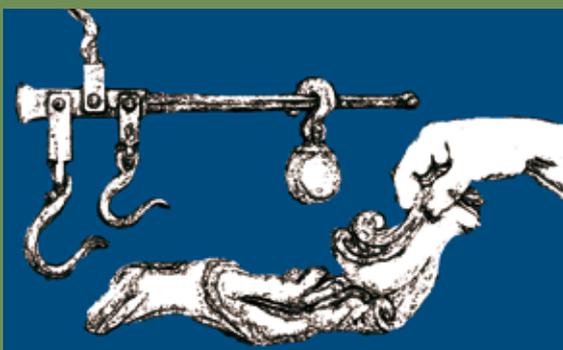




**Ministero dello Sviluppo Economico**  
*Direzione Generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore  
la vigilanza e la normativa tecnica - Divisione V*

# RAPPORTO SUL SISTEMA DISTRIBUTIVO



analisi economico-strutturale  
**del commercio  
italiano**

**Sistema Statistico Nazionale**

**anno 2014**





**Ministero dello Sviluppo Economico**  
*Direzione Generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore  
la vigilanza e la normativa tecnica - Divisione V*

**SISTEMA STATISTICO NAZIONALE**

# **RAPPORTO SUL SISTEMA DISTRIBUTIVO**

**analisi economico-strutturale del commercio italiano**

<http://osservatoriocommercio.mise.gov.it>

**Anno 2014**

**Volume realizzato a cura del Ministero dello Sviluppo Economico**

*Direzione Generale per il Mercato, la Concorrenza,  
il Consumatore, la Vigilanza e la Normativa Tecnica*

*Divisione V – Monitoraggio dei prezzi e  
statistiche sul commercio e sul terziario*

*contenuti, grafica ed editing della Divisione V  
in collaborazione con*



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# Sommario

**Premessa, pag. 7**

**LO SCENARIO ECONOMICO E LE PRINCIPALI EVIDENZE DEL RAPPORTO, pag. 9**

## **SEZIONE I - COMMERCIO AL DETTAGLIO**

Capitolo 1 COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA attività primaria, pag. 17

1.1 Numerosità e rapporti caratteristici, pag. 17

1.2 Analisi per forma costitutiva, pag. 20

1.3 Analisi per specializzazione merceologica, pag. 23

1.4 Analisi per superficie di vendita, pag. 31

1.5 Analisi della nati-mortalità degli esercizi, pag.34

Capitolo 2 COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA attività secondaria, pag. 37

Capitolo 3 COMMERCIO AMBULANTE ED ALTRE TIPOLOGIE DI ATTIVITA', pag. 41

## **SEZIONE II - COMMERCIO ALL'INGROSSO, INTERMEDIARI E SETTORE AUTO**

Capitolo 1 CONSISTENZE DEL SETTORE INGROSSO ED INTERMEDIARI, pag. 49

1.1 Ingrosso, pag. 49

1.2 Intermediari, pag. 54

Capitolo 2 COMMERCIO E RIPARAZIONE DI AUTO E MOTOVEICOLI, pag. 59

2.1 Commercio e riparazione auto, pag. 59

## **SEZIONE III - INDICATORI ECONOMICI TERRITORIALI**

Capitolo 1 LE VENDITE AL DETTAGLIO - ANALISI REGIONALE, pag. 65

1.1 Il quadro generale, pag. 65

1.2 La dimensione territoriale dei risultati, pag. 68

1.3 L'andamento tendenziale delle vendite al dettaglio, pag. 73

## **SEZIONE IV - GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA**

Capitolo 1 ANALISI GENERALE, pag. 81

Capitolo 2 SUPERMERCATI, pag. 85

Capitolo 3 IPERMERCATI, pag. 97

Capitolo 4 MINIMERCATI, pag.103

Capitolo 5 GRANDI MAGAZZINI, pag. 111

Capitolo 6 GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE, pag. 123

**Appendici metodologiche, pag. 135**



## Premessa

Come consuetudine, il presente Rapporto ricomprende una serie di contenuti, anche inseriti nel Programma Statistico Nazionale, volti a fornire un'analisi economico-strutturale del commercio in Italia nel corso del 2014 attraverso dati e statistiche elaborati dal Ministero dello sviluppo economico sulla base di diverse fonti.

Con quest'anno si intendono avviare alcuni rinnovamenti nell'impianto tradizionale del Rapporto, sia in termini di layout dello stesso, sia facendo leva sul sempre maggior utilizzo della disponibilità dei dati direttamente sul web dell'Osservatorio nazionale del commercio (<http://osservatoriocommercio.mise.gov.it>) concentrando nel volume l'esposizione dei tratti salienti degli elementi in esame, sia in termini di una riorganizzazione interna dei contenuti stessi.

L'obiettivo è quello di rendere sempre più fruibili le informazioni per gli interessati siano essi addetti ai lavori o semplici "curiosi", al fine di rendere agevole la conoscenza del settore e le conseguenti riflessioni di policy che a più livelli possono essere tratte in una fase economica che inizia a fornire segnali incoraggianti.

Il volume si apre con una breve sintesi dello scenario economico che si è manifestato nel 2014, le stime per il 2015 e le previsioni per il 2016. Vengono poi presentati i dati strutturali del commercio al dettaglio per quel che riguarda gli esercizi in sede fissa che svolgono il commercio come attività primaria e quelli che lo esercitano come attività secondaria, quindi si passa agli ambulanti e alle forme speciali di vendita, poi al commercio all'ingrosso, gli intermediari ed il commercio e riparazione di auto.

Esaurita l'analisi degli elementi strutturali si passa a quelli di natura economica con l'analisi svolta dall'Istituto Tagliacarne relativamente all'analisi temporale e regionale dei valori delle vendite al dettaglio.

L'indagine svolta dal Ministero, in collaborazione con le Camere di commercio, fornirà gli elementi per il focus sulla struttura della Grande Distribuzione Organizzata.

Infine, l'Appendice metodologica conterrà ogni necessario riferimento per comprendere le fonti dei dati e le metodologie utilizzate nelle varie parti del Rapporto.



# LO SCENARIO ECONOMICO

## E LE PRINCIPALI EVIDENZE DEL RAPPORTO

Il Rapporto sul sistema distributivo, pubblicato annualmente dal Ministero dello sviluppo economico, analizza le caratteristiche prevalentemente strutturali della distribuzione commerciale nel nostro paese, mettendo a fuoco la struttura, la dinamica e l'attività degli esercizi commerciali, con dati di dettaglio relativamente alle categorie merceologiche e alle caratteristiche territoriali.

Il presente Rapporto fotografa a consuntivo la situazione al 31 dicembre 2014 mettendo insieme informazioni derivanti dai dati amministrativi che riguardano le imprese operanti nel settore del commercio nel suo complesso, indagini ad hoc incentrate sulla grande distribuzione e approfondimenti sulla ripartizione territoriale delle vendite generate dal sistema distributivo al dettaglio.

Prima di sintetizzare alcune principali evidenze del presente Rapporto pare opportuno delineare alcuni tratti dello scenario economico dell'anno preso in considerazione e vedere in proiezione ciò che ci si aspetta per il futuro.

A livello internazionale la situazione economica nel 2014<sup>1</sup> è stata quella di un anno al di sotto delle aspettative, mantenendo nel complesso (e ad eccezione di alcuni paesi) il modesto ritmo di crescita del PIL degli anni precedenti, attestatosi su un +3,4% in base alle stime del FMI<sup>2</sup>. Le stime per il 2015 indicano una leggera flessione del ritmo di costruzione della ricchezza (+3,3%), con un rallentamento della crescita delle economie emergenti (dal +4,6% del 2014 al +4,2% del 2015), soprattutto in ragione delle difficili condizioni geopolitiche nel continente asiatico, dell'instabilità osservata sui mercati finanziari cinesi nel corso dell'estate<sup>3</sup> e, più in generale, per via della deflazione sulle materie prime, mentre per le economie avanzate si stima una dinamica del +2,1% nel 2015, dopo il +1,8% del 2014.

Tale stima è il riflesso di condizioni non particolarmente dinamiche nel Nord America ed una ripresa della domanda interna nella Zona Euro, anche se permane complessa la condizione della Grecia. In ogni caso, la crescita del PIL dell'Area Euro è stimata dalle varie fonti intorno al +1,4-1,5% nel 2015, con circa 0,7 punti percentuali in più rispetto a quanto osservato per il 2014. Più nel dettaglio, in Germania si stima una dinamica del PIL pari al +1,6% (in linea con quanto osservato nel 2014)

---

1) Banca d'Italia, Relazione annuale sul 2014, maggio 2015

2) FMI, World Economic Outlook, July 2015

3) La stima è anteriore alla bolla finanziaria cinese.

ed in Francia del +1,2% (dopo una sostanziale stazionarietà dell'anno precedente).

