornali, cartoleria	43.098									43.098
Altro	136.080					123	16.711	12.769	36.826	202.509
Totale merceologie	727.512		6.892	381	1.108	909	90.839	36.163	41.825	905.629

(*) PD: piccolo dettaglio; MINI: minimercati; SUPER: supermercati; IPER: ipermercati; GM: grandi magazzini; GSP: grandi superfici specializzate; AMB-FIX: ambulanti post. fisso; AMB-IT: ambulanti itineranti; ALTRO: altre forme; TOT: totale. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Allo stesso tempo i dati del 2008 cristallizzano anche un assetto che è conseguenza di tante situazioni di crisi che hanno coinvolto le imprese del commercio con conseguenti chiusure di esercizi, soprattutto di quelli che operavano ai margini del mercato e che non hanno avuto i mezzi e le capacità di riposizionarsi in un nuovo contesto.

L'attuale rete distributiva oggi conta 972.188 esercizi in sede fisse e in forma ambulante, compresi i distributori di carburante, le farmacie, le rivendite di tabacco e altri generi di monopolio e le forme speciali di vendita che vanno dalla vendita per corrispondenza via internet, al porta a porta e ai distributori automatici (tabb. 4.1 e 4.2).

Il confronto con il 2002 registra un incremento di 71.742 unità, un risultato che è sintesi di andamenti diversificati per forme distributive e merceologie vendute (tab. 4.2).

L'alimentare, area in cui operano circa il 25% degli esercizi al dettaglio (il rapporto è tra l'insieme degli esercizi del piccolo dettaglio alimentare, dei minimercati, dei supermercati, degli iper e degli ambulanti alimentari con il totale degli esercizi di tutte le forme distributive),

è il settore che in questi anni ha registrato la ristrutturazione più profonda. Se da un lato i continui investimenti delle grandi catene della distribuzione a diffusione nazionale e regionale hanno aumentato le tipologie più moderne non specializzate, dall'altro vi è stato un ridimensionamento numerico degli esercizi specializzati, sia al dettaglio che in forma ambulante a posto fisso, che ha interessato quasi tutte le merceologie.

Tab. 4.2 - Punti di vendita del commercio al dettaglio in Italia
anno 2008 - I° semestre

Merceologie	Forme distributive									
	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMB-FIX	AMB-IT	ALTRO	TOT (*)
Non specializ. prev. alim.	80.286	5.183	8.814	520						94.803
Non specializ. prev. non alim.	11.748				1.298					13.046
Frutta e verdura	20.937						30.142			51.079
Carne	35.500									35.500
Pesce	8.421									8.421
Pane	12.542									12.542
Bevande	5.435									5.435
Altri esercizi specializ. alim.	18.235							9.371	3.217	30.823
Tabacchi	28.597									28.597
Carburanti	24.393									24.393
Farmacie	18.711									18.711
Cosmetici e art. profumeria	22.969									22.969
Abbigliamento e biancheria	153.357					293	33.202	31.562		218.414
Calzature	27.790					61	4.785			32.636
Mobili	51.623					408	3.512			55.543
Elettrodom./elettr. di cons.	17.507					241				17.748
Ferramenta	39.956					187				40.143
Libri, giornali, cartoleria	44.770									44.770
Altro	143.895					210	28.006	21.689	27.998	221.798
Totale merceologie	766.672		8.814	520	1.298	1.400	99.647	62.622	31.215	972.188

(*) cfr. nota tab. 4.1

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

Tra il 2002 e il 2008 vi è stata, infatti, una riduzione di 14 mila esercizi nello stock dei comparti di frutta e verdura, carne, pane e dell'aggregato "altri esercizi specializzati", il quale comprende punti vendita dall'assortimento non precisamente identificabile. Il non specializzato alimentare ha registrato il continuo sviluppo delle medie e grandi strutture di vendita (superettes, discount, supermercati, iper) che dopo aver raggiunto livelli prossimi alla saturazione nelle regioni del Centro e del Nord si è concentrato in molte aree del Sud ancora scarsamente dotate di tali formule distributive.

La grave crisi finanziaria ed economica in atto provocherà sicuramente una contrazione degli investimenti per la realizzazione di insediamenti commerciali di grandi dimensioni (ad esempio, centri commerciali). Anche in questo frangente recessivo, molti investitori, però vedono in prospettiva nel Mezzogiorno l'area che presenta ancora buone opportunità di sviluppo, e hanno confermato la pianificazione di nuovi insediamenti.

Tab. 4.3 - Punti di vendita del commercio al dettaglio in Italia
var. assolute 2002/2008

Merceologie	Forme distributive									TOT (*)
	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMB-FIX	AMB-IT	ALTRO	
Non specializ. prev. alim.	8.317		1.922	139						10.378
Non specializ. prev. non alim.	5.904				190					6.094
Frutta e verdura	-2.448						-2.880			-5.328
Carne	-3.685									-3.685
Pesce	394									394
Pane	-723									-723
Bevande	275									275
Altri esercizi specializ. alim.	-5.353							2.842	-1.782	-4.293
Tabacchi	4.469									4.469
Carburanti	1.268									1.268
Farmacie	2.079									2.079
Cosmetici e art. profumeria	663									663
Abbigliamento e biancheria	15.690					63	17	14.697		30.467
Calzature	2.426					36	-199			2.263
Mobili	3.657					65	575			4.297
Elettrodom./elettr. di cons.	-6.485					146				-6.339
Ferramenta	3.225					94				3.319
Libri, giornali, cartoleria	1.672									1.672
Altro	7.815					87	11.295	8.920	-8.828	19.289
Totale merceologie	39.160	5.183	1.922	139	190	491	8.808	26.459	-10.610	71.742

(*) cfr. nota tab. 4.1

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

Sullo sviluppo, nel prossimo futuro, delle medie e grandi strutture alimentari pesano anche grandi interrogativi legati, a esempio, alla crescente difficoltà a programmare insediamenti commerciali di ampia dimensione nell'ambito di piani urbanistici sempre più orientati al recupero e alla riqualificazione di insediamenti e superfici potenzialmente destinabili a uso commerciale, piuttosto che all'espansione dell'offerta di metri quadrati in ambito urbano. Inoltre, la crescita del peso delle fasce più anziane della popolazione, che hanno scarsa propensione a percorrere lunghe distanze per gli acquisti, le politiche - piuttosto confuse e accidentali - che tendono a ridurre la mobilità dei veicoli, condizione indispensabile per raggiungere le grandi strutture di vendita, sono fattori di contesto che comprimono le possibilità di un'accelerazione negli investimenti per grandi insediamenti commerciali.

Diversa è la situazione nel settore che aggrega le diverse merceologie del non alimentare, la cui rete degli esercizi, con poche eccezioni, tende sempre a crescere. Questo aggregato di negozi è interessato solo marginalmente, almeno per adesso, da incisivi processi di concentrazione e trova nei minori vincoli posti dalla normativa sul commercio condizioni di mercato favorevoli alla crescita di iniziative imprenditoriali che spesso si avvalgono della partecipazione a reti tra imprese (franchising, gruppi di acquisto) per migliorare il posizionamento competitivo dell'azienda.

Tra il 2002 e il 2008 l'incremento dello stock dei punti vendita è stato di 63.477 unità, interessando in maniera significativa i settori dell'abbigliamento (in eguale misura sia nel commercio in sede fissa che ambulante), dei non specializzati non alimentari, dei ferramenta, dei mobili e dell'aggregato "altro" che comprende punti vendita dall'assortimento non specifico di prodotti non alimentari (tab. 4.3).

Circa l'andamento dello stock di esercizi di abbigliamento e biancheria occorre osservare che la crescita che si registra nei punti vendita va in controtendenza con la forte contrazione della spesa delle famiglie per questi prodotti che dura da tempo e che ha messo in crisi numerosi esercizi. L'aumento dello stock degli esercizi può essere ricondotto probabilmente alle numerose aperture di esercizi da parte di imprenditori stranieri, in particolare extracomunitari. Ma va preso in considerazione anche un altro aspetto per una corretta lettura del dato. E' possibile che in qualche realtà, specie del meridione, siano sottostimate le cancellazioni di impresa. In altre parole le comunicazioni di cessata attività, indipendentemente dalla merceologia venduta, non vengono effettivamente riportate nel Registro Imprese per cui molte attività, risultano ancora in vita e, conseguentemente, sono rilevate dal punto di vista statistico.

L'unico settore nel quale si riscontra un calo di esercizi nel lungo periodo è quello degli elettrodomestici ed elettronica di consumo (-6.339 unità): qui si sono verificati cambiamenti profondi nei rapporti di forza tra i negozi specializzati dei centri urbani e le grandi superfici, in forte crescita su tutto il territorio, capaci con un'offerta ampia e aggiornata, di attrarre fasce significative di consumatori.

4.2 Analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva

Oggetto dei paragrafi successivi è l'analisi descrittiva della diffusione, a livello regionale, dei più importanti format distributivi nel periodo 2002-2008, la cui consistenza si è modificata in linea con le caratteristiche socio-demografiche dell'utenza territoriale.

L'attenzione si concentra sui principali canali a cui si rivolgono le famiglie per gli acquisti dei prodotti alimentari e non, di largo e generale consumo. Va riconosciuto che l'esame poteva essere ancora più ampio includendo, ad esempio, tipologie come i discount o i centri commerciali sui quali l'Osservatorio Nazionale del Commercio, che è la fonte di riferimento, non fornisce attualmente alcuna informazione statistica.

Avendo come riferimento il territorio, specificatamente le regioni, la lettura dei dati sull'evoluzione delle strutture di vendita non può non tener conto dell'evoluzione del quadro normativo di riferimento e del ruolo centrale che la regione ha assunto nello stabilire le regole per lo svolgimento delle attività del commercio a livello locale. Importanti cambiamenti sono stati introdotti nel 1998 con la riforma operata dal D.Lgv. n. 114/98 (Decreto Bersani) che ha promosso una profonda trasformazione del settore, ispirata a principi di liberalizzazione, di

semplificazione amministrativa e di apertura alla concorrenza e ha dato alle regioni un ruolo centrale in materia di programmazione urbanistico-commerciale.

La Legge Costituzionale n. 3 del 2001, che ha modificato il Titolo V della Costituzione, ha poi attribuito una competenza esclusiva alle Regioni per quanto riguarda la normativa sul commercio; completa il quadro normativo di riferimento nazionale la legge n. 248 del 2006 (Legge Bersani) che ha introdotto ulteriori norme a tutela della concorrenza e della libertà di mercato.

Il quadro attuale risulta, perciò, articolato e si contraddistingue per una differenziazione sul territorio degli interventi normativi adottati dalle singole regioni sia per regolare lo svolgimento dell'attività commerciale (ad esempio, alcune regioni hanno emanato il Testo Unico sul commercio regionale) sia per programmare, in chiave di maggiore liberalizzazione o introducendo ulteriori vincoli, lo sviluppo della rete di vendita, in particolare delle grandi strutture (ipermercati, parchi commerciali, outlet) che hanno un impatto significativo sulla rete esistente degli esercizi e sullo sviluppo urbanistico locale.

La recente evoluzione della rete degli esercizi di vendita non ha alterato quella che è la caratteristica del nostro sistema distributivo così come si è modellato negli ultimi anni: un modello dove è presente un mix di “prodotti commerciali” assai più equilibrato di quello esistente nel passato e capace di intercettare una domanda molto variegata, in cui 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 tipologie più moderne mettono a disposizione dei consumatori.

4.2.1 Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)

La realtà numericamente più significativa della rete di vendita è costituita dagli esercizi del “piccolo dettaglio”. Quest'aggregazione comprende gli esercizi al dettaglio in sede fissa di tutte le merceologie a cui sono stati scorporati sia i supermercati e gli iper compresi nella voce “non specializzati alimentari”, sia i grandi magazzini compresi della voce “non specializzati a prevalenza non alimentare”. In questo modo si è voluto circoscrivere la vasta realtà di piccole imprese, generalmente a conduzione familiare, localizzate in maniera diffusa sul territorio, con un assortimento specializzato, assistenza alla vendita e, per quanto riguarda in particolare l'alimentare, in grado svolgere un indispensabile servizio di prossimità che oggi più che mai tende a rispondere alle esigenze di fasce sempre più ampie di consumatori anziani, dotati di minore mobilità o nuclei familiari per i quali si riduce il tempo disponibile per gli acquisti.

Le merceologie che compongono quest'aggregato sono state raggruppate in nove settori che hanno una diversa quota rappresentativa rispetto al totale degli esercizi: non specializzati alimentari (10,5%), specializzati alimentari (13,2%), tabacchi (3,7%), carburanti (3,2%), farmacie (2,4%), abbigliamento-calzature-cosmetici (26,6%), mobili-elettrodomestici-ferramenta (14,2%), libri-giornali-cartolerie (5,8%), altri prodotti non alimentari (20,3%).

A giugno 2008 gli esercizi del “piccolo dettaglio” in sede fissa erano oltre 766 mila; rispetto al 2002 quando il numero degli esercizi era oltre 727 mila vi è stato un incremento dello stock di oltre 39 mila punti vendita, pari a +5,4%, ma con andamenti differenziati tra negozi food e non food.

**Tab. 4.4 - I punti di vendita del piccolo dettaglio per merceologia
anno 2008 - I semestre**

	NO-SPEC -ALIM	SPEC -ALIM	TAB	CARB	FARM	ABB	MEF	LIB	ALTRO	TOT (*)
Piemonte	5.494	5.949	2.002	1.875	1.703	12.840	7.006	3.170	10.666	50.705
Valle d'Aosta	257	211	64	88	48	436	259	109	382	1.854
Lombardia	7.620	10.163	3.453	2.987	2.795	24.154	11.627	6.719	18.623	88.141
Liguria	2.763	3.722	977	625	617	6.433	2.985	1.709	4.916	24.747
Trentino-Alto Adige	1.481	1.049	448	333	285	2.900	1.206	411	1.999	10.112
Veneto	4.033	6.317	2.229	1.867	1.353	14.041	7.065	3.200	10.323	50.428
Friuli-Venezia Giulia	1.406	1.437	659	507	369	3.678	1.627	949	2.849	13.481
Emilia Romagna	4.523	5.165	2.595	1.886	1.220	14.419	6.012	3.315	9.631	48.766
Toscana	5.153	5.888	2.115	1.629	1.128	13.475	6.373	3.441	10.391	49.593
Umbria	1.364	1.229	584	479	268	3.102	1.586	655	2.661	11.928
Marche	2.120	2.524	959	836	540	5.457	2.627	1.156	3.365	19.584
Lazio	6.778	7.881	2.440	2.532	1.493	18.615	10.370	4.350	16.413	70.872
Abruzzo	2.019	2.422	688	696	510	5.320	2.779	1.053	3.815	19.302
Molise	818	636	160	173	160	1.180	697	196	1.073	5.093
Campania	10.836	17.142	2.750	2.276	1.810	26.819	14.362	4.580	19.210	99.785
Puglia	6.077	9.404	1.852	1.561	1.134	15.978	9.387	3.054	11.464	59.911
Basilicata	1.419	1.159	312	264	213	2.220	1.604	422	1.684	9.297
Calabria	4.502	4.204	923	819	852	8.097	5.706	1.485	6.304	32.892
Sicilia	7.880	10.254	2.520	2.292	1.631	18.961	11.684	3.391	14.655	73.268
Sardegna	3.743	4.314	867	668	582	5.991	4.124	1.405	5.219	26.913
Nord-ovest	16.134	20.045	6.496	5.575	5.163	43.863	21.877	11.707	34.587	165.447
Nord-est	11.443	13.968	5.931	4.593	3.227	35.038	15.910	7.875	24.802	122.787
Centro	15.415	17.522	6.098	5.476	3.429	40.649	20.956	9.602	32.830	151.977
Sud	37.294	49.535	10.072	8.749	6.892	84.566	50.343	15.586	63.424	326.461
ITALIA	80.286	101.070	28.597	24.393	18.711	204.116	109.086	44.770	155.643	766.672

(*) NO-SPEC-ALIM: Non specializ. alimentari; SPEC-ALIM: Specializ. alimentari; TAB: Tabacchi; CARB: Carburanti; FARM: Farmacie; ABB: Abbigliam., calz. cosmetici; MEF: Mobili, elettrod. ferramenta; LIB: Libri, giornali, cartolerie; ALTRO: Altro; TOT: Totale.

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

Questo incremento della rete non è stato uniforme sul territorio, ma ha rispecchiato processi evolutivi differenti, se non contrapposti, tra le regioni del Nord e quelle del Centro e del Mezzogiorno, aree con caratteristiche specifiche e differenti per quanto riguarda il livello di competitività del sistema e le condizioni socio-economiche della popolazione.

In particolare, la modesta crescita dei punti vendita nel Nord-ovest (+2,0%) e nel Nord-est (+1,6%), al di sotto del dato medio italiano (+5,4%) fa supporre la presenza di condizioni di mercato particolarmente difficili per lo sviluppo di questa tipologia di esercizi, specie nel comparto dell'alimentare specializzato, dove la competizione tra formule distributive è elevata.

Tab. 4.5 - I punti di vendita del piccolo dettaglio per merceologia
var. % 2002/2008

	NO-SPEC -ALIM	SPEC -ALIM	TAB	CARB	FARM	ABB	MEF	LIB	ALTRO	TOT (*)
Piemonte	9,8	-14,0	13,9	2,2	11,2	1,5	-3,4	1,4	7,7	1,5
Valle d'Aosta	-9,5	0,0	-1,5	1,1	17,1	-8,0	-7,2	3,8	12,7	-1,6
Lombardia	5,2	-14,9	33,0	1,3	11,5	7,1	-1,9	-0,8	6,4	2,6
Liguria	6,5	-11,3	14,8	0,6	7,7	3,1	-4,1	2,9	8,5	1,5
Trentino-Alto Adige	15,3	-16,3	18,5	5,7	21,3	7,0	-7,7	-2,4	-0,7	2,0
Veneto	7,7	-11,4	20,2	7,7	11,1	5,5	-1,9	0,0	2,6	2,0
Friuli-Venezia Giulia	-2,4	-17,3	1,1	8,8	1,9	-1,7	-13,2	0,2	7,3	-2,8
Emilia Romagna	8,8	-9,8	10,6	0,6	4,7	3,4	-3,9	1,7	8,3	2,4
Toscana	5,0	-12,8	22,1	1,7	10,7	4,7	-7,1	-2,2	3,9	0,7
Umbria	-1,9	0,7	13,2	-1,2	19,6	4,0	-4,7	0,9	11,4	3,5
Marche	3,0	-5,1	14,3	9,0	14,9	8,2	-3,9	-0,3	4,3	3,3
Lazio	53,2	-10,5	27,3	12,4	11,2	28,8	13,2	15,8	13,7	17,0
Abruzzo	2,1	-0,9	26,0	11,2	9,9	13,7	0,9	10,3	9,0	7,5
Molise	-1,1	-5,6	1,3	16,9	7,4	5,1	-8,0	6,5	18,2	3,3
Campania	16,7	-7,7	18,6	7,9	24,2	14,4	4,0	10,0	18,5	9,2
Puglia	24,3	-5,5	12,4	3,7	14,4	12,8	4,6	6,4	14,6	8,9
Basilicata	10,5	-2,0	20,0	11,9	8,7	4,5	-1,2	0,5	16,4	6,0
Calabria	-2,5	-12,2	27,8	12,3	15,1	7,5	-3,2	3,5	11,7	2,5
Sicilia	17,8	-13,9	14,6	5,9	15,7	17,4	2,7	8,1	6,2	6,5
Sardegna	-3,2	-4,9	12,2	7,7	8,4	16,7	4,3	3,5	16,7	6,6
Nord-ovest	6,7	-13,8	23,3	1,5	11,0	4,6	-2,8	0,4	7,2	2,0
Nord-est	7,7	-11,9	13,4	4,6	8,3	3,9	-4,4	0,6	5,0	1,6
Centro	20,6	-9,9	21,9	7,2	12,2	15,0	2,6	5,7	9,3	8,3
Sud	11,5	-8,4	16,8	7,5	15,9	13,7	2,5	7,3	13,3	7,3
ITALIA	11,6	-10,2	18,5	5,5	12,5	10,1	0,4	3,9	9,7	5,4

(*) cfr. nota tab. 4.4.

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

Una forte crescita di punti vendita si è avuta sia nel Centro (+8,3%), da attribuire all'andamento del Lazio (+17,0%), ovvero all'area metropolitana di Roma, sia nelle regioni del Sud (+7,3%). Qui sono intervenuti due fattori che hanno favorito questo sviluppo: da un lato la necessità di ampliare la rete d'offerta dei servizi commerciali spesso carente in molte aree, dall'altro il superamento di una condizione di precarietà per molte persone in cerca di occupazione attraverso iniziative imprenditoriali in un settore, come il commercio, ancora capace di offrire nuove opportunità.

Il maggiore sviluppo numerico nel Sud ha ampliato in questi anni una rete già diffusa in maniera molto capillare e questo costituisce un elemento di differenziazione rispetto al resto del Paese anche se vanno tenuti presenti i diversi contesti demografici e orografici che influiscono nella localizzazione di tali esercizi. Nelle regioni del Sud e nelle Isole, infatti, sono localizzati il 42,6% degli esercizi del piccolo dettaglio rispetto al Nord (38%) e al Centro (19,8%).

**Tab. 4.6 - Densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia
anno 2008 - numero di esercizi ogni 100mila abitanti**

	NO-SPEC -ALIM	SPEC -ALIM	TAB	CARB	FARM	ABB	MEF	LIB	ALTRO	TOT (*)
Piemonte	125	135	45	43	39	292	159	72	242	1.152
Valle d'Aosta	204	167	51	70	38	346	206	87	303	1.472
Lombardia	79	105	36	31	29	250	121	70	193	914
Liguria	172	231	61	39	38	400	185	106	305	1.537
Trentino-Alto Adige	147	104	44	33	28	288	120	41	198	1.004
Veneto	83	131	46	39	28	291	146	66	214	1.044
Friuli-Venezia Giulia	115	118	54	41	30	301	133	78	233	1.103
Emilia Romagna	106	121	61	44	29	337	141	78	225	1.141
Toscana	140	160	58	44	31	366	173	94	283	1.349
Umbria	154	139	66	54	30	351	179	74	301	1.349
Marche	137	163	62	54	35	351	169	74	217	1.261
Lazio	122	142	44	46	27	335	186	78	295	1.274
Abruzzo	152	183	52	53	39	402	210	80	288	1.458
Molise	255	198	50	54	50	368	217	61	334	1.587
Campania	186	295	47	39	31	461	247	79	331	1.717
Puglia	149	231	45	38	28	392	230	75	281	1.470
Basilicata	240	196	53	45	36	376	271	71	285	1.573
Calabria	224	209	46	41	42	403	284	74	314	1.638
Sicilia	157	204	50	46	32	377	232	67	291	1.457
Sardegna	225	259	52	40	35	360	248	84	313	1.616
Nord-ovest	102	127	41	35	33	278	139	74	219	1.048
Nord-est	101	123	52	41	28	309	140	69	219	1.083
Centro	132	150	52	47	29	348	179	82	281	1.302
Sud	179	238	48	42	33	406	242	75	305	1.568
ITALIA	135	170	48	41	31	342	183	75	261	1.286

(*) cfr. nota tab. 4.4.

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

Se prendiamo in considerazione il rapporto tra il numero degli esercizi e la popolazione residente per regione, questo dualismo Nord-Sud appare con maggiore evidenza.

Attualmente l'Italia registra 1.286 esercizi ogni 100 mila abitanti, che diventano 1.568 ogni 100 mila abitanti nella ripartizione del Sud rispetto a 1.048 esercizi ogni 100 mila abitanti nel Nord-ovest e 1.302 nel Centro. Il dato regionale, pur con qualche eccezione, non altera le caratteristiche di fondo precedentemente accennate. La Lombardia si distingue per il più basso livello di densità (914) seguita dal Trentino Alto Adige (1.004) e dal Veneto (1.044), ma anche nel Nord sono presenti regioni che hanno una densità superiore al dato dell'Italia e della ripartizione di appartenenza come nel caso della Liguria, della Val d'Aosta, della Toscana e dell'Umbria. Non casualmente tutte regioni contraddistinte da una frazione di superficie di montagna ben più elevata rispetto alla media.

Analogamente, nel Sud Campania, Sardegna, e Calabria si distinguono per una densità elevatissima non solo rispetto al dato medio nazionale, ma anche a quello della ripartizione.

Il confronto con il 2002 evidenzia un netto e generale calo della densità in tutte le regioni del Centro-Nord, escluso il Lazio, favorito soprattutto dall'aumento della popolazione. Opposta la situazione in tutte le regioni del Mezzogiorno dove il dato sulla densità, aumentato in maniera significativa, è stato condizionato da una maggiore dinamica imprenditoriale e da una minore crescita della popolazione.

L'esame dei raggruppamenti merceologici non può essere generalizzato ma deve essere distinto tra punti vendita di prodotti food e quelli di prodotti non food.

Come già accennato le trasformazioni più profonde sono avvenute nel comparto dell'alimentare nel quale la concentrazione degli esercizi e lo sviluppo della grande distribuzione ha modificato i rapporti di forza con la rete dei negozi di tipo "tradizionale", la cui consistenza tende a ridursi. Proprio in questo settore, tra il 2002 e il 2008, gli esercizi specializzati (i piccoli punti vendita di frutta e verdura e le macellerie a conduzione familiare, hanno registrato un forte ridimensionamento pari a -10,2% a livello nazionale, che è stato più pronunciato sia nel Nord-ovest (-13,8%) che nel Nord-est (-11,9%).

Tra le regioni, la flessione più accentuata si è registrata nel Friuli Venezia Giulia (-17,3%), nel Trentino-Alto Adige (-16,3%), in Lombardia (-14,9%), in Piemonte (-14,0%) e in Toscana (-12,8%).

In controtendenza è la dinamica degli esercizi non specializzati a prevalenza alimentare che comprendono tipologie di vendita a libero servizio come piccoli supermercati, superettes, discount, la cui consistenza aumenta in tutto il Paese (+11,6%), ma in modo particolare nel Centro (+20,6%) e nel Sud (+11,55), aree dove ancora permangono spazi per ampliare l'offerta già presente. Questo andamento non è omogeneo in tutte le regioni: Lazio (+53,2%), Puglia (+24,3%) e Sicilia (+17,8%) registrano gli incrementi più significativi mentre Valle d'Aosta (-9,5%), Sardegna (-3,2%) e Calabria (-2,5%) i cali più accentuati.

Nel comparto non alimentare tutti i settori hanno registrato un aumento dello stock degli esercizi in tutte le regioni, ma si è trattato di una crescita di diversa intensità. E' stata, ad esempio, più accentuata nel settore dei tabacchi (+18,5% a livello nazionale), nelle farmacie (+12,5%) e nel settore abbigliamento-calzature-cosmetici (+10,1%) mentre è stata minore a causa soprattutto della sostanziale ridefinizione del modello di business per quanto riguarda mobili-elettrodomestici-ferramenta (+0,4%), libri-giornali-cartolerie (+3,9%) e distribuzione di carburanti (+5,5%).

In particolare i negozi dell'aggregato abbigliamento-calzature-cosmetici crescono di più nel Lazio (+28,8%) e nelle regioni del Sud (Sicilia +17,4%, Sardegna +16,7%, Campania +14,4%). Le variazioni si collocano molto al di sotto del dato nazionale nelle altre regioni del Centro-nord fino alla riduzione dello stock in Valle d'Aosta (-8,0%) e in Friuli Venezia Giulia (-1,7%).

La modesta crescita dell'aggregato mobili-elettrodomestici-ferramenta, da imputare soprattutto all'andamento negativo dei negozi di elettrodomestici, è sintesi di andamenti differenziati. Gli esercizi sono aumentati nel Lazio (+13,2%) e nelle regioni del Mezzogiorno (+2,5%), in particolare Puglia (+4,6%) e Campania (+4,0%); una riduzione di esercizi si è avuta in

tutte le regioni del Centro-nord, in particolare in Friuli-Venezia Giulia (-13,2%), Toscana (-7,1%), Trentino-Alto Adige (-7,7%).

Tab. 4.7 - Variazioni assolute della densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia 2002/2008
var. ass. degli esercizi ogni 100mila abitanti

	NO-SPEC -ALIM	SPEC -ALIM	TAB	CARB	FARM	ABB	MEF	LIB	ALTRO	TOT (*)
Piemonte	7	-28	4	-1	3	-7	-12	-2	8	-29
Valle d'Aosta	-31	-7	1	-2	4	-46	-26	0	23	-84
Lombardia	0	-26	7	-1	1	3	-9	-5	1	-29
Liguria	7	-36	7	-1	2	3	-13	1	17	-14
Trentino-Alto Adige	12	-28	5	0	4	3	-18	-3	-13	-39
Veneto	2	-25	6	1	1	0	-11	-4	-6	-37
Friuli-Venezia Giulia	-6	-28	-1	2	0	-13	-24	-2	10	-61
Emilia Romagna	3	-21	2	-2	0	-9	-15	-3	5	-41
Toscana	1	-32	8	-1	2	1	-22	-6	-2	-52
Umbria	-12	-7	4	-4	3	-7	-20	-4	14	-32
Marche	-2	-17	5	2	3	12	-15	-4	-1	-16
Lazio	36	-29	7	2	1	54	8	5	15	98
Abruzzo	-3	-9	9	3	2	34	-6	5	13	48
Molise	-3	-12	1	8	3	18	-19	4	52	52
Campania	24	-29	7	2	6	52	6	6	47	121
Puglia	28	-17	5	1	3	40	7	4	33	103
Basilicata	25	-2	9	5	3	20	-1	1	42	103
Calabria	-6	-29	10	4	6	28	-9	2	33	39
Sicilia	22	-36	6	2	4	52	4	4	14	72
Sardegna	-11	-18	5	2	2	46	6	1	40	74
Nord-ovest	2	-28	6	-1	2	-1	-11	-3	5	-30
Nord-est	2	-24	4	0	1	-5	-14	-3	-1	-41
Centro	16	-27	7	0	2	26	-6	0	8	24
Sud	16	-25	6	2	4	44	3	4	32	88
ITALIA	9	-27	6	1	2	19	-7	0	13	17

(*) cfr. nota tab. 4.4.

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

4.2.2 Mini-mercati

Secondo la definizione dell'Osservatorio Nazionale del Commercio questa tipologia opera nel campo alimentare con una superficie di vendita che varia tra 200 e 399 mq. e che presenta le medesime caratteristiche di un supermercato.

La rilevazione dei minimercati, che è iniziata solo nel 2005, risponde alla necessità di individuare un ulteriore format, tra quelli che tradizionalmente sono oggetto del monitoraggio annuale dell'Osservatorio Nazionale del Commercio. Esso ha una sua specificità in termini di dimensione, assortimento e servizi, rimanendo distinto sia dal supermercato, che ha una dimensione più grande, sia dal negozio specializzato alimentare di tipo tradizionale, che ha un assortimento meno ampio e profondo. La sua collocazione è nelle

aree di vicinato; il minimercato presenta poche casse e non ha necessariamente il parcheggio.

A gennaio 2008 il numero dei minimercati era pari a 5.183 unità, concentrati nelle regioni del Nord, in particolare in Lombardia (631 unità), Veneto (482 unità), Emilia Romagna (337 unità); un'altra quota significativa è localizzata nelle regioni del Sud (1.973 unità,) soprattutto in Puglia (574 unità) e Campania (368 unità).

Tab. 4.8 - I minimercati

	punti vendita 2005	punti vendita 2008	Var. ass. 08-05	mq. per 100 ab.	Var. % mq. 08-05
Piemonte	288	418	130	3	40,2
Valle d'Aosta	22	19	-3	5	-10,6
Lombardia	536	631	95	2	12,1
Liguria	188	273	85	5	41,8
Trentino-Alto Adige	131	188	57	5	34,8
Veneto	426	482	56	3	-71,9
Friuli-Venezia Giulia	124	124	0	3	285,8
Emilia Romagna	296	337	41	2	9,5
Toscana	126	176	50	1	38,2
Umbria	117	108	-9	4	-8,8
Marche	193	220	27	4	11,2
Lazio	188	234	46	1	13,8
Abruzzo	56	152	96	3	143,1
Molise	10	15	5	1	57,0
Campania	320	368	48	2	13,1
Puglia	370	574	204	4	49,1
Basilicata	43	80	37	4	72,1
Calabria	77	186	109	3	132,3
Sicilia	158	362	204	2	127,1
Sardegna	47	236	189	4	386,7
Nord-ovest	1.034	1.341	307	3	24,6
Nord-est	977	1.131	154	3	11,4
Centro	624	738	114	2	13,5
Sud	1.081	1.973	892	3	77,0
ITALIA	3.716	5.183	1.467	3	34,0

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

Rispetto al 2005, i minimercati sono cresciuti di 1.467 unità e l'incremento ha riguardato tutte le regioni, con una accentuazione nel Mezzogiorno (+892 unità) specie in alcune aree per le quali il dato della prima rilevazione probabilmente era sottostimato.

Il trend è analogo per la superficie di vendita. Essa registra incrementi significativi in tutte le regioni, soprattutto del Sud; anche in questo caso il dato va letto tenendo presente i problemi derivanti da una possibile sottostima dei punti vendita durante il primo ciclo di rilevazione.

Essendo l'indagine molto recente occorrerà ancora migliorare l'accuratezza con cui viene effettuata la rilevazione dei punti vendita per avere nei prossimi anni un quadro dell'evoluzione di questa tipologia maggiormente rispondente alla realtà.

4.2.3 Supermercati

Evolvendosi nel corso degli anni dal punto di vista dimensionale ed estetico, per la gamma dell'offerta e dei servizi messi a disposizione del consumatore, il supermercato rimane uno dei luoghi più frequentati dalle famiglie per l'acquisto di prodotti di largo e generale consumo.

Tab. 4.9 - I supermercati

	punti vendita 2002	punti vendita 2008	var. ass. 08-02	mq. per 100 ab.	var. % mq. 08-02
Piemonte	479	686	207	14	41,9
Valle d'Aosta	10	14	4	9	34,4
Lombardia	1.187	1.447	260	15	18,6
Liguria	161	196	35	10	14,4
Trentino-Alto Adige	194	276	82	21	32,2
Veneto	857	1.088	231	21	25,8
Friuli-Venezia Giulia	228	273	45	21	22,1
Emilia Romagna	584	703	119	14	20,9
Toscana	420	496	76	13	25,4
Umbria	134	196	62	21	49,9
Marche	244	316	72	16	33,4
Lazio	595	679	84	11	12,7
Abruzzo	230	265	35	16	9,3
Molise	45	43	-2	11	-3,3
Campania	391	449	58	6	21,6
Puglia	346	461	115	8	38,8
Basilicata	53	64	11	8	26,7
Calabria	175	236	61	10	47,6
Sicilia	439	618	179	10	30,6
Sardegna	120	308	188	15	146,6
Nord-ovest	1.837	2.343	506	14	24,1
Nord-est	1.863	2.340	477	18	24,4
Centro	1.393	1.687	294	13	23,4
Sud	1.799	2.444	645	9	36,9
ITALIA	6.892	8.814	1.922	13	27,6

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

La sua presenza si è continuamente ampliata in tutto il Paese ed attualmente si contano, secondo la rilevazione dell'Osservatorio Nazionale del Commercio che identifica in questa tipologia quegli esercizi a libero servizio con una superficie che varia tra 400 e 2.500 mq., 8.814 punti vendita, per oltre la metà concentrati nelle regioni del Nord, mentre il 27,7% è localizzato nel Sud e il 19,1% nel Centro.

Rispetto al 2002, quando si contavano 6.892 supermercati, l'incremento è stato di 1.922 unità ed ha interessato tutte le regioni, ma in alcune la crescita è stata più accentuata come in Lombardia (+260 unità), Veneto (+231 unità), Sardegna (+188 unità), Sicilia (+188 unità) e Emilia Romagna (+119 unità).

Nel corso degli anni lo sviluppo numerico dei supermercati ha seguito una direttrice Nord-Sud: dopo aver rafforzato la presenza nei bacini di consumo densamente abitati e con buone capacità di spesa del Nord, le aperture si sono poi intensificate nelle regioni del Sud che presentano buone prospettive di sviluppo.

La crescita numerica, come visto, si è associata anche allo sviluppo della superficie complessiva di vendita che tra il 2002 e il 2007 è stato, per l'Italia, pari a +27,6% con un'elevata eterogeneità territoriale nei casi di Sardegna +146,6%, Umbria +49,9%, Calabria +47,6%, Piemonte +41,9%, Puglia +38,8%.

Che le regioni del Sud rappresentino ancora oggi un mercato dalle potenzialità ancora ampie lo si vede dal dato sulla densità di queste strutture, misurata dal rapporto tra superficie di vendita e popolazione residente (indicatore molto rozzo e imperfetto che, tuttavia, ha una qualche relazione con la diffusione effettiva del servizio nel bacino di utenza locale).

Rispetto alla popolazione, attualmente esistono in termini di superficie di vendita 13 mq. ogni 100 abitanti a livello nazionale, con una significativa differenziazione tra le diverse aree del Paese.

Ad un Nord-Est con il più alto valore di dotazione di queste strutture (18 mq. ogni 100 abitanti) si contrappongono le regioni del Sud dove la densità si avvicina ai 9 mq. ogni 100 abitanti, valore comunque in crescita rispetto agli anni precedenti.

A livello regionale diversi sono gli aspetti da segnalare. Il Trentino Alto Adige, il Veneto, il Friuli Venezia Giulia e l'Umbria si distinguono per un rapporto mq./popolazione molto elevato (21 mq. ogni 100 abitanti). La Campania, la Puglia e la Basilicata hanno i valori più bassi (rispettivamente 6, 8, 8 mq. ogni 100 abitanti), ma ci sono, comunque, altre regioni del Sud che presentano valori molto superiori alla media nazionale come nel caso dell'Abruzzo (16 mq. ogni 100 abitanti) e della Sardegna (15 mq. ogni 100 abitanti).

4.2.4 Ipermercati

“Tutto sotto un unico tetto”: questa definizione può sintetizzare in maniera efficace la funzione dell'ipermercato, tipologia di vendita comprensiva che dà con maggiore evidenza il senso di cosa significhi il consumo di massa. A partire dagli anni novanta le aperture nel nostro paese di queste strutture sono state continue grazie soprattutto agli investimenti di insegne multinazionali (in particolare francesi) che hanno esportato in Italia una formula già sperimentata con successo in altri contesti europei ed extraeuropei.

Attualmente questo format è sottoposto ad un riesame delle sue principali caratteristiche, dato che l'attrazione che da sempre ha esercitato nei confronti dei consumatori tende a ridursi per la presenza di diversi fattori di criticità. Il prezzo basso, ad esempio, non è più appannaggio dell'ipermercato, ma per molti prodotti il discount rappresenta una valida alternativa.

Anche la comodità di trovare tutto in un'unica struttura viene sempre meno percepita come un vantaggio dai consumatori in quanto l'acquisto presso l'iper richiede molto tempo sia per raggiungere la struttura sia per lo spostamento tra gli scaffali; oltretutto la presenza nell'assortimento dell'iper di prodotti non food (dall'abbigliamento all'elettronica) non attrae abbastanza per la convenienza che il consumatore più attento cerca in altri grandi punti vendita specializzati.

Tab. 4.10 - Gli ipermercati

	punti vendita 2002	punti vendita 2008	var. ass. 08-02	mq. per 100 ab.	var. % mq. 08-02
Piemonte	46	72	26	8	51,0
Valle d'Aosta	2	2	0	12	18,9
Lombardia	108	128	20	9	11,5
Liguria	5	6	1	2	-3,8
Trentino-Alto Adige	5	8	3	2	53,4
Veneto	55	55	0	6	6,6
Friuli-Venezia Giulia	6	16	10	6	114,8
Emilia Romagna	29	40	11	6	30,2
Toscana	29	29	0	5	3,0
Umbria	4	9	5	7	143,8
Marche	17	20	3	7	16,4
Lazio	20	23	3	2	14,4
Abruzzo	10	15	5	8	31,6
Molise	1	3	2	4	187,3
Campania	11	18	7	3	114,4
Puglia	11	23	12	5	163,2
Basilicata	1	3	2	2	148,9
Calabria	5	13	8	4	199,6
Sicilia	7	19	12	2	184,8
Sardegna	9	18	9	6	108,8
Nord-ovest	161	208	47	8	20,6
Nord-est	95	119	24	6	23,7
Centro	70	81	11	4	17,5
Sud	55	112	57	4	123,3
ITALIA	381	520	139	5	37,0

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

Un ulteriore elemento da tener presente è la forte concorrenza che si è sviluppata tra insegne sul piano dei prezzi, specie in quelle aree dove la programmazione delle grandi strutture di vendita non ha saputo evitare l'affollamento di queste strutture e non ha saputo salvaguardare l'equilibrio del sistema distributivo locale.

L'attuale consistenza in Italia degli ipermercati è di 520 unità, di cui 327 sono localizzati nelle regioni del Nord, in particolare in Lombardia (128), Piemonte (72) e Veneto (55) dove la presenza di aree di intensa urbanizzazione e con livelli di reddito molto elevati ha favorito lo sviluppo di queste strutture, fin dal loro apparire nel nostro paese.

Rispetto al 2002, quando si contavano 381 iper, l'incremento è stato di 139 unità: si è trattato di una crescita significativa diffusa in tutto il Paese, ma è nel Sud che queste strutture hanno registrato lo sviluppo maggiore in quanto lo stock di questi esercizi è passato da 55 a 112 unità (+57). Particolarmente numerose le aperture in Sicilia (+12), Puglia (+12) e Sardegna (+9) mentre per quanto riguarda le regioni del Nord i maggiori incrementi sono avvenuti in Piemonte (+26), Lombardia (+20), Emilia Romagna (+11) e Friuli Venezia Giulia (+10).

Lo sviluppo del formato, compatibilmente con gli indirizzi delle normative regionali sul commercio, è partito dalle regioni del Nord, dove vi è stata una corsa ad occupare il maggior numero di spazi, e si è spostato nelle aree, specie del Sud, che presentano un maggiore potenziale di modernizzazione.

Essendo esercizi di grandi dimensioni (i dati si riferiscono a strutture superiori a 2.500 mq. di superficie di vendita), lo sviluppo in termini di superficie di vendita rende in maniera più evidente la diffusione che vi è stata degli iper soprattutto nelle regioni del Sud presso cui erano scarsamente presenti fino a qualche anno fa.

Tra il 2002 e il 2008 la superficie di vendita è aumentata del 37% a livello nazionale, ma nel Sud l'incremento è stato del 123,3%, un valore molto distante dalla crescita registrata dal Nord est (+23,7%). Sviluppi sensibilmente più elevati della media del Mezzogiorno si sono avuti in Calabria (+199,6%), in Molise (+187,3), in Sicilia (184,8%) e in Puglia (163,2%).

Il divario Nord-Sud emerge anche se si considera la disponibilità della superficie di vendita in rapporto alla popolazione. Attualmente esistono, in termini di superficie di vendita, 5 mq. ogni 100 abitanti a livello nazionale, con una forte differenziazione tra aree del Nord (8 mq. ogni 100 abitanti nel Nord-ovest e 6 nel Nord-est), dove ci sono bacini di utenza con un livello di dotazione di ipermercati molto elevato, al limite del sovraffollamento, e le regioni del Centro e del Sud (4 mq. ogni 100 abitanti) dove la presenza di queste strutture è più contenuta anche se, come visto, tende ad aumentare.

A livello regionale Valle d'Aosta, Lombardia, Piemonte, Abruzzo hanno un rapporto mq./popolazione molto elevato (rispettivamente 12 mq., 9 mq., 8 mq., 8 mq.) mentre nel Lazio, in Basilicata e Sicilia tale valore è tra i più bassi, pari a 2 mq. ogni 100 abitanti.

4.2.5 Grandi magazzini

Con il termine "grande magazzino" sono rilevati quegli esercizi che operano nel campo non alimentare, hanno una superficie di vendita superiore a 400 mq. e dispongono di almeno cinque distinti reparti (alimentare escluso) con una specializzazione spinta verso l'abbigliamento e i prodotti semidurevoli.

In questi esercizi, generalmente localizzati nel centro città e in edifici di pregio, la vendita è assistita e l'assortimento si posiziona su un livello medio-alto sia per quanto riguarda la qualità dei prodotti sia i prezzi.

L'evoluzione recente di questa formula è segnata da alterne vicende. Vi è stata una fase di crisi di identità che ha colpito molte insegne storiche da quando i luoghi privilegiati dello shopping si sono spostati nelle periferie extra urbane ed è aumentata la presenza e la concorrenza dei grandi centri e parchi commerciali.

Negli ultimi anni assistiamo a un'inversione di tendenza ed a un rilancio dei grandi magazzini in forma rinnovata per quanto riguarda l'offerta e l'ambiente di vendita, sulla spinta, tra l'altro, di una maggiore valorizzazione dei centri storici e delle attività commerciali presenti.

Attualmente il numero di grandi magazzini è di 1.292, concentrati per oltre il 65% nelle regioni del Centro e del Sud; in queste ripartizioni Lazio, Toscana e Sicilia sono le regioni con il numero più alto di queste strutture (rispettivamente 165, 124 e 121 unità).

Tab. 4.11 - I grandi magazzini

	punti vendita 2002	punti vendita 2008	var. ass. 08-02	mq. per 100 ab.	var. % mq. 08-02
Piemonte	64	63	-1	3	13,1
Valle d'Aosta	5	7	2	5	4,4
Lombardia	142	160	18	3	-8,0
Liguria	33	33	0	4	-2,5
Trentino-Alto Adige	32	38	6	4	22,7
Veneto	78	80	2	4	-12,1
Friuli-Venezia Giulia	27	20	-7	5	-19,9
Emilia Romagna	55	50	-5	3	-16,5
Toscana	73	124	51	5	36,2
Umbria	33	54	21	7	14,1
Marche	58	65	7	5	16,6
Lazio	185	165	-20	4	-15,3
Abruzzo	26	51	25	5	50,2
Molise	13	5	-8	1	-59,3
Campania	59	80	21	2	31,5
Puglia	33	57	24	1	51,1
Basilicata	4	7	3	1	75,3
Calabria	65	65	0	4	1,0
Sicilia	86	121	35	3	47,3
Sardegna	37	47	10	4	7,9
Nord-ovest	244	263	19	3	-2,6
Nord-est	192	188	-4	4	-12,4
Centro	349	408	59	5	4,3
Sud	323	433	110	2	28,4
ITALIA	1.108	1.292	184	3	4,0

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

Rispetto al 2002, quando si contavano 1.108 grandi magazzini, lo stock è cresciuto di appena di 184 unità, un'evoluzione modesta che racchiude andamenti differenziati. La maggior parte dei nuovi esercizi sono concentrati al Sud (+110 unità) e sono andati ad incrementare una

dotazione carente. Il resto della variazione è distribuito soprattutto nel Centro (+59 unità) e in misura minore nelle regioni del Nord, aree dove la crisi della formula - più che del formato - ha prodotto effetti negativi più evidenti sia con chiusure di esercizi sia con ristrutturazioni e riqualificazioni delle strutture esistenti rinunciando ad aprirne di nuove.

Gli incrementi più significativi si sono registrati in Toscana (+51 unità), Sicilia (+35 unità), Abruzzo (+25 unità) e Puglia (+24 unità). Diverse sono, inoltre, le regioni dove lo stock dei grandi magazzini tra il 2002 e il 2008 si è ridotto: Lazio -20 unità, Molise -8 unità, Friuli Venezia Giulia -7 unità, Emilia Romagna -5 unità.

Dal punto di vista della dimensione, tra il 2002 e il 2008, la superficie di vendita è cresciuta a livello nazionale del 4,0%, un valore che sintetizza da una lato la crescita soprattutto del Sud (+28,4%) e del Centro (+4,3%), dall'altra un ridimensionamento della superficie nelle regioni del Nord (-15,0%) per effetto della ristrutturazione della rete dei punti vendita.

4.2.6 Grandi superfici specializzate

La rilevazione dell'Osservatorio Nazionale del Commercio identifica nelle Grandi Superfici Specializzate quegli esercizi al dettaglio che operano nel settore non alimentare, spesso appartenenti ad una catena distributiva a succursale, che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su una superficie di vendita di grande dimensione, in genere non inferiore a 1.500 mq.

Oltre all'ampiezza del punto vendita e alla specializzazione dal punto di vista dell'assortimento, le GSS si distinguono per i prezzi competitivi e per prestazioni di servizio elevate nei confronti dei consumatori, che vanno dall'assistenza alla vendita a forme di pagamento rateizzato.

I settori merceologici maggiormente interessati da queste strutture sono il tessile/abbigliamento, il bricolage, le attività sportive, i mobili, gli elettrodomestici, l'elettronica di consumo, il tempo libero, il giardinaggio, i giocattoli, i prodotti per l'infanzia e i prodotti per l'auto.

L'indagine ha rilevato al 1° gennaio 2008 1.400 grandi superfici specializzate concentrate in modo particolare nelle regioni del Nord dove si trovano molti territori ad intensa urbanizzazione: qui si contano 922 punti vendita mentre il resto è localizzato nel Centro (204 unità) e nel Sud (274).

Dal 2002 al 2008 le aperture si sono susseguite ad un ritmo sostenuto come sta a dimostrare l'incremento di 491 GSS dello stock esistente al 2002 (909 unità), con uno sviluppo piuttosto omogeneo per le grandi ripartizioni geografiche +151 unità nel Nord-ovest, +128 unità nel Nord-est, +274 unità nel Sud e +204 unità nel Centro.

A livello regionale, escludendo il Molise che non presenta strutture di questo tipo, la crescita più significativa è avvenuta in Lombardia (+111 unità), Veneto (+59 unità), Emilia Romagna (+46 unità), Puglia (+46 unità) e Campania (+40 unità).

Le nuove aperture di esercizi sempre di dimensione elevata, hanno determinato un incremento della superficie di vendita che ha registrato, rispetto al 2002, una crescita del 51,2% per quanto riguarda l'Italia, ed è stata ancora più elevata nel Sud (+124,3%) dove le aperture sono andate ad incrementare uno stock di esercizi poco numeroso.

Il rapporto tra superficie di vendita e popolazione mette in evidenza quanto già emerso con le altre tipologie di grande dimensione già esaminate, ovvero un divario nella disponibilità di queste strutture tra regioni del Nord e il resto del Paese.

Tab. 4.12 - Le grandi superfici specializzate

	punti vendita 2002	punti vendita 2008	var. ass. 08-02	mq. per 100 ab.	var. % mq. 08-02
Piemonte	118	145	27	9	17,7
Valle d'Aosta	7	9	2	25	5,7
Lombardia	222	333	111	10	49,5
Liguria	20	31	11	5	45,1
Trentino-Alto Adige	26	37	11	10	38,1
Veneto	123	182	59	11	44,3
Friuli-Venezia Giulia	52	64	12	15	14,9
Emilia Romagna	75	121	46	8	43,1
Toscana	56	74	18	5	27,6
Umbria	21	27	6	8	27,1
Marche	37	49	12	10	38,4
Lazio	35	54	19	4	76,7
Abruzzo	27	49	22	10	52,5
Molise			0	0	
Campania	24	64	40	4	173,6
Puglia	11	57	46	4	382,1
Basilicata	2	2	0	1	24,2
Calabria	11	19	8	2	89,5
Sicilia	29	46	17	3	41,3
Sardegna	13	37	24	6	245,1
Nord-ovest	367	518	151	10	38,9
Nord-est	276	404	128	10	37,4
Centro	149	204	55	5	42,1
Sud	117	274	157	4	124,3
ITALIA	909	1.400	491	7	51,2

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

Attualmente esistono in termini di superficie di vendita 7 mq. ogni 100 abitanti a livello nazionale, ma nel Nord questo valore è pari a 10: alcuni esperti ritengono a rischio di saturazione alcune aree del Settentrione. Nel Centro e nel Sud la densità scende rispettivamente a 5 mq. ogni 100 abitanti e 4 mq. ogni 100 abitanti, per effetto di una presenza meno numerosa di GSS.

La presenza di poche strutture, ma con una superficie molto grande, porta la Valle d'Aosta ad avere il rapporto mq./popolazione più elevato, pari a 25 mq. ogni 100

residenti; segue il Friuli Venezia Giulia (15 mq. ogni 100 abitanti), il Veneto (11 mq.), la Lombardia, il Trentino-Alto Adige, le Marche e l'Abruzzo tutte con 10 mq. ogni 100 abitanti. In Basilicata, Calabria e Sicilia tale valore è tra i più bassi (non superiore a 3 mq. ogni 100 abitanti).

4.2.7 Ambulanti e itineranti

Spesso considerato come una forma distributiva minore e residuale, il commercio ambulante e su aree pubbliche costituisce nel panorama della distribuzione commerciale italiana un canale di vendita rilevante sia dal punto di vista numerico sia sul piano del servizio reso ai consumatori attraverso i mercati quotidiani e settimanali, le fiere, i chioschi isolati, i posteggi a rotazione, tutti canali di acquisto largamente utilizzati dalle famiglie.

Tab. 4.13 - I punti vendita del commercio ambulante ed itinerante

	2002			2008			var. ass.		
	post.fisso	itineranti	ambul.	post.fisso	itineranti	ambul.	post.fisso	itineranti	ambul.
Piemonte	7.895	1.833	9.728	9.025	3.369	12.394	1.130	1.536	2.666
Valle d'Aosta	112	39	151	100	73	173	-12	34	22
Lombardia	11.289	3.861	15.150	11.859	6.877	18.736	570	3.016	3.586
Liguria	2.493	1.083	3.576	2.566	1.808	4.374	73	725	798
Trentino-Alto Adige	699	314	1.013	771	546	1.317	72	232	304
Veneto	5.941	2.081	8.022	6.388	3.671	10.059	447	1.590	2.037
Friuli-Venezia Giulia	967	384	1.351	899	674	1.573	-68	290	222
Emilia Romagna	5.494	2.297	7.791	5.605	3.743	9.348	111	1.446	1.557
Toscana	5.914	3.788	9.702	6.057	5.662	11.719	143	1.874	2.017
Umbria	800	542	1.342	1.061	757	1.818	261	215	476
Marche	2.382	1.117	3.499	2.374	2.041	4.415	-8	924	916
Lazio	6.237	2.151	8.388	8.204	3.975	12.179	1.967	1.824	3.791
Abruzzo	2.099	986	3.085	2.240	1.611	3.851	141	625	766
Molise	338	215	553	388	367	755	50	152	202
Campania	9.715	4.371	14.086	11.719	8.198	19.917	2.004	3.827	5.831
Puglia	10.367	2.796	13.163	10.463	4.621	15.084	96	1.825	1.921
Basilicata	643	459	1.102	679	581	1.260	36	122	158
Calabria	3.281	2.529	5.810	3.572	4.390	7.962	291	1.861	2.152
Sicilia	11.687	2.792	14.479	13.045	5.762	18.807	1.358	2.970	4.328
Sardegna	2.486	2.525	5.011	2.632	3.896	6.528	146	1.371	1.517
Nord-ovest	21.789	6.816	28.605	23.550	12.127	35.677	1.761	5.311	7.072
Nord-est	13.101	5.076	18.177	13.663	8.634	22.297	562	3.558	4.120
Centro	15.333	7.598	22.931	17.696	12.435	30.131	2.363	4.837	7.200
Sud	40.616	16.673	57.289	44.738	29.426	74.164	4.122	12.753	16.875
ITALIA	90.839	36.163	127.002	99.647	62.622	162.269	8.808	26.459	35.267

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

Dal punto di vista metodologico va precisato che la realtà fotografata dall'Osservatorio Nazionale del Commercio fa riferimento per le tipologie "ambulanti" alle sedi di impresa attive o alle unità locali e non alle localizzazioni, ovvero al numero dei banchi vendita.

Pur ridimensionato rispetto alla forza numerica che il settore aveva negli anni '80, nel 2008 il commercio ambulante conta 162.269 imprese, di cui 99.647 ambulanti su posteggio fisso e 62.622 ambulanti operanti su posteggio mobile o in forma itinerante.

La localizzazione territoriale di queste imprese, dipendente dai diversi contesti socio-demografici e orografici del nostro Paese, rispecchia le stesse caratteristiche già evidenziate per il piccolo dettaglio, ovvero una presenza capillare nelle regioni del Sud e nelle Isole (46% del totale punti vendita ambulanti), rispetto al Nord (36%) e al Centro (18%).

Da un punto di vista del territorio l'incremento complessivo nel periodo 2002-2008 non è stato uniforme ma ha evidenziato dinamiche più accentuate nelle regioni del Sud, dove la maggior crescita registrata è stata favorita dalla ricerca diffusa di nuove opportunità di lavoro in un contesto di forte precarietà dei processi di produzione del reddito.

Circa la metà dell'incremento totale dello stock degli esercizi ha interessato, infatti, il Sud, concentrandosi soprattutto in Campania (+5.831 unità), Sicilia (+4.328 unità) e Calabria (+2.152 unità); nelle altre ripartizioni la crescita maggiore è avvenuta nel Lazio (+3.791 unità), in Lombardia (+ 3.586 unità), in Piemonte (+2.666 unità) e in Veneto (+2.037 unità).

Tra le due forme di attività ambulante (posteggio fisso e posteggio mobile o itinerante) non vi sono difformità di andamenti. Il Mezzogiorno presenta la maggior crescita di entrambe le tipologie di impresa.

4.2.8 Altra distribuzione commerciale

Oltre i canali tradizionali di vendita al dettaglio con tutte la varietà di tipologie esaminate, esistono altre forme di distribuzione dei prodotti che trovano spazio nel nostro Paese in quanto vanno incontro ad esigenze di una fascia specifica di consumatori. Si pensi, infatti, al commercio per corrispondenza che comprende anche quello via internet, alla vendita a domicilio e al commercio per mezzo dei distributori automatici, tutte modalità di acquisto senza soggetti intermediari con vantaggi anche in termini di prezzo. L'introduzione di regole più trasparenti e a maggior tutela di chi fa acquisti ha, molto probabilmente, favorito il crescente ricorso ad alcune di queste forme di vendita.

La consistenza attuale di tutte queste forme di vendita è di 31.215 esercizi di cui il 38,8% ha un'attività non specificata, il 27,6% opera nella vendita a domicilio, il 24,7% opera nelle vendite per corrispondenza, l'8,7% è costituito da imprese che vendono tramite distributori automatici.

Poco meno della metà degli esercizi (46%) è diffuso nelle regioni del Nord, particolarmente in Piemonte (4.969 unità), Lombardia (3.953 unità) e Veneto (2.063 unità) mentre nelle altre ripartizioni solo Lazio, Campania e Sicilia contano un numero significativo di queste imprese (rispettivamente 5.277 unità, 2.382 unità, 2.225 unità).

Rispetto al 2002 lo stock di questi esercizi si è ridimensionato per effetto di un processo di selezione nel settore con un calo di 10.610 unità che ha riguardato quasi esclusivamente le regioni del Sud (-8.522 esercizi) ed in misura molto minore le altre ripartizioni.

Va segnalato che per queste strutture di vendita il bacino di utenza non è sempre strettamente legato alla localizzazione dell'impresa (si pensi alla vendita via internet) e la più elevata diffusione nelle regioni del Nord e il ridimensionamento in atto nel Mezzogiorno non sempre risponde alle preferenze dei consumatori locali, ma può rispecchiare la presenza di migliori condizioni operative aziendali.

Tab. 4.14 - Altre forme del commercio al dettaglio

	esercizi 2002	esercizi 2008	var. ass. 08-02
Piemonte	4.578	4.969	391
Valle d'Aosta	48	52	4
Lombardia	4.903	3.953	-950
Liguria	956	938	-18
Trentino-Alto Adige	445	504	59
Veneto	2.458	2.063	-395
Friuli-Venezia Giulia	475	445	-30
Emilia Romagna	1.748	1.483	-265
Toscana	1.972	1.446	-526
Umbria	570	413	-157
Marche	642	459	-183
Lazio	5.295	5.277	-18
Abruzzo	967	671	-296
Molise	260	120	-140
Campania	5.475	2.382	-3.093
Puglia	3.731	1.916	-1.815
Basilicata	400	181	-219
Calabria	1.981	1.183	-798
Sicilia	4.008	2.225	-1.783
Sardegna	913	535	-378
Nord-ovest	10.485	9.912	-573
Nord-est	5.126	4.495	-631
Centro	8.479	7.595	-884
Sud	17.735	9.213	-8.522
ITALIA	41.825	31.215	-10.610

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

4.3 Le imprese del commercio all'ingrosso per regione

I dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio ci consentono di avere un quadro specifico del commercio all'ingrosso distinto in tre settori: il commercio all'ingrosso in senso stretto, nel quale operano soprattutto le imprese che hanno un ruolo significativo nei confronti della rete di vendita del dettaglio sia per quanto riguarda i prodotti non alimentari sia gli alimentari; le attività del settore auto, ovvero la vendita di auto e motocicli e dei relativi accessori e l'attività di manutenzione; gli intermediari del commercio. Quest'ultimo comparto comprende le attività di diverse figure professionali, tra cui l'agente di commercio, il rappresentante di commercio, il subagente, che intervengono nella fase di trasferimento dei

beni di consumo dalla produzione alla distribuzione attraverso la promozione e la conclusione di contratti per la vendita di prodotti o servizi.