Di contro, nei paesi avanzati l'attività produttiva è stata corroborata dal contenuto livello dei prezzi del petrolio, da bassi tassi di interesse, nonché da alcuni segnali favorevoli che emergono dall'occupazione. Anche le stime operate dalla BCE nel mese di settembre 2015 indicano una ripresa economica, ancorché non robusta, nell'Area Euro; nel secondo trimestre del 2015 il PIL dell'Area è aumentato a un ritmo più moderato rispetto alle aspettative, a causa di una domanda interna ancora poco dinamica.

L'inflazione nell'Area è sostanzialmente stabile su livelli piuttosto bassi e in attesa di una ripresa consolidata la politica monetaria della BCE permane accomodante, al fine di irrobustire le favorevoli condizioni di erogazione e contrastare la rigidità creditizia, anche attraverso il rifinanziamento a lungo termine. Il costo del denaro è ancora molto favorevole (i tassi di interesse sono rimasti invariati) e, nella prima parte dell'anno, si sono ridotte le differenze sui tassi nei diversi paesi comunitari.

Il nostro Paese, dopo una flessione del PIL di quattro decimi di punto nel 2014, nel 2015 torna in area positiva; la stima del Fondo Monetario Internazionale si attesta al +0,7%, mentre l'ISTAT stima +0,9% per il 2015, in virtù anche di una ripresa della domanda interna.

Complessivamente, le esportazioni italiane sono cresciute nei primi sei mesi dell'anno del 5%, il che si riflette su una dinamica favorevole della produzione industriale nei primi sette mesi dell'anno, pari al +0,7%. Tra i comparti del settore industriale, nel medesimo periodo, si segnala una dinamica favorevole per i prodotti petroliferi (+11,1%), dei prodotti chimici (+0,3%) e farmaceutici (+6,3%), i prodotti dell'elettronica e gli apparecchi di misurazione (+6,1%), i macchinari e le attrezzature (+0,4%), i mezzi di trasporto (+16,1%) e la fornitura di energia elettrica (+2,35), mentre permangono flessioni negli altri comparti.

La domanda interna nazionale risulta in miglioramento dopo anni di recessione; cresce l'indice di fiducia sia per la componente imprenditoriale che per quella delle famiglie. Dopo sei anni tornano a crescere gli investimenti, corroborati dai segnali favorevoli che derivano dal mercato immobiliare, trainato dal basso livello dei prezzi e da investimenti stranieri. Sono le imprese di maggiori dimensioni a porre in essere strategie espansive; le medie e le piccole ostentano ancora un atteggiamento prudentiale.

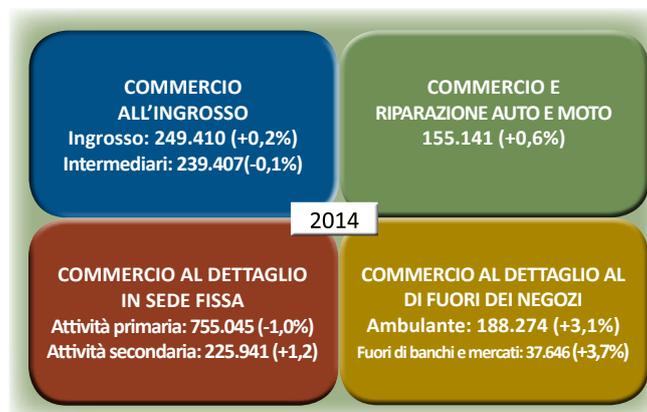
Dal lato delle famiglie, cresce, seppur di poco, il numero di occupati, attestandosi a luglio 2015 ad 22.479 mila unità (erano 22.355 mila a dicembre 2014). Il tasso di disoccupazione diminuisce rispetto alla media del 2014 (12,7%), attestandosi a luglio 2015 al 12%; come noto, il Jobs Act ha avuto come principale effetto la stabilizzazione delle assunzioni a tempo determinato, generando comunque un miglioramento dell'indice di clima. Inoltre, si riduce anche il ricorso alla Cassa Integrazione e cresce

la quota di imprese che prevede una espansione della base produttiva.

Tali fattori si traducono in una maggiore fiducia e in una maggiore disponibilità di risorse da parte delle famiglie, le quali da un lato continuano a manifestare un atteggiamento prudentiale testimoniato dalla crescita dei relativi depositi bancari, dall'altro tornano a far crescere la spesa per consumi; a giugno 2015 l'indice Istat delle vendite al dettaglio cresce, nel confronto tendenziale, del +1,7%, mentre a luglio l'indicatore dei consumi elaborato da Confcommercio è il più elevato da cinque anni (+2,1% tendenziale).

Le stime per il 2016 suggeriscono una ulteriore accelerazione della ripresa (+1,4%), legata ad un ripresa dell'inflazione (seppur contenuta), degli investimenti, dell'attività produttiva e della base occupazionale in progressiva espansione. Sono inoltre attesi gli effetti delle politiche monetarie espansive, come anche l'irrobustimento delle esportazioni verso i principali paesi partner, la cui domanda interna è prevista in crescita.

Delineato a grandi tratti lo scenario economico di fondo di questi anni, le principali evidenze del Rapporto sul sistema distributivo nazionale partono dal computo complessivo del numero di esercizi (comprensivi di sedi ed unità locali) a fine 2014 che complessivamente ammonta a più di un milione di esercizi che registrano andamenti differenziati rispetto al 2013 a seconda delle specifiche caratteristiche:



La componente che maggiormente risente del lungo periodo di crisi è il commercio al dettaglio in sede fissa come attività primaria, la cui flessione non è compensata dall'incremento di chi svolge (effettivamente o potenzialmente) commercio al dettaglio come attività secondaria. Peraltro la costante crescita negli ultimi anni di quest'ultimo aspetto fornisce un ulteriore indizio di trasformazione del sistema verso nuove forme di disintermediazione e di rapporti verso i consumatori. Gli effetti cumulati della recessione e dell'evoluzione strutturale del settore comportano, ormai da diversi anni, un rinnovamento selettivo a scapito delle attività distributive più fragili ed in particolare per gli esercizi di prossimità che devono fronteggiare una mol-

teplicità di fattori avversi, quali: l'evoluzione dei comportamenti di spesa delle famiglie (sempre più all'insegna della sostenibilità e/o effettuati on line: nel 2014 il 34,1% degli individui di 14 anni e più che hanno usato Internet ha ordinato e/o comprato merci e/o servizi), l'ulteriore evoluzione delle strategie della Grande Distribuzione, il consolidamento di alcuni fenomeni distorsivi dell'economia (es. le frodi finanziarie, le sofisticazioni alimentari, l'attività di ricettazione e contraffazione) che comportano l'alterazione dei meccanismi consolidati di mercato ponendo in difficoltà le imprese di minor dimensione.

Ancora da un punto di vista strutturale per gli esercizi in sede fissa continua la tendenza verso una maggiore concentrazione organizzativa (con incremento delle unità locali rispetto alle sedi che viceversa diminuiscono). Inoltre, sebbene non si manifestino grandi mutamenti dal punto di vista delle forme giuridiche di impresa, si conferma una crescente presenza di società di capitali, per quanto le imprese individuali siano la forma prevalente soprattutto nel meridione.

Da un punto di vista merceologico la crescita maggiore degli esercizi si riscontra per gli alimentari specializzati, a fronte di diminuzioni prevalentemente in altri settori. Il medesimo settore cresce anche per le attività secondarie e per il commercio all'ingrosso, mentre registra una lieve contrazione nel caso degli ambulanti.

Il commercio non in sede fissa continua a far registrare incrementi soprattutto per quel che concerne gli ambulanti e le altre componenti più innovative (commercio via internet e tramite distributori automatici).

Pare interessante confrontare tali risultati con quelli dell'analisi territoriale delle vendite, che come messo in luce nella Sezione III del Rapporto, registra nell'anno in corso un decremento nel settore alimentare percentualmente superiore (per la prima volta) nel settore alimentare rispetto al non alimentare.

Infatti, sulla base dei dati ISTAT riguardanti le vendite del commercio a livello nazionale, l'Istituto Tagliacarne stima le vendite realizzate dal settore della distribuzione a livello regionale. Da tali stime emerge come nel quinquennio 2010 – 2014 si sia registrata una contrazione complessiva delle vendite pari al -6,7%, mentre nell'ultimo anni di rilevazione (2014), la flessione si attesta al -1,5%.

Dal punto di vista della tipologia di canale distributivo, la Grande Distribuzione registra una contrazione delle vendite, nel periodo 2010 – 2014, del -4,3%, a fronte di una flessione molto più marcata della categoria degli "altri esercizi" (-8,4%). Nel 2014, al contrario, la contrazione più severa viene registrata dalla Grande Distribuzione (-1,8%), 0,6 punti percentuali più marcata rispetto a quella degli "altri esercizi".

A livello merceologico, il settore alimentare segna una flessione del fatturato pari al -1,9%, rispetto al -1,1% registrato nel segmento "non alimentare" e per la prima volta, nel 2014, la flessione delle vendite nel comparto alimentare ha superato in

termini percentuali quella del settore non alimentare. Nel lungo periodo (2010 – 2014) la flessione si è rivelata -4,3% per il comparto alimentare e -8,7% per quello non alimentare, confermando la maggiore contrazione per i beni meno essenziali.