L'attuale consistenza di questi esercizi è di 653.000 unità, di cui 242.846 operano nell'ingrosso tradizionale, 254.606 sono intermediari e 155.548 sono imprese del settore auto. Negli anni recenti il settore nel suo complesso ha registrato una buona dinamica dal punto di vista imprenditoriale con una crescita degli esercizi di 36.731 unità tra il 2002 e il 2008 (+6%) la cui quota più significativa ha riguardato l'ingrosso tradizionale (+31.507 unità pari al 14,9%). Per gli intermediari l'aumento degli esercizi è stato pari all'1% (oltre 2.500 esercizi); l'incremento nel settore auto è stato dell'1,8% (oltre 2.600 esercizi).

Tab. 4.15 - Ingrosso, intermediari e settore auto
var. assolute e % 2008-2002

	ingrosso		intermediari		settore auto		totale	
	in migliaia	var. %	in migliaia	%	in migliaia	%	in migliaia	%
Piemonte	1.492	9,6	681	3,2	286	2,5	2.459	5,1
Valle d'Aosta	-1	-0,4	-8	-2,7	-39	-11,2	-48	-5,2
Lombardia	5.196	13,1	-512	-1,1	299	1,4	4.983	4,7
Liguria	398	7,4	-240	-3,2	112	2,8	270	1,6
Trentino-Alto Adige	332	9,4	-1	0,0	-19	-1,0	312	3,4
Veneto	2.389	12,7	-204	-0,7	198	1,8	2.383	4,1
Friuli-Venezia Giulia	78	1,8	-373	-6,4	-175	-6,6	-470	-3,7
Emilia Romagna	1.761	10,7	-381	-1,6	36	0,3	1.416	2,8
Toscana	1.664	11,6	-194	-0,9	-46	-0,5	1.424	3,3
Umbria	293	11,9	73	1,7	16	0,7	382	4,3
Marche	673	12,2	121	1,3	11	0,3	805	4,2
Lazio	4.375	30,4	958	4,9	1.063	8,2	6.396	13,7
Abruzzo	578	14,1	225	3,8	109	2,7	912	6,5
Molise	184	23,2	50	7,0	42	4,0	276	10,8
Campania	6.439	24,8	636	3,9	928	6,0	8.003	13,8
Puglia	1.931	16,6	88	0,6	45	0,4	2.064	5,6
Basilicata	226	15,1	143	11,7	-9	-0,5	360	7,8
Calabria	726	12,0	504	9,4	-67	-1,0	1.163	6,4
Sicilia	2.199	13,9	755	5,2	-96	-0,6	2.858	6,3
Sardegna	574	13,0	226	4,0	-17	-0,4	783	5,3
Nord-ovest	7.085	11,6	-79	-0,1	658	1,8	7.664	4,4
Nord-est	4.560	10,5	-959	-1,6	40	0,2	3.641	2,8
Centro	7.005	19,0	958	1,8	1.044	3,7	9.007	7,6
Sud	12.857	18,3	2.627	4,1	935	1,5	16.419	8,4
ITALIA	31.507	14,9	2.547	1,0	2.677	1,8	36.731	6,0

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

La forte crescita di esercizi nell'ingrosso di tipo tradizionale è dovuta soprattutto all'aumento delle unità locali dipendenti dall'impresa madre piuttosto che delle sedi di impresa, per le quali è, invece, in atto un processo di concentrazione; va precisato che queste costituiscono, comunque, la parte prevalente del settore.

A livello territoriale, i maggiori incrementi nel comparto dell'ingrosso tradizionale si sono registrati per la ripartizione del Nord in Lombardia (+5.196 esercizi) e Veneto (+2.389 esercizi), al Centro hanno riguardato quasi esclusivamente il Lazio (+4.375 esercizi) mentre nel Sud si sono concentrati in Campania (+6.439 esercizi), Sicilia (+2.199 esercizi) e Puglia (1.931 esercizi).

Gli intermediari sono cresciuti nelle regioni del Sud (+2.627 unità) con valori significativi in Sicilia (+755), Campania (+636) e Calabria (+504). Il numero è in aumento anche nel Lazio (+958) e, invece, si riduce in quasi tutte le regioni del Nord e in Toscana. Nel settore auto la crescita degli esercizi ha riguardato soprattutto il Centro-Sud, in particolare il Lazio (+1.063 unità) e la Campania (+928) mentre nel Nord solo per la Lombardia e il Piemonte si sono registrati incrementi significativi.

APPENDICE STATISTICA

**SCHEDE PER LE 20 REGIONI CON
DISAGGREGAZIONE PROVINCIALE DELLE
PRINCIPALI VARIABILI**

Nota tecnica

L'Appendice statistica presenta per ogni regione un quadro sintetico dei principali parametri economici a livello provinciale attraverso nove tabelle riepilogative, nelle quali sono presenti le informazioni statistiche discusse sinteticamente nei diversi capitoli del Rapporto.

La tab. 1 "I fattori che determinano la crescita" riporta i dati al 2007 su popolazione residente e popolazione straniera di fonte Istat; gli indicatori relativi al mercato del lavoro (tasso di occupazione, di attività, di disoccupazione, occupati per settori economici; si veda sotto la definizione dei rapporti caratteristici) sono stati elaborati sulla base dei dati dell'indagine Istat sulle Forze Lavoro, anno 2007. Il numero delle imprese registrate presso le Camere di Commercio è riferito al 2008 ed è di fonte Movimprese.

La tab. 2 "Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali", la tab. 3 "Valore aggiunto per abitante", la tab. 4 "Consumi in termini reali" e la tab. 5 "Consumi per abitante" riportano i risultati con le previsioni 2008-2010 delle elaborazioni che ha fatto l'Ufficio Studi Confcommercio partendo dalla ricostruzione della contabilità provinciale Istat.

Le tabb. 6 e 7 riguardano i dati, provenienti dall'archivio di Movimprese, sulla consistenza nel 2008 delle imprese registrate presso le Camere di Commercio suddivise per macro-settori economici e sull'andamento delle iscrizioni/cessazioni delle sole imprese del terziario (commercio, alberghi, pubblici esercizi, servizi di mercato). Per una corretta interpretazione del dato sulle cessazioni bisogna tener conto che il dato riportato in tabella comprende anche le cessazioni che ogni Camera di Commercio dispone d'ufficio di quelle imprese che risultano non più operative da almeno tre anni.

Le tabb. 8 e 9 descrivono la struttura provinciale e l'evoluzione rispetto al 2002 dei canali della distribuzione commerciale, sulla base dei dati forniti dall'Osservatorio Nazionale del Commercio presso il Ministero dello Sviluppo Economico. Per il commercio al dettaglio in sede fissa e per il commercio ambulante i dati si riferiscono alla consistenza esistente al 30 giugno 2008 mentre per le tipologie della grande distribuzione (minimercato, supermercato, iper, grandi magazzini e grandi specializzati) il dato fa riferimento alla consistenza registrata al 1 gennaio 2008. Per la tipologia del minimercato il confronto temporale è stato fatto rispetto al 2005, anno in cui è iniziata la rilevazione di questa forma distributiva.

Definizione dei rapporti caratteristici

Tasso di attività

Rapporto tra le persone appartenenti alle forze di lavoro e la popolazione in età compresa tra i 15 e 64 anni.

Tasso di occupazione

Rapporto tra gli occupati e la popolazione in età compresa tra i 15 e 64 anni.

Tasso di disoccupazione

Rapporto tra le persone in cerca di occupazione e le forze di lavoro.

NORD-OVEST

**Tab. 1. Piemonte - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Torino	2.278	165	1.956	67,2	64,0	4,7
Vercelli	177	11	155	67,2	64,3	4,2
Biella	187	9	163	70,7	67,6	4,3
Verbano-Cusio-Ossola	162	7	141	67,1	64,9	3,2
Novara	362	25	309	69,3	65,6	5,2
Cuneo	581	43	491	70,5	68,9	2,2
Asti	218	18	187	67,5	65,3	3,2
Alessandria	436	32	382	65,8	62,7	4,6
PIEMONTE	4.401	311	3.784	67,8	64,9	4,2
Nord-ovest	15.779	1.223	13.499	68,6	66,0	3,8
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Torino	235.912	957	1,1	34,9	64,0
Vercelli	17.851	73	5,7	35,7	58,6
Biella	20.162	81	2,7	40,5	56,8
Verbano-Cusio-Ossola	14.033	69	1,8	35,4	62,9
Novara	32.173	156	2,5	36,5	61,0
Cuneo	74.836	262	12,2	32,4	55,4
Asti	26.312	90	6,2	35,0	58,8
Alessandria	48.227	174	3,6	39,2	57,2
PIEMONTE	469.506	1.863	3,5	35,4	61,1
Nord-ovest	1.608.074	6.874	2,3	34,3	63,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Piemonte - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Torino	1,5	0,5	-1,0
Vercelli	0,8	1,7	-1,0
Biella	1,3	-0,8	-1,0
Verbano-Cusio-Ossola	1,7	0,3	-0,8
Novara	1,8	0,5	-0,8
Cuneo	0,6	1,8	-1,0
Asti	2,1	1,1	-1,0
Alessandria	1,7	1,7	-1,1
PIEMONTE	1,4	0,8	-1,0
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3. Piemonte - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Torino	17.610	21.907	25.939
Vercelli	15.637	18.857	25.295
Biella	17.661	21.549	24.308
Verbano-Cusio-Ossola	13.822	17.173	20.584
Novara	17.979	21.996	25.780
Cuneo	17.954	20.730	26.932
Asti	13.909	17.455	21.640
Alessandria	14.749	18.598	24.117
PIEMONTE	16.990	20.887	25.370
Nord-ovest	18.745	23.135	28.170
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Torino	116,9	117,1	112,4
Vercelli	103,8	100,8	109,6
Biella	117,3	115,2	105,3
Verbano-Cusio-Ossola	91,8	91,8	89,2
Novara	119,4	117,6	111,7
Cuneo	119,2	110,8	116,7
Asti	92,3	93,3	93,8
Alessandria	97,9	99,4	104,5
PIEMONTE	112,8	111,6	109,9
Nord-ovest	124,5	123,6	122,1
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Piemonte - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Torino	2,3	0,7	-0,3
Vercelli	2,3	0,5	-0,4
Biella	2,4	0,5	-0,6
Verbano-Cusio-Ossola	2,3	0,6	-0,3
Novara	2,7	0,7	-0,1
Cuneo	2,3	0,7	-0,4
Asti	2,6	0,7	-0,3
Alessandria	2,1	0,6	-0,4
PIEMONTE	2,3	0,7	-0,3
Nord-ovest	2,0	0,7	-0,3
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Piemonte - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Torino	10.750	14.086	17.514
Vercelli	10.905	14.304	18.118
Biella	11.551	15.123	19.126
Verbano-Cusio-Ossola	10.946	14.239	17.962
Novara	11.435	14.799	18.140
Cuneo	9.963	12.712	15.838
Asti	9.024	11.736	14.567
Alessandria	10.760	14.060	17.536
PIEMONTE	10.669	13.906	16.862
Nord-ovest	11.286	14.516	17.321
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Torino	108,2	110,3	113,5
Vercelli	109,7	112,0	117,4
Biella	116,2	118,4	124,0
Verbano-Cusio-Ossola	110,2	111,5	116,4
Novara	115,1	115,9	117,6
Cuneo	100,3	99,5	102,6
Asti	90,8	91,9	94,4
Alessandria	108,3	110,1	113,6
PIEMONTE	107,4	108,9	109,3
Nord-ovest	113,6	113,7	112,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Piemonte - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Torino	14.573	64.803	61.904	33.656	11.630	67.953	15.049	235.912
Vercelli	2.756	5.497	4.534	2.655	1.015	3.364	685	17.851
Biella	1.629	6.605	4.643	2.298	938	5.232	1.115	20.162
Verbano-Cusio-Ossola	841	4.878	3.479	2.091	1.457	2.903	475	14.033
Novara	2.500	10.913	7.846	4.143	1.802	7.953	1.159	32.173
Cuneo	24.550	18.146	14.046	7.275	3.209	13.075	1.810	74.836
Asti	8.531	6.590	5.262	2.927	1.022	4.121	786	26.312
Alessandria	11.359	12.722	10.299	5.300	2.150	9.484	2.213	48.227
PIEMONTE	66.739	130.154	112.013	60.345	23.223	114.085	23.292	469.506
Nord-ovest	139.845	472.492	377.401	186.899	83.767	435.534	99.035	1.608.074
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Torino	6,2	27,5	26,2	14,3	4,9	28,8	6,4	100,0
Vercelli	15,4	30,8	25,4	14,9	5,7	18,8	3,8	100,0
Biella	8,1	32,8	23,0	11,4	4,7	25,9	5,5	100,0
Verbano-Cusio-Ossola	6,0	34,8	24,8	14,9	10,4	20,7	3,4	100,0
Novara	7,8	33,9	24,4	12,9	5,6	24,7	3,6	100,0
Cuneo	32,8	24,2	18,8	9,7	4,3	17,5	2,4	100,0
Asti	32,4	25,0	20,0	11,1	3,9	15,7	3,0	100,0
Alessandria	23,6	26,4	21,4	11,0	4,5	19,7	4,6	100,0
PIEMONTE	14,2	27,7	23,9	12,9	4,9	24,3	5,0	100,0
Nord-ovest	8,7	29,4	23,5	11,6	5,2	27,1	6,2	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Piemonte - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Torino	2.179	2.980	-801	683	871	-188	3.598	4.271	-673	17.993	16.529	1.464
Vercelli	189	233	-44	61	76	-15	196	240	-44	1.258	1.326	-68
Biella	123	215	-92	45	88	-43	200	339	-139	1.303	1.547	-244
Verbano-Cusio-Ossola	114	162	-48	82	109	-27	154	200	-46	955	965	-10
Novara	291	339	-48	94	125	-31	511	576	-65	2.557	2.325	232
Cuneo	395	554	-159	226	259	-33	580	737	-157	4.279	4.552	-273
Asti	182	278	-96	48	82	-34	234	304	-70	1.585	1.942	-357
Alessandria	296	441	-145	103	153	-50	502	585	-83	3.175	3.275	-100
PIEMONTE	3.769	5.202	-1.433	1.342	1.763	-421	5.975	7.252	-1.277	33.105	32.461	644
Nord-ovest	10.331	15.233	-4.902	4.722	6.332	-1.610	20.154	29.635	-9.481	113.521	116.818	-3.297
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Piemonte - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano-Cusio- Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	2.752	337	297	277	440	1.014	407	728	6.252	18.685	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	3.089	238	199	216	414	824	295	674	5.949	20.045	101.070
<i>Fruita e verdura</i>	301	42	34	22	64	105	28	104	700	4.109	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	1.239	73	61	66	104	381	156	266	2.346	6.372	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	76	5	3	5	11	15	14	20	149	781	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	624	63	46	43	90	141	31	122	1.160	3.451	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	158	27	32	26	38	48	21	79	429	1.295	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	691	28	23	54	107	134	45	83	1.165	4.037	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	926	112	115	83	152	263	125	226	2.002	6.496	28.597
Farmacie	695	94	83	77	134	276	106	238	1.703	5.163	18.711
Carburanti	787	98	101	66	167	311	112	233	1.875	5.575	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	653	25	33	26	58	77	35	54	961	2.732	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	16.910	1.432	1.223	1.344	2.569	4.193	1.451	3.500	32.622	108.902	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	174	14	7	9	29	36	16	33	318	1.009	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	825	64	52	59	130	187	63	138	1.518	5.024	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	672	61	61	72	133	263	77	152	1.491	5.049	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	4.169	342	292	353	698	973	356	921	8.104	27.710	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	868	76	49	75	130	251	66	212	1.727	6.080	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	1.664	134	137	120	224	487	135	352	3.253	10.901	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.</i>	616	56	47	32	101	129	51	107	1.139	3.693	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	1.304	124	96	107	173	361	174	275	2.614	7.283	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	1.755	126	131	96	257	355	129	321	3.170	11.707	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	4.632	423	341	406	674	1.106	368	950	8.900	29.188	132.784
Articoli di seconda mano	231	12	10	15	20	45	16	39	388	1.258	4.149
Non specializzati	116	6	3	1	7	18	5	6	162	663	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	25.928	2.342	2.054	2.090	3.941	6.976	2.536	5.659	51.526	168.261	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	5.920	237	285	195	422	994	428	544	9.025	23.550	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	1.751	269	116	139	359	290	265	180	3.369	12.127	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	7.671	506	401	334	781	1.284	693	724	12.394	35.677	162.269
Minimercati (*)	208	9	14	19	19	68	29	52	418	1.341	5.183
Supermercati (*)	298	38	34	35	85	86	37	73	686	2.343	8.814
Ipermercati (*)	28	4	5	4	11	9	1	10	72	208	520
Grandi magazzini (*)	21	0	2	15	5	11	2	7	63	263	1.292
Grandi specializzati (*)	57	6	12	5	18	16	7	24	145	518	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	612	57	67	78	138	190	76	166	1384	4.673	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Piemonte - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano-Cusio- Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	580	27	-3	19	62	35	11	-9	722	1.561	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-549	-9	-36	-63	-94	-75	-54	-86	-966	-3.219	-11.540
Frutta e verdura	-26	-5	-8	-12	-16	-2	-4	-16	-89	-661	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-122	-11	-21	-8	-19	-22	-20	-41	-264	-761	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	-6	-1	-1	-2	1	-3	6	-5	-11	-12	394
Pane, pasticceria, dolciumi	-83	10	-4	1	-15	-22	-11	0	-124	-226	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	33	-1	1	-4	-4	-17	-3	-10	-5	-128	275
Altri esercizi specializzati alimentari	-345	-1	-3	-38	-41	-9	-22	-14	-473	-1.431	-5.353
Tobacco e altri generi di monopolio	106	11	0	22	17	28	19	42	245	1.227	4.469
Farmacie	43	9	9	8	11	46	11	35	172	511	2.079
Carburanti	-4	0	9	10	5	25	6	-10	41	83	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	285	18	16	-3	13	45	24	36	434	1.204	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	102	1	-13	19	149	102	47	32	439	3.039	32.622
Articoli medicali e ortopedici	59	3	-1	3	14	5	4	14	101	288	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	-27	8	-13	-10	9	21	6	-11	-17	46	663
Prodotti tessili e biancheria	235	17	24	23	37	98	23	37	494	1.687	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	-230	-39	-22	0	59	-54	-29	-16	-331	-46	7.041
Calzature e articoli in cuoio	40	18	-4	-2	2	18	-6	0	45	252	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	59	11	-8	7	13	19	-12	-15	74	471	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.	-201	-23	-16	-24	-23	-55	-26	-44	-412	-1.330	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	-12	4	8	16	11	28	20	13	88	240	3.225
Libri, giornali, cartoleria	54	-8	-1	-8	-24	21	11	0	45	44	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	69	28	22	6	46	-13	52	43	253	1.064	9.201
Articoli di seconda mano	56	3	-2	8	5	14	4	11	99	323	1.091
Non specializzati	-69	3	-1	-10	-25	-16	-2	-2	-122	-545	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	494	60	-19	2	138	190	62	38	965	3.865	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	944	-1	29	-24	7	42	51	82	1.130	1.761	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	718	140	48	79	174	121	167	89	1.536	5.311	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.662	139	77	55	181	163	218	171	2.666	7.072	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	117	7	14	11	14	28	9	7	207	506	1.922
Ipermercati (*)	5	1	0	3	6	5	1	5	26	47	139
Grandi magazzini (*)	4	0	0	8	-12	2	-2	-1	-1	19	184
Grandi specializzati (*)	-1	-2	4	4	2	9	3	8	27	151	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	333	15	32	45	29	112	40	71	677	2.064	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Valle D'Aosta - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Aosta	126	7	107	70,4	68,1	3,2
VALLE D'AOSTA	126	7	107	70,4	68,1	3,2
Nord-ovest	15.779	1.223	13.499	68,6	66,0	3,8
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Aosta	14.352	57	4,0	24,6	71,4
VALLE D'AOSTA	14.352	57	4,0	24,6	71,4
Nord-ovest	1.608.074	6.874	2,3	34,3	63,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) Anno 2008

**Tab. 2. Valle D'Aosta - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Aosta	0,0	1,4	0,1
VALLE D'AOSTA	0,0	1,4	0,1
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Valle D'Aosta - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Aosta	19.351	21.376	27.309
VALLE D'AOSTA	19.351	21.376	27.309
Nord-ovest	18.745	23.135	28.170
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Aosta	128,5	114,2	118,3
VALLE D'AOSTA	128,5	114,2	118,3
Nord-ovest	124,5	123,6	122,1
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Valle D'Aosta - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Aosta	3,5	0,9	0,0
VALLE D'AOSTA	3,5	0,9	0,0
Nord-ovest	2,0	0,7	-0,3
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Valle D'Aosta - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Aosta	14.196	18.650	21.930
VALLE D'AOSTA	14.196	18.650	21.982
Nord-ovest	11.286	14.516	17.321
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Aosta	142,9	146,0	142,1
VALLE D'AOSTA	142,9	146,0	142,5
Nord-ovest	113,6	113,7	112,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Valle D'Aosta - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Aosta	2.186	4.049	2.519	1.641	1.567	2.636	1.395	14.352
VALLE D'AOSTA	2.186	4.049	2.519	1.641	1.567	2.636	1.395	14.352
Nord-ovest	139.845	472.492	377.401	186.899	83.767	435.534	99.035	1.608.074
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Aosta	15,2	28,2	17,6	11,4	10,9	18,4	9,7	100,0
VALLE D'AOSTA	15,2	28,2	17,6	11,4	10,9	18,4	9,7	100,0
Nord-ovest	8,7	29,4	23,5	11,6	5,2	27,1	6,2	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Valle D'Aosta - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Aosta	100	169	-69	80	119	-39	126	183	-57	893	1.301	-408
VALLE D'AOSTA	100	169	-69	80	119	-39	126	183	-57	893	1.301	-408
Nord-ovest	10.331	15.233	-4.902	4.722	6.332	-1.610	20.154	29.635	-9.481	113.521	116.818	-3.297
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

**Tab. 8. Valle D'Aosta - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero**

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	273	273	18.685	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	211	211	20.045	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	42	42	4.109	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	68	68	6.372	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	7	7	781	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolci</i>	37	37	3.451	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	17	17	1.295	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	40	40	4.037	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	64	64	6.496	28.597
Farmacie	48	48	5.163	18.711
Carburanti	88	88	5.575	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	28	28	2.732	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	1.165	1.165	108.902	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	12	12	1.009	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	54	54	5.024	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	44	44	5.049	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	281	281	27.710	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	57	57	6.080	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	110	110	10.901	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	43	43	3.693	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	106	106	7.283	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	109	109	11.707	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	338	338	29.188	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	11	11	1.258	4.149
Non specializzati	-	-	663	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	1.877	1.877	168.261	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	100	100	23.550	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	73	73	12.127	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	173	173	35.677	162.269
Minimercati (*)	19	19	1.341	5.183
Supermercati (*)	14	14	2.343	8.814
Ipermercati (*)	2	2	208	520
Grandi magazzini (*)	7	7	263	1.292
Grandi specializzati (*)	9	9	518	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	51	51	4.673	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Valle D'Aosta - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-23	-23	1.561	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	0	0	-3.219	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	1	1	-661	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-11	-11	-761	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	-1	-1	-12	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	14	14	-226	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-7	-7	-128	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	4	4	-1.431	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	4	4	1.227	4.469
Farmacie	7	7	511	2.079
Carburanti	1	1	83	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	17	17	1.204	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	-26	-26	3.039	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	4	4	288	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	-1	-1	46	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	8	8	1.687	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	-35	-35	-46	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	-10	-10	252	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	0	0	471	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	-19	-19	-1.330	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	-2	-2	240	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	4	4	44	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	18	18	1.064	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	7	7	323	1.091
Non specializzati	-1	-1	-545	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	-21	-21	3.865	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	-12	-12	1.761	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	34	34	5.311	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	22	22	7.072	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-
Supermercati (*)	4	4	506	1.922
Ipermercati (*)	0	0	47	139
Grandi magazzini (*)	2	2	19	184
Grandi specializzati (*)	2	2	151	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	27	27	2.064	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 1.Lombardia - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Varese	863	57	735	69,9	67,9	2,9
Como	578	36	489	68,6	65,8	3,9
Lecco	332	21	279	68,3	66,5	2,6
Sondrio	181	6	154	68,7	65,7	4,4
Milano	3.907	344	3.350	71,0	68,3	3,8
Bergamo	1.060	90	882	66,4	64,7	2,6
Brescia	1.212	134	1.014	66,4	64,2	3,2
Pavia	531	38	456	66,5	64,0	3,7
Lodi	220	19	184	68,3	65,5	4,1
Cremona	356	30	303	70,3	68,2	3,1
Mantova	404	41	344	69,6	67,2	3,4
Monza	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
LOMBARDIA	9.642	815	8.189	69,2	66,7	3,4
Nord-ovest	15.779	1.223	13.499	68,6	66,0	3,8
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Varese	74.745	391	1,2	39,8	59,0
Como	50.442	255	1,2	41,1	57,7
Lecco	27.160	147	1,3	46,5	52,2
Sondrio	16.631	79	3,3	30,6	66,1
Milano	364.113	1.793	0,4	28,6	71,0
Bergamo	93.959	465	1,6	45,8	52,6
Brescia	120.147	522	2,7	45,7	51,6
Pavia	50.260	221	3,6	31,9	64,5
Lodi	18.295	96	2,0	36,1	61,9
Cremona	30.764	159	6,8	36,8	56,4
Mantova	42.745	178	6,1	39,7	54,2
Monza	68.417	n.d	n.d	n.d	n.d
LOMBARDIA	957.678	4.305	1,7	36,0	62,3
Nord-ovest	1.608.074	6.874	2,3	34,3	64,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

Tab. 2. Lombardia - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Varese	1,4	2,0	-0,8
Como	0,9	1,0	-0,8
Lecco	0,9	1,2	-1,1
Sondrio	1,3	1,6	-0,5
Milano	2,3	0,8	-0,8
Bergamo	1,4	2,1	-0,9
Brescia	1,9	2,1	-0,9
Pavia	0,0	1,3	-0,8
Lodi	1,7	2,5	-1,3
Cremona	0,9	0,8	-0,5
Mantova	0,7	1,2	-0,8
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	1,7	1,3	-0,8
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3. Lombardia - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Varese	17.207	20.906	26.716
Como	17.527	20.591	24.238
Lecco	18.593	21.592	25.970
Sondrio	15.782	19.207	24.858
Milano	23.302	29.769	35.387
Bergamo	19.396	22.925	28.575
Brescia	18.980	22.916	28.420
Pavia	16.661	18.858	22.821
Lodi	16.122	19.264	24.344
Cremona	17.781	20.960	24.777
Mantova	20.451	23.765	28.608
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	20.333	24.964	30.186
Nord-ovest	18.745	23.135	28.170
ITALIA	15.061	18.711	23.080

(segue)

(segue tab. 3.Lombardia)

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Varese	114,2	111,7	115,8
Como	116,4	110,0	105,0
Lecco	123,4	115,4	112,5
Sondrio	104,8	102,7	107,7
Milano	154,7	159,1	153,3
Bergamo	128,8	122,5	123,8
Brescia	126,0	122,5	123,1
Pavia	110,6	100,8	98,9
Lodi	107,0	103,0	105,5
Cremona	118,1	112,0	107,4
Mantova	135,8	127,0	124,0
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	135,0	133,4	130,8
Nord-ovest	124,5	123,6	122,1
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4.Lombardia - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Varese	2,0	0,9	-0,3
Como	1,8	0,9	-0,3
Lecco	1,9	0,8	-0,5
Sondrio	1,9	0,5	-0,5
Milano	2,0	0,7	-0,3
Bergamo	2,2	0,8	-0,3
Brescia	1,8	0,9	-0,2
Pavia	1,9	0,8	-0,3
Lodi	1,9	1,2	-0,3
Cremona	1,8	0,7	-0,2
Mantova	1,8	0,8	-0,1
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	2,0	0,8	-0,3
Nord-ovest	2,0	0,7	-0,3
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Lombardia - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Varese	10.075	12.927	15.334
Como	10.307	13.047	15.375
Lecco	9.918	12.499	14.758
Sondrio	11.027	14.218	17.197
Milano	12.951	16.824	20.062
Bergamo	9.638	12.166	14.050
Brescia	11.139	13.829	15.945
Pavia	10.967	14.064	16.641
Lodi	11.074	13.771	15.940
Cremona	10.671	13.548	16.082
Mantova	9.946	12.605	14.952
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	11.471	14.669	17.353
Nord-ovest	11.286	14.516	17.321
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Varese	101,4	101,2	99,4
Como	103,7	102,2	99,6
Lecco	99,8	97,9	95,6
Sondrio	111,0	111,3	111,4
Milano	130,3	131,7	130,0
Bergamo	97,0	95,3	91,1
Brescia	112,1	108,3	103,3
Pavia	110,4	110,1	107,8
Lodi	111,4	107,8	103,3
Cremona	107,4	106,1	104,2
Mantova	100,1	98,7	96,9
Monza	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	115,4	114,9	112,5
Nord-ovest	113,6	113,7	112,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Lombardia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Varese	2.396	27.692	17.638	8.202	3.923	20.367	2.729	74.745
Como	2.526	18.571	11.182	5.057	2.987	13.426	1.750	50.442
Lecco	1.281	10.189	6.328	2.920	1.453	6.996	913	27.160
Sondrio	3.187	4.686	3.389	2.083	1.593	3.145	631	16.631
Milano	4.795	90.720	82.700	33.087	14.644	131.575	39.679	364.113
Bergamo	5.577	35.121	20.404	10.206	4.484	23.686	4.687	93.959
Brescia	11.891	38.804	27.197	13.393	7.028	29.821	5.406	120.147
Pavia	8.189	15.786	11.464	5.980	2.678	10.489	1.654	50.260
Lodi	1.603	6.242	3.989	1.954	841	4.620	1.000	18.295
Cremona	4.940	9.738	6.952	3.484	1.672	6.696	766	30.764
Mantova	9.379	13.421	9.293	4.458	1.824	7.934	894	42.745
Monza	1.116	22.992	16.580	7.059	2.350	20.176	5.203	68.417
LOMBARDIA	56.880	293.962	217.116	97.883	45.477	278.931	65.312	957.678
Nord-ovest	139.845	472.492	377.401	186.899	83.767	435.534	99.035	1.608.074
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Varese	3,2	37,0	23,6	11,0	5,2	27,2	3,7	100,0
Como	5,0	36,8	22,2	10,0	5,9	26,6	3,5	100,0
Lecco	4,7	37,5	23,3	10,8	5,3	25,8	3,4	100,0
Sondrio	19,2	28,2	20,4	12,5	9,6	18,9	3,8	100,0
Milano	1,3	24,9	22,7	9,1	4,0	36,1	10,9	100,0
Bergamo	5,9	37,4	21,7	10,9	4,8	25,2	5,0	100,0
Brescia	9,9	32,3	22,6	11,1	5,8	24,8	4,5	100,0
Pavia	16,3	31,4	22,8	11,9	5,3	20,9	3,3	100,0
Lodi	8,8	34,1	21,8	10,7	4,6	25,3	5,5	100,0
Cremona	16,1	31,7	22,6	11,3	5,4	21,8	2,5	100,0
Mantova	21,9	31,4	21,7	10,4	4,3	18,6	2,1	100,0
Monza	1,6	33,6	24,2	10,3	3,4	29,5	7,6	100,0
LOMBARDIA	5,9	30,7	22,7	10,2	4,7	29,1	6,8	100,0
Nord-ovest	8,7	29,4	23,5	11,6	5,2	27,1	6,2	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Lombardia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Varese	441	589	-148	212	261	-49	984	1.166	-182	5.180	4.516	664
Como	241	503	-262	123	291	-168	602	940	-338	3.572	4.093	-521
Lecco	149	213	-64	63	106	-43	306	424	-118	1.785	1.743	42
Sondrio	88	125	-37	75	116	-41	161	247	-86	960	1.244	-284
Milano	1.679	2.583	-904	804	943	-139	5.076	9.818	-4.742	25.346	28.666	-3.320
Bergamo	473	658	-185	274	322	-48	1.178	1.346	-168	6.884	5.876	1.008
Brescia	724	1.115	-391	467	686	-219	1.583	2.138	-555	8.893	9.605	-712
Pavia	374	467	-93	205	198	7	608	722	-114	3.864	3.388	476
Lodi	108	164	-56	62	59	3	256	372	-116	1.414	1.457	-43
Cremona	159	267	-108	84	146	-62	335	513	-178	2.236	2.382	-146
Mantova	239	401	-162	127	181	-54	346	525	-179	2.826	3.187	-361
Monza	371	524	-153	111	152	-41	965	1.215	-250	5.224	4.423	801
LOMBARDIA	5.046	7.609	-2.563	2.607	3.461	-854	12.400	19.426	-7.026	68.184	70.580	-2.396
Nord-ovest	10.331	15.233	-4.902	4.722	6.332	-1.610	20.154	29.635	-9.481	113.521	116.818	-3.297
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Lombardia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	Monza	LOMBARDIA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	909	648	364	443	1.780	1.089	1.538	869	215	450	485	405	9.195	18.685	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	667	397	264	209	3.415	1.309	1.577	532	226	381	482	704	10.163	20.045	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	150	119	82	47	565	352	436	135	47	107	163	139	2.342	4.109	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	200	119	61	79	829	345	458	147	63	113	146	161	2.721	6.372	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	27	12	5	5	70	16	37	16	-	9	16	13	226	781	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	113	57	42	24	845	212	200	110	44	63	75	151	1.936	3.451	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	83	34	26	23	138	56	144	49	10	22	25	55	665	1.295	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	94	56	48	31	968	328	302	75	62	67	57	185	2.273	4.037	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	277	244	138	72	884	401	531	237	76	165	206	222	3.453	6.496	28.597
Farmacie	230	180	94	67	839	291	352	221	77	141	139	164	2.795	5.163	18.711
Carburanti	230	127	83	59	814	316	494	219	90	154	187	214	2.987	5.575	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	197	116	62	24	436	84	158	85	40	23	61	94	1.380	2.732	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	4.951	3.125	1.737	1.517	20.369	5.991	8.255	3.503	1.141	2.069	2.599	4.186	59.443	108.902	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	44	30	13	19	155	40	69	59	12	18	21	31	511	1.009	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	223	100	70	70	994	268	387	166	60	85	117	172	2.712	5.024	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	207	181	98	79	775	364	428	183	59	117	129	214	2.834	5.049	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.230	759	463	465	5.282	1.487	2.255	814	310	518	683	1.009	15.275	27.710	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	282	170	86	98	1.231	284	490	183	63	105	135	206	3.333	6.080	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	544	350	205	141	1.772	685	777	338	173	228	282	668	6.103	10.901	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.</i>	167	118	55	49	752	167	295	100	32	64	95	134	2.028	3.693	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	328	219	95	86	930	339	534	311	69	129	229	227	3.496	7.283	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	540	347	186	107	2.674	606	771	384	140	237	255	472	6.719	11.707	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.342	837	457	395	5.523	1.710	2.168	935	277	543	627	1.040	15.854	29.188	132.784
Articoli di seconda mano	44	14	9	8	281	41	81	30	6	25	26	13	578	1.258	4.149
Non specializzati	8	83	53	7	200	24	36	-	3	2	3	41	460	663	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	7.469	4.920	2.795	2.398	28.737	9.505	12.941	5.666	1.868	3.385	4.162	6.030	89.876	168.261	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	908	547	281	85	4.156	1.270	1.488	743	245	462	542	1.132	11.859	23.550	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	570	315	196	134	2.185	734	1.116	339	110	297	501	380	6.877	12.127	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.478	862	477	219	6.341	2.004	2.604	1.082	355	759	1.043	1.512	18.736	35.677	162.269
Minimercati (*)	37	16	17	22	188	69	104	35	12	32	33	66	631	1.341	5.183
Supermercati (*)	167	56	45	30	377	173	246	82	25	48	98	100	1.447	2.343	8.814
Ipermercati (*)	5	11	5	4	33	9	25	9	6	4	9	8	128	208	520
Grandi magazzini (*)	15	18	5	0	43	14	31	6	3	4	7	14	160	263	1.292
Grandi specializzati (*)	24	14	1	4	135	29	39	8	11	7	16	45	333	518	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	248	115	73	60	776	294	445	140	57	95	163	233	2.699	4.673	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Lombardia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	Monza (**)	LOMBARDIA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-18	27	-19	-24	19	85	116	-8	25	-8	58	n.d.	658	1.561	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-102	-157	-60	-1	-1.603	-90	-140	-154	-53	-70	-54	n.d.	-1.780	-3.219	-11.540
Frutta e verdura	-50	-36	-12	-4	-348	-28	-31	-43	-9	-13	-21	n.d.	-456	-661	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-33	-60	-25	-19	-286	3	-20	-35	-16	-28	-26	n.d.	-384	-761	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	4	1	-2	-1	-22	4	-2	7	-1	2	-1	n.d.	2	-12	394
Pane, pasticceria, dolciumi	-7	-3	-5	9	-261	42	-26	-14	0	-13	11	n.d.	-116	-226	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	-14	-29	3	8	-102	9	13	-24	-4	-3	-5	n.d.	-93	-128	275
Altri esercizi specializzati alimentari	-2	-30	-19	6	-584	-120	-74	-45	-23	-15	-12	n.d.	-733	-1.431	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	62	57	20	15	180	77	91	47	19	35	32	n.d.	857	1.227	4.469
Farmacie	16	9	0	8	-3	33	19	18	6	6	12	n.d.	288	511	2.079
Carburanti	11	10	2	8	-228	1	14	-5	10	6	-6	n.d.	37	83	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	134	21	3	21	94	7	84	42	20	18	-4	n.d.	534	1.204	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	22	-80	91	79	-2.448	75	274	9	-7	19	52	n.d.	2.272	3.039	32.622
Articoli medicali e ortopedici	8	7	7	3	12	6	18	23	5	-1	0	n.d.	119	288	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	2	-17	4	1	-132	-6	34	15	-6	0	-11	n.d.	56	46	663
Prodotti tessili e biancheria	74	38	32	19	58	167	135	62	27	37	36	n.d.	899	1.687	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	-72	-61	31	22	-315	-97	-11	-61	-3	-21	34	n.d.	455	-46	7.041
Calzature e articoli in cuoio	24	-17	-3	6	-43	-3	21	-12	3	-6	9	n.d.	185	252	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	2	-36	22	25	-496	76	15	-8	9	19	24	n.d.	320	471	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.	-67	-44	-22	-27	-354	-37	-73	-56	-19	-28	-31	n.d.	-624	-1.330	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	16	4	0	10	-217	1	49	2	6	-3	-11	n.d.	84	240	3.225
Libri, giornali, cartoleria	-38	11	3	4	-481	-19	12	-16	-8	4	3	n.d.	-53	44	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	56	29	12	18	-537	-29	47	46	-21	18	-10	n.d.	669	1.064	9.201
Articoli di seconda mano	17	6	5	-2	57	16	27	14	0	0	9	n.d.	162	323	1.091
Non specializzati	-9	-102	-35	6	-156	-14	-30	-19	-13	-6	-8	n.d.	-345	-545	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	116	-215	2	112	-4.145	174	428	-70	7	0	82	n.d.	2.521	3.865	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	-3	25	19	-27	-960	184	172	-8	25	-3	14	n.d.	570	1.761	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	268	112	96	74	772	321	508	206	37	132	110	n.d.	3.016	5.311	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	265	137	115	47	-188	505	680	198	62	129	124	n.d.	3.586	7.072	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	32	3	10	18	-53	48	43	19	-1	17	24	n.d.	260	506	1.922
Ipermercati (*)	-3	1	0	1	4	1	2	2	0	1	3	n.d.	20	47	139
Grandi magazzini (*)	3	0	1	-2	-15	10	7	-2	-1	0	3	n.d.	18	19	184
Grandi specializzati (*)	0	1	-1	1	25	12	15	2	3	3	5	n.d.	111	151	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	69	21	27	40	149	140	171	56	13	53	68	n.d.	1.040	2.064	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

(**) La provincia di Monza è stata istituita nel 2004

Tab. 1. Liguria - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Imperia	219	15	191	68,4	65,1	4,8
Savona	285	16	250	67,0	64,1	4,3
Genova	884	48	781	66,0	63,1	4,4
La Spezia	222	11	195	69,6	64,5	7,3
LIGURIA	1.610	91	1.418	67,0	63,7	4,8
Nord-ovest	15.779	1.223	13.499	68,6	66,0	3,8
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Imperia	28.101	90	8,8	22,0	69,2
Savona	32.384	116	3,9	17,9	78,2
Genova	85.348	354	0,8	21,7	77,4
La Spezia	20.705	90	- (**)	21,9	77,7
LIGURIA	166.538	649	2,4	21,1	76,5
Nord-ovest	1.608.074	6.874	2,3	34,3	63,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

(**) dato non pubblicato dall'Istat

Tab. 2. Liguria - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Imperia	1,6	2,1	-0,6
Savona	1,1	2,6	-0,5
Genova	2,3	0,6	-0,5
La Spezia	2,6	0,9	-0,7
LIGURIA	2,0	1,2	-0,5
Nord-ovest	1,7	1,2	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Liguria - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Imperia	13.214	16.463	21.305
Savona	14.714	17.981	24.511
Genova	15.094	19.800	24.466
La Spezia	14.113	18.566	22.938
LIGURIA	14.653	18.881	23.835
Nord-ovest	18.745	23.135	28.170
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Imperia	87,7	88,0	92,3
Savona	97,7	96,1	106,2
Genova	100,2	105,8	106,0
La Spezia	93,7	99,2	99,4
LIGURIA	97,3	100,9	103,3
Nord-ovest	124,5	123,6	122,1
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Liguria - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Imperia	1,6	0,5	-0,3
Savona	1,8	0,4	-0,2
Genova	1,6	0,2	-0,4
La Spezia	1,7	0,1	-0,3
LIGURIA	1,6	0,3	-0,3
Nord-ovest	2,0	0,7	-0,3
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Liguria - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Imperia	12.108	15.328	17.923
Savona	12.880	16.466	19.459
Genova	11.581	14.886	18.105
La Spezia	10.169	13.009	15.588
LIGURIA	11.679	14.959	18.018
Nord-ovest	11.286	14.516	17.321
ITALIA	9.937	12.771	15.430

(segue)

(segue tab. 5.Liguria)

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Imperia	121,8	120,0	116,2
Savona	129,6	128,9	126,1
Genova	116,5	116,6	117,3
La Spezia	102,3	101,9	101,0
LIGURIA	117,5	117,1	116,8
Nord-ovest	113,6	113,7	112,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6.Liguria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Imperia	5.549	7.047	6.496	4.097	2.353	4.943	1.713	28.101
Savona	4.325	8.717	7.455	4.833	3.220	6.244	2.423	32.384
Genova	2.792	22.828	26.234	14.590	6.087	24.039	3.368	85.348
La Spezia	1.374	5.735	5.568	3.510	1.840	4.656	1.532	20.705
LIGURIA	14.040	44.327	45.753	27.030	13.500	39.882	9.036	166.538
Nord-ovest	139.845	472.492	377.401	186.899	83.767	435.534	99.035	1.608.074
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Imperia	19,7	25,1	23,1	14,6	8,4	17,6	6,1	100,0
Savona	13,4	26,9	23,0	14,9	9,9	19,3	7,5	100,0
Genova	3,3	26,7	30,7	17,1	7,1	28,2	3,9	100,0
La Spezia	6,6	27,7	26,9	17,0	8,9	22,5	7,4	100,0
LIGURIA	8,4	26,6	27,5	16,2	8,1	23,9	5,4	100,0
Nord-ovest	8,7	29,4	23,5	11,6	5,2	27,1	6,2	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7.Liguria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Imperia	208	347	-139	119	177	-58	182	325	-143	1.857	2.032	-175
Savona	306	372	-66	219	230	-11	261	348	-87	2.330	2.300	30
Genova	693	1.213	-520	238	444	-206	986	1.761	-775	5.509	6.299	-790
La Spezia	209	321	-112	117	138	-21	224	340	-116	1.643	1.845	-202
LIGURIA	1.416	2.253	-837	693	989	-296	1.653	2.774	-1.121	11.339	12.476	-1.137
Nord-ovest	10.331	15.233	-4.902	4.722	6.332	-1.610	20.154	29.635	-9.481	113.521	116.818	-3.297
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Liguria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Imperia	Savona	Genova	La Spezia	LIGURIA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	523	620	1.364	458	2.965	18.685	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	446	704	2.137	435	3.722	20.045	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	91	167	671	96	1.025	4.109	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	148	245	704	140	1.237	6.372	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	32	72	257	38	399	781	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	73	63	107	75	318	3.451	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	40	54	67	23	184	1.295	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	62	103	331	63	559	4.037	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	120	185	519	153	977	6.496	28.597
Farmacie	93	120	319	85	617	5.163	18.711
Carburanti	100	134	296	95	625	5.575	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	22	56	238	47	363	2.732	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	2.351	3.284	8.004	2.033	15.672	108.902	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	18	55	76	19	168	1.009	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	92	144	401	103	740	5.024	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	112	129	342	97	680	5.049	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	597	927	1.957	569	4.050	27.710	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	158	220	493	92	963	6.080	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	218	288	729	200	1.435	10.901	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	74	89	274	46	483	3.693	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	161	222	549	135	1.067	7.283	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	209	319	976	205	1.709	11.707	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	680	860	2.029	527	4.096	29.188	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	32	31	178	40	281	1.258	4.149
Non specializzati	4	3	25	9	41	663	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	3.659	5.106	12.902	3.315	24.982	168.261	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	635	429	1.076	426	2.566	23.550	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	176	260	1.158	214	1.808	12.127	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	811	689	2.234	640	4.374	35.677	162.269
Minimercati (*)	28	55	167	23	273	1.341	5.183
Supermercati (*)	37	43	85	31	196	2.343	8.814
Ipermercati (*)	-	2	2	2	6	208	520
Grandi magazzini (*)	6	5	16	6	33	263	1.292
Grandi specializzati (*)	10	6	11	4	31	518	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	81	111	281	66	539	4.673	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Liguria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Imperia	Savona	Genova	La Spezia	LIGURIA	Nord-ovest	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-13	22	159	36	204	1.561	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-43	-83	-266	-81	-473	-3.219	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-5	-5	-82	-25	-117	-661	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-14	-23	-31	-34	-102	-761	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	-4	-4	4	2	-2	-12	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-2	4	-17	15	0	-226	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-24	-3	7	-3	-23	-128	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	6	-52	-147	-36	-229	-1.431	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	22	13	61	30	126	1.227	4.469
Farmacie	17	8	11	8	44	511	2.079
Carburanti	-1	10	-6	1	4	83	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	13	25	162	19	219	1.204	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	79	20	285	-31	353	3.039	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	8	27	22	7	64	288	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	5	1	9	-7	8	46	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	40	43	165	38	286	1.687	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	-19	-1	-69	-46	-135	-46	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	5	-5	25	7	32	252	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	13	-17	62	19	77	471	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-45	-68	-119	-44	-276	-1.330	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	12	5	55	-2	70	240	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	-1	9	37	3	48	44	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	61	21	56	-14	124	1.064	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	0	5	42	8	55	323	1.091
Non specializzati	-3	-14	-39	-21	-77	-545	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	71	1	367	-39	400	3.865	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	10	-18	69	12	73	1.761	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	97	135	400	93	725	5.311	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	107	117	469	105	798	7.072	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	10	6	17	2	35	506	1.922
Ipermercati (*)	0	0	0	1	1	47	139
Grandi magazzini (*)	1	-3	2	0	0	19	184
Grandi specializzati (*)	6	2	0	3	11	151	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	45	60	186	29	320	2.064	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

NORD-EST

Tab. 1. Trentino Alto Adige - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Bolzano	494	33	401	71,7	69,8	2,6
Trento	513	38	425	68,3	66,3	2,9
TRENTINO ALTO ADIGE 1.007		71	825	70,0	68,0	2,7
Nord-est	11.337	924	9.619	69,8	67,6	3,1
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Bolzano	56.735	230	6,9	23,1	70,0
Trento	53.382	223	4,0	28,2	67,7
TRENTINO ALTO ADIGE	110.117	453	5,5	25,6	68,9
Nord-est	1.208.075	5.047	3,7	35,9	60,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Trentino Alto Adige - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Bolzano	3,1	1,1	-0,9
Trento	2,1	0,7	-0,5
TRENTINO ALTO ADIGE	2,6	0,9	-0,7
Nord-est	2,2	1,0	-0,7
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Trentino Alto Adige - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Bolzano	19.221	24.630	30.105
Trento	18.898	22.917	27.090
TRENTINO ALTO ADIGE	19.058	23.762	28.568
Nord-est	18.731	23.025	27.615
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Bolzano	127,6	131,6	130,4
Trento	125,5	122,5	117,4
TRENTINO ALTO ADIGE	126,5	127,0	123,8
Nord-est	124,4	123,1	119,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Trentino Alto Adige - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Bolzano	0,3	0,6	-0,1
Trento	4,0	0,8	-0,1
TRENTINO ALTO ADIGE	2,1	0,7	-0,1
Nord-est	2,8	0,8	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Trentino Alto Adige - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Bolzano	14.647	16.636	19.978
Trento	12.773	16.645	19.127
TRENTINO ALTO ADIGE	13.700	16.640	19.591
Nord-est	11.584	14.925	17.733
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Bolzano	147,4	130,3	129,5
Trento	128,5	130,3	124,0
TRENTINO ALTO ADIGE	137,9	130,3	127,0
Nord-est	116,6	116,9	114,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Trentino Alto Adige - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Bolzano	17.320	11.590	9.069	4.219	6.966	9.751	2.039	56.735
Trento	13.407	13.251	9.587	4.979	4.644	10.437	2.056	53.382
TRENTINO ALTO ADIGE	30.727	24.841	18.656	9.198	11.610	20.188	4.095	110.117
Nord-est	209.145	350.409	263.687	126.298	72.396	272.486	39.952	1.208.075
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Bolzano	30,5	20,4	16,0	7,4	12,3	17,2	3,6	100,0
Trento	25,1	24,8	18,0	9,3	8,7	19,6	3,9	100,0
TRENTINO ALTO ADIGE	27,9	22,6	16,9	8,4	10,5	18,3	3,7	100,0
Nord-est	17,3	29,0	21,8	10,5	6,0	22,6	3,3	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Trentino Alto Adige - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Bolzano	218	306	-88	302	450	-148	459	618	-159	2.983	3.208	-225
Trento	240	340	-100	167	244	-77	393	596	-203	2.941	3.012	-71
TRENTINO ALTO ADIGE 458	646	-188	469	694	-225	852	1.214	-362	5.924	6.220	-296	
Nord-est	6.621	10.468	-3.847	3.543	5.799	-2.256	12.487	18.279	-5.792	77.492	87.100	-9.608
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

**Tab. 8. Trentino Alto Adige - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero**

	Bolzano	Trento	TRENTINO ALTO ADIGE	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	893	872	1.765	13.902	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	390	659	1.049	13.968	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	100	93	193	3.525	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	33	153	186	4.045	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	5	10	15	741	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolci</i>	90	231	321	2.395	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	92	57	149	978	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	70	115	185	2.284	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	156	292	448	5.931	28.597
Farmacie	122	163	285	3.227	18.711
Carburanti	129	204	333	4.593	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	58	59	117	1.665	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	2.809	3.623	6.432	82.012	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	19	29	48	934	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	120	152	272	4.098	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	148	222	370	4.250	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	923	858	1.781	21.686	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	222	255	477	5.004	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	198	356	554	7.482	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	88	140	228	2.523	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	139	285	424	5.905	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	161	250	411	7.875	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	761	1.037	1.798	21.487	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	30	39	69	768	4.149
Non specializzati	5	-	5	136	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	4.562	5.872	10.434	125.434	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	448	323	771	13.663	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	144	402	546	8.634	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	592	725	1.317	22.297	162.269
Minimercati (*)	91	97	188	1.131	5.183
Supermercati (*)	114	162	276	2.340	8.814
Ipermercati (*)	1	7	8	119	520
Grandi magazzini (*)	20	18	38	188	1.292
Grandi specializzati (*)	21	16	37	404	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	247	300	547	4.182	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Trentino Alto Adige - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Bolzano	Trento	TRENTINO ALTO ADIGE	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	289	-7	282	1.317	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-145	-60	-205	-1.884	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	14	-27	-13	-573	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-11	-27	-38	-548	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	-6	0	-6	-35	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-65	-28	-93	-186	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	26	0	26	157	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-103	22	-81	-699	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	35	35	70	699	4.469
Farmacie	31	19	50	247	2.079
Carburanti	8	10	18	204	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	40	33	73	900	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	-57	88	31	1.371	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	-8	5	-3	199	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	3	-9	-6	60	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	51	50	101	1.234	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	11	72	83	-105	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	-12	24	12	142	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	-21	4	-17	90	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	-40	-25	-65	-1.131	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	-21	3	-18	311	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	-4	-6	-10	46	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	-26	-52	-78	290	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	10	22	32	235	1.091
Non specializzati	-27	-5	-32	-450	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	174	113	287	2.404	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	95	-23	72	562	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	58	174	232	3.558	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	153	151	304	4.120	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	48	34	82	477	1.922
Ipermercati (*)	1	2	3	24	139
Grandi magazzini (*)	7	-1	6	-4	184
Grandi specializzati (*)	5	6	11	128	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	152	138	290	1.756	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Veneto - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Verona	896	86	747	69,3	66,9	3,4
Vicenza	852	82	708	68,0	65,6	3,4
Belluno	214	12	184	69,3	67,8	2,1
Treviso	870	88	724	70,3	67,5	3,9
Venezia	845	54	726	64,6	62,7	2,9
Padova	910	69	768	68,1	65,9	3,2
Rovigo	246	13	216	67,1	64,5	3,8
VENETO	4.832	404	4.072	68,1	65,8	3,3
Nord-est	11.337	924	9.619	69,8	67,6	3,1
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Verona	100.284	398	3,9	33,7	62,4
Vicenza	85.281	374	3,1	45,7	51,2
Belluno	16.996	95	2,2	49,1	48,7
Treviso	93.544	392	3,5	43,7	52,8
Venezia	80.372	351	2,6	29,1	68,3
Padova	103.973	404	2,5	39,8	57,6
Rovigo	28.927	106	10,7	36,7	52,7
VENETO	509.377	2.119	3,5	38,9	57,6
Nord-est	1.208.075	5.047	3,7	35,9	60,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

Tab. 2. Veneto - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Verona	2,1	1,3	-0,8
Vicenza	2,3	0,6	-0,9
Belluno	2,4	0,1	-0,6
Treviso	2,3	1,5	-0,8
Venezia	2,1	1,5	-0,8
Padova	3,0	1,6	-0,8
Rovigo	1,4	1,3	-0,6
VENETO	2,3	1,2	-0,8
Nord-est	2,2	1,0	-0,7
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3. Veneto - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Verona	19.392	23.384	27.864
Vicenza	19.808	23.958	27.375
Belluno	17.849	22.574	26.520
Treviso	18.545	22.446	26.824
Venezia	17.395	21.617	27.257
Padova	17.665	22.435	27.666
Rovigo	15.088	18.274	23.413
VENETO	18.312	22.510	27.160
Nord-est	18.731	23.025	27.615
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Verona	128,8	125,0	120,7
Vicenza	131,5	128,0	118,6
Belluno	118,5	120,6	114,9
Treviso	123,1	120,0	116,2
Venezia	115,5	115,5	118,1
Padova	117,3	119,9	119,9
Rovigo	100,2	97,7	101,4
VENETO	121,6	120,3	117,7
Nord-est	124,4	123,1	119,6
ITALIA	100	100	100

Tab. 4. Veneto - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Verona	2,9	1,0	0,0
Vicenza	3,1	0,9	-0,1
Belluno	2,8	0,7	-0,2
Treviso	3,0	1,0	0,1
Venezia	2,9	1,0	-0,3
Padova	2,8	0,9	-0,3
Rovigo	2,6	0,6	-0,4
VENETO	2,9	0,9	-0,2
Nord-est	2,8	0,8	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5.Veneto - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Verona	13.556	17.271	20.272
Vicenza	9.694	12.426	14.524
Belluno	12.194	16.060	19.659
Treviso	9.344	11.917	13.861
Venezia	12.463	16.413	19.975
Padova	10.619	13.623	16.094
Rovigo	8.857	11.617	14.228
VENETO	11.086	14.286	16.969
Nord-est	11.584	14.925	17.733
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Verona	136,4	135,2	131,4
Vicenza	97,6	97,3	94,1
Belluno	122,7	125,8	127,4
Treviso	94,0	93,3	89,8
Venezia	125,4	128,5	129,5
Padova	106,9	106,7	104,3
Rovigo	89,1	91,0	92,2
VENETO	111,6	111,9	110,0
Nord-est	116,6	116,9	114,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Veneto - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Verona	18.966	29.238	20.911	9.323	5.292	21.633	4.244	100.284
Vicenza	10.703	28.453	18.893	8.010	3.791	19.502	3.939	85.281
Belluno	2.108	5.495	3.912	2.256	1.952	3.171	358	16.996
Treviso	17.104	28.967	20.220	8.708	4.150	21.383	1.720	93.544
Venezia	10.754	21.515	19.175	11.194	6.445	18.717	3.766	80.372
Padova	17.424	29.293	25.246	10.558	3.990	24.809	3.211	103.973
Rovigo	8.525	7.665	5.667	3.003	1.205	4.935	930	28.927
VENETO	85.584	150.626	114.024	53.052	26.825	114.150	18.168	509.377
Nord-est	209.145	350.409	263.687	126.298	72.396	272.486	39.952	1.208.075
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Verona	18,9	29,2	20,9	9,3	5,3	21,6	4,2	100,0
Vicenza	12,6	33,4	22,2	9,4	4,4	22,9	4,6	100,0
Belluno	12,4	32,3	23,0	13,3	11,5	18,7	2,1	100,0
Treviso	18,3	31,0	21,6	9,3	4,4	22,9	1,8	100,0
Venezia	13,4	26,8	23,9	13,9	8,0	23,3	4,7	100,0
Padova	16,8	28,2	24,3	10,2	3,8	23,9	3,1	100,0
Rovigo	29,5	26,5	19,6	10,4	4,2	17,1	3,2	100,0
VENETO	16,8	29,6	22,4	10,4	5,3	22,4	3,6	100,0
Nord-est	17,3	29,0	21,8	10,5	6,0	22,6	3,3	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Veneto - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Verona	497	642	-145	244	393	-149	1.062	1.417	-355	6.657	7.063	-406
Vicenza	432	675	-243	204	341	-137	957	1.270	-313	5.329	5.802	-473
Belluno	81	150	-69	72	115	-43	155	198	-43	937	1.130	-193
Treviso	443	627	-184	196	278	-82	962	1.316	-354	5.645	6.006	-361
Venezia	540	928	-388	292	522	-230	831	1.231	-400	5.288	6.107	-819
Padova	514	870	-356	195	353	-158	1.181	1.668	-487	6.593	7.868	-1.275
Rovigo	157	226	-69	75	92	-17	232	350	-118	1.978	1.908	70
VENETO	2.664	4.118	-1.454	1.278	2.094	-816	5.380	7.450	-2.070	32.427	35.884	-3.457
Nord-est	6.621	10.468	-3.847	3.543	5.799	-2.256	12.487	18.279	-5.792	77.492	87.100	-9.608
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Veneto - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	979	998	337	884	908	850	320	5.176	13.902	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	902	961	329	957	1.667	1.134	367	6.317	13.968	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	265	214	91	282	364	320	87	1.623	3.525	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	273	290	92	288	411	379	127	1.860	4.045	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	29	26	3	36	144	50	14	302	741	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	134	164	57	196	311	137	48	1.047	2.395	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	64	85	34	56	116	92	40	487	978	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	137	182	52	99	321	156	51	998	2.284	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	312	355	108	404	497	431	122	2.229	5.931	28.597
Farmacie	239	233	78	211	257	246	89	1.353	3.227	18.711
Carburanti	360	300	101	318	307	339	142	1.867	4.593	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	110	98	19	110	163	70	37	607	1.665	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	5.968	5.375	1.495	5.111	8.222	6.028	1.854	34.053	82.012	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	61	70	13	65	56	68	21	354	934	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	287	317	67	266	309	334	98	1.678	4.098	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	337	238	75	264	346	291	85	1.636	4.250	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.522	1.260	375	1.260	2.324	1.524	464	8.729	21.686	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	432	284	88	273	472	377	72	1.998	5.004	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	612	609	125	543	820	561	164	3.434	7.482	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.</i>	200	208	55	173	155	181	72	1.044	2.523	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	418	496	109	442	450	476	196	2.587	5.905	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	552	501	124	497	715	633	178	3.200	7.875	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.488	1.360	448	1.277	2.511	1.545	501	9.130	21.487	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	59	32	16	51	64	38	3	263	768	4.149
Non specializzati	3	1	1	10	15	18	1	49	136	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	8.873	8.221	2.468	8.005	12.036	9.116	2.932	51.651	125.434	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	978	590	174	763	1.605	1.948	330	6.388	13.663	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	750	540	78	828	528	674	273	3.671	8.634	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.728	1.130	252	1.591	2.133	2.622	603	10.059	22.297	162.269
Minimercati (*)	136	58	24	111	39	86	28	482	1.131	5.183
Supermercati (*)	234	195	49	181	158	210	61	1.088	2.340	8.814
Ipermercati (*)	13	5	4	12	7	10	4	55	119	520
Grandi magazzini (*)	15	12	7	16	5	23	2	80	188	1.292
Grandi specializzati (*)	50	19	5	46	19	37	6	182	404	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	448	289	89	366	228	366	101	1.887	4.182	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Veneto - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	83	112	12	87	138	84	4	520	1.317	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-92	-90	-41	-43	-394	-96	-58	-814	-1.884	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-44	-45	-26	-26	-92	-56	-12	-301	-573	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-25	-8	-10	-24	-78	-26	-12	-183	-548	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	2	3	-1	4	-10	-1	-5	-8	-35	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-3	-8	10	6	-39	3	-12	-43	-186	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	9	17	3	5	36	28	12	110	157	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-31	-49	-17	-8	-211	-44	-29	-389	-699	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	51	54	12	58	83	92	24	374	699	4.469
Farmacie	36	17	5	25	11	38	3	135	247	2.079
Carburanti	30	14	7	20	25	28	10	134	204	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	59	49	1	70	30	40	23	272	900	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	167	121	8	173	189	213	11	882	1.371	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	15	21	1	29	-4	23	8	93	199	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	-1	30	-5	20	-27	-17	6	6	60	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	142	36	29	62	-33	59	15	310	1.234	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	-7	53	2	10	195	40	-14	279	-105	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	74	4	1	8	28	35	-18	132	142	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	18	49	-13	10	-2	47	8	117	90	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-71	-90	-12	-39	-103	-66	-39	-420	-1.131	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	-25	25	12	61	35	24	31	163	311	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	-26	-7	8	18	18	-3	-8	0	46	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	10	-15	-21	-31	62	66	24	95	290	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	38	15	6	25	20	5	-2	107	235	1.091
Non specializzati	-15	-72	-6	-88	-52	-65	-7	-305	-450	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	319	205	-2	302	30	334	10	1.198	2.404	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	-45	65	17	34	256	102	18	447	562	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	273	211	24	374	325	285	98	1.590	3.558	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	228	276	41	408	581	387	116	2.037	4.120	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	55	43	10	34	15	61	13	231	477	1.922
Ipermercati (*)	5	0	-12	6	0	2	-1	0	24	139
Grandi magazzini (*)	-4	-4	2	1	-2	8	1	2	-4	184
Grandi specializzati (*)	19	0	1	11	-12	18	2	59	128	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	211	97	25	163	40	175	43	774	1.756	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Friuli Venezia Giulia - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Pordenone	308	29	260	69,2	67,2	2,8
Udine	536	31	464	67,0	64,6	3,4
Gorizia	142	8	123	66,5	64,3	3,2
Trieste	236	15	207	69,1	66,0	4,3
FRIULI VENEZIA GIULIA	1.222	83	1.055	67,9	65,5	3,4
Nord-est	11.337	924	9.619	69,8	67,6	3,1
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Pordenone	28.881	136	2,3	43,8	53,8
Udine	54.061	229	3,0	36,0	61,0
Gorizia	11.370	59	3,7	29,5	66,8
Trieste	17.088	98	1,0	18,9	79,9
FRIULI VENEZIA GIULIA	111.400	522	2,6	34,1	63,4
Nord-est	1.208.075	5.047	3,7	35,9	60,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Friuli Venezia Giulia - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Pordenone	1,5	0,3	0,0
Udine	1,3	1,2	-0,2
Gorizia	1,9	1,1	-0,4
Trieste	2,3	1,3	0,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	1,6	1,0	-0,1
Nord-est	2,2	1,0	-0,7
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Friuli Venezia Giulia - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Pordenone	20.101	23.555	26.664
Udine	16.877	20.135	25.335
Gorizia	15.863	19.546	24.344
Trieste	16.009	20.797	28.024
FRIULI VENEZIA GIULIA	17.324	21.023	26.076
Nord-est	18.731	23.025	27.615
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Pordenone	133,5	125,9	115,5
Udine	112,1	107,6	109,8
Gorizia	105,3	104,5	105,5
Trieste	106,3	111,1	121,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	115,0	112,4	113,0
Nord-est	124,4	123,1	119,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Friuli Venezia Giulia - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Pordenone	2,2	0,9	0,2
Udine	1,8	0,6	-0,2
Gorizia	1,9	0,7	-0,3
Trieste	1,6	0,2	-0,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	1,8	0,6	-0,1
Nord-est	2,8	0,8	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Friuli Venezia Giulia - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Pordenone	9.763	12.161	14.536
Udine	11.013	13.821	16.802
Gorizia	11.665	14.769	17.852
Trieste	11.617	14.971	18.733
FRIULI VENEZIA GIULIA	10.927	13.771	16.777
Nord-est	11.584	14.925	17.733
ITALIA	9.937	12.771	15.430