A livello territoriale, nel quinquennio 2010 – 2015, le vendite registrano una flessione pari a -6,4% nel Centro Nord, a fronte di un -7,5% osservato nel Mezzogiorno. Nell'ultimo anno di rilevazione perdurano le maggiori difficoltà osservate per le vendite del Mezzogiorno (-1,7%), cui seguono le altre macroaree, allineate intorno al -1,4%.

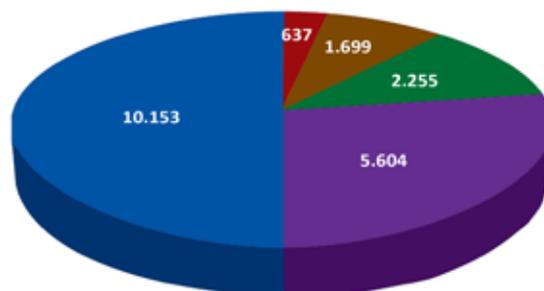
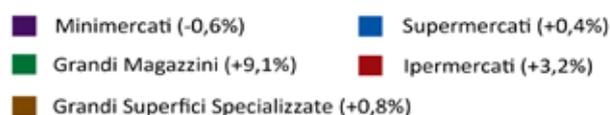
Tale dinamica delle vendite riflette certamente la situazione reddituale delle famiglie, fornendo una prima indicazione di massima sullo stato di salute dell'economia a livello territoriale.

Nella sezione II si evidenzia come per il commercio all'ingrosso si registra una contrazione delle varie figure di intermediari, mentre tiene complessivamente da un punto di vista strutturale il commercio all'ingrosso in senso stretto (+0,2%).

Infine, nella sezione IV si aggiornano i dati risultato dell'indagine sulla GDO<sup>4</sup>.

A fine 2014, essa conta 20.348 esercizi che pesano meno del 3% in termini di punti vendita rispetto agli esercizi di commercio al dettaglio in sede fissa come attività primaria e circa il 36% dell'intera superficie di vendita (almeno per quanto nota). Degli esercizi censiti circa la metà sono supermercati (in leggera crescita rispetto al 2013), per poco più di un quarto minimercati (in lieve diminuzione rispetto alla precedente indagine), per poco più del 10% grandi magazzini (sui quali quest'anno è stato effettuato un approfondimento sulla varietà merceologica presente) e infine per un 3% circa rappresentano da ipermercati. Gli addetti complessivamente ammontano a circa 331 mila unità, in crescita del +0,5% rispetto al 2013, mentre le superfici di vendita risultano pari a quasi 17,5 milioni di mq (+1%).

INDAGINE GDO 2014 (NUMERO ESERCIZI E VARIAZIONI RISPETTO AL 2013)



4) L'indagine, effettuata in collaborazione con le Camere di commercio, ha raccolto i dati aggiornati per tutte le provincie ad eccezione di quella di Agrigento per la quale sono stati utilizzati i dati 2013



 **Sezione I**

# **COMMERCIO AL DETTAGLIO**

**al 31 dicembre 2014**



## Capitolo 1

# COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

## attività primaria

Il 2014 è stato per il commercio al dettaglio in sede fissa - a differenza del commercio al di fuori dei negozi - ancora un anno contraddistinto dal segno meno con una diminuzione dei punti vendita attivi di 7.887 unità, pari a circa l'1% dello stock complessivo (costituito sia dalle sedi di impresa che dalle unità locali). Il saldo negativo emerge ancora una volta da una crescita delle unità locali (+0,6%) ed una diminuzione più evidente delle sedi principali (-1,7%) a testimonianza del processo di concentrazione strutturale in atto da tempo che ha visto nell'arco del quinquennio 2010-14 diminuire di circa il 6% le sedi ed aumentare di circa il 5% le unità locali.

### 1.1 Numerosità e rapporti caratteristici

La consistenza degli esercizi commerciali con attività primaria di commercio al dettaglio in sede fissa presenta, alla data del 31 dicembre 2014 (vedi Tav. 1), un valore nazionale pari a 755.045 unità - distinto in 541.064 sedi di impresa attive e 213.981 unità locali - con una diminuzione complessiva di 7.887 unità rispetto alla fine dell'anno precedente (a fine 2013 gli esercizi erano 762.932).

A livello territoriale solo la Valle d'Aosta ha registrato un incremento netto degli esercizi (complessivamente pari a +0,7%) con un aumento delle unità locali superiore alle diminuzioni, mentre per tutte le altre regioni si è registrato un decremento degli esercizi complessivi, cosicché in nessuna macro-area geografica si registrano incrementi complessivi degli esercizi. Il principale decremento, sia in valore assoluto che in percentuale, è da attribuire al Sud Italia (- 4.832 unità pari al -1,5%), sebbene anche in questo caso le unità locali registrino un leggero incremento (+ 418 unità). Particolare rilevanza presentano in valore assoluto i saldi negativi della Sicilia (contrazioni dello stock totale per 2.041 unità pari a -2,9% complessivamente), della Puglia e della Basilicata (rispettivamente -1,7 e -1,6%), mentre al Nord le diminuzioni più rilevanti si registrano per il Piemonte e per la Lombardia (in termini di unità complessive -704 e -866 pari a -1,4% e -1%). Decrementi significativi vengono registrati anche per la Liguria, il Molise e le Marche che hanno perso poco più dell'1% degli esercizi.

TAV. 1

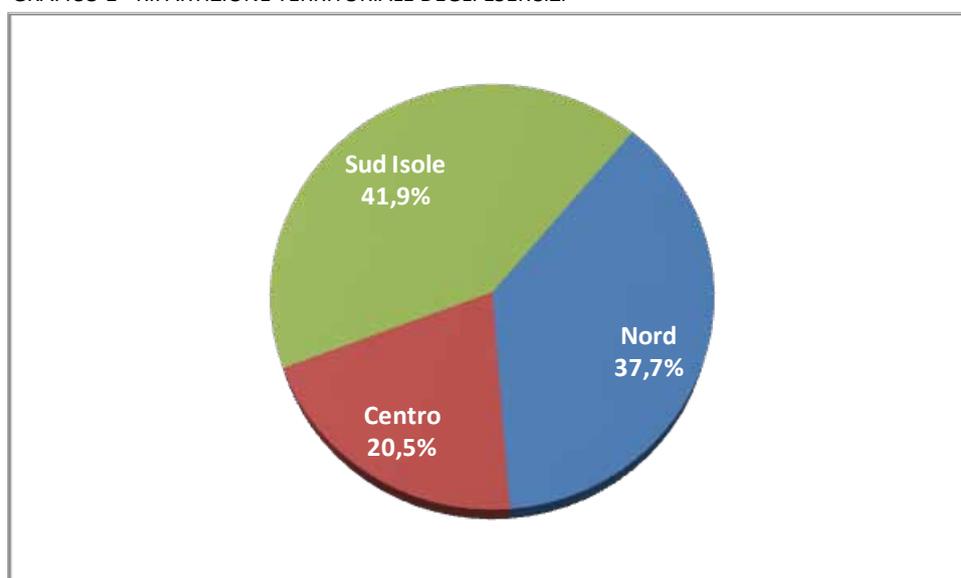
## CONSISTENZA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI - CONFRONTO TEMPORALE