(segue)ì

(segue tab. 5.Friuli Venezia Giulia)

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Pordenone	98,2	95,2	94,2
Udine	110,8	108,2	108,9
Gorizia	117,4	115,6	115,7
Trieste	116,9	117,2	121,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	110,0	107,8	108,7
Nord-est	116,6	116,9	114,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6.Friuli Venezia Giulia - Imprese registrate per settore di attività economica anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pordenone	6.463	8.376	6.114	2.756	1.430	5.841	657	28.881
Udine	11.196	15.018	11.737	5.626	3.902	11.116	1.092	54.061
Gorizia	1.485	3.164	2.922	1.583	970	2.437	392	11.370
Trieste	546	4.375	5.249	2.811	1.511	4.831	576	17.088
FRIULI VENEZIA GIULIA	19.690	30.933	26.022	12.776	7.813	24.225	2.717	111.400
Nord-est	209.145	350.409	263.687	126.298	72.396	272.486	39.952	1.208.075
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pordenone	22,4	29,0	21,2	9,5	5,0	20,2	2,3	100,0
Udine	20,7	27,8	21,7	10,4	7,2	20,6	2,0	100,0
Gorizia	13,1	27,8	25,7	13,9	8,5	21,4	3,4	100,0
Trieste	3,2	25,6	30,7	16,5	8,8	28,3	3,4	100,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	17,7	27,8	23,4	11,5	7,0	21,7	2,4	100,0
Nord-est	17,3	29,0	21,8	10,5	6,0	22,6	3,3	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7.Friuli Venezia Giulia - Nati-mortalità delle imprese del terziario anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Pordenone	172	227	-55	73	136	-63	255	354	-99	1.656	2.061	-405
Udine	266	501	-235	216	435	-219	538	824	-286	3.231	4.337	-1.106
Gorizia	61	187	-126	55	105	-50	122	228	-106	749	1.133	-384
Trieste	126	369	-243	118	226	-108	233	568	-335	1.168	2.454	-1.286
FRIULI VENEZIA GIULIA	625	1.284	-659	462	902	-440	1.148	1.974	-826	6.804	9.985	-3.181
Nord-est	6.621	10.468	-3.847	3.543	5.799	-2.256	12.487	18.279	-5.792	77.492	87.100	-9.608
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Friuli Venezia Giulia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	399	811	207	278	1.695	13.902	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	303	566	220	348	1.437	13.968	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	81	139	63	100	383	3.525	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	98	165	44	72	379	4.045	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	15	23	17	48	103	741	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	49	107	49	44	249	2.395	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	17	43	12	17	89	978	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	43	89	35	67	234	2.284	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	133	294	90	142	659	5.931	28.597
Farmacie	76	176	48	69	369	3.227	18.711
Carburanti	123	279	60	45	507	4.593	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	152	94	26	35	307	1.665	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	1.690	3.859	1.190	2.033	8.772	82.012	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	25	37	12	16	90	934	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	81	188	46	85	400	4.098	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	97	201	46	53	397	4.250	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	384	1.010	343	624	2.361	21.686	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	94	234	67	125	520	5.004	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	154	358	92	131	735	7.482	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	51	126	38	70	285	2.523	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	129	262	84	132	607	5.905	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	196	401	137	215	949	7.875	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	469	1.018	318	534	2.339	21.487	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	10	24	7	48	89	768	4.149
Non specializzati	5	35	-	4	44	136	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	2.881	6.114	1.841	2.954	13.790	125.434	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	180	480	88	151	899	13.663	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	145	288	59	182	674	8.634	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	325	768	147	333	1.573	22.297	162.269
Minimercati (*)	40	32	19	33	124	1.131	5.183
Supermercati (*)	75	126	33	39	273	2.340	8.814
Ipermercati (*)	2	10	2	2	16	119	520
Grandi magazzini (*)	3	8	4	5	20	188	1.292
Grandi specializzati (*)	19	33	6	6	64	404	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	139	209	64	85	497	4.182	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Friuli Venezia Giulia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	39	32	-50	0	21	1.317	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-14	-59	-51	-177	-301	-1.884	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	5	-36	-24	-50	-105	-573	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-12	-37	-16	-33	-98	-548	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	-2	-3	-5	-15	-25	-35	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-1	12	-8	-14	-11	-186	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	6	1	2	-1	8	157	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-10	4	0	-64	-70	-699	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	17	11	-9	-12	7	699	4.469
Farmacie	-1	6	1	1	7	247	2.079
Carburanti	14	48	2	-23	41	204	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	108	42	15	12	177	900	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	-23	90	-109	-199	-241	1.371	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	4	10	0	3	17	199	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	10	-8	-11	-11	-20	60	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	37	82	26	-1	144	1.234	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	-36	7	-81	-42	-152	-105	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	-8	1	-4	-23	-34	142	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	-6	-26	-16	-9	-57	90	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-35	-72	-29	-50	-186	-1.131	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	5	17	-13	-14	-5	311	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	3	-7	16	-10	2	46	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	0	81	8	-42	47	290	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	3	5	-5	0	3	235	1.091
Non specializzati	-37	-15	-1	-4	-57	-450	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	103	155	-202	-402	-346	2.404	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	21	-13	24	-100	-68	562	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	70	98	22	100	290	3.558	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	91	85	46	0	222	4.120	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	20	13	10	2	45	477	1.922
Ipermercati (*)	1	5	2	2	10	24	139
Grandi magazzini (*)	0	-2	0	-5	-7	-4	184
Grandi specializzati (*)	8	3	1	0	12	128	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	69	51	32	32	184	1.756	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Emilia Romagna - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Piacenza	282	28	243	69,5	67,9	2,2
Parma	426	39	366	74,1	72,4	2,3
Reggio Emilia	510	52	427	71,9	70,6	1,9
Modena	678	67	576	73,7	71,0	3,5
Bologna	964	75	832	73,3	71,5	2,5
Ferrara	356	19	315	71,2	69,2	2,7
Ravenna	379	31	327	74,1	71,9	2,9
Forlì-Cesena	383	31	328	70,5	67,8	3,8
Rimini	298	23	252	69,0	65,9	4,5
EMILIA ROMAGNA	4.276	366	3.667	72,4	70,3	2,9
Nord-est	11.337	924	9.619	69,8	67,6	3,1
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Piacenza	31.995	122	5,2	29,9	64,9
Parma	48.130	200	3,6	36,6	59,8
Reggio Emilia	58.699	235	4,9	42,7	52,4
Modena	75.659	316	3,0	43,7	53,2
Bologna	98.220	445	1,8	34,8	63,4
Ferrara	38.156	161	8,0	32,2	59,8
Ravenna	42.640	176	5,1	29,4	65,5
Forlì-Cesena	45.331	169	4,9	30,8	64,4
Rimini	38.351	129	3,3	26,6	70,0
EMILIA ROMAGNA	477.181	1.953	3,9	35,5	60,6
Nord-est	1.208.075	5.047	3,7	35,9	60,4
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Emilia Romagna - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Piacenza	1,3	0,9	-0,9
Parma	2,0	-0,2	-0,7
Reggio Emilia	2,2	0,8	-0,9
Modena	2,3	0,4	-0,9
Bologna	2,4	0,4	-0,9
Ferrara	0,6	0,6	-1,2
Ravenna	2,5	1,5	-0,7
Forlì-Cesena	2,1	1,3	-1,0
Rimini	2,4	2,7	-0,8
EMILIA ROMAGNA	2,1	0,7	-0,9
Nord-est	2,2	1,0	-0,7
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Emilia Romagna - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Piacenza	17.653	21.290	25.775
Parma	20.764	25.703	28.333
Reggio Emilia	21.148	25.228	28.382
Modena	21.246	25.874	29.903
Bologna	21.784	27.167	31.799
Ferrara	16.268	19.287	23.598
Ravenna	16.806	21.467	26.346
Forlì-Cesena	17.781	21.851	26.924
Rimini	16.025	19.725	26.036
EMILIA ROMAGNA	19.557	24.033	28.344
Nord-est	18.731	23.025	27.615
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Piacenza	117,2	113,8	111,7
Parma	137,9	137,4	122,8
Reggio Emilia	140,4	134,8	123,0
Modena	141,1	138,3	129,6
Bologna	144,6	145,2	137,8
Ferrara	108,0	103,1	102,2
Ravenna	111,6	114,7	114,2
Forlì-Cesena	118,1	116,8	116,7
Rimini	106,4	105,4	112,8
EMILIA ROMAGNA	129,8	128,4	122,8
Nord-est	124,4	123,1	119,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Emilia Romagna - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Piacenza	3,1	0,8	-0,2
Parma	3,2	0,8	-0,1
Reggio Emilia	3,4	1,0	0,1
Modena	3,2	0,8	-0,2
Bologna	3,0	0,8	-0,3
Ferrara	3,0	0,6	-0,6
Ravenna	3,1	0,9	-0,3
Forlì-Cesena	3,1	0,9	-0,3
Rimini	3,6	0,8	-0,1
EMILIA ROMAGNA	3,2	0,8	-0,2
Nord-est	2,8	0,8	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Emilia Romagna - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Piacenza	10.777	14.403	17.156
Parma	12.165	16.205	18.982
Reggio Emilia	10.124	13.047	14.837
Modena	10.866	14.068	16.550
Bologna	12.527	16.358	19.592
Ferrara	10.606	14.405	17.485
Ravenna	12.492	16.661	19.575
Forlì-Cesena	13.941	18.275	21.703
Rimini	13.366	17.644	20.341
EMILIA ROMAGNA	11.856	15.592	18.432
Nord-est	11.584	14.925	17.733
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Piacenza	108,5	112,8	111,2
Parma	122,4	126,9	123,0
Reggio Emilia	101,9	102,2	96,2
Modena	109,3	110,2	107,3
Bologna	126,1	128,1	127,0
Ferrara	106,7	112,8	113,3
Ravenna	125,7	130,5	126,9
Forlì-Cesena	140,3	143,1	140,7
Rimini	134,5	138,2	131,8
EMILIA ROMAGNA	119,3	122,1	119,5
Nord-est	116,6	116,9	114,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Emilia Romagna - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Piacenza	6.333	9.136	7.354	3.695	1.740	6.578	854	31.995
Parma	7.245	16.177	10.167	4.900	2.328	10.329	1.884	48.130
Reggio Emilia	7.932	23.705	11.539	5.161	2.231	11.845	1.447	58.699
Modena	9.957	25.742	16.034	7.462	3.268	18.441	2.217	75.659
Bologna	11.207	26.903	23.543	10.371	5.112	28.978	2.477	98.220
Ferrara	9.519	9.470	7.921	4.289	1.946	7.949	1.351	38.156
Ravenna	9.324	10.946	9.126	5.159	2.549	9.333	1.362	42.640
Forlì-Cesena	8.819	12.738	9.619	4.744	2.448	10.197	1.510	45.331
Rimini	2.808	9.192	9.682	5.491	4.526	10.273	1.870	38.351
EMILIA ROMAGNA	73.144	144.009	104.985	51.272	26.148	113.923	14.972	477.181
Nord-est	209.145	350.409	263.687	126.298	72.396	272.486	39.952	1.208.075
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Piacenza	19,8	28,6	23,0	11,5	5,4	20,6	2,7	100,0
Parma	15,1	33,6	21,1	10,2	4,8	21,5	3,9	100,0
Reggio Emilia	13,5	40,4	19,7	8,8	3,8	20,2	2,5	100,0
Modena	13,2	34,0	21,2	9,9	4,3	24,4	2,9	100,0
Bologna	11,4	27,4	24,0	10,6	5,2	29,5	2,5	100,0
Ferrara	24,9	24,8	20,8	11,2	5,1	20,8	3,5	100,0
Ravenna	21,9	25,7	21,4	12,1	6,0	21,9	3,2	100,0
Forlì-Cesena	19,5	28,1	21,2	10,5	5,4	22,5	3,3	100,0
Rimini	7,3	24,0	25,2	14,3	11,8	26,8	4,9	100,0
EMILIA ROMAGNA	15,3	30,2	22,0	10,7	5,5	23,9	3,1	100,0
Nord-est	17,3	29,0	21,8	10,5	6,0	22,6	3,3	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Emilia Romagna - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Piacenza	192	289	-97	95	132	-37	331	472	-141	2.122	2.231	-109
Parma	242	343	-101	140	179	-39	547	748	-201	3.033	3.247	-214
Reggio Emilia	303	472	-169	127	163	-36	557	707	-150	4.250	4.401	-151
Modena	489	742	-253	193	357	-164	855	1.428	-573	5.355	6.845	-1.490
Bologna	572	834	-262	229	371	-142	1.209	1.783	-574	6.631	6.425	206
Ferrara	242	394	-152	126	179	-53	424	611	-187	2.444	3.077	-633
Ravenna	298	421	-123	133	174	-41	420	565	-145	2.774	2.724	50
Forlì-Cesena	247	445	-198	107	217	-110	357	648	-291	2.968	3.234	-266
Rimini	289	480	-191	184	337	-153	407	679	-272	2.760	2.827	-67
EMILIA ROMAGNA	2.874	4.420	-1.546	1.334	2.109	-775	5.107	7.641	-2.534	32.337	35.011	-2.674
Nord-est	6.621	10.468	-3.847	3.543	5.799	-2.256	12.487	18.279	-5.792	77.492	87.100	-9.608
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Emilia Romagna - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA ROMAGNA	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	428	678	542	770	915	545	480	506	402	5.266	13.902	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	382	579	482	676	1.127	492	474	438	515	5.165	13.968	101.070
Frutta e verdura	109	167	132	132	324	133	100	111	118	1.326	3.525	20.937
Carne e prodotti a base di carne	122	202	159	243	329	168	134	141	122	1.620	4.045	35.500
Pesci, crostacei, molluschi	16	18	19	17	23	35	48	51	94	321	741	8.421
Pane, pasticceria, dolciumi	51	95	83	81	197	56	100	60	55	778	2.395	12.542
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	15	17	25	36	35	37	26	14	48	253	978	5.435
Altri esercizi specializzati alimentari	69	80	64	167	219	63	66	61	78	867	2.284	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	172	256	279	435	463	228	253	281	228	2.595	5.931	28.597
Farmacie	91	136	119	174	278	131	105	107	79	1.220	3.227	18.711
Carburanti	141	213	227	276	378	175	177	172	127	1.886	4.593	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	42	48	75	100	66	60	76	64	103	634	1.665	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	2.327	3.203	3.156	4.783	6.761	2.667	3.090	2.943	3.825	32.755	82.012	500.258
Articoli medicali e ortopedici	28	49	43	68	82	33	56	47	36	442	934	5.353
Cosmetici e articoli di profumeria	110	167	186	257	372	123	181	166	186	1.748	4.098	22.969
Prodotti tessili e biancheria	114	202	198	226	391	123	181	187	225	1.847	4.250	23.423
Abbigliamento e accessori, pellicceria	617	902	757	1.339	1.639	740	826	836	1.159	8.815	21.686	129.934
Calzature e articoli in cuoio	131	206	169	281	424	137	164	172	325	2.009	5.004	27.790
Mobili, casalinghi, illuminazione	238	297	308	453	542	190	226	249	256	2.759	7.482	51.623
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.	92	92	123	141	178	89	92	74	85	966	2.523	17.507
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	190	176	239	335	421	244	244	234	204	2.287	5.905	39.956
Libri, giornali, cartoleria	227	320	312	478	814	295	296	287	286	3.315	7.875	44.770
Altri esercizi specializzati non alimentari	546	758	769	1.153	1.810	670	804	668	1.042	8.220	21.487	132.784
Articoli di seconda mano	34	34	52	52	88	23	20	23	21	347	768	4.149
Non specializzati	2	11	5	-	10	2	5	2	1	38	136	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	3.585	5.124	4.885	7.214	9.998	4.300	4.660	4.513	5.280	49.559	125.434	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	388	378	552	948	906	424	557	649	803	5.605	13.663	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	258	307	381	414	731	245	619	315	473	3.743	8.634	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	646	685	933	1.362	1.637	669	1.176	964	1.276	9.348	22.297	162.269
Minimercati (*)	35	18	56	73	28	60	26	21	20	337	1.131	5.183
Supermercati (*)	58	58	88	112	121	74	78	65	49	703	2.340	8.814
Ipermercati (*)	4	3	2	11	6	7	2	3	2	40	119	520
Grandi magazzini (*)	5	4	2	9	20	4	3	1	2	50	188	1.292
Grandi specializzati (*)	11	10	22	17	18	16	12	9	6	121	404	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	113	93	170	222	193	161	121	99	79	1.251	4.182	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Emilia Romagna - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA ROMAGNA	Nord-est	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	23	56	43	203	40	19	54	-1	57	494	1.317	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-47	-50	-54	-89	-67	-98	-76	-63	-20	-564	-1.884	-11.540
Frutta e verdura	-19	-28	-17	-10	0	-26	-16	-26	-12	-154	-573	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-28	-13	-18	-12	-45	-39	-34	-25	-15	-229	-548	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	-1	3	0	2	-6	-4	-3	4	9	4	-35	394
Pane, pasticceria, dolciumi	7	-5	-17	4	18	-16	-28	0	-2	-39	-186	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	0	-8	-3	4	0	0	8	-1	13	13	157	275
Altri esercizi specializzati alimentari	-6	1	1	-77	-34	-13	-3	-15	-13	-159	-699	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	0	24	7	26	77	26	42	25	21	248	699	4.469
Farmacie	-6	3	11	15	11	5	4	4	8	55	247	2.079
Carburanti	-1	15	10	-1	3	-9	-11	-7	12	11	204	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	23	36	43	57	37	27	42	48	65	378	900	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	119	162	90	257	23	-74	-64	52	134	699	1.371	32.622
Articoli medicali e ortopedici	10	8	6	16	9	3	20	18	2	92	199	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	9	1	19	33	20	-10	-7	6	9	80	60	663
Prodotti tessili e biancheria	59	84	78	49	154	41	54	62	98	679	1.234	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	-43	-8	-42	37	-129	-52	-42	-28	-8	-315	-105	7.041
Calzature e articoli in cuoio	3	33	-3	15	31	-18	-1	-15	-13	32	142	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	14	-8	28	7	-21	-7	10	0	24	47	90	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.	-32	-25	-70	-51	-121	-44	-60	-13	-44	-460	-1.131	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	32	31	15	22	19	15	8	-1	30	171	311	3.225
Libri, giornali, cartoleria	-5	31	15	46	-9	-1	-9	-2	-12	54	46	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	50	2	33	77	40	-14	-35	23	50	226	290	9.201
Articoli di seconda mano	22	13	11	6	30	13	-2	2	-2	93	235	1.091
Non specializzati	0	1	-21	-2	-3	-23	-2	-4	-2	-56	-450	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	111	247	129	466	121	-127	-11	54	275	1.265	2.404	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	13	-4	3	-101	61	53	36	-2	52	111	562	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	137	70	109	219	195	118	242	166	190	1.446	3.558	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	150	66	112	118	256	171	278	164	242	1.557	4.120	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	15	3	10	29	11	16	11	12	12	119	477	1.922
Ipermercati (*)	4	0	0	2	0	3	0	0	2	11	24	139
Grandi magazzini (*)	0	-1	1	-2	-1	0	0	-1	-1	-5	-4	184
Grandi specializzati (*)	6	6	3	7	5	6	9	-2	6	46	128	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	60	26	70	109	43	85	46	30	39	508	1.756	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

CENTRO

Tab. 1. Toscana - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Massa-Carrara	202	10	178	65,7	60,0	8,5
Lucca	387	21	335	64,4	62,0	3,7
Pistoia	287	22	247	68,1	65,0	4,5
Firenze	977	85	844	70,1	67,6	3,5
Prato	246	28	211	67,7	64,2	5,1
Livorno	339	17	296	61,6	58,8	4,5
Pisa	406	27	349	68,0	64,8	4,6
Arezzo	342	29	294	69,8	66,5	4,6
Siena	266	22	230	69,7	67,3	3,4
Grosseto	223	15	196	68,1	65,4	3,8
TOSCANA	3.677	275	3.179	67,7	64,8	4,3
Centro	11.676	857	9.955	65,8	62,3	5,3
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Massa-Carrara	21.762	80	1,3	31,0	67,5
Lucca	45.260	157	2,4	29,3	68,3
Pistoia	34.178	122	2,5	35,2	62,3
Firenze	109.130	427	0,9	29,9	69,2
Prato	32.386	106	- (**)	42,3	57,5
Livorno	32.235	129	4,5	29,0	66,6
Pisa	42.531	172	3,1	30,0	66,9
Arezzo	38.312	148	4,1	38,9	57,0
Siena	29.700	113	8,4	25,7	65,9
Grosseto	29.754	95	11,9	19,5	68,6
TOSCANA	415.248	1.550	3,2	31,0	65,7
Centro	1.273.647	4.785	2,5	26,6	70,9
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

(**) dato non pubblicato dall'Istat

**Tab. 2. Toscana - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Massa-Carrara	1,4	2,1	-1,1
Lucca	2,0	1,6	-1,2
Pistoia	2,6	1,2	-0,7
Firenze	2,4	1,2	-0,8
Prato	1,8	0,2	-0,7
Livorno	1,9	2,1	-1,0
Pisa	1,2	1,3	-0,8
Arezzo	1,6	1,9	-0,9
Siena	2,7	1,2	-1,1
Grosseto	2,2	3,9	-0,8
TOSCANA	2,0	1,5	-0,9
Centro	1,9	1,6	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Toscana - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Massa-Carrara	12.324	15.125	19.984
Lucca	14.814	18.637	23.440
Pistoia	14.797	18.872	22.318
Firenze	18.433	23.928	28.913
Prato	19.068	22.847	24.695
Livorno	14.682	18.550	24.170
Pisa	17.243	20.813	25.165
Arezzo	15.844	19.193	24.006
Siena	16.378	21.088	25.209
Grosseto	12.197	15.662	22.604
TOSCANA	16.216	20.423	25.091
Centro	16.523	20.577	25.588
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Massa-Carrara	81,8	80,8	86,6
Lucca	98,4	99,6	101,6
Pistoia	98,2	100,9	96,7
Firenze	122,4	127,9	125,3
Prato	126,6	122,1	107,0
Livorno	97,5	99,1	104,7
Pisa	114,5	111,2	109,0
Arezzo	105,2	102,6	104,0
Siena	108,7	112,7	109,2
Grosseto	81,0	83,7	97,9
TOSCANA	107,7	109,1	108,7
Centro	109,7	110,0	110,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Toscana - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Massa-Carrara	2,9	0,9	-0,4
Lucca	2,3	1,1	-0,6
Pistoia	2,4	1,1	-0,2
Firenze	3,1	1,1	-0,2
Prato	3,2	1,1	0,0
Livorno	2,4	1,1	-0,5
Pisa	2,5	1,2	-0,1
Arezzo	2,7	1,2	-0,1
Siena	2,6	1,1	-0,1
Grosseto	2,8	1,2	-0,3
TOSCANA	2,7	1,1	-0,3
Centro	2,7	1,2	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Toscana - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Massa-Carrara	9.674	12.781	15.749
Lucca	11.404	14.613	18.117
Pistoia	10.598	13.477	16.313
Firenze	11.829	15.917	19.409
Prato	11.243	14.456	17.055
Livorno	10.879	14.138	17.464
Pisa	9.668	12.449	15.228
Arezzo	9.828	12.596	15.225
Siena	11.477	14.784	17.989
Grosseto	10.617	14.010	17.043
TOSCANA	10.925	14.270	17.442
Centro	10.621	13.866	16.781
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Massa-Carrara	97,4	100,1	102,1
Lucca	114,8	114,4	117,4
Pistoia	106,6	105,5	105,7
Firenze	119,0	124,6	125,8
Prato	113,1	113,2	110,5
Livorno	109,5	110,7	113,2
Pisa	97,3	97,5	98,7
Arezzo	98,9	98,6	98,7
Siena	115,5	115,8	116,6
Grosseto	106,8	109,7	110,5
TOSCANA	109,9	111,7	113,0
Centro	106,9	108,6	108,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Toscana - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Massa-Carrara	1.196	7.012	6.516	3.722	1.525	4.417	1.096	21.762
Lucca	3.238	15.909	11.320	6.233	3.335	9.833	1.625	45.260
Pistoia	3.871	12.021	7.915	4.048	1.766	7.289	1.316	34.178
Firenze	6.974	35.880	27.867	13.775	5.838	27.168	5.403	109.130
Prato	643	14.845	7.421	2.919	1.053	8.285	139	32.386
Livorno	3.076	7.585	9.492	6.186	2.830	8.008	1.244	32.235
Pisa	4.160	12.945	11.306	6.433	2.217	9.435	2.468	42.531
Arezzo	7.244	12.501	8.625	4.549	1.877	7.114	951	38.312
Siena	5.916	8.179	6.220	3.522	2.460	5.783	1.142	29.700
Grosseto	10.063	5.912	5.895	3.748	2.079	4.767	1.038	29.754
TOSCANA	46.381	132.789	102.577	55.135	24.980	92.099	16.422	415.248
Centro	153.314	346.572	331.919	180.756	72.316	304.420	65.106	1.273.647
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Massa-Carrara	5,5	32,2	29,9	17,1	7,0	20,3	5,0	100,0
Lucca	7,2	35,2	25,0	13,8	7,4	21,7	3,6	100,0
Pistoia	11,3	35,2	23,2	11,8	5,2	21,3	3,9	100,0
Firenze	6,4	32,9	25,5	12,6	5,3	24,9	5,0	100,0
Prato	2,0	45,8	22,9	9,0	3,3	25,6	0,4	100,0
Livorno	9,5	23,5	29,4	19,2	8,8	24,8	3,9	100,0
Pisa	9,8	30,4	26,6	15,1	5,2	22,2	5,8	100,0
Arezzo	18,9	32,6	22,5	11,9	4,9	18,6	2,5	100,0
Siena	19,9	27,5	20,9	11,9	8,3	19,5	3,8	100,0
Grosseto	33,8	19,9	19,8	12,6	7,0	16,0	3,5	100,0
TOSCANA	11,2	32,0	24,7	13,3	6,0	22,2	4,0	100,0
Centro	12,0	27,2	26,1	14,2	5,7	23,9	5,1	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Toscana - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Massa-Carrara	190	245	-55	85	117	-32	179	261	-82	1.690	1.539	151
Lucca	268	524	-256	158	277	-119	474	699	-225	3.247	3.560	-313
Pistoia	241	392	-151	70	140	-70	396	532	-136	2.398	2.866	-468
Firenze	655	1.068	-413	185	393	-208	1.205	1.722	-517	7.824	7.386	438
Prato	259	270	-11	102	78	24	618	537	81	3.226	2.731	495
Livorno	457	590	-133	157	225	-68	385	613	-228	2.498	2.575	-77
Pisa	376	555	-179	154	173	-19	526	621	-95	3.246	3.352	-106
Arezzo	234	365	-131	81	130	-49	346	496	-150	2.438	2.716	-278
Siena	188	297	-109	131	172	-41	221	399	-178	1.920	2.192	-272
Grosseto	215	493	-278	124	249	-125	267	463	-196	1.937	2.978	-1.041
TOSCANA	3.083	4.799	-1.716	1.247	1.954	-707	4.617	6.343	-1.726	30.424	31.895	-1.471
Centro	9.760	13.990	-4.230	3.136	4.678	-1.542	13.605	17.249	-3.644	90.857	85.827	5.030
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Toscana - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
 numero