Regioni	Anno 2013			Anno 2014			Variazione consistenza			Variazione %		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	TOT
PIEMONTE	35.013	14.138	49.151	34.264	14.183	48.447	-749	45	-704	-2,1	0,3	-1,4
V.D'AOSTA	1.233	494	1.727	1.228	511	1.739	-5	17	12	-0,4	3,4	0,7
LOMBARDIA	59.704	29.172	88.876	58.821	29.189	88.010	-883	17	-866	-1,5	0,1	-1,0
P.A.BOLZANO	2.609	2.014	4.623	2.611	2.008	4.619	2	-6	-4	0,1	-0,3	-0,1
P.A.TRENTO	3.471	2.299	5.770	3.459	2.303	5.762	-12	4	-8	-0,3	0,2	-0,1
VENETO	33.801	16.973	50.774	33.574	17.057	50.631	-227	84	-143	-0,7	0,5	-0,3
FRIULI V. G.	8.503	4.438	12.941	8.397	4.431	12.828	-106	-7	-113	-1,2	-0,2	-0,9
LIGURIA	17.112	6.811	23.923	16.830	6.839	23.669	-282	28	-254	-1,6	0,4	-1,1
EMILIA R.	34.291	14.543	48.834	33.981	14.626	48.607	-310	83	-227	-0,9	0,6	-0,5
<b>Italia Settentrionale</b>	<b>195.737</b>	<b>90.882</b>	<b>286.619</b>	<b>193.165</b>	<b>91.147</b>	<b>284.312</b>	<b>-2.572</b>	<b>265</b>	<b>-2.307</b>	<b>-1,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,8</b>
TOSCANA	34.239	14.760	48.999	33.771	14.911	48.682	-468	151	-317	-1,4	1,0	-0,6
UMBRIA	8.660	3.635	12.295	8.560	3.672	12.232	-100	37	-63	-1,2	1,0	-0,5
MARCHE	13.339	5.974	19.313	13.084	6.008	19.092	-255	34	-221	-1,9	0,6	-1,1
LAZIO	54.241	20.459	74.700	53.689	20.864	74.553	-552	405	-147	-1,0	2,0	-0,2
<b>Italia Centrale</b>	<b>110.479</b>	<b>44.828</b>	<b>155.307</b>	<b>109.104</b>	<b>45.455</b>	<b>154.559</b>	<b>-1.375</b>	<b>627</b>	<b>-748</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,5</b>
ABRUZZI	13.321	5.774	19.095	13.149	5.865	19.014	-172	91	-81	-1,3	1,6	-0,4
MOLISE	3.563	1.291	4.854	3.492	1.309	4.801	-71	18	-53	-2,0	1,4	-1,1
CAMPANIA	78.408	21.333	99.741	77.142	21.716	98.858	-1.266	383	-883	-1,6	1,8	-0,9
PUGLIA	45.613	13.827	59.440	44.585	13.835	58.420	-1.028	8	-1.020	-2,3	0,1	-1,7
BASILICATA	6.741	2.287	9.028	6.608	2.274	8.882	-133	-13	-146	-2,0	-0,6	-1,6
CALABRIA	25.225	7.257	32.482	24.918	7.359	32.277	-307	102	-205	-1,2	1,4	-0,6
SICILIA	53.996	16.456	70.452	52.067	16.344	68.411	-1.929	-112	-2.041	-3,6	-0,7	-2,9
SARDEGNA	17.178	8.736	25.914	16.834	8.677	25.511	-344	-59	-403	-2,0	-0,7	-1,6
<b>Italia Meridionale</b>	<b>244.045</b>	<b>76.961</b>	<b>321.006</b>	<b>238.795</b>	<b>77.379</b>	<b>316.174</b>	<b>-5.250</b>	<b>418</b>	<b>-4.832</b>	<b>-2,2</b>	<b>0,5</b>	<b>-1,5</b>
<b>TOTALE</b>	<b>550.261</b>	<b>212.671</b>	<b>762.932</b>	<b>541.064</b>	<b>213.981</b>	<b>755.045</b>	<b>-9.197</b>	<b>1.310</b>	<b>-7.887</b>	<b>-1,7</b>	<b>0,6</b>	<b>-1,03</b>

Viceversa le regioni che maggiormente hanno tenuto sono le province autonome di Trento e Bolzano e il Lazio.

La dinamica delle chiusure sul territorio parrebbe quindi in qualche modo legata anche alla densità degli esercizi sul territorio, infatti, guardando al Grafico 1, si nota

GRAFICO 1 - RIPARTIZIONE TERRITORIALE DEGLI ESERCIZI



che ancora il meridione mantiene la quota più elevata di esercizi rispetto al totale nazionale (poco meno del 42%, sebbene in diminuzione rispetto allo scorso anno quando superava tale soglia).

La decrescita del numero totale degli esercizi si riflette anche in una diminuzione della densità degli stessi rispetto al numero degli abitanti passata a livello nazionale da 12,8 esercizi ogni mille abitanti nel 2013 ai 12,4<sup>1</sup> nel 2014. La distanza fra il nord e il sud del paese appare evidente esaminando i rapporti di densità territoriale (Tav. 1 b) che presenta nel settentrione un valore pari a 10,2 esercizi ogni 1.000 abitanti mentre nell'area meridionale lo stesso aumenta fino a 15,1 punti vendita ogni mille abitanti (lo scorso anno era pari a 15,6) mentre la media nazionale si colloca a circa 12,4 esercizi ogni mille abitanti (in diminuzione rispetto al 12,8 dello scorso anno). In tutte le regioni tale indice si è contratto dallo scorso anno, per quanto viceversa viene sostanzialmente confermata la variabilità di tale indicatore che oscilla dai minimi della Lombardia e della Provincia Autonoma di Trento (8,8 e 8,9 rispettivamente) alle punte massime di Campania e Calabria (16,9 e 16,3).

Come è stato già evidenziato la consistente diminuzione delle sedi accompagnata da un aumento considerevole delle unità locali convalida il trend in atto ormai da anni che attribuisce una percentuale crescente di nuove aperture alle localizzazioni separate.

TAV. 1 b

## CONSISTENZA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI - RAPPORTI CARATTERISTICI

Regioni	SEDE/UNITA' LOCALE		N° Esercizi (per mille abitanti)
	2013	2014	2014
PIEMONTE	2,5	2,4	10,9
V.D'AOSTA	2,5	2,4	13,6
LOMBARDIA	2,0	2,0	8,8
P.A.BOLZANO	1,3	1,3	8,9
P.A.TRENTO	1,5	1,5	10,7
VENETO	2,0	2,0	10,3
FRIULI V. G.	1,9	1,9	10,5
LIGURIA	2,5	2,5	14,9
EMILIA R.	2,4	2,3	10,9
<b>Italia Sett.</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>10,2</b>
TOSCANA	2,3	2,3	13,0
UMBRIA	2,4	2,3	13,7
MARCHE	2,2	2,2	12,3
LAZIO	2,7	2,6	12,7
<b>Italia Centrale</b>	<b>2,5</b>	<b>2,4</b>	<b>12,8</b>
ABRUZZI	2,3	2,2	14,3
MOLISE	2,8	2,7	15,3
CAMPANIA	3,7	3,6	16,9
PUGLIA	3,3	3,2	14,3
BASILICATA	2,9	2,9	15,4
CALABRIA	3,5	3,4	16,3
SICILIA	3,3	3,2	13,4
SARDEGNA	2,0	1,9	15,3
<b>Italia Meridionale</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>15,1</b>
<b>TOTALE</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>12,4</b>

1) E' opportuno precisare che la densità per abitanti nello scorso Rapporto era calcolata ad inizio anno 2013, mentre quest'anno si torna a rapportarla alle stime effettuate dall'ISTAT relative al 31 dicembre. La diminuzione registrata quest'anno risente quindi ancora dell'incremento della popolazione registrato nel 2013, oltre che della sostanziale stabilità della popolazione del 2014

Il rapporto fra il numero di sedi d'impresa e le unità locali, utilizzato abitualmente come indicatore che fornisce informazioni circa la concentrazione della proprietà degli esercizi ha una tendenza decrescente in buona parte delle aree geografiche, come dimostra la lenta ma costante diminuzione evidenziata dalla Tav 1b che mette a confronto gli ultimi due anni, toccando 2,5 nel 2014 (basti pensare che era pari a 4,7 nell'anno 2000 e 2,8 nel 2010).

## 1.2 Analisi per forma costitutiva

Nel 2014 la consistenza degli esercizi commerciali per stato societario (tav. 2 e 2a) non subisce modifiche di rilievo e conferma la preponderanza delle imprese indivi-

Tav. 2

CONSISTENZE ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER STATO SOCIETARIO E SEDE/U.L. - 2014

Regione	Altre forme			Imprese individuali			Non Spec.	Soc. di capitale			Soc. di persone			TOT
	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.		TOT.	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	
PIEMONTE	170	499	669	24.401	2.851	27.252	4	1.629	7.055	8.684	8.060	3.778	11.838	48.447
VALLE D'AOSTA	4	21	25	748	118	866	0	108	204	312	368	168	536	1.739
LOMBARDIA	354	836	1.190	38.092	4.473	42.565	0	5.812	17.720	23.532	14.563	6.160	20.723	88.010
P.A.BOLZANO	38	79	117	1.526	318	1.844	0	189	973	1.162	858	638	1.496	4.619
P.A. TRENTO	78	384	462	1.995	371	2.366	0	248	847	1.095	1.138	701	1.839	5.762
VENETO	125	569	694	22.137	3.079	25.216	1	2.740	9.174	11.914	8.571	4.235	12.806	50.631
FRIULI-V.G.	47	294	341	5.666	714	6.380	0	684	2.525	3.209	2.000	898	2.898	12.828
LIGURIA	63	193	256	11.253	1.468	12.721	1	1.050	3.448	4.498	4.463	1.730	6.193	23.669
EMILIA-ROM.	126	698	824	22.236	3.027	25.263	0	2.780	7.565	10.345	8.839	3.336	12.175	48.607
TOSCANA	200	805	1.005	22.068	3.074	25.142	1	3.098	7.498	10.596	8.404	3.534	11.938	48.682
UMBRIA	33	180	213	5.539	759	6.298	0	827	1.717	2.544	2.161	1.016	3.177	12.232
MARCHE	72	222	294	8.973	1.509	10.482	0	1.077	2.835	3.912	2.962	1.442	4.404	19.092
LAZIO	208	487	695	38.470	4.017	42.487	1	8.131	13.544	21.675	6.879	2.816	9.695	74.553
ABRUZZI	37	83	120	9.715	1.557	11.272	1	1.224	2.879	4.103	2.172	1.346	3.518	19.014
MOLISE	8	16	24	2.808	473	3.281	0	258	534	792	418	286	704	4.801
CAMPANIA	101	293	394	58.510	5.610	64.120	1	6.413	10.757	17.170	12.117	5.056	17.173	98.858
PUGLIA	118	301	419	36.260	4.639	40.899	1	4.081	6.774	10.855	4.125	2.121	6.246	58.420
BASILICATA	33	88	121	5.498	964	6.462	0	422	747	1.169	655	475	1.130	8.882
CALABRIA	41	72	113	20.881	3.216	24.097	1	1.714	2.776	4.490	2.281	1.295	3.576	32.277
SICILIA	234	336	570	41.509	5.320	46.829	2	4.555	7.904	12.459	5.767	2.784	8.551	68.411
SARDEGNA	79	285	364	12.409	2.432	14.841	0	1.263	3.663	4.926	3.083	2.297	5.380	25.511
<b>TOTALE</b>	<b>2.169</b>	<b>6.741</b>	<b>8.910</b>	<b>390.694</b>	<b>49.989</b>	<b>440.683</b>	<b>14</b>	<b>48.303</b>	<b>111.139</b>	<b>159.442</b>	<b>99.884</b>	<b>46.112</b>	<b>145.996</b>	<b>755.045</b>

duali con 440.683 esercizi pari al 58,4 % dell'universo; seguono le società di capitale con 159.442 unità pari al 21,1% del totale e, a seguire, le società di persone con 145.996 unità pari al 19,3%; il valore residuale va alle altre forme, con 8.910 esercizi, pari all'1,2%.

Si conferma pertanto la crescita del ricorso a forme giuridiche più sofisticate,

con incremento delle società di capitali a scapito delle imprese individuali e delle società di persone, ed in parallelo al processo di concentrazione organizzativa di cui si diceva in precedenza.

Anche la diversificazione territoriale delle forme costitutive risulta abbastanza stabile rispetto agli anni passati (tav. 2a): gli scostamenti più significativi nel confronto col dato nazionale continuano, infatti, a contrapporre alcune aree del nord a

quelle del sud; emerge anche la posizione del Lazio che, insieme a Lombardia e Friuli Venezia Giulia, presenta le percentuali più alte come società di capitali (29,1%,

Tav. 2a

## FORME COSTITUTIVE D'IMPRESA - 2014

Regione	Altre forme	Imprese individuali	Soc. di capitale	Soc. di persone	TOTALE
PIEMONTE	1,4	56,3	17,9	24,4	100,0
VALLE D'AOSTA	1,4	49,8	17,9	30,8	100,0
LOMBARDIA	1,4	48,4	26,7	23,5	100,0
Prov. autonoma BOLZANO	2,5	39,9	25,2	32,4	100,0
Prov. autonoma TRENTO	8,0	41,1	19,0	31,9	100,0
VENETO	1,4	49,8	23,5	25,3	100,0
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2,7	49,7	25,0	22,6	100,0
LIGURIA	1,1	53,7	19,0	26,2	100,0
EMILIA-ROMAGNA	1,7	52,0	21,3	25,0	100,0
TOSCANA	2,1	51,6	21,8	24,5	100,0
UMBRIA	1,7	51,5	20,8	26,0	100,0
MARCHE	1,5	54,9	20,5	23,1	100,0
LAZIO	0,9	57,0	29,1	13,0	100,0
ABRUZZI	0,6	59,3	21,6	18,5	100,0
MOLISE	0,5	68,3	16,5	14,7	100,0
CAMPANIA	0,4	64,9	17,4	17,4	100,0
PUGLIA	0,7	70,0	18,6	10,7	100,0
BASILICATA	1,4	72,8	13,2	12,7	100,0
CALABRIA	0,4	74,7	13,9	11,1	100,0
SICILIA	0,8	68,5	18,2	12,5	100,0
SARDEGNA	1,4	58,2	19,3	21,1	100,0
<b>TOTALE</b>	<b>1,2</b>	<b>58,4</b>	<b>21,1</b>	<b>19,3</b>	<b>100,0</b>

Tav. 2b

## FORME D'IMPRESA DECENTRAMENTO DISTRIBUTIVO - 2014

Regione	Altre forme			Imprese individuali			Soc. di capitale			Soc. di persone		
	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	25,4	74,6	100	89,5	10,5	100	18,8	81,2	100	68,1	31,9	100
VALLE D'AOSTA	16,0	84,0	100	86,4	13,6	100	34,6	65,4	100	68,7	31,3	100
LOMBARDIA	29,7	70,3	100	89,5	10,5	100	24,7	75,3	100	70,3	29,7	100
Prov. autonoma BOLZANO	32,5	67,5	100	82,8	17,2	100	16,3	83,7	100	57,4	42,6	100
Prov. autonoma TRENTO	16,9	83,1	100	84,3	15,7	100	22,6	77,4	100	61,9	38,1	100
VENETO	18,0	82,0	100	87,8	12,2	100	23,0	77,0	100	66,9	33,1	100
FRIULI-VENEZIA GIULIA	13,8	86,2	100	88,8	11,2	100	21,3	78,7	100	69,0	31,0	100
LIGURIA	24,6	75,4	100	88,5	11,5	100	23,3	76,7	100	72,1	27,9	100
EMILIA-ROMAGNA	15,3	84,7	100	88,0	12,0	100	26,9	73,1	100	72,6	27,4	100
TOSCANA	19,9	80,1	100	87,8	12,2	100	29,2	70,8	100	70,4	29,6	100
UMBRIA	15,5	84,5	100	87,9	12,1	100	32,5	67,5	100	68,0	32,0	100
MARCHE	24,5	75,5	100	85,6	14,4	100	27,5	72,5	100	67,3	32,7	100
LAZIO	29,9	70,1	100	90,5	9,5	100	37,5	62,5	100	71,0	29,0	100
ABRUZZI	30,8	69,2	100	86,2	13,8	100	29,8	70,2	100	61,7	38,3	100
MOLISE	33,3	66,7	100	85,6	14,4	100	32,6	67,4	100	59,4	40,6	100
CAMPANIA	25,6	74,4	100	91,3	8,7	100	37,4	62,6	100	70,6	29,4	100
PUGLIA	28,2	71,8	100	88,7	11,3	100	37,6	62,4	100	66,0	34,0	100
BASILICATA	27,3	72,7	100	85,1	14,9	100	36,1	63,9	100	58,0	42,0	100
CALABRIA	36,3	63,7	100	86,7	13,3	100	38,2	61,8	100	63,8	36,2	100
SICILIA	41,1	58,9	100	88,6	11,4	100	36,6	63,4	100	67,4	32,6	100
SARDEGNA	21,7	78,3	100	83,6	16,4	100	25,6	74,4	100	57,3	42,7	100
<b>TOTALE</b>	<b>24,3</b>	<b>75,7</b>	<b>100</b>	<b>88,7</b>	<b>11,3</b>	<b>100</b>	<b>30,3</b>	<b>69,7</b>	<b>100</b>	<b>68,4</b>	<b>31,6</b>	<b>100</b>

26,7%, 25% rispettivamente), mentre Calabria e Basilicata le più basse (rispettivamente 13,9% e 13,2%, ma in entrambi i casi comunque in crescita rispetto allo scorso anno). Queste ultime regioni, per contro, registrano la quota più alta di imprese individuali (74,7% e 72,8%) comunque in diminuzione. Le Province Autonome di Trento e Bolzano presentano invece il minor numero di imprese individuali (39,9% e 41,1% rispettivamente), compensati dalle più alte percentuali come società di persone (32,4% e 31,9% rispettivamente).

Analizzando il decentramento distributivo in relazione alle varie forme costitutive d'impresa (tavola 2b) non si riscontrano grosse variazioni rispetto al passato: la grande maggioranza delle imprese individuali, infatti, esercita l'attività all'interno della sede d'impresa (88,7%) e solo per l'11,3% in unità locali; l'incidenza percentuale si ribalta invece per le società di capitali, dove gli esercizi attivi in localizzazioni separate dalla sede sono il 69,7% (in leggera diminuzione in realtà rispetto allo scorso anno) ed il restante 31,6% opera nella sede. Ancora più sbilanciato appare il rapporto per quanto riguarda le "altre forme", categoria residuale peraltro scarsamente significativa come consistenza: solo nel 24,3% dei casi l'attività viene esercitata nella sede di impresa contro il 75,7% in unità locali (percentuali invariate rispetto al 2013). Infine le società di persone esercitano l'attività per il 68,4% dei casi nelle sedi di impresa e per il restante 31,6% nelle unità locali, ripartizione pressoché stabile rispetto allo scorso anno.

Infine, pare opportuno rimarcare l'aumento delle nuove aperture in localizzazioni separate (unità locali) - che come abbiamo visto ormai da molti anni contrappone gli incrementi delle unità locali alla diminuzione delle sedi di impresa come già rilevato in Tab. 1 - tende a continuare a spalmarsi in modo abbastanza uniforme su tutte le forme costitutive di impresa.