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	425	740	340	1.126	272	629	613	584	473	476	5.678	17.183	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	432	650	272	1.401	275	837	660	480	480	401	5.888	17.522	101.070
<i>Fruita e verdura</i>	141	168	33	266	38	138	96	133	76	88	1.177	4.201	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	131	253	124	422	113	230	239	166	139	122	1.939	5.787	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	41	49	9	53	9	108	59	3	17	38	386	1.461	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	59	83	58	192	38	172	128	67	56	55	908	2.137	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	27	45	25	137	17	75	55	34	88	42	545	1.227	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	33	52	23	331	60	114	83	77	104	56	933	2.709	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	149	205	163	481	125	204	236	224	161	167	2.115	6.098	28.597
Farmacie	62	115	84	297	62	109	135	99	86	79	1.128	3.429	18.711
Carburanti	82	204	120	336	70	173	199	168	130	147	1.629	5.476	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	34	92	57	178	45	123	39	58	55	85	766	3.516	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	1.826	3.755	2.272	8.849	1.530	3.450	3.318	2.970	2.635	2.377	32.982	100.576	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	18	28	13	72	15	37	38	24	38	19	302	994	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	92	167	83	395	67	171	113	117	110	95	1.410	4.563	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	131	192	120	381	80	138	190	144	124	115	1.615	4.357	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	477	1.031	630	2.379	459	875	696	777	593	587	8.504	26.099	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	77	238	124	649	69	168	144	186	167	124	1.946	5.630	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	200	324	224	730	109	277	387	295	253	208	3.007	9.560	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	57	101	70	254	55	89	106	85	79	77	973	3.411	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	136	259	146	521	88	233	281	250	250	229	2.393	7.985	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	177	374	240	937	182	370	396	264	259	242	3.441	9.602	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	438	980	602	2.306	392	1.064	926	735	711	654	8.808	27.156	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	23	61	20	225	14	28	41	93	51	27	583	1.219	4.149
Non specializzati	-	-	-	10	3	2	12	3	3	23	56	353	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	3.010	5.761	3.308	12.678	2.382	5.527	5.212	4.586	4.023	3.755	50.242	154.153	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	424	648	694	1.718	320	709	655	412	228	249	6.057	17.696	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	506	569	322	1.023	362	809	1.209	300	119	443	5.662	12.435	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	930	1.217	1.016	2.741	682	1.518	1.864	712	347	692	11.719	30.131	162.269
Minimercati (*)	13	19	15	18	12	25	18	18	15	23	176	738	5.183
Supermercati (*)	31	63	36	95	37	43	57	49	43	42	496	1.687	8.814
Ipermercati (*)	1	2	2	7	4	6	4	2	1	29	81	520	
Grandi magazzini (*)	4	9	1	36	3	40	10	7	6	8	124	408	1.292
Grandi specializzati (*)	1	9	6	10	6	10	19	5	3	5	74	204	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	50	102	60	166	62	124	108	81	67	79	899	3.118	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Toscana - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-17	-55	-43	274	82	-3	13	41	2	27	321	2.941	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-58	-88	-34	-392	-89	-185	-26	2	27	-20	-863	-1.917	-11.540
Frutta e verdura	-42	-48	-5	-127	-16	-39	-17	-13	-18	-15	-340	-770	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-34	-50	-34	-84	-6	-96	-38	-23	-15	-11	-391	-782	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	-2	-5	-2	-8	-2	-38	-5	-3	4	3	-58	25	394
Pane, pasticceria, dolciumi	1	-8	11	3	-11	-1	40	6	11	6	58	106	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	14	15	9	18	7	11	8	12	37	19	150	254	275
Altri esercizi specializzati alimentari	5	8	-13	-194	-61	-22	-14	23	8	-22	-282	-750	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	18	37	49	96	26	23	55	46	27	6	383	1.094	4.469
Farmacie	0	10	6	27	7	16	16	12	11	4	109	373	2.079
Carburanti	-4	5	6	5	6	-6	0	8	6	2	28	370	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	20	62	34	115	22	72	26	43	36	59	489	1.532	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	-21	155	0	-15	-65	-113	-27	162	53	-10	119	9.375	32.622
Articoli medicali e ortopedici	9	5	6	21	5	10	14	0	15	7	92	366	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	4	10	-16	9	-7	2	-20	5	-22	-5	-40	286	663
Prodotti tessili e biancheria	37	80	43	82	17	51	88	59	30	45	532	1.598	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	-3	18	3	58	-4	-26	-60	49	22	-38	19	2.804	7.041
Calzature e articoli in cuoio	9	13	-7	18	4	-3	15	28	21	-1	97	609	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	-21	7	-10	-78	-12	-24	-1	13	19	-23	-130	559	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.	-28	-59	-22	-111	-26	-67	-44	-13	-38	-32	-440	-1.078	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	2	33	3	23	-2	-22	-10	24	8	24	83	1.057	3.225
Libri, giornali, cartoleria	-5	3	-9	-38	-12	-13	-14	8	4	-1	-77	519	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	-25	19	11	-55	-28	-26	-12	-58	-27	9	-192	2.260	9.201
Articoli di seconda mano	0	26	-2	56	0	5	17	47	21	5	175	395	1.091
Non specializzati	-6	-11	-4	-64	-7	-3	-7	-7	-21	10	-120	-1.714	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	-68	115	14	46	-18	-199	50	307	141	78	466	12.054	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	-33	2	-30	172	104	-88	64	-22	-9	-17	143	2.363	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	161	111	98	280	114	421	440	105	25	119	1.874	4.837	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	128	113	68	452	218	333	504	83	16	102	2.017	7.200	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	12	10	3	16	11	-10	11	6	11	6	76	294	1.922
Ipermercati (*)	0	0	1	2	0	2	-3	-1	-1	0	0	11	139
Grandi magazzini (*)	0	-1	0	14	1	30	2	1	2	2	51	59	184
Grandi specializzati (*)	-1	4	3	0	3	10	1	-3	0	1	18	55	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	24	32	22	50	27	57	29	21	27	32	321	1.157	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Umbria - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Perugia	654	59	559	69,0	66,1	4,2
Terni	231	16	201	64,0	60,3	5,7
UMBRIA	884	76	760	67,7	64,6	4,6
Centro	11.676	857	9.955	65,8	62,3	5,3
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Perugia	73.262	278	3,0	33,9	63,0
Terni	21.900	89	2,3	26,5	71,1
UMBRIA	95.162	367	2,9	32,1	65,0
Centro	1.273.647	4.785	2,5	26,6	70,9
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Umbria - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Perugia	2,5	1,2	-1,2
Terni	1,6	0,8	-1,1
UMBRIA	2,2	1,1	-1,2
Centro	1,9	1,6	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Umbria - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Perugia	14.926	18.604	22.204
Terni	13.948	17.039	20.337
UMBRIA	14.660	18.185	21.717
Centro	16.523	20.577	25.588
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Perugia	99,1	99,4	96,2
Terni	92,6	91,1	88,1
UMBRIA	97,3	97,2	94,1
Centro	109,7	110,0	110,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Umbria - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Perugia	2,2	1,0	-0,3
Terni	2,6	0,9	-0,5
UMBRIA	2,3	1,0	-0,4
Centro	2,7	1,2	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Umbria - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Perugia	9.979	12.442	14.790
Terni	9.521	12.385	15.006
UMBRIA	9.854	12.427	14.882
Centro	10.621	13.866	16.781
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Perugia	100,4	97,4	95,9
Terni	95,8	97,0	97,2
UMBRIA	99,2	97,3	96,4
Centro	106,9	108,6	108,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Umbria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Perugia	15.096	19.664	16.416	9.179	3.656	13.509	4.921	73.262
Terni	4.095	5.548	5.868	3.217	1.094	4.160	1.135	21.900
UMBRIA	19.191	25.212	22.284	12.396	4.750	17.669	6.056	95.162
Centro	153.314	346.572	331.919	180.756	72.316	304.420	65.106	1.273.647
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Perugia	20,6	26,8	22,4	12,5	5,0	18,4	6,7	100,0
Terni	18,7	25,3	26,8	14,7	5,0	19,0	5,2	100,0
UMBRIA	20,2	26,5	23,4	13,0	5,0	18,6	6,4	100,0
Centro	12,0	27,2	26,1	14,2	5,7	23,9	5,1	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7. Umbria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Perugia	462	593	-131	125	195	-70	586	807	-221	4.455	4.200	255
Terni	156	247	-91	45	69	-24	204	284	-80	1.509	1.459	50
UMBRIA	618	840	-222	170	264	-94	790	1.091	-301	5.964	5.659	305
Centro	9.760	13.990	-4.230	3.136	4.678	-1.542	13.605	17.249	-3.644	90.857	85.827	5.030
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Umbria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Perugia	Terni	UMBRIA	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.160	409	1.569	17.183	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	892	337	1.229	17.522	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	166	77	243	4.201	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	355	122	477	5.787	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	72	25	97	1.461	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	123	39	162	2.137	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	58	34	92	1.227	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	118	40	158	2.709	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	407	177	584	6.098	28.597
Farmacie	181	87	268	3.429	18.711
Carburanti	355	124	479	5.476	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	97	113	210	3.516	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	5.769	2.069	7.838	100.576	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	51	27	78	994	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	215	65	280	4.563	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	290	102	392	4.357	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.464	513	1.977	26.099	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	352	101	453	5.630	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	479	215	694	9.560	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	175	67	242	3.411	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	454	196	650	7.985	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	479	176	655	9.602	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.745	587	2.332	27.156	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	65	20	85	1.219	4.149
Non specializzati	10	-	10	353	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	8.871	3.316	12.187	154.153	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	814	247	1.061	17.696	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	572	185	757	12.435	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.386	432	1.818	30.131	162.269
Minimercati (*)	88	20	108	738	5.183
Supermercati (*)	158	38	196	1.687	8.814
Ipermercati (*)	6	3	9	81	520
Grandi magazzini (*)	50	4	54	408	1.292
Grandi specializzati (*)	27	-	27	204	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	329	65	394	3.118	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9.Umbria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Perugia	Terni	UMBRIA	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	20	21	41	2.941	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	14	-5	9	-1.917	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-55	-3	-58	-770	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-17	-17	-34	-782	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	7	3	10	25	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	10	-3	7	106	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	31	10	41	254	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	38	5	43	-750	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	59	9	68	1.094	4.469
Farmacie	31	13	44	373	2.079
Carburanti	-5	-1	-6	370	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	71	85	156	1.532	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	218	-29	189	9.375	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	5	9	14	366	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	12	-12	0	286	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	25	43	68	1.598	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	88	-36	52	2.804	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	24	-26	-2	609	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	-8	-23	-31	559	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	-85	-29	-114	-1.078	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	54	13	67	1.057	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	-2	8	6	519	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	73	18	91	2.260	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	32	6	38	395	1.091
Non specializzati	0	-6	-6	-1.714	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	408	87	495	12.054	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	207	54	261	2.363	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	166	49	215	4.837	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	373	103	476	7.200	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	51	11	62	294	1.922
Ipermercati (*)	4	1	5	11	139
Grandi magazzini (*)	22	-1	21	59	184
Grandi specializzati (*)	6	0	6	55	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	171	31	202	1.157	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 1. Marche - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Pesaro e Urbino	376	29	320	66,4	64,2	3,3
Ancona	471	33	404	68,6	66,2	3,5
Macerata	320	29	273	67,7	64,7	4,4
Ascoli Piceno	386	24	332	67,8	63,9	5,7
MARCHE	1.553	115	1.330	67,7	64,8	4,2
Centro	11.676	857	9.955	65,8	62,3	5,3
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Pesaro e Urbino	44.463	157	1,5	38,7	59,8
Ancona	46.726	201	1,8	32,6	65,7
Macerata	40.206	134	2,5	48,3	49,2
Ascoli Piceno	47.141	161	2,5	40,9	56,6
MARCHE	178.536	654	2,0	39,3	58,7
Centro	1.273.647	4.785	2,5	26,6	70,9
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Marche - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Pesaro e Urbino	2,7	2,3	-0,3
Ancona	2,1	1,4	-0,1
Macerata	2,3	1,9	-0,1
Ascoli Piceno	2,4	1,2	-0,2
MARCHE	2,3	1,7	-0,2
Centro	1,9	1,6	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3. Marche - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Pesaro e Urbino	14.350	17.921	22.942
Ancona	16.838	20.648	25.416
Macerata	14.250	17.702	22.474
Ascoli Piceno	14.275	17.768	21.769
MARCHE	15.071	18.669	23.304
Centro	16.523	20.577	25.588
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Pesaro e Urbino	95,3	95,8	99,4
Ancona	111,8	110,3	110,1
Macerata	94,6	94,6	97,4
Ascoli Piceno	94,8	95,0	94,3
MARCHE	100,1	99,8	101,0
Centro	109,7	110,0	110,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Marche - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Pesaro e Urbino	2,6	0,8	0,2
Ancona	2,8	0,7	0,1
Macerata	2,7	0,7	0,1
Ascoli Piceno	2,8	0,6	-0,1
MARCHE	2,7	0,7	0,0
Centro	2,7	1,2	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Marche - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Pesaro e Urbino	10.598	13.326	15.687
Ancona	10.901	13.984	16.664
Macerata	9.861	12.630	14.992
Ascoli Piceno	9.442	12.143	14.606
MARCHE	10.247	13.086	15.609
Centro	10.621	13.866	16.781
ITALIA	9.937	12.771	15.430

(segue)

(segue tab. 5.Marche)

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Pesaro e Urbino	106,7	104,3	101,7
Ancona	109,7	109,5	108,0
Macerata	99,2	98,9	97,2
Ascoli Piceno	95,0	95,1	94,7
MARCHE	103,1	102,5	101,2
Centro	106,9	108,6	108,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6.Marche - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pesaro e Urbino	7.371	14.131	9.860	5.158	2.245	8.950	1.906	44.463
Ancona	8.416	12.209	11.990	5.817	2.046	9.972	2.093	46.726
Macerata	9.966	11.748	8.929	4.666	1.574	6.679	1.310	40.206
Ascoli Piceno	9.688	14.167	10.626	5.292	2.172	8.264	2.224	47.141
MARCHE	35.441	52.255	41.405	20.933	8.037	33.865	7.533	178.536
Centro	153.314	346.572	331.919	180.756	72.316	304.420	65.106	1.273.647
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pesaro e Urbino	16,6	31,8	22,2	11,6	5,0	20,1	4,3	100,0
Ancona	18,0	26,1	25,7	12,4	4,4	21,3	4,5	100,0
Macerata	24,8	29,2	22,2	11,6	3,9	16,6	3,3	100,0
Ascoli Piceno	20,6	30,1	22,5	11,2	4,6	17,5	4,7	100,0
MARCHE	19,9	29,3	23,2	11,7	4,5	19,0	4,2	100,0
Centro	12,0	27,2	26,1	14,2	5,7	23,9	5,1	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7.Marche - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Pesaro e Urbino	258	371	-113	117	182	-65	361	515	-154	2.789	2.824	-35
Ancona	307	472	-165	74	152	-78	481	639	-158	3.258	3.393	-135
Macerata	242	352	-110	77	135	-58	311	402	-91	2.576	2.499	77
Ascoli Piceno	296	362	-66	102	157	-55	379	516	-137	2.976	2.962	14
MARCHE	1.103	1.557	-454	370	626	-256	1.532	2.072	-540	11.599	11.678	-79
Centro	9.760	13.990	-4.230	3.136	4.678	-1.542	13.605	17.249	-3.644	90.857	85.827	5.030
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8.Marche - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Pesaro-Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	MARCHE	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	588	654	579	635	2.456	17.183	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	647	681	514	682	2.524	17.522	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	134	137	128	133	532	4.201	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	219	198	210	277	904	5.787	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	86	75	57	76	294	1.461	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	64	144	64	69	341	2.137	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	32	48	22	41	143	1.227	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	112	79	33	86	310	2.709	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	213	312	185	249	959	6.098	28.597
Farmacie	134	152	108	146	540	3.429	18.711
Carburanti	191	240	189	216	836	5.476	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	34	28	58	48	168	3.516	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	2.918	3.574	2.703	3.297	12.492	100.576	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	31	42	30	33	136	994	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	127	215	158	158	658	4.563	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	151	165	172	199	687	4.357	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	790	970	761	872	3.393	26.099	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	153	180	184	202	719	5.630	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	311	329	256	322	1.218	9.560	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	88	130	83	104	405	3.411	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	249	274	226	255	1.004	7.985	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	294	340	206	316	1.156	9.602	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	699	910	606	811	3.026	27.156	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	25	19	21	25	90	1.219	4.149
Non specializzati	6	2	1	1	10	353	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	4.731	5.643	4.337	5.274	19.985	154.153	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	598	739	452	585	2.374	17.696	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	408	579	681	373	2.041	12.435	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.006	1.318	1.133	958	4.415	30.131	162.269
Minimercati (*)	59	52	43	66	220	738	5.183
Supermercati (*)	65	116	73	62	316	1.687	8.814
Ipermercati (*)	3	9	2	6	20	81	520
Grandi magazzini (*)	11	35	16	3	65	408	1.292
Grandi specializzati (*)	12	18	12	7	49	204	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	150	230	146	144	670	3.118	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Marche - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Pesaro-Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	MARCHE	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	80	29	-3	31	137	2.941	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-90	21	-36	-30	-135	-1.917	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-24	-7	-36	-31	-98	-770	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-3	-19	-9	11	-20	-782	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	5	5	5	2	17	25	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-7	47	5	0	45	106	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	10	10	-7	2	15	254	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-71	-15	6	-14	-94	-750	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	49	29	8	34	120	1.094	4.469
Farmacie	16	21	14	19	70	373	2.079
Carburanti	8	10	25	26	69	370	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	13	6	35	21	75	1.532	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	136	106	110	55	407	9.375	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	9	7	9	12	37	366	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	5	30	18	13	66	286	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	35	40	66	61	202	1.598	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	45	67	-16	-7	89	2.804	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	5	0	32	19	56	609	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	25	11	9	5	50	559	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-43	-61	-54	-64	-222	-1.078	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	24	24	12	6	66	1.057	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	13	-20	3	0	-4	519	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	12	1	27	-1	39	2.260	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	6	7	4	11	28	395	1.091
Non specializzati	-23	-6	-2	-1	-32	-1.714	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	189	216	151	155	711	12.054	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	-37	17	-19	31	-8	2.363	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	267	258	234	165	924	4.837	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	230	275	215	196	916	7.200	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	14	30	14	14	72	294	1.922
Ipermercati (*)	0	2	0	1	3	11	139
Grandi magazzini (*)	4	6	1	-4	7	59	184
Grandi specializzati (*)	6	5	1	0	12	55	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	83	95	59	77	314	1.157	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 1.Lazio - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Viterbo	311	20	266	58,0	52,4	9,6
Rieti	157	8	135	61,3	58,0	5,3
Roma	4.062	322	3.409	65,7	61,9	5,8
Latina	537	24	451	61,0	56,1	7,9
Frosinone	495	17	425	55,8	51,1	8,4
LAZIO	5.561	391	4.687	63,8	59,7	6,4
Centro	11.676	857	9.955	65,8	62,3	5,3
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Viterbo	38.200	107	2,5	17,4	80,1
Rieti	15.172	59	4,3	27,1	68,6
Roma	428.164	1.676	1,6	14,9	83,5
Latina	57.301	204	6,6	31,4	62,1
Frosinone	45.864	169	1,6	39,7	58,7
LAZIO	584.701	2.215	2,2	18,8	79,1
Centro	1.273.647	4.785	2,5	26,6	70,9
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2.Lazio - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Viterbo	-0,9	1,6	-0,7
Rieti	1,1	2,8	-1,3
Roma	1,8	1,5	-0,7
Latina	1,8	3,0	-0,6
Frosinone	0,9	1,1	-0,9
LAZIO	1,6	1,6	-0,7
Centro	1,9	1,6	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3.Lazio - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Viterbo	13.743	14.811	18.827
Rieti	11.185	13.323	18.567
Roma	19.193	24.118	29.855
Latina	12.097	15.014	20.681
Frosinone	13.218	15.693	20.137
LAZIO	17.431	21.611	27.171
Centro	16.523	20.577	25.588
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Viterbo	91,2	79,2	81,6
Rieti	74,3	71,2	80,4
Roma	127,4	128,9	129,4
Latina	80,3	80,2	89,6
Frosinone	87,8	83,9	87,2
LAZIO	115,7	115,5	117,7
Centro	109,7	110,0	110,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4.Lazio - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Viterbo	2,5	1,2	-0,3
Rieti	2,2	1,3	-0,7
Roma	2,8	1,4	-0,2
Latina	2,3	1,2	-0,3
Frosinone	2,3	0,9	-0,7
LAZIO	2,7	1,3	-0,3
Centro	2,7	1,2	-0,2
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Lazio - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Viterbo	8.890	11.408	13.716
Rieti	8.887	11.287	13.654
Roma	11.561	15.401	18.538
Latina	8.349	10.702	12.723
Frosinone	7.382	9.464	11.649
LAZIO	10.641	14.044	16.973
Centro	10.621	13.866	16.781
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Viterbo	89,5	89,3	88,9
Rieti	89,4	88,4	88,5
Roma	116,3	120,6	120,1
Latina	84,0	83,8	82,5
Frosinone	74,3	74,1	75,5
LAZIO	107,1	110,0	110,0
Centro	106,9	108,6	108,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Lazio - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Viterbo	13.350	7.829	8.348	5.221	1.609	4.790	2.274	38.200
Rieti	3.985	3.827	3.218	2.049	826	1.991	1.325	15.172
Roma	15.955	99.106	124.999	67.759	26.234	134.982	26.888	428.164
Latina	12.193	13.450	16.056	9.158	3.465	11.380	757	57.301
Frosinone	6.818	12.104	13.032	8.105	2.415	7.644	3.851	45.864
LAZIO	52.301	136.316	165.653	92.292	34.549	160.787	35.095	584.701
Centro	153.314	346.572	331.919	180.756	72.316	304.420	65.106	1.273.647
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Viterbo	34,9	20,5	21,9	13,7	4,2	12,5	6,0	100,0
Rieti	26,3	25,2	21,2	13,5	5,4	13,1	8,7	100,0
Roma	3,7	23,1	29,2	15,8	6,1	31,5	6,3	100,0
Latina	21,3	23,5	28,0	16,0	6,0	19,9	1,3	100,0
Frosinone	14,9	26,4	28,4	17,7	5,3	16,7	8,4	100,0
LAZIO	8,9	23,3	28,3	15,8	5,9	27,5	6,0	100,0
Centro	12,0	27,2	26,1	14,2	5,7	23,9	5,1	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7.Lazio - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Viterbo	327	439	-112	88	94	-6	264	346	-82	2.777	2.859	-82
Rieti	124	193	-69	40	65	-25	112	159	-47	1.137	1.059	78
Roma	3.408	4.449	-1.041	811	1.150	-339	4.969	5.831	-862	31.449	24.641	6.808
Latina	602	830	-228	269	294	-25	934	788	146	4.123	4.159	-36
Frosinone	495	883	-388	141	231	-90	387	619	-232	3.384	3.877	-493
LAZIO	4.956	6.794	-1.838	1.349	1.834	-485	6.666	7.743	-1.077	42.870	36.595	6.275
Centro	9.760	13.990	-4.230	3.136	4.678	-1.542	13.605	17.249	-3.644	90.857	85.827	5.030
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Lazio - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosinone	LAZIO	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	623	263	4.572	868	1.154	7.480	17.183	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	619	309	5.159	1.116	678	7.881	17.522	101.070
Frutta e verdura	159	52	1.600	274	164	2.249	4.201	20.937
Carne e prodotti a base di carne	193	114	1.539	321	300	2.467	5.787	35.500
Pesci, crostacei, molluschi	63	14	466	89	52	684	1.461	8.421
Pane, pasticceria, dolciumi	86	28	462	103	47	726	2.137	12.542
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	41	16	279	53	58	447	1.227	5.435
Altri esercizi specializzati alimentari	77	85	813	276	57	1.308	2.709	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	158	82	1.614	268	318	2.440	6.098	28.597
Farmacie	88	88	1.007	145	165	1.493	3.429	18.711
Carburanti	214	96	1.608	311	303	2.532	5.476	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	57	37	2.060	82	136	2.372	3.516	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	3.299	1.235	32.985	5.007	4.738	47.264	100.576	500.258
Articoli medicali e ortopedici	23	7	336	58	54	478	994	5.353
Cosmetici e articoli di profumeria	155	43	1.617	231	169	2.215	4.563	22.969
Prodotti tessili e biancheria	142	69	1.069	209	174	1.663	4.357	23.423
Abbigliamento e accessori, pellicceria	755	268	8.798	1.274	1.130	12.225	26.099	129.934
Calzature e articoli in cuoio	183	58	1.782	290	199	2.512	5.630	27.790
Mobili, casalinghi, illuminazione	329	132	3.268	467	445	4.641	9.560	51.623
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.	146	36	1.212	194	203	1.791	3.411	17.507
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	354	176	2.306	500	602	3.938	7.985	39.956
Libri, giornali, cartoleria	258	85	3.211	404	392	4.350	9.602	44.770
Altri esercizi specializzati non alimentari	913	353	9.021	1.355	1.348	12.990	27.156	132.784
Articoli di seconda mano	41	8	365	25	22	461	1.219	4.149
Non specializzati	2	2	269	2	2	277	353	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	5.060	2.112	49.274	7.799	7.494	71.739	154.153	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	667	161	5.201	1.066	1.109	8.204	17.696	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	281	67	2.429	493	705	3.975	12.435	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	948	228	7.630	1.559	1.814	12.179	30.131	162.269
Minimercati (*)	15	4	144	57	14	234	738	5.183
Supermercati (*)	53	19	469	88	50	679	1.687	8.814
Ipermercati (*)	2	14	4	3	23	81	520	1.292
Grandi magazzini (*)	4	5	111	45	0	165	408	1.292
Grandi specializzati (*)	2	3	44	4	1	54	204	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	76	31	782	198	68	1.155	3.118	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Lazio - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosinone	LAZIO	Centro	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	56	98	1.918	352	18	2.442	2.941	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-46	-106	-468	-238	-70	-928	-1.917	-11.540
Frutta e verdura	-24	-20	-191	-21	-18	-274	-770	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-12	-20	-226	-27	-52	-337	-782	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	4	7	56	-13	2	56	25	394
Pane, pasticceria, dolciumi	12	4	4	-9	-15	-4	106	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	6	3	2	6	31	48	254	275
Altri esercizi specializzati alimentari	-32	-80	-113	-174	-18	-417	-750	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	25	24	301	84	89	523	1.094	4.469
Farmacie	14	14	98	23	1	150	373	2.079
Carburanti	8	8	251	-2	14	279	370	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	34	25	634	57	62	812	1.532	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	322	54	7.401	437	446	8.660	9.375	32.622
Articoli medicali e ortopedici	2	0	184	22	15	223	366	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	3	-3	240	12	8	260	286	663
Prodotti tessili e biancheria	60	47	541	76	72	796	1.598	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	55	-4	2.269	172	152	2.644	2.804	7.041
Calzature e articoli in cuoio	15	-2	397	46	2	458	609	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	17	10	631	26	-14	670	559	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.	-27	-8	-108	-87	-72	-302	-1.078	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	56	13	671	42	59	841	1.057	3.225
Libri, giornali, cartoleria	22	2	520	11	39	594	519	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	110	-2	1.918	112	184	2.322	2.260	9.201
Articoli di seconda mano	9	1	138	5	1	154	395	1.091
Non specializzati	-13	-3	-1.502	-14	-24	-1.556	-1.714	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	400	114	8.633	699	536	10.382	12.054	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	69	35	1.745	61	57	1.967	2.363	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	157	34	1.019	231	383	1.824	4.837	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	226	69	2.764	292	440	3.791	7.200	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	20	5	23	18	18	84	294	1.922
Ipermercati (*)	0	0	0	1	2	3	11	139
Grandi magazzini (*)	2	0	-16	2	-8	-20	59	184
Grandi specializzati (*)	0	3	14	1	1	19	55	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	37	12	165	79	27	320	1.157	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

SUD

Tab. 1. Abruzzo - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
L'Aquila	308	17	266	62,4	57,6	7,7
Teramo	306	18	260	63,3	59,7	5,7
Pescara	316	11	268	57,9	54,5	5,8
Chieti	394	14	340	62,8	59,1	5,8
ABRUZZO	1.324	60	1.134	61,7	57,8	6,2
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
L'Aquila	30.470	117	3,9	26,6	69,5
Teramo	35.964	120	3,7	37,1	59,1
Pescara	35.473	112	1,8	26,0	72,2
Chieti	47.776	153	6,0	36,9	57,1
ABRUZZO	149.683	502	4,0	32,1	63,8
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Abruzzo - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
L'Aquila	0,4	-0,1	-1,2
Teramo	2,5	1,1	-0,6
Pescara	2,7	1,0	-1,1
Chieti	2,0	-0,1	-1,0
ABRUZZO	1,8	0,4	-1,0
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

Tab. 3. Abruzzo - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
L'Aquila	13.902	15.740	18.105
Teramo	12.394	15.380	18.711
Pescara	12.442	15.649	18.796
Chieti	13.509	16.598	19.112
ABRUZZO	13.103	15.897	18.710
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
L'Aquila	92,3	84,1	78,4
Teramo	82,3	82,2	81,1
Pescara	82,6	83,6	81,4
Chieti	89,7	88,7	82,8
ABRUZZO	87,0	85,0	81,1
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Abruzzo - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
L'Aquila	1,8	0,5	-0,5
Teramo	1,9	0,6	-0,3
Pescara	2,3	0,5	-0,6
Chieti	1,8	0,4	-0,6
ABRUZZO	2,0	0,5	-0,5
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Abruzzo - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
L'Aquila	9.183	11.229	13.492
Teramo	8.990	10.956	12.860
Pescara	9.682	12.008	14.061
Chieti	8.366	10.288	12.279
ABRUZZO	9.006	11.064	13.151
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

(segue)

(segue tab. 5.Abruzzo)