TAV. 3

## SPECIALIZZAZIONE MERCEOLOGICA

GRUPPO MERCEOLOGICO	2013			2014			Variazione Totale	
	Sede	U. Locale	Totale	Sede	U. Locale	Totale	V.A.	%
ESERCIZI NON SPECIALIZZATI	81.245	39.024	120.269	79.007	38.924	117.931	-2.338	-1,9
ALIMENTARI SPECIALIZZATI	101.392	23.516	124.908	102.266	24.188	126.454	1.546	1,2
CARBURANTE PER AUTOTRAZIONE	17.409	8.301	25.710	16.479	9.382	25.861	151	0,6
APPARECCHIATURE INFORMATICHE	10.528	6.168	16.696	10.697	6.213	16.910	214	1,3
PRODOTTI USO DOMESTICO	82.103	27.131	109.234	80.105	26.896	107.001	-2.233	-2,0
ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI	52.290	11.277	63.567	51.028	11.240	62.268	-1.299	-2,0
ALTRI ESERCIZI SPECIALIZZATI	205.294	97.254	302.548	201.482	97.138	298.620	-3.928	-1,3
<b>TOTALE</b>	<b>550.261</b>	<b>212.671</b>	<b>762.932</b>	<b>541.064</b>	<b>213.981</b>	<b>755.045</b>	<b>-7.887</b>	<b>-1,03</b>

### 1.3 Analisi per specializzazione merceologica

Dal punto di vista metodologico si ricorda che la principale novità introdotta dalla revisione del sistema informativo nell'anno 2009 con l'introduzione della classificazione delle attività economica basata sul sistema ATECO è consistita nel maggiore dettaglio merceologico dei punti vendita. Si è infatti passati dalle venti specifiche merceologiche del sistema precedente alle oltre settanta voci dell'attuale, inserendo anche in ciascuna categoria o classe la voce "non specificato", nella quale vengono raccolte tutte le posizioni mancanti di specifico riferimento.

La distribuzione della variazione degli esercizi tra il 2013 ed il 2014 rileva aree di maggiore contrazione ed alcuni ambiti di crescita. In questo caso sono aumentate complessivamente le unità di vendita nel comparto delle apparecchiature informatiche (con circa 200 nuovi esercizi che rappresentano circa l'1,3% rispetto al 2013), gli esercizi di alimentari specializzati (con più di 1.500 esercizi, pari all'1,2% in più rispetto al 2013) e gli impianti di distribuzione del carburante (con 150 nuovi impianti, pari allo 0,6% rispetto allo scorso anno). La diminuzione degli esercizi è da attribuirsi a variazioni negative significative negli altri comparti come rilevabile dalla tavola 3.

Per un'analisi dettagliata delle componenti dei sotto-gruppi procediamo quindi all'approfondimento di ciascuna categoria.

#### **Esercizi non specializzati**

Occorre subito precisare che nel primo gruppo merceologico (esercizi non specializzati) si collocano tutti gli esercizi – alimentari e non alimentari – che fanno ri-

Tav. 3a - ESERCIZI NON SPECIALIZZATI

SPECIALIZZAZIONE		2013			2014			Raffronto 2014/2013	
		Sede	U.I.	Tot.	Sede	U.I.	Tot.	V.A.	%
Non specificato		647	262	909	607	257	864	-45	-5,0
Esercizi non specializzati		165	79	244	157	73	230	-14	-5,7
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	Non specificato	12.274	3.726	16.000	11.152	3.570	14.722	-1278	-8,0
	Ipermercati	58	663	721	62	654	716	-5	-0,7
	Supermercati	3.892	11.030	14.922	3.989	10.880	14.869	-53	-0,4
	Discount di alimentari	232	763	995	284	876	1.160	165	16,6
	Minimercati e altri esercizi non specializzati di alimentari vari	45.878	14.432	60.310	45.128	14.537	59.665	-645	-1,1
	Prodotti surgelati	1.017	562	1.579	1.036	586	1.622	43	2,7
	<b>Totale</b>	<b>64.163</b>	<b>31.517</b>	<b>95.680</b>	<b>62.415</b>	<b>31.433</b>	<b>93.848</b>	<b>-1832</b>	<b>-1,9</b>
Commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati	Non specificato	581	243	824	531	233	764	-60	-7,3
	Grandi Magazzini	177	1.143	1.320	195	1.181	1.376	56	4,2
	Despecializzati di computer, periferiche, attrezzature, elettronica, elettrodomestici	7.819	2.721	10.540	7.472	2.593	10.065	-475	-4,5
	Empori e despecializzati di prodotti vari non alimentari	8.505	3.400	11.905	8.394	3.484	11.878	-27	-0,2
	<b>Totale</b>	<b>17.082</b>	<b>7.507</b>	<b>24.589</b>	<b>16.592</b>	<b>7.491</b>	<b>24.083</b>	<b>-506</b>	<b>-2,1</b>
<b>TOTALE</b>	<b>81.245</b>	<b>39.024</b>	<b>120.269</b>	<b>79.007</b>	<b>38.924</b>	<b>117.931</b>	<b>-2338</b>	<b>-1,9</b>	

ferimento a categorie ben identificate appartenenti alla grande distribuzione specializzata (ipermercati, supermercati, grandi magazzini, minimercati), seppure conteggiati insieme ad altri esercizi qualificati dalla sola mancanza di specializzazione, a prescindere da specifici parametri dimensionali. Questo spiega anche il motivo delle differenze numeriche rispetto all'indagine diretta sulle caratteristiche della grande distribuzione organizzata, realizzata per il tramite delle Camere di Commercio, che viene pubblicata in altra parte del rapporto ed è soggetta al rispetto di specifici parametri dimensionali.

La numerosità complessiva è di 117.931 unità localizzate per circa il 68 % nella sede di impresa (79.007 punti vendita) e per il 32 % in unità locali (38.924 posizioni).

La decrescita complessiva del gruppo, pari a -2.338 unità (contrazione pari a circa il doppio di quella dello scorso anno), è dovuta prevalentemente al contributo degli esercizi non specificati nell'ambito degli esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande (-1.832). In questo ambito, continua a permanere un elevato numero di esercizi non specificati (pari a 14.722 punti vendita), nonostante l'ulteriore marcata diminuzione nel 2014, dove probabilmente rileva per i piccoli esercizi la difficoltà di riconoscersi in una definizione che tenga conto delle caratteristiche identitarie previste per le tipologie appartenenti alla grande distribuzione organizzata. Inoltre, nel settore in questione dei non specializzati a prevalenza alimentare, la voce in crescita che pare opportuno mettere in evidenza è l'incremento dei discount alimentari (+165 unità, pari al 16,6% rispetto allo scorso anno)

Infine, tra gli esercizi non specializzati a prevalenza non alimentare si deve rilevare una tendenziale contrazione generale (la più cospicua quella dei 'despecializzati di computer ecc.' con -475 unità), con l'unica eccezione del leggero incremento dei "grandi magazzini" (+56 unità).

### **Alimentari specializzati**

Come già accennato il gruppo degli esercizi specializzati per il settore alimentare ha registrato una complessiva crescita nel corso del 2014 (+1.546 pari ad un incremento di circa l'1%). I 126.454 punti vendita del settore risultano localizzati per poco meno dell'81% nella sede di impresa (102.266 posizioni) e solo per circa il 19% in unità locali (23.516 unità). Si conferma, pertanto, una modalità di vendita più tradizionale, spesso unificata localizzata che si svolge quindi "in bottega", su superfici dimensionalmente ridotte.

La crescita complessiva del settore deriva principalmente dall'incremento della voce più generale 'altri prodotti alimentari in esercizi specializzati' (nella quale sono ricompresi anche prodotti quali quelli lattiero-caseari, il caffè, i prodotti macrobiotici).

Tav. 3b

**PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI**

SPECIALIZZAZIONE	2013			2014			Raffronto 2014/2013		
	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	V. A.	%	
Non Specificato	1.343	724	2.067	1.213	665	1.878	-189	-9,1	
Frutta e verdura	16.634	4.738	21.372	16.690	4.887	21.577	205	1,0	
Carni e di prodotti a base di carne	27.202	5.039	32.241	26.715	5.150	31.865	-376	-1,2	
Pesci, crostacei e molluschi	6.206	2.384	8.590	6.194	2.393	8.587	-3	-0,0	
Pane, torte, dolci e confetteria	Non specificato	268	98	366	231	92	323	-43	-11,7
	Pane	3.413	3.176	6.589	3.542	3.284	6.826	237	3,6
	Torte, dolci, confetteria	3.647	1.384	5.031	3.512	1.415	4.927	-104	-2,1
	<b>TOTALE</b>	<b>7.328</b>	<b>4.658</b>	<b>11.986</b>	<b>7.285</b>	<b>4.791</b>	<b>12.076</b>	<b>90</b>	<b>0,8</b>
Bevande	4.090	1.997	6.087	4.235	2.041	6.276	189	3,1	
Prodotti del tabacco	31.309	1028	32.337	31.641	1.054	32.695	358	1,1	
Altri prodotti alimentari in esercizi specializzati	7.280	2.948	10.228	8.293	3.207	11.500	1.272	12,4	
<b>TOTALE</b>	<b>101.392</b>	<b>23.516</b>	<b>124.908</b>	<b>102.266</b>	<b>24.188</b>	<b>126.454</b>	<b>1.546</b>	<b>1,24</b>	

ci e dietetici ecc.) aumentata di 1.272 unità (più del 12% rispetto allo scorso anno), seguono gli esercizi che rivendono prodotti del tabacco (+358 unità), pane (+237 unità) e frutta e verdura (+205, incremento peraltro inferiore di quello dell'anno precedente). Viceversa continuano a diminuire gli esercizi che rivendono carni e prodotti a base di carne (-376 unità) e torte, dolci e confetteria (-104 unità).