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
L'Aquila	92,4	87,9	87,4
Teramo	90,5	85,8	83,3
Pescara	97,4	94,0	91,1
Chieti	84,2	80,6	79,6
ABRUZZO	90,6	86,6	85,2
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6.Abruzzo - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
L'Aquila	5.125	8.276	7.756	5.128	2.221	5.175	1.917	30.470
Teramo	6.846	10.854	8.038	4.776	2.040	5.979	2.207	35.964
Pescara	5.073	8.397	10.612	5.195	1.702	7.235	2.454	35.473
Chieti	16.272	10.476	9.900	5.904	2.011	6.771	2.346	47.776
ABRUZZO	33.316	38.003	36.306	21.003	7.974	25.160	8.924	149.683
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
L'Aquila	16,8	27,2	25,5	16,8	7,3	17,0	6,3	100,0
Teramo	19,0	30,2	22,4	13,3	5,7	16,6	6,1	100,0
Pescara	14,3	23,7	29,9	14,6	4,8	20,4	6,9	100,0
Chieti	34,1	21,9	20,7	12,4	4,2	14,2	4,9	100,0
ABRUZZO	22,3	25,4	24,3	14,0	5,3	16,8	6,0	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7.Abruzzo - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
L'Aquila	256	386	-130	96	136	-40	251	332	-81	1.957	2.002	-45
Teramo	328	403	-75	125	149	-24	377	402	-25	2.580	2.490	90
Pescara	340	355	-15	103	109	-6	359	467	-108	2.373	2.309	64
Chieti	353	429	-76	117	132	-15	412	427	-15	2.779	2.977	-198
ABRUZZO	1.277	1.573	-296	441	526	-85	1.399	1.628	-229	9.689	9.778	-89
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Abruzzo - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	ABRUZZO	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	751	484	389	675	2.299	39.850	89.620
<i>Esercizi specializzati alimentari di cui</i>	<i>558</i>	<i>532</i>	<i>554</i>	<i>778</i>	<i>2.422</i>	<i>49.535</i>	<i>101.070</i>
<i>Frutta e verdura</i>	<i>99</i>	<i>120</i>	<i>131</i>	<i>145</i>	<i>495</i>	<i>9.102</i>	<i>20.937</i>
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	<i>254</i>	<i>183</i>	<i>169</i>	<i>269</i>	<i>875</i>	<i>19.296</i>	<i>35.500</i>
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	<i>35</i>	<i>41</i>	<i>51</i>	<i>111</i>	<i>238</i>	<i>5.438</i>	<i>8.421</i>
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	<i>86</i>	<i>61</i>	<i>69</i>	<i>92</i>	<i>308</i>	<i>4.559</i>	<i>12.542</i>
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	<i>25</i>	<i>20</i>	<i>31</i>	<i>28</i>	<i>104</i>	<i>1.935</i>	<i>5.435</i>
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	<i>59</i>	<i>107</i>	<i>103</i>	<i>133</i>	<i>402</i>	<i>9.205</i>	<i>18.235</i>
Tabacco e altri generi di monopolio	175	146	157	210	688	10.072	28.597
Farmacie	146	95	105	164	510	6.892	18.711
Carburanti	155	169	151	221	696	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	69	62	75	69	275	5.127	13.040
<i>Esercizi specializzati non alimentari di cui</i>	<i>3.105</i>	<i>2.856</i>	<i>3.069</i>	<i>3.662</i>	<i>12.692</i>	<i>208.768</i>	<i>500.258</i>
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	<i>39</i>	<i>15</i>	<i>25</i>	<i>33</i>	<i>112</i>	<i>2.416</i>	<i>5.353</i>
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	<i>104</i>	<i>106</i>	<i>146</i>	<i>133</i>	<i>489</i>	<i>9.284</i>	<i>22.969</i>
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	<i>121</i>	<i>137</i>	<i>135</i>	<i>220</i>	<i>613</i>	<i>9.767</i>	<i>23.423</i>
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	<i>795</i>	<i>756</i>	<i>935</i>	<i>1.004</i>	<i>3.490</i>	<i>54.439</i>	<i>129.934</i>
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	<i>163</i>	<i>166</i>	<i>185</i>	<i>214</i>	<i>728</i>	<i>11.076</i>	<i>27.790</i>
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	<i>321</i>	<i>299</i>	<i>296</i>	<i>371</i>	<i>1.287</i>	<i>23.680</i>	<i>51.623</i>
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	<i>90</i>	<i>97</i>	<i>83</i>	<i>126</i>	<i>396</i>	<i>7.880</i>	<i>17.507</i>
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	<i>294</i>	<i>232</i>	<i>205</i>	<i>365</i>	<i>1.096</i>	<i>18.783</i>	<i>39.956</i>
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	<i>266</i>	<i>269</i>	<i>249</i>	<i>269</i>	<i>1.053</i>	<i>15.586</i>	<i>44.770</i>
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	<i>901</i>	<i>768</i>	<i>792</i>	<i>915</i>	<i>3.376</i>	<i>54.953</i>	<i>132.784</i>
<i>Articoli di seconda mano</i>	<i>11</i>	<i>11</i>	<i>18</i>	<i>12</i>	<i>52</i>	<i>904</i>	<i>4.149</i>
Non specializzati	4	8	23	16	51	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	4.963	4.352	4.523	5.795	19.633	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	458	617	530	635	2.240	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	215	478	557	361	1.611	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	673	1.095	1.087	996	3.851	74.164	162.269
Minimercati (*)	35	29	36	52	152	1.973	5.183
Supermercati (*)	73	68	60	64	265	2.444	8.814
Ipermercati (*)	3	2	4	6	15	112	520
Grandi magazzini (*)	4	6	9	32	51	433	1.292
Grandi specializzati (*)	12	2	16	19	49	274	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	127	107	125	173	532	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Abruzzo - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	ABRUZZO	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-14	28	14	54	82	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	17	-30	-12	3	-22	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-19	2	1	20	4	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	0	-2	-13	-32	-47	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	4	-2	4	30	36	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	7	2	-1	4	12	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	12	5	2	3	22	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	13	-35	-5	-22	-49	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	50	27	14	51	142	1.449	4.469
Farmacie	16	10	7	13	46	948	2.079
Carburanti	22	17	17	14	70	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	24	37	22	37	120	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	174	182	301	355	1.012	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	10	-2	9	19	36	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	1	-9	20	-15	-3	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	61	55	57	107	280	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	55	51	110	74	290	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	12	14	20	26	72	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	36	28	41	47	152	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-53	-51	-50	-43	-197	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	1	25	8	36	70	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	36	18	20	24	98	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	11	51	61	77	200	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	4	2	5	3	14	138	1.091
Non specializzati	-8	-3	-6	-14	-31	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	281	268	357	513	1.419	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	60	18	50	13	141	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	120	222	166	117	625	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	180	240	216	130	766	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	14	11	6	4	35	645	1.922
Ipermercati (*)	1	0	1	3	5	57	139
Grandi magazzini (*)	-3	3	7	18	25	110	184
Grandi specializzati (*)	-1	0	9	14	22	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	46	43	59	91	239	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Molise - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Isernia	89	2	78	58,4	53,7	8,0
Campobasso	232	5	200	58,1	53,2	8,3
MOLISE	321	6	277	58,3	53,6	8,1
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Isernia	8.853	31	3,2	30,7	66,1
Campobasso	27.103	81	9,0	27,6	63,3
MOLISE	35.956	112	7,4	28,5	64,1
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Molise - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Isernia	3,1	1,0	-0,3
Campobasso	2,0	0,2	-0,9
MOLISE	2,3	0,4	-0,7
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Molise - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Isernia	9.988	13.172	17.444
Campobasso	11.074	13.936	17.307
MOLISE	10.772	13.722	17.345
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Isernia	66,3	70,4	75,6
Campobasso	73,5	74,5	75,0
MOLISE	71,5	73,3	75,2
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Molise - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Isernia	1,7	0,9	-0,2
Campobasso	2,1	0,9	-0,7
MOLISE	2,0	0,9	-0,6
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Molise - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Isernia	8.217	10.071	12.552
Campobasso	8.049	10.095	12.434
MOLISE	8.096	10.088	12.497
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Isernia	82,7	78,9	81,3
Campobasso	81,0	79,0	80,6
MOLISE	81,5	79,0	81,0
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Molise - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Isernia	2.089	2.147	2.152	1.454	517	1.352	596	8.853
Campobasso	9.908	5.390	5.754	3.619	1.242	3.655	1.154	27.103
MOLISE	11.997	7.537	7.906	5.073	1.759	5.007	1.750	35.956
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Isernia	23,6	24,3	24,3	16,4	5,8	15,3	6,7	100,0
Campobasso	36,6	19,9	21,2	13,4	4,6	13,5	4,3	100,0
MOLISE	33,4	21,0	22,0	14,1	4,9	13,9	4,9	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Molise - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Isernia	81	107	-26	41	31	10	74	95	-21	588	570	18
Campobasso	177	264	-87	93	88	5	220	236	-16	1.427	1.636	-209
MOLISE	258	371	-113	134	119	15	294	331	-37	2.015	2.206	-191
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

**Tab. 8. Molise - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero**

	Isernia	Campobasso	MOLISE	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	303	561	864	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	192	444	636	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	48	81	129	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	94	204	298	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	17	63	80	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	14	18	32	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	7	21	28	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	12	57	69	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	34	126	160	10.072	28.597
Farmacie	55	105	160	6.892	18.711
Carburanti	47	126	173	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	27	226	253	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	840	2.056	2.896	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	9	17	26	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	38	105	143	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	38	77	115	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	229	537	766	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	36	120	156	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	100	199	299	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	29	70	99	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	79	220	299	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	52	144	196	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	226	561	787	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	4	6	10	904	4.149
Non specializzati	1	1	2	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	1.499	3.645	5.144	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	99	289	388	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	115	252	367	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	214	541	755	74.164	162.269
Minimercati (*)	7	8	15	1.973	5.183
Supermercati (*)	9	34	43	2.444	8.814
Ipermercati (*)	-	336	3	112	520
Grandi magazzini (*)	3	2	5	433	1.292
Grandi specializzati (*)	-	-	-	274	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	19	47	66	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Molise - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Isernia	Campobasso	MOLISE	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	10	-19	-9	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-7	-31	-38	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	9	2	11	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-17	-19	-36	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	0	9	9	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-1	-13	-14	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	1	7	8	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	1	-17	-16	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	-1	3	2	1.449	4.469
Farmacie	8	3	11	948	2.079
Carburanti	2	23	25	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	13	156	169	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	43	-20	23	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	2	2	4	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	2	-19	-17	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	12	24	36	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	26	-4	22	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	5	11	16	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	7	26	33	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	-21	-53	-74	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	1	-21	-20	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	0	12	12	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	8	0	8	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	1	2	3	138	1.091
Non specializzati	-7	-20	-27	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	61	95	156	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	10	40	50	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	51	101	152	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	61	141	202	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	-4	2	-2	645	1.922
Ipermercati (*)	0	2	2	57	139
Grandi magazzini (*)	-7	-1	-8	110	184
Grandi specializzati (*)	0	0	0	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	-4	11	7	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Campania - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Caserta	898	23	733	45,9	42,0	8,6
Benevento	289	4	246	53,8	48,6	9,6
Napoli	3.083	54	2.513	47,0	41,1	12,4
Avellino	439	8	372	56,4	51,2	9,3
Salerno	1.103	25	922	54,7	48,4	11,3
CAMPANIA	5.811	115	4.786	49,3	43,7	11,2
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Caserta	86.415	255	5,6	26,5	67,9
Benevento	35.347	92	10,9	23,0	66,1
Napoli	261.340	867	2,4	23,9	73,6
Avellino	45.457	148	5,2	30,9	63,9
Salerno	117.675	357	5,4	25,5	69,1
CAMPANIA	546.234	1.719	4,2	25,2	70,6
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Campania - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Caserta	2,2	2,6	-0,2
Benevento	1,1	0,3	-0,3
Napoli	2,5	0,8	-0,2
Avellino	1,9	1,2	-0,3
Salerno	1,9	1,6	-0,2
CAMPANIA	2,2	1,2	-0,2
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Campania - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Caserta	8.449	10.455	13.925
Benevento	9.530	11.549	13.790
Napoli	9.333	11.897	14.671
Avellino	9.533	12.032	15.096
Salerno	9.460	11.758	15.065
CAMPANIA	9.253	11.648	14.619
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Caserta	56,1	55,9	60,3
Benevento	63,3	61,7	59,7
Napoli	62,0	63,6	63,6
Avellino	63,3	64,3	65,4
Salerno	62,8	62,8	65,3
CAMPANIA	61,4	62,3	63,3
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Campania - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Caserta	2,5	0,5	-0,3
Benevento	2,6	0,3	-0,5
Napoli	2,6	0,3	-0,5
Avellino	2,5	0,3	-0,6
Salerno	2,5	0,4	-0,5
CAMPANIA	2,6	0,3	-0,5
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Campania - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Caserta	7.099	8.923	10.707
Benevento	6.972	9.057	11.217
Napoli	7.207	9.207	11.337
Avellino	7.281	9.442	11.550
Salerno	7.938	10.158	12.439
CAMPANIA	7.323	9.354	11.485
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Caserta	71,4	69,9	69,4
Benevento	70,2	70,9	72,7
Napoli	72,5	72,1	73,5
Avellino	73,3	73,9	74,9
Salerno	79,9	79,5	80,6
CAMPANIA	73,7	73,2	74,4
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Campania - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Caserta	15.102	20.432	26.928	18.575	3.328	10.880	9.745	86.415
Benevento	14.122	6.148	6.897	4.351	1.287	3.996	2.897	35.347
Napoli	13.110	60.002	108.785	62.967	13.193	50.752	15.498	261.340
Avellino	12.781	10.296	10.877	7.034	1.751	5.915	3.837	45.457
Salerno	21.288	25.742	36.881	23.124	6.292	19.364	8.108	117.675
CAMPANIA	76.403	122.620	190.368	116.051	25.851	90.907	40.085	546.234
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Caserta	17,5	23,6	31,2	21,5	3,9	12,6	11,3	100,0
Benevento	40,0	17,4	19,5	12,3	3,6	11,3	8,2	100,0
Napoli	5,0	23,0	41,6	24,1	5,0	19,4	5,9	100,0
Avellino	28,1	22,6	23,9	15,5	3,9	13,0	8,4	100,0
Salerno	18,1	21,9	31,3	19,7	5,3	16,5	6,9	100,0
CAMPANIA	14,0	22,4	34,9	21,2	4,7	16,6	7,3	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7. Campania - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Caserta	1.237	1.553	-316	209	243	-34	694	863	-169	6.525	6.380	145
Benevento	231	445	-214	104	118	-14	171	334	-163	1.927	2.648	-721
Napoli	3.523	4.602	-1.079	434	713	-279	2.248	3.325	-1.077	17.821	18.348	-527
Avellino	364	494	-130	110	101	9	252	352	-100	2.755	2.575	180
Salerno	1.431	1.694	-263	341	365	-24	816	1.016	-200	7.770	7.067	703
CAMPANIA	6.786	8.788	-2.002	1.198	1.540	-342	4.181	5.890	-1.709	36.798	37.018	-220
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Campania - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	CAMPANIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.881	558	5.099	1.014	2.751	11.303	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	2.352	651	10.104	926	3.109	17.142	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	421	84	1.701	188	684	3.078	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	983	298	3.284	465	1.253	6.283	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	178	62	979	92	324	1.635	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	167	28	714	51	212	1.172	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	113	15	477	24	83	712	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	490	164	2.949	106	553	4.262	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	435	137	1.340	237	601	2.750	10.072	28.597
Farmacie	230	108	926	169	377	1.810	6.892	18.711
Carburanti	433	143	1.049	206	445	2.276	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	391	73	519	222	220	1.425	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	8.939	2.772	35.042	3.900	12.846	63.499	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	102	36	390	42	132	702	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	527	95	1.636	135	629	3.022	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	352	123	1.507	151	589	2.722	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	2.375	615	10.020	1.017	3.444	17.471	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	483	135	2.097	218	671	3.604	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	982	322	3.822	484	1.559	7.169	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	398	108	1.312	137	467	2.422	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	812	348	2.078	405	1.128	4.771	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	647	212	2.525	261	935	4.580	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	2.222	769	9.420	1.035	3.228	16.674	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	39	9	235	15	64	362	904	4.149
Non specializzati	14	6	91	7	9	127	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	14.675	4.448	54.170	6.681	20.358	100.332	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	1.919	364	6.315	645	2.476	11.719	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	2.801	163	2.949	213	2.072	8.198	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	4.720	527	9.264	858	4.548	19.917	74.164	162.269
Minimercati (*)	6	15	217	52	78	368	1.973	5.183
Supermercati (*)	30	16	232	62	109	449	2.444	8.814
Ipermercati (*)	1	1	11	4	1	18	112	520
Grandi magazzini (*)	1	6	45	9	19	80	433	1.292
Grandi specializzati (*)	3	-	39	10	12	64	274	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	41	38	544	137	219	979	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Campania - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	CAMPANIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	472	75	552	17	500	1616	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-266	-100	-961	-66	-28	-1421	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	38	-4	-156	19	-23	-126	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-60	-23	-323	-52	-3	-461	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	6	7	37	5	47	102	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-51	-1	10	-15	-21	-78	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-17	-4	-85	-4	18	-92	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-182	-75	-444	-19	-46	-766	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	64	23	216	50	78	431	1.449	4.469
Farmacie	36	11	201	13	92	353	948	2.079
Carburanti	48	18	43	23	35	167	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	234	43	198	134	119	728	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	1350	290	3417	309	1518	6884	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	31	10	80	23	28	172	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	-59	15	94	13	36	99	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	150	60	717	47	244	1218	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	421	64	711	62	279	1537	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	107	14	261	36	103	521	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	157	62	417	8	204	848	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-94	-52	-387	-61	-200	-794	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	110	5	244	31	115	505	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	84	18	216	17	81	416	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	445	94	1061	131	603	2334	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	-2	0	3	2	25	28	138	1.091
Non specializzati	-38	-27	-128	-6	-38	-237	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	1900	333	3538	474	2276	8521	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	467	-2	819	134	586	2004	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	1197	79	1258	80	1213	3827	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1664	77	2077	214	1799	5831	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	-26	2	29	17	36	58	645	1.922
Ipermercati (*)	-1	1	6	2	-1	7	57	139
Grandi magazzini (*)	-4	1	19	4	1	21	110	184
Grandi specializzati (*)	0	0	33	4	3	40	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	-25	19	304	79	117	494	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 1. Puglia - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Foggia	682	14	567	47,8	43,2	9,5
Bari	1.599	27	1.339	54,5	49,2	9,7
Taranto	580	5	494	50,5	45,1	10,6
Brindisi	403	5	343	51,8	44,7	13,7
Lecce	811	12	691	54,6	46,6	14,5
PUGLIA	4.077	64	3.433	52,6	46,7	11,2
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Foggia	73.727	196	15,5	25,0	59,4
Bari	157.293	536	6,2	25,6	68,2
Taranto	48.004	178	13,1	29,5	57,4
Brindisi	37.951	122	11,0	26,4	62,6
Lecce	73.378	252	5,2	25,5	69,3
PUGLIA	390.353	1.284	8,9	26,1	65,1
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Puglia - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Foggia	2,3	0,1	-1,2
Bari	2,5	0,0	-1,2
Taranto	2,7	1,8	-1,0
Brindisi	0,7	0,6	-1,2
Lecce	2,0	1,6	-1,2
PUGLIA	2,2	0,6	-1,2
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Puglia - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Foggia	8.711	11.031	13.506
Bari	11.178	14.081	16.426
Taranto	8.887	11.534	15.738
Brindisi	9.675	11.441	14.334
Lecce	8.543	10.756	14.097
PUGLIA	9.743	12.270	15.169
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Foggia	57,8	59,0	58,5
Bari	74,2	75,3	71,2
Taranto	59,0	61,6	68,2
Brindisi	64,2	61,1	62,1
Lecce	56,7	57,5	61,1
PUGLIA	64,7	65,6	65,7
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Puglia - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Foggia	1,9	0,3	-0,8
Bari	2,0	0,4	-0,9
Taranto	1,9	0,3	-0,8
Brindisi	1,9	0,3	-0,9
Lecce	1,8	0,4	-0,8
PUGLIA	1,9	0,3	-0,9
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Puglia - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Foggia	8.066	9.881	12.356
Bari	8.190	9.941	12.022
Taranto	7.323	9.011	11.172
Brindisi	7.529	9.349	11.581
Lecce	7.887	9.687	11.769
PUGLIA	7.915	9.687	11.891
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Foggia	81,2	77,4	80,1
Bari	82,4	77,8	77,9
Taranto	73,7	70,6	72,4
Brindisi	75,8	73,2	75,1
Lecce	79,4	75,9	76,3
PUGLIA	79,7	75,9	77,1
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Puglia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Foggia	27.982	12.782	17.345	11.520	2.870	7.671	5.077	73.727
Bari	31.001	37.509	47.101	27.055	5.576	24.981	11.125	157.293
Taranto	12.915	9.217	13.887	9.037	1.849	7.035	3.101	48.004
Brindisi	9.957	8.096	11.058	7.396	1.743	5.307	1.790	37.951
Lecce	11.137	19.297	22.658	15.264	3.517	10.298	6.471	73.378
PUGLIA	92.992	86.901	112.049	70.272	15.555	55.292	27.564	390.353
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Foggia	38,0	17,3	23,5	15,6	3,9	10,4	6,9	100,0
Bari	19,7	23,8	29,9	17,2	3,5	15,9	7,1	100,0
Taranto	26,9	19,2	28,9	18,8	3,9	14,7	6,5	100,0
Brindisi	26,2	21,3	29,1	19,5	4,6	14,0	4,7	100,0
Lecce	15,2	26,3	30,9	20,8	4,8	14,0	8,8	100,0
PUGLIA	23,8	22,3	28,7	18,0	4,0	14,2	7,1	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7. Puglia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Foggia	708	907	-199	187	199	-12	483	570	-87	4.792	4.649	143
Bari	1.676	2.606	-930	387	493	-106	1.403	2.197	-794	9.974	14.047	-4.073
Taranto	583	694	-111	104	121	-17	362	430	-68	3.088	3.113	-25
Brindisi	421	575	-154	128	131	-3	276	303	-27	2.594	2.780	-186
Lecce	1.177	1.877	-700	320	404	-84	687	884	-197	6.203	7.171	-968
PUGLIA	4.565	6.659	-2.094	1.126	1.348	-222	3.211	4.384	-1.173	26.651	31.760	-5.109
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Puglia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008

	numero							
	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.362	2.122	948	678	1.451	6.561	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	1.341	3.816	1.341	1.045	1.861	9.404	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	257	736	288	184	369	1.834	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	594	1.501	567	408	679	3.749	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	138	440	101	119	253	1.051	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	111	283	93	109	182	778	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	52	169	52	40	88	401	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	189	687	240	185	290	1.591	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	308	630	247	203	464	1.852	10.072	28.597
Farmacie	208	407	153	116	250	1.134	6.892	18.711
Carburanti	250	498	244	174	395	1.561	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	170	311	160	71	104	816	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	6.504	14.779	5.512	3.851	8.394	39.040	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	68	196	64	46	105	479	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	282	810	245	157	441	1.935	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	414	770	253	178	382	1.997	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.593	4.216	1.325	964	1.873	9.971	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	323	896	301	206	349	2.075	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	727	1.702	629	437	868	4.363	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	271	574	222	181	328	1.576	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	672	966	498	436	876	3.448	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	446	1.131	462	300	715	3.054	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.686	3.442	1.484	922	2.432	9.966	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	22	76	29	24	25	176	904	4.149
Non specializzati	10	55	-	4	15	84	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	10.153	22.618	8.605	6.142	12.934	60.452	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	1.672	4.141	958	1.314	2.378	10.463	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	422	1.929	458	360	1.452	4.621	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	2.094	6.070	1.416	1.674	3.830	15.084	74.164	162.269
Minimercati (*)	89	216	37	123	109	574	1.973	5.183
Supermercati (*)	58	165	38	92	108	461	2.444	8.814
Ipermercati (*)	3	10	2	3	5	23	112	520
Grandi magazzini (*)	1	6	12	37	1	57	433	1.292
Grandi specializzati (*)	7	27	3	12	8	57	274	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	158	424	92	267	231	1.172	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Puglia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	171	481	275	188	200	1.315	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-111	13	-147	-116	-190	-551	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	14	11	-32	-32	-16	-55	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-62	-30	-26	-17	-59	-194	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	35	61	12	3	-3	108	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolci</i>	-25	16	7	19	-4	13	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-9	10	9	5	20	35	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-64	-55	-117	-94	-128	-458	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	21	36	30	44	74	205	1.449	4.469
Farmacie	24	54	23	18	24	143	948	2.079
Carburanti	-7	65	12	6	-21	55	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	89	161	106	42	63	461	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	764	1.812	404	201	354	3.535	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	27	55	11	9	16	118	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	25	87	2	0	5	119	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	231	358	116	95	97	897	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	91	367	21	37	-27	489	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	24	158	30	38	54	304	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	217	278	97	33	50	675	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-143	-147	-79	-86	-126	-581	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	95	64	61	27	70	317	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	36	123	12	-4	16	183	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	162	469	130	50	206	1.017	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	-1	0	3	2	-7	-3	138	1.091
Non specializzati	-11	-46	-24	-19	-9	-109	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	940	2.576	679	364	495	5.054	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	333	-33	40	-13	-231	96	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	138	767	123	149	648	1.825	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	471	734	163	136	417	1.921	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	39	0	-12	57	31	115	645	1.922
Ipermercati (*)	3	5	-1	3	2	12	57	139
Grandi magazzini (*)	-1	0	-4	31	-2	24	110	184
Grandi specializzati (*)	6	25	0	12	3	46	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	136	246	20	226	143	771	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Basilicata - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Potenza	387	5	332	56,1	50,6	9,8
Matera	204	5	173	52,5	47,7	9,1
BASILICATA	591	10	505	54,8	49,6	9,5
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Potenza	40.407	129	6,9	29,3	63,7
Matera	21.999	66	11,0	26,3	62,7
BASILICATA	62.406	195	8,3	28,3	63,4
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Basilicata - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Potenza	2,1	0,5	-2,0
Matera	3,6	0,4	-2,3
BASILICATA	2,6	0,5	-2,1
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Basilicata - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Potenza	10.593	13.464	16.951
Matera	9.668	13.276	16.312
BASILICATA	10.277	13.400	16.731
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Potenza	70,3	72,0	73,4
Matera	64,2	71,0	70,7
BASILICATA	68,2	71,6	72,5
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Basilicata - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Potenza	2,3	0,4	-1,2
Matera	2,8	0,3	-1,3
BASILICATA	2,5	0,4	-1,3
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Basilicata - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Potenza	6.957	8.706	10.708
Matera	7.200	9.271	11.226
BASILICATA	7.040	8.899	10.912
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Potenza	70,0	68,2	69,4
Matera	72,5	72,6	72,8
BASILICATA	70,8	69,7	70,7
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Basilicata - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Potenza	12.508	9.255	9.514	6.208	1.803	5.748	1.579	40.407
Matera	8.229	4.294	4.954	3.135	808	2.609	1.105	21.999
BASILICATA	20.737	13.549	14.468	9.343	2.611	8.357	2.684	62.406
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Potenza	31,0	22,9	23,5	15,4	4,5	14,2	3,9	100,0
Matera	37,4	19,5	22,5	14,3	3,7	11,9	5,0	100,0
BASILICATA	33,2	21,7	23,2	15,0	4,2	13,4	4,3	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Basilicata - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Potenza	270	449	-179	90	96	-6	283	307	-24	1.873	2.105	-232
Matera	173	244	-71	54	58	-4	118	120	-2	1.158	1.216	-58
BASILICATA	443	693	-250	144	154	-10	401	427	-26	3.031	3.321	-290
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

**Tab. 8. Basilicata - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero**

	Potenza	Matera	BASILICATA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.046	440	1.486	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	752	407	1.159	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	163	86	249	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	378	209	587	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	76	35	111	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	54	26	80	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	16	11	27	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	65	40	105	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	199	113	312	10.072	28.597
Farmacie	147	66	213	6.892	18.711
Carburanti	177	87	264	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	124	38	162	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	3.812	1.961	5.773	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	52	18	70	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	145	62	207	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	174	93	267	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	937	493	1.430	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	215	101	316	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	444	249	693	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	157	85	242	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	426	243	669	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	273	149	422	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	976	462	1.438	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	13	6	19	904	4.149
Non specializzati	1	1	2	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	6.258	3.113	9.371	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	432	247	679	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	279	302	581	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	711	549	1.260	74.164	162.269
Minimercati (*)	34	46	80	1.973	5.183
Supermercati (*)	40	24	64	2.444	8.814
Ipermercati (*)	1	2	3	112	520
Grandi magazzini (*)	5	2	7	433	1.292
Grandi specializzati (*)	2	-	2	274	1.400
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	82	74	156	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Basilicata - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Potenza	Matera	BASILICATA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	36	112	148	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-28	4	-24	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	17	11	28	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-25	-21	-46	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	7	8	15	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	-13	9	-4	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-3	4	1	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-11	-7	-18	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	35	17	52	1.449	4.469
Farmacie	11	6	17	948	2.079
Carburanti	28	0	28	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	81	16	97	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	71	173	244	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	16	7	23	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	8	-1	7	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	67	40	107	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	-40	27	-13	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	-8	3	-5	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	7	27	34	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	-72	-36	-108	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	16	39	55	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	-5	7	2	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	77	56	133	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	5	4	9	138	1.091
Non specializzati	-11	-11	-22	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	223	317	540	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	29	7	36	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	38	84	122	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	67	91	158	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	3	8	11	645	1.922
Ipermercati (*)	1	1	2	57	139
Grandi magazzini (*)	4	-1	3	110	184
Grandi specializzati (*)	0	0	0	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	42	54	96	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 1. Calabria - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Cosenza	732	15	624	52,1	46,6	10,5
Crotone	173	4	143	43,8	39,2	10,6
Catanzaro	368	9	312	52,3	45,7	12,6
Vibo Valentia	168	4	141	50,2	42,6	14,8
Reggio Calabria	567	19	475	49,8	44,5	10,5
CALABRIA	2.008	51	1.696	50,6	44,9	11,2
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Cosenza	65.254	230	12,2	17,0	70,8
Crotone	17.962	45	15,9	19,8	64,3
Catanzaro	33.495	113	7,6	18,9	73,5
Vibo Valentia	14.582	48	11,0	20,0	69,0
Reggio Calabria	49.529	167	10,1	20,5	69,4
CALABRIA	180.822	602	10,9	18,8	70,3
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Calabria - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Cosenza	2,4	0,5	-0,9
Crotone	4,4	2,1	-1,7
Catanzaro	2,1	1,0	-1,3
Vibo Valentia	1,9	1,6	-0,5
Reggio Calabria	1,1	0,7	-1,1
CALABRIA	2,0	0,9	-1,1
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Calabria - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Cosenza	8.952	11.612	14.552
Crotone	6.866	9.888	13.794
Catanzaro	9.817	12.646	16.138
Vibo Valentia	7.944	10.182	13.819
Reggio Calabria	9.671	11.717	14.664
CALABRIA	9.044	11.561	14.748
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Cosenza	59,4	62,1	63,1
Crotone	45,6	52,8	59,8
Catanzaro	65,2	67,6	69,9
Vibo Valentia	52,7	54,4	59,9
Reggio Calabria	64,2	62,6	63,5
CALABRIA	60,0	61,8	63,9
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Calabria - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Cosenza	2,2	0,4	-0,7
Crotone	2,3	0,5	-0,8
Catanzaro	2,3	0,3	-0,8
Vibo Valentia	2,1	0,4	-0,5
Reggio Calabria	2,4	0,4	-0,7
CALABRIA	2,3	0,4	-0,7
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Calabria - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Cosenza	7.289	9.153	11.457
Crotone	7.725	9.782	12.306
Catanzaro	7.754	9.817	12.268
Vibo Valentia	7.350	9.279	11.786
Reggio Calabria	8.202	10.313	12.834
CALABRIA	7.672	9.665	12.124
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Cosenza	73,3	71,7	74,2
Crotone	77,7	76,6	79,8
Catanzaro	78,0	76,9	79,5
Vibo Valentia	74,0	72,7	76,4
Reggio Calabria	82,5	80,8	83,2
CALABRIA	77,2	75,7	78,6
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6. Calabria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Cosenza	12.340	14.933	19.431	12.439	3.697	9.122	5.731	65.254
Crotone	5.163	4.203	4.485	2.997	723	2.008	1.380	17.962
Catanzaro	4.640	7.475	11.748	7.835	1.597	4.953	3.082	33.495
Vibo Valentia	3.093	3.280	4.280	3.036	885	1.848	1.196	14.582
Reggio Calabria	7.909	11.023	17.703	11.507	1.752	7.320	3.822	49.529
CALABRIA	33.145	40.914	57.647	37.814	8.654	25.251	15.211	180.822
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Cosenza	18,9	22,9	29,8	19,1	5,7	14,0	8,8	100,0
Crotone	28,7	23,4	25,0	16,7	4,0	11,2	7,7	100,0
Catanzaro	13,9	22,3	35,1	23,4	4,8	14,8	9,2	100,0
Vibo Valentia	21,2	22,5	29,4	20,8	6,1	12,7	8,2	100,0
Reggio Calabria	16,0	22,3	35,7	23,2	3,5	14,8	7,7	100,0
CALABRIA	18,3	22,6	31,9	20,9	4,8	14,0	8,4	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7. Calabria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Cosenza	691	1.060	-369	254	332	-78	546	722	-176	4.975	4.922	53
Crotone	186	177	9	60	47	13	100	113	-13	1.436	1.103	333
Catanzaro	371	723	-352	101	178	-77	266	488	-222	2.240	3.284	-1.044
Vibo Valentia	194	492	-298	65	102	-37	127	236	-109	1.178	2.023	-845
Reggio Calabria	568	731	-163	117	140	-23	360	403	-43	3.034	2.930	104
CALABRIA	2.010	3.183	-1.173	597	799	-202	1.399	1.962	-563	12.863	14.262	-1.399
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Calabria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Cosenza	Crotone	Catanzaro	Vibo V.	Reggio C.	CALABRIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.705	396	855	477	1.318	4.751	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	1.266	361	853	335	1.389	4.204	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	344	98	225	71	235	973	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	576	154	317	168	581	1.796	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	118	27	62	37	166	410	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	88	30	142	30	153	443	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	23	11	13	7	35	89	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	117	41	94	22	219	493	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	278	90	164	86	305	923	10.072	28.597
Farmacie	321	62	161	78	230	852	6.892	18.711
Carburanti	272	69	172	61	245	819	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	106	82	153	119	179	639	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	7.326	1.677	4.008	1.630	6.326	20.967	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	79	21	46	34	90	270	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	331	60	186	64	254	895	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	319	81	161	60	298	919	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.883	409	1.009	362	1.538	5.201	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	391	90	173	77	351	1.082	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	794	207	534	246	627	2.408	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV dischi strum. musicali</i>	376	66	161	45	296	944	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	815	199	412	225	703	2.354	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	519	95	303	92	476	1.485	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.804	441	1.014	421	1.670	5.350	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	15	8	9	4	23	59	904	4.149
Non specializzati	41	2	3	-	5	51	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	11.315	2.739	6.369	2.786	9.997	33.206	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	1.545	242	702	240	843	3.572	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	628	306	1.513	185	1.758	4.390	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	2.173	548	2.215	425	2.601	7.962	74.164	162.269
Minimercati (*)	50	42	3	9	82	186	1.973	5.183
Supermercati (*)	98	37	16	7	78	236	2.444	8.814
Ipermercati (*)	7	1	1	-	4	13	112	520
Grandi magazzini (*)	17	6	4	1	37	65	433	1.292
Grandi specializzati (*)	10	-	1	8	19	274	1.400	
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	182	86	24	18	209	519	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 9. Calabria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Cosenza	Crotone	Catanzaro	Vibo V.	Reggio C.	CALABRIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	-189	18	102	8	16	-45	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-149	-27	-116	-61	-233	-586	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-37	-5	-48	-19	-12	-121	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-85	-16	-31	-20	-78	-230	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	4	1	-10	1	8	4	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolci</i>	-13	0	5	-11	-21	-40	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	-2	-2	-8	1	-32	-43	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	-16	-5	-24	-13	-98	-156	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	58	13	37	20	73	201	1.449	4.469
Farmacie	65	-1	25	0	23	112	948	2.079
Carburanti	27	12	15	14	22	90	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	60	42	126	50	58	336	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	317	151	111	-39	315	855	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	27	9	18	18	15	87	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	42	14	10	16	-8	74	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	87	45	84	16	125	357	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	98	7	-4	-39	10	72	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	0	21	4	7	29	61	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	16	0	-10	-37	15	-16	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-150	-25	-80	-22	-107	-384	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	56	19	40	14	82	211	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	11	2	40	-8	5	50	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	135	55	12	-4	139	337	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	-5	4	-3	0	10	6	138	1.091
Non specializzati	-26	-3	-14	-3	-61	-107	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	163	205	286	-11	213	856	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	113	2	123	-44	97	291	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	275	113	356	56	1.061	1.861	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	388	115	479	12	1.158	2.152	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	22	19	0	-5	25	61	645	1.922
Ipermercati (*)	3	1	0	0	4	8	57	139
Grandi magazzini (*)	2	0	-6	0	4	0	110	184
Grandi specializzati (*)	4	0	0	0	4	8	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	81	62	-3	4	119	263	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Sicilia - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Trapani	436	9	366	51,2	45,5	11,0
Palermo	1.243	21	1.034	52,1	43,9	15,5
Messina	654	16	562	53,8	48,2	10,4
Agrigento	456	7	382	51,5	42,8	16,7
Caltanissetta	273	4	226	48,1	40,5	15,7
Enna	174	2	146	52,4	43,8	16,3
Catania	1.082	17	894	48,5	42,8	11,6
Ragusa	312	14	259	59,1	54,1	8,3
Siracusa	401	8	337	47,8	42,3	11,5
SICILIA	5.030	98	4.206	51,3	44,6	13,0
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Trapani	50.512	129	9,4	20,2	70,3
Palermo	97.864	366	4,2	16,1	79,7
Messina	65.861	209	8,8	18,8	72,4
Agrigento	45.454	127	13,0	17,4	69,7
Caltanissetta	26.597	72	10,7	22,9	66,4
Enna	16.086	49	7,8	23,8	68,3
Catania	102.964	309	6,4	19,1	74,5
Ragusa	33.974	112	16,9	25,0	58,1
Siracusa	36.447	114	7,1	25,2	67,7
SICILIA	475.759	1.488	8,1	19,5	72,4
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

**Tab. 2. Sicilia - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Trapani	2,2	0,4	-0,3
Palermo	1,7	1,5	-0,7
Messina	2,2	0,2	-0,6
Agrigento	0,4	1,4	-0,5
Caltanissetta	1,1	0,6	-0,9
Enna	2,4	0,8	-1,3
Catania	2,5	0,1	-0,7
Ragusa	3,2	1,7	-0,8
Siracusa	1,3	0,5	-0,8
SICILIA	1,9	0,8	-0,7
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Sicilia - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Trapani	9.039	11.491	13.879
Palermo	9.368	11.548	15.358
Messina	9.950	12.424	15.349
Agrigento	7.816	9.390	12.412
Caltanissetta	9.201	11.160	14.159
Enna	7.480	9.859	12.939
Catania	9.634	12.310	14.628
Ragusa	9.562	12.578	16.205
Siracusa	10.584	12.961	16.110
SICILIA	9.355	11.716	14.768
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Trapani	60,0	61,4	60,1
Palermo	62,2	61,7	66,5
Messina	66,1	66,4	66,5
Agrigento	51,9	50,2	53,8
Caltanissetta	61,1	59,6	61,3
Enna	49,7	52,7	56,1
Catania	64,0	65,8	63,4
Ragusa	63,5	67,2	70,2
Siracusa	70,3	69,3	69,8
SICILIA	62,1	62,6	64,0
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 4. Sicilia - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Trapani	2,8	0,5	-0,4
Palermo	2,8	0,4	-0,5
Messina	3,0	0,3	-0,6
Agrigento	2,7	0,5	-0,4
Caltanissetta	2,7	0,2	-0,6
Enna	2,6	0,1	-0,8
Catania	3,0	0,3	-0,5
Ragusa	2,8	0,6	-0,5
Siracusa	2,7	0,5	-0,7
SICILIA	2,8	0,4	-0,5
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

Tab. 5. Sicilia - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)

	1995	2000	2007
Trapani	7.832	9.954	11.955
Palermo	8.187	10.391	12.721
Messina	8.969	11.321	13.933
Agrigento	6.639	8.686	10.563
Caltanissetta	7.039	9.002	11.032
Enna	6.330	8.191	10.145
Catania	7.671	9.769	11.658
Ragusa	7.733	9.759	11.539
Siracusa	7.831	10.011	12.216
SICILIA	7.816	9.967	12.123
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Trapani	78,8	77,9	77,5
Palermo	82,4	81,4	82,4
Messina	90,3	88,6	90,3
Agrigento	66,8	68,0	68,5
Caltanissetta	70,8	70,5	71,5
Enna	63,7	64,1	65,7
Catania	77,2	76,5	75,6
Ragusa	77,8	76,4	74,8
Siracusa	78,8	78,4	79,2
SICILIA	78,7	78,0	78,6
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 6. Sicilia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Trapani	17.587	9.276	12.409	7.734	1.569	6.059	3.612	50.512
Palermo	13.695	19.455	33.771	21.158	3.100	16.089	11.754	97.864
Messina	8.257	16.349	21.878	14.905	2.965	11.033	5.379	65.861
Agrigento	15.440	7.662	11.916	8.078	1.581	4.685	4.170	45.454
Caltanissetta	6.404	5.405	7.923	5.404	848	3.487	2.530	26.597
Enna	5.943	3.177	3.696	2.544	504	1.896	870	16.086
Catania	18.233	21.594	33.679	18.755	2.661	15.585	11.212	102.964
Ragusa	10.407	6.778	8.723	5.180	1.027	4.448	2.591	33.974
Siracusa	8.442	7.579	9.449	6.193	1.286	5.422	4.269	36.447
SICILIA	104.408	97.275	143.444	89.951	15.541	68.704	46.387	475.759
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Trapani	34,8	18,4	24,6	15,3	3,1	12,0	7,2	100,0
Palermo	14,0	19,9	34,5	21,6	3,2	16,4	12,0	100,0
Messina	12,5	24,8	33,2	22,6	4,5	16,8	8,2	100,0
Agrigento	34,0	16,9	26,2	17,8	3,5	10,3	9,2	100,0
Caltanissetta	24,1	20,3	29,8	20,3	3,2	13,1	9,5	100,0
Enna	36,9	19,8	23,0	15,8	3,1	11,8	5,4	100,0
Catania	17,7	21,0	32,7	18,2	2,6	15,1	10,9	100,0
Ragusa	30,6	20,0	25,7	15,2	3,0	13,1	7,6	100,0
Siracusa	23,2	20,8	25,9	17,0	3,5	14,9	11,7	100,0
SICILIA	21,9	20,4	30,2	18,9	3,3	14,4	9,8	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

**Tab. 7. Sicilia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Trapani	342	605	-263	54	125	-71	294	467	-173	2.618	4.133	-1.515
Palermo	1.015	1.348	-333	130	162	-32	696	977	-281	5.320	5.264	56
Messina	507	861	-354	102	134	-32	484	796	-312	3.414	4.131	-717
Agrigento	441	631	-190	85	122	-37	292	281	11	2.404	3.160	-756
Caltanissetta	243	438	-195	47	51	-4	137	272	-135	1.521	2.313	-792
Enna	139	206	-67	37	39	-2	88	122	-34	860	942	-82
Catania	852	2.016	-1.164	82	221	-139	462	1.278	-816	6.454	8.340	-1.886
Ragusa	308	442	-134	41	74	-33	226	272	-46	2.193	2.221	-28
Siracusa	347	499	-152	90	95	-5	249	297	-48	2.280	2.228	52
SICILIA	4.194	7.046	-2.852	668	1.023	-355	2.928	4.762	-1.834	27.064	32.732	-5.668
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Sicilia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	833	1.987	1.368	967	510	372	1.344	572	564	4.069	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	1.003	2.716	1.559	762	600	275	2.024	584	731	4.314	49.535	101.070
Frutta e verdura	140	416	213	99	89	35	353	110	96	793	9.102	20.937
Carne e prodotti a base di carne	328	1.013	698	362	236	126	692	264	304	1.685	19.296	35.500
Pesci, crostacei, molluschi	148	254	202	93	55	24	226	55	96	760	5.438	8.421
Pane, pasticceria, dolciumi	135	444	222	93	64	64	162	45	57	460	4.559	12.542
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	29	68	56	20	38	14	45	38	41	225	1.935	5.435
Altri esercizi specializzati alimentari	223	521	168	95	118	12	546	72	137	391	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	249	589	398	178	160	99	498	146	203	867	10.072	28.597
Farmacie	155	363	270	151	92	55	350	79	116	582	6.892	18.711
Carburanti	239	507	305	171	108	83	513	168	198	668	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	126	237	207	104	85	96	196	53	64	389	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	4.388	11.437	6.380	4.555	2.596	1.520	9.986	3.157	3.515	16.367	208.768	500.258
Articoli medicali e ortopedici	37	137	162	53	20	20	102	37	26	163	2.416	5.353
Cosmetici e articoli di profumeria	162	501	242	168	99	66	467	120	168	600	9.284	22.969
Prodotti tessili e biancheria	235	504	406	229	186	88	471	150	210	655	9.767	23.423
Abbigliamento e accessori, pellicceria	1.144	3.211	1.671	1.140	666	341	2.337	821	873	3.906	54.439	129.934
Calzature e articoli in cuoio	233	550	330	210	124	59	414	168	197	830	11.076	27.790
Mobili, casalinghi, illuminazione	161	369	226	182	101	51	306	118	140	547	7.880	17.507
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.	395	823	508	561	273	202	1.004	276	312	1.792	18.783	39.956
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	297	885	429	272	160	98	791	223	236	1.405	15.586	44.770
Libri, giornali, cartoleria	1.204	3.116	1.661	1.204	614	369	2.750	855	972	4.617	54.953	132.784
Altri esercizi specializzati non alimentari	12	49	20	7	4	3	43	10	11	67	904	4.149
Articoli di seconda mano	5	37	19	10	8	-	28	-	3	30	457	1.609
Non specializzati	6.998	17.873	10.506	6.898	4.159	2.500	14.939	4.759	5.394	27.286	329.450	777.298
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	874	2.944	1.805	1.639	822	301	3.401	665	594	2.632	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio fisso	487	1.358	769	436	447	87	1.306	488	384	3.896	29.426	62.622
Commercio ambulante posteggio mobile	1.361	4.302	2.574	2.075	1.269	388	4.707	1.153	978	6.528	74.164	162.269
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	55	51	38	80	12	20	28	30	48	236	1.973	5.183
Minimercati (*)	74	106	72	65	31	35	111	50	74	308	2.444	8.814
Supermercati (*)	-	5	2	1	-	1	8	1	1	18	112	520
Ipermercati (*)	22	26	29	8	1	4	10	4	17	47	433	1.292
Grandi magazzini (*)	5	15	1	5	-	-	15	-	5	37	274	1.400
Grandi specializzati (*)	156	203	142	159	44	60	172	85	145	646	5.236	17.209
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)												

(*) AL 1° gennaio 2008

Tab. 9. Sicilia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	100	448	180	55	129	7	283	36	142	1.380	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	-119	-557	-170	-64	-153	-66	-397	8	-139	-1.657	-4.520	-11.540
Frutta e verdura	8	-24	-24	-6	-6	2	-3	4	7	-42	-444	-2.448
Carne e prodotti a base di carne	-57	-61	-76	-47	-32	-33	-86	-11	-37	-440	-1.594	-3.685
Pesci, crostacei, molluschi	28	34	8	13	1	1	-27	7	20	85	416	394
Pane, pasticceria, dolciumi	-16	-133	-45	-23	-20	-46	-52	-4	-26	-365	-417	-723
Bevande (vini, olii, birra ed altre)	-2	15	-14	5	2	8	8	14	-2	34	-8	275
Altri esercizi specializzati alimentari	-80	-388	-19	-6	-98	2	-237	-2	-101	-929	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	38	67	56	42	7	13	59	17	23	322	1.449	4.469
Farmacie	25	48	26	22	8	2	65	9	16	221	948	2.079
Carburanti	5	74	18	4	3	7	5	4	8	128	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	35	23	88	37	25	62	-6	27	19	310	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	336	1.468	704	264	-34	74	1.053	395	397	4.657	18.837	32.622
Articoli medicali e ortopedici	12	50	-25	11	7	6	26	11	12	110	629	1.482
Cosmetici e articoli di profumeria	-4	-46	-9	-22	-16	11	22	10	12	-42	271	663
Prodotti tessili e biancheria	43	234	120	109	70	0	246	54	104	980	4.130	8.649
Abbigliamento e accessori, pellicceria	189	465	401	101	-56	8	182	125	103	1.518	4.388	7.041
Calzature e articoli in cuoio	5	96	35	46	8	8	102	38	19	357	1.423	2.426
Mobili, casalinghi, illuminazione	66	239	49	39	-14	-8	131	41	56	599	2.537	3.657
Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum. mus.	-69	-130	-120	-64	-42	1	-86	-32	-60	-602	-2.946	-6.485
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	36	85	56	-14	3	23	87	21	18	315	1.617	3.225
Libri, giornali, cartoleria	1	108	16	-2	0	9	91	19	12	254	1.063	1.672
Altri esercizi specializzati non alimentari	54	354	172	58	7	13	230	103	115	1.106	5.587	9.201
Articoli di seconda mano	3	13	9	2	-1	3	22	5	6	62	138	1.091
Non specializzati	-53	-266	-233	-12	-28	-8	-62	-5	-26	-693	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	367	1.305	669	348	-43	91	1.000	491	440	4.668	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	142	607	163	226	22	50	247	-16	-83	1.358	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	202	1.024	452	192	152	-5	560	229	164	2.970	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	344	1.631	615	418	174	45	807	213	81	4.328	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	57	35	14	44	5	7	1	9	7	179	645	1.922
Ipermercati (*)	0	2	2	1	0	1	5	0	1	12	57	139
Grandi magazzini (*)	18	14	-6	7	-2	0	-1	-3	8	35	110	184
Grandi specializzati (*)	5	-1	0	4	-1	0	7	0	3	17	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	135	101	48	136	14	28	40	36	67	605	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

Tab. 1. Sardegna - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2007)

Popolazione	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Tasso 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso attività (15-64 anni)	Tasso occupazione (15-64 anni)	Tasso disoccupazione
Sassari	473	4	410	59,4	53,3	10,1
Nuoro	263	2	226	57,2	50,9	10,8
Oristano	154	2	673	57,1	51,1	10,4
Cagliari	777	9	135	58,9	53,3	9,4
SARDEGNA	1.666	16	1.443	58,6	52,8	9,9
Sud	20.827	428	17.480	52,4	46,5	11,0
ITALIA	59.619	3.433	50.553	62,5	58,7	6,1

imprese e occupazione (anno 2007)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati composizione %		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Sassari	54.833	176	4,3	21,7	74,0
Nuoro	30.026	90	9,8	23,4	66,8
Oristano	15.583	54	11,7	18,7	69,5
Cagliari	72.616	292	5,4	24,0	70,6
SARDEGNA	173.058	613	6,3	22,8	70,9
Sud	2.014.271	6.516	7,0	23,9	69,1
ITALIA	6.104.067	23.222	4,0	30,2	65,9

(*) anno 2008

Tab. 2. Sardegna - Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali variazione % media annua

	1996-00	2001-07	2008-10
Sassari	2,8	1,1	-1,0
Nuoro	1,9	1,0	-1,2
Oristano	2,5	1,4	-0,8
Cagliari	0,8	0,6	-1,2
SARDEGNA	1,6	0,9	-1,1
Sud	2,1	0,8	-0,8
ITALIA	1,9	1,1	-0,8

**Tab. 3. Sardegna - Valore aggiunto per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Sassari	10.819	14.251	17.890
Nuoro	9.323	11.922	15.706
Oristano	8.617	11.309	15.117
Cagliari	12.512	14.932	18.588
SARDEGNA	11.151	13.913	17.614
Sud	9.793	12.302	15.376
ITALIA	15.061	18.711	23.080

divari territoriali - valore aggiunto a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Sassari	71,8	76,2	77,5
Nuoro	61,9	63,7	68,1
Oristano	57,2	60,4	65,5
Cagliari	83,1	79,8	80,5
SARDEGNA	74,0	74,4	76,3
Sud	65,0	65,7	66,6
ITALIA	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4. Sardegna - Consumi delle famiglie in termini reali
variazione % media annua**

	1996-00	2001-07	2008-10
Sassari	2,9	0,5	-0,6
Nuoro	2,6	0,4	-0,8
Oristano	2,7	0,3	-0,7
Cagliari	2,7	0,5	-0,7
SARDEGNA	2,7	0,5	-0,7
Sud	2,4	0,4	-0,6
ITALIA	2,5	0,7	-0,4

**Tab. 5. Sardegna - Consumi delle famiglie per abitante
valori a prezzi correnti (in euro)**

	1995	2000	2007
Sassari	9.532	12.507	14.557
Nuoro	6.991	9.179	11.165
Oristano	7.561	9.949	11.860
Cagliari	8.160	10.624	12.650
SARDEGNA	8.290	10.848	12.913
Sud	7.777	9.820	11.999
ITALIA	9.937	12.771	15.430

(segue)

(segue tab. 5.Sardegna)

divari territoriali - consumi delle famiglie a prezzi correnti per abitante (Italia=100)

	1995	2000	2007
Sassari	95,9	97,9	94,3
Nuoro	70,4	71,9	72,4
Oristano	76,1	77,9	76,9
Cagliari	82,1	83,2	82,0
SARDEGNA	83,4	84,9	83,7
Sud	78,3	76,9	77,8
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Tab. 6.Sardegna - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2008

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Sassari	10.412	15.034	13.971	9.065	3.920	9.260	2.236	54.833
Nuoro	9.145	6.985	6.613	4.785	1.819	3.314	2.150	30.026
Oristano	5.281	3.197	3.726	2.377	749	1.876	754	15.583
Cagliari	13.175	15.770	20.366	12.588	3.165	12.618	7.522	72.616
SARDEGNA	38.013	40.986	44.676	28.815	9.653	27.068	12.662	173.058
Sud	411.011	447.785	606.864	378.322	87.598	305.746	155.267	2.014.271
ITALIA	913.315	1.617.258	1.579.871	872.275	316.077	1.318.186	359.360	6.104.067

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Sassari	19,0	27,4	25,5	16,5	7,1	16,9	4,1	100,0
Nuoro	30,5	23,3	22,0	15,9	6,1	11,0	7,2	100,0
Oristano	33,9	20,5	23,9	15,3	4,8	12,0	4,8	100,0
Cagliari	18,1	21,7	28,0	17,3	4,4	17,4	10,4	100,0
SARDEGNA	22,0	23,7	25,8	16,7	5,6	15,6	7,3	100,0
Sud	20,4	22,2	30,1	18,8	4,3	15,2	7,7	100,0
ITALIA	15,0	26,5	25,9	14,3	5,2	21,6	5,9	100,0

Tab. 7.Sardegna - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2008

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Sassari	459	534	-75	152	209	-57	519	479	40	3.513	2.875	638
Nuoro	260	315	-55	93	121	-28	198	199	-1	1.769	1.754	15
Oristano	115	262	-147	44	79	-35	73	141	-68	777	1.260	-483
Cagliari	629	936	-307	135	200	-65	676	890	-214	4.626	5.375	-749
SARDEGNA	1.463	2.047	-584	424	609	-185	1.466	1.709	-243	10.685	11.264	-579
Sud	20.996	30.360	-9.364	4.732	6.118	-1.386	15.279	21.093	-5.814	128.796	142.341	-13.545
ITALIA	47.708	70.051	-22.343	16.133	22.927	-6.794	61.525	86.256	-24.731	410.666	432.086	-21.420

Tab. 8. Sardegna - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 1° semestre 2008
numero

	Sassari	Nuoro	Oristano	Cagliari	SARDEGNA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	1.252	790	450	1.577	4.069	39.850	89.620
Esercizi specializzati alimentari di cui	1.269	730	350	1.965	4.314	49.535	101.070
<i>Frutta e verdura</i>	279	97	52	365	793	9.102	20.937
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	394	308	174	809	1.685	19.296	35.500
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	248	86	63	363	760	5.438	8.421
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	184	66	26	184	460	4.559	12.542
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	76	34	16	99	225	1.935	5.435
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	88	139	19	145	391	9.205	18.235
Tabacco e altri generi di monopolio	288	117	93	369	867	10.072	28.597
Farmacie	161	121	82	218	582	6.892	18.711
Carburanti	196	114	69	289	668	8.749	24.393
Non specializzati prevalenza non alimentare	80	57	40	212	389	5.127	13.040
Esercizi specializzati non alimentari di cui	5.496	2.838	1.427	6.606	16.367	208.768	500.258
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	56	29	9	69	163	2.416	5.353
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	207	106	36	251	600	9.284	22.969
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	243	97	47	268	655	9.767	23.423
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	1.428	616	294	1.568	3.906	54.439	129.934
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	286	147	72	325	830	11.076	27.790
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	612	328	162	683	1.785	23.680	51.623
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	165	105	71	206	547	7.880	17.507
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	482	391	189	730	1.792	18.783	39.956
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	420	238	117	630	1.405	15.586	44.770
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	1.569	778	427	1.843	4.617	54.953	132.784
<i>Articoli di seconda mano</i>	28	3	3	33	67	904	4.149
Non specializzati	4	26	-	-	30	457	1.609
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	8.746	4.793	2.511	11.236	27.286	329.450	777.298
Commercio ambulante posteggio fisso	570	656	302	1.104	2.632	44.738	99.647
Commercio ambulante posteggio mobile	1.297	219	126	2.254	3.896	29.426	62.622
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.867	875	428	3.358	6.528	74.164	162.269
Minimercati (*)	90	17	14	115	236	1.973	5.183
Supermercati (*)	116	31	17	144	308	2.444	8.814
Ipermercati (*)	6	-	1	11	18	112	520
Grandi magazzini (*)	14	2	1	30	47	433	1.292
Grandi specializzati (*)	12	-	-	25	37	274	1.406
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	238	50	33	325	646	5.236	17.209

(*) Al 1° gennaio 2008

**Tab. 9. Sardegna - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002-2008**

	Sassari	Nuoro	Oristano	Cagliari	SARDEGNA	Sud	ITALIA
Non specializzati a prevalenza alimentare	25	42	5	0	72	4.559	10.378
Esercizi specializzati alimentari di cui	8	-38	-57	-134	-221	-4.520	-11.540
<i>Frutta e verdura</i>	-52	-4	-18	-69	-143	-444	-2.448
<i>Carne e prodotti a base di carne</i>	-10	-23	-31	-76	-140	-1.594	-3.685
<i>Pesci, crostacei, molluschi</i>	9	22	5	21	57	416	394
<i>Pane, pasticceria, dolciumi</i>	33	10	4	12	59	-417	-723
<i>Bevande (vini, olii, birra ed altre)</i>	2	6	2	17	27	-8	275
<i>Altri esercizi specializzati alimentari</i>	26	-49	-19	-39	-81	-2.473	-5.353
Tabacco e altri generi di monopolio	30	30	9	25	94	1.449	4.469
Farmacie	7	9	12	17	45	948	2.079
Carburanti	19	19	11	-1	48	611	1.268
Non specializzati prevalenza non alimentare	57	31	33	110	231	2.452	6.088
Esercizi specializzati non alimentari di cui	735	359	83	450	1.627	18.837	32.622
<i>Articoli medicali e ortopedici</i>	34	11	5	29	79	629	1.482
<i>Cosmetici e articoli di profumeria</i>	11	14	-8	17	34	271	663
<i>Prodotti tessili e biancheria</i>	110	18	12	115	255	4.130	8.649
<i>Abbigliamento e accessori, pellicceria</i>	183	106	47	137	473	4.388	7.041
<i>Calzature e articoli in cuoio</i>	34	21	22	20	97	1.423	2.426
<i>Mobili, casalinghi, illuminazione</i>	135	41	21	15	212	2.537	3.657
<i>Elettrodomestici, radio-TV, dischi, strum.mus.</i>	-61	-22	-21	-102	-206	-2.946	-6.485
<i>Ferramenta vernici giardinaggio sanitari</i>	77	47	1	39	164	1.617	3.225
<i>Libri, giornali, cartoleria</i>	27	14	-2	9	48	1.063	1.672
<i>Altri esercizi specializzati non alimentari</i>	170	110	8	164	452	5.587	9.201
<i>Articoli di seconda mano</i>	15	-1	-2	7	19	138	1.091
Non specializzati	-4	-14	-1	-5	-24	-1.250	-3.959
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	877	438	95	462	1.872	23.086	41.409
Commercio ambulante posteggio fisso	79	79	-2	-10	146	4.122	8.808
Commercio ambulante posteggio mobile	341	141	73	816	1.371	12.753	26.459
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	420	220	71	806	1.517	16.875	35.267
Minimercati (*)	-	-	-	-	-	-	-
Supermercati (*)	57	12	7	112	188	645	1.922
Ipermercati (*)	2	0	0	7	9	57	139
Grandi magazzini (*)	3	-2	0	9	10	110	184
Grandi specializzati (*)	11	0	0	13	24	157	491
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE (*)	163	27	21	256	467	2.942	7.919

(*) Al 1° gennaio 2008