Un contributo positivo alla crescita è pervenuto dalle bevande con incremento di 189 esercizi (pari al 3,1% rispetto ai circa 6.000 esercizi di fine 2013).

Infine, gli esercizi che non specificano la propria classe di appartenenza sono in diminuzione e contano a dicembre 2014 1.878 unità.

**Carburanti per autotrazione**

Il terzo gruppo non prevede una ulteriore disaggregazione tipologica ed è riferito esclusivamente alle rivendite di carburante per autotrazione, che risultano in crescita, come già accennato, e contano a fine anno 25.861 posizioni, localizzate per il 64% nella sede (16.479 punti vendita) e per il 36% in unità locali (9.382 unità), fornendo un'ulteriore testimonianza della progressiva evoluzione organizzativa in questo settore.

**Apparecchiature informatiche**

Gli esercizi che trattano apparecchiature informatiche hanno, a fine 2014, una

Tav. 3c

## APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

SPECIALIZZAZIONE	2013			2014			Raffronto 2014/2013	
	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	V. A.	%
Non Specificato	47	43	90	38	37	75	-15	-16,7
Computer, unità periferiche, software e attrezzature per ufficio	6.148	1.887	8.035	6102	1864	7966	-69	-0,9
Apparecchiature per telecomunicazioni e la telefonia	3.988	4.050	8.038	4187	4126	8313	275	3,4
Apparecchiature audio e video	345	188	533	370	186	556	23	4,3
<b>TOTALE</b>	<b>10.528</b>	<b>6.168</b>	<b>16.696</b>	<b>10.697</b>	<b>6.213</b>	<b>16.910</b>	<b>214</b>	<b>1,3</b>

consistenza di 16.910 unità, localizzate per circa il 63% circa presso la sede di impresa e per il restante in unità locali, pari al 37%, che costituisce ancora la quota più alta di localizzazione decentrata, evidentemente connessa con una tipologia merceologica di recente affermazione.

L'incremento complessivo rispetto all'anno precedente è di 214 unità, pari al 1,3%, da attribuire in misura prevalente alle "apparecchiature per tlc e la telefonia", che, con un incremento di 275 unità (pari al 3,4% e comunque inferiore rispetto a quello dello scorso anno), presenta una consistenza di 8.313 rivendite.

La classe appena meno numerosa resta quella relativa alla vendita di "computer, software e attrezzature per ufficio", con 7.966 unità ed un ulteriore leggero decremento rispetto all'anno precedente di 69 unità.

Le rivendite di "apparecchiature audio e video" presentano una consistenza molto ridotta (556 posizioni), anche se si sono incrementate del 4,3 %.

### **Altri prodotti di uso domestico**

Questo gruppo comprende esercizi che rivendono prevalentemente articoli per la casa e ha registrato nel corso del 2014 una contrazione di 2.233 esercizi (pari ad una riduzione del 2% rispetto allo scorso anno), cosicché contava a fine anno 107.001 unità, localizzate per il 75 % nelle sedi di impresa e per il restante quarto in unità locali. La decrescita numerica è da attribuire in modo pressoché uniforme a tutti i sotto-settori, con i "mobili per la casa" che sono diminuiti di 629 unità, seguiti da "prodotti tessili" (-576 unità) e da "ferramenta, vernici, materiali da costruzione" (-541 unità), confermando peraltro la contrazione di questi comparti che già si era manifestata lo scorso anno. Sono diminuite, inoltre, le rivendite di "utensili per la casa, cristallerie, vasellame" (-243 unità). Risultano ancora aumentati (+132, pari a 6,4%) gli esercizi di "elettrodomestici", anche se la loro scarsa consistenza (2.186 unità) fa pensare all'inserimento di questa tipologia di rivendita in altre categorie merceologiche (ad esempio anche nel gruppo esaminato in precedenza di esercizi specializzati in apparecchiature informatiche).

Tav. 3 d

## ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

SPECIALIZZAZIONE		2013			2014			Raffronto 2014/2013	
		Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	V. A.	%
Non Specificato		1.607	513	2.120	1.485	489	1.974	-146	-6,9
Prodotti tessili		15.470	3.441	18.911	15.047	3.288	18.335	-576	-3,0
Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione	Non specificato	670	87	757	625	83	708	-49	-6,5
	Ferramenta, vernici, vetro piano, materiale elettrico e termoidraulico	16.952	4.779	21.731	16.479	4.711	21.190	-541	-2,5
	Articoli igienico-sanitari	1.234	416	1.650	1.246	417	1.663	13	0,8
	Materiali da costruzione, ceramiche, piastrelle	6.716	3.123	9.839	6.572	3.154	9.726	-113	-1,1
	Macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura e per il giardinaggio	6.612	1.928	8.540	6.547	1.892	8.439	-101	-1,2
	TOTALE	32.184	10.333	42.517	31.469	10.257	41.726	-791	-1,9
Tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum)		1.227	437	1.664	1.226	425	1.651	-13	-0,8
Elettrodomestici		1.185	869	2.054	1.233	953	2.186	132	6,4
Mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa	Non specificato	2.393	614	3.007	2.168	551	2.719	-288	-9,6
	Mobili per la casa	15.576	7.044	22.620	15.069	6.922	21.991	-629	-2,8
	Utensili per la casa, cristallerie, vasellame	8.984	3.019	12.003	8.652	3.108	11.760	-243	-2,0
	Articoli per l'illuminazione	461	192	653	528	230	758	105	16,1
	Macchine da cucire e per maglieria d'uso domestico	106	23	129	115	21	136	7	5,4
	Sistemi di sicurezza	85	57	142	90	60	150	8	5,6
	Strumenti musicali e spartiti	1.008	182	1.190	959	194	1.153	-37	-3,1
	Altri articoli per uso domestico nca	1.817	407	2.224	2.064	398	2.462	238	10,7
	TOTALE	30.430	11.538	41.968	29.645	11.484	41.129	-839	-2,0
<b>TOTALE</b>		<b>82.103</b>	<b>27.131</b>	<b>109.234</b>	<b>80.105</b>	<b>26.896</b>	<b>107.001</b>	<b>-2.233</b>	<b>-2,0</b>

Le classi "Mobili/apparecchi per illuminazione" e "Ferramenta/materiali da costruzione" restano comunque le più numerose, con 41.129 e 41.726 unità rispettivamente, a loro volta disaggregate in categorie, fra le quali le più consistenti sono i "mobili per la casa" (21.991 unità), "utensili per la casa/cristallerie/vasellame" (11.760 unità), e "ferramenta/vernici/termoidraulica" (21.190 unità).

Anche i "prodotti tessili", nonostante la consistente diminuzione, mantengono una rilevante consistenza pari a 18.335 esercizi.

### Articoli culturali e ricreativi

Il gruppo relativo agli articoli culturali e ricreativi appare piuttosto eterogeneo, comprendendo sia librerie e rivendite di giornali che articoli sportivi e giochi: ne fanno parte 62.268 esercizi distribuiti con una maggiore concentrazione nella sede di impresa (51.020 posizioni pari all'82%, simile a quella esaminata per gli alimentari specializzati), anche se tale concentrazione non si riscontra per tutte le tipologie esaminate (librerie, registrazioni musicali, giochi presentano infatti percentuali molto più contenute).

In termini di variazione rispetto all'anno precedente questo gruppo merceologi-

Tav. 3 e

ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

SPECIALIZZAZIONE		2013			2014			Raffronto 2014/2013	
		Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	V. A.	%
Non Specificato		544	75	619	501	70	571	-48	-7,8
Libri		4.008	1.858	5.866	3899	1864	5763	-103	-1,8
Giornali e articoli di cartoleria	Non specificato	5	1	6	6	2	8	2	33,3
	Giornali, riviste e periodici	16.639	1.438	18.077	16181	1450	17631	-446	-2,5
	Articoli di cartoleria e forniture per ufficio	15.486	2.385	17.871	15155	2392	17547	-324	-1,8
	TOTALE	32.130	3.824	35.954	31342	3844	35186	-768	-2,1
Registrazioni musicali e video		356	214	570	344	209	553	-17	-3,0
Articoli sportivi		10.514	3.202	13.716	10357	3170	13527	-189	-1,4
Giochi e giocattoli		4.738	2.104	6.842	4585	2083	6668	-174	-2,5
<b>TOTALE</b>		<b>52.290</b>	<b>11.277</b>	<b>63.567</b>	<b>51.028</b>	<b>11.240</b>	<b>62.268</b>	<b>-1299</b>	<b>-2,0</b>

co subisce una diminuzione di 1.299 unità (-2%) distribuito tendenzialmente tra tutte le sotto-categorie, per le quali la diminuzione più contenuta è quella delle registrazioni musicali. La classe "giornali e articoli di cartoleria" che conta 35.186 rivendite, si distingue in due categorie prevalente ancora di sostanziale pari entità: "giornali e riviste" con 17.631 punti vendita (che registrano la maggiore contrazione in valori assoluti pari a -446) e "articoli di cartoleria e forniture per ufficio" con 17.547 unità (-354 unità rispetto al 2014).

Seguono gli articoli sportivi con 13.527 posizioni (diminuite di 189 unità) e, a distanza, i negozi di giocattoli, con 6.668 posizioni e le librerie con 5.763 punti vendita (-103 rispetto al 2014).

### Altri specializzati

E' il gruppo decisamente più ampio e composito, con una numerosità pari a 298.620, distribuita per il 67% in sedi di impresa (201.482 unità) e per il 33% in unità locali

(97.138 posizioni) e presenta un insieme di categorie accomunate dal solo carattere della specializzazione.

Nel complesso il decremento è più rilevante dello scorso anno (circa il doppio) e pari ad una diminuzione di 3.928 unità, pari all'1,3% del complesso degli esercizi di fine 2013. A tale contrazione contribuiscono tutte le categorie ad eccezione di quelle relative ai medicinali, agli articoli medicali ed ortopedici e agli articoli di seconda mano.

La classe più numerosa è quella dell'abbigliamento, che conta 119.646 posizioni ed un decremento di 2.309 unità (-1,9%), distinta in categorie secondo la destinazione e la tipologia dell'abbigliamento. Fra le categorie, la più consistente rimane quella "non specificata" con 59.932 unità, cui fa seguito "confezioni per adulti" con 33.426 posizioni.

Nella classe 'calzature e articoli in pelle', che presenta una consistenza di 26.692 unità e diminuisce di 590 posizioni (-2,2%) prevalgono decisamente le calzature (20.794 posizioni) seguite dagli articoli da viaggio (5.165 unità).

Nella vendita di medicinali, gli esercizi sono pari a 21.445, aumentati, come già accennato, di 284 posizioni (+12,5%). La categoria più numerosa resta quella "non specificata" (11.711 unità), verosimilmente come retaggio della unicità di posizione precedente e la conseguente difficoltà di distinguere (si ricorda che la fonte amministrativa dei dati fa leva su uno stock di informazioni accumulate nel tempo) nelle due classificazioni "farmacie" e "medicinali non soggetti a prescrizione medica" posizioni appunto in precedenza appartenenti alla stessa unica categoria. Occorre però osservare come entrambe si siano incrementate in misura consistente, assorbendo in qualche modo la diminuzione della categoria "non specificata", quale indice di una progressiva riclassificazione delle stesse unità. Le farmacie presentano una consistenza di 7.173 unità (con un incremento di 750 posizioni pari al 11,7 %) e le rivendite di medicinali non soggetti a prescrizione medica sono pari a 2.561 (con un incremento di 284 posizioni, pari al 12,5%).

Gli "articoli medicali e ortopedici", classe a sé stante pur presentando qualche analogia con le rivendite di medicinali senza prestazione medica, ha una consistenza di 5.657 posizioni e si è marginalmente contratta rispetto allo scorso anno (-9 unità).

Nella classe "cosmetici ed erboristeria", pari a 22.215 esercizi anch'essi in decrescita, si distinguono la categoria degli articoli di profumeria, con 17.015 unità, e le erboristerie, con 4.949 punti vendita.

Tav. 3 f

## ALTRI PRODOTTI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

SPECIALIZZAZIONE		2013			2014			Raffronto 2014/2013	
		Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	V. A.	%
Non Specificato		662	179	841	615	166	781	-60	-7,1
Articoli di abbigliamento	Non specificato	36.151	28.101	64.252	32.429	27.503	59.932	-4.320	-6,7
	Confezioni per adulti	20.426	10.327	30.753	22.419	11.007	33.426	2.673	8,7
	Confezioni bambini e neonati	6.620	3.011	9.631	6.499	2.991	9.490	-141	-1,5
	Biancheria personale, maglieria, camicie	9.729	4.444	14.173	9.496	4.399	13.895	-278	-2,0
	Pellicce e abbigliamento in pelle	433	237	670	403	228	631	-39	-5,8
	Cappelli, ombrelli, guanti e cravatte	1.664	812	2.476	1.523	749	2.272	-204	-8,2
	TOTALE	75.023	46.932	121.955	72.769	46.877	119.646	-2.309	-1,9
Calzature e articoli in pelle	Non specificato	597	188	785	552	181	733	-52	-6,6
	Calzature e accessori	13.000	8.273	21.273	12.527	8.267	20.794	-479	-2,3
	Articoli di pelletteria e da viaggio	3.065	2.159	5.224	2.958	2.207	5.165	-59	-1,1
	TOTALE	16.662	10.620	27.282	16.037	10.655	26.692	-590	-2,2
Medicinali	Non specificato	11.412	1.026	12.438	10.732	979	11.711	-727	-5,8
	Farmacie	4.929	1.494	6.423	5.575	1.598	7.173	750	11,7
	Medicinali non soggetti a prescrizione medica	1.519	758	2.277	1.722	839	2.561	284	12,5
	TOTALE	17.860	3.278	21.138	18.029	3.416	21.445	307	1,5
Articoli medicinali e ortopedici		3.346	2.320	5.666	3.277	2.380	5.657	-9	-0,2
Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria	Non specificato	209	67	276	185	66	251	-25	-9,1
	Articoli di profumeria, prodotti per toletta e per l'igiene personale	10.372	6.690	17.062	10.198	6.817	17.015	-47	-0,3
	Erboristerie	3.861	1.104	4.965	3.879	1.070	4.949	-16	-0,3
	TOTALE	14.442	7.861	22.303	14.262	7.953	22.215	-88	-0,4
Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici	Non specificato	4	5	9	4	6	10		
	Fiori e piante	14.713	2.371	17.084	14.446	2.357	16.803	-281	-1,6
	Piccoli animali domestici	4.624	1.163	5.787	4.557	1.246	5.803	16	0,3
	TOTALE	19.337	3.534	22.871	19.007	3.609	22.616	-255	-1,1
Orologi e articoli di gioielleria		13.902	5.670	19.572	13.444	5.372	18.816	-756	-3,9
Altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano)	Non specificato	3	4	7	3	3	6		-14,3
	Mobili per ufficio	86	48	134	99	46	145	11	8,2
	Materiale per ottica e fotografia	10.490	4.231	14.721	10.398	4.302	14.700	-21	-0,1
	Oggetti d'arte, di culto, di decorazione, chincaglieria e bigiotteria	18.944	7.198	26.142	18.080	6.884	24.964	-1178	-4,5
	Combustibile per uso domestico e riscaldamento	2.765	816	3.581	2.785	873	3.658	77	2,2
	Armi, munizioni, articoli militari	280	46	326	303	44	347	21	6,4
	Saponi, detersivi, prodotti per la lucidatura	3.811	1.849	5.660	3.731	1.907	5.638	-22	-0,4
	Altri prodotti non alimentari nca	4.371	1.627	5.998	5.276	1.645	6.921	923	15,4
	TOTALE	40.750	15.819	56.569	40.675	15.704	56.379	-190	-0,3
Articoli di seconda mano		3.306	1036	4.342	3.367	1.006	4.373	31	0,7
<b>TOTALE</b>		<b>205.294</b>	<b>97.254</b>	<b>302.548</b>	<b>201.482</b>	<b>97.138</b>	<b>298.620</b>	<b>-3.928</b>	<b>-1,3</b>

Fiori e animali domestici sono pari rispettivamente a 16.803 e 5.803 posizioni, per un totale di 22.616 unità della relativa classe, il cui decremento deriva soltanto dalle rivendite di fiori e piante, mentre i piccoli animali domestici hanno registrato un lieve aumento.

Gli orologi e gioiellerie contano 18.816 posizioni con un decremento di 756 unità, pari a -3,9%.

La classe residuale "altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano)" è – dopo l'abbigliamento – la più numerosa, con 56.379 posizioni riferite alle categorie più eterogenee e nel 2014, a differenza dell'anno precedente, si contrae di 190 unità (pari a -0,3%). Si ricorda, fra le principali, gli "oggetti d'arte/culto/bigiotteria" con 24.964 punti vendita (diminuiti di 1.178 rispetto allo scorso anno e gli esercizi di foto/optica, con 14.700 unità (sostanzialmente stabili rispetto al 2013).

Infine, gli articoli di seconda mano contano 4.373 punti vendita con un incremento di 31 esercizi (+0,7%) segnale verosimilmente anche della situazione economica generale.

Come indicato nella premessa di questo Rapporto, i dettagli regionali e provinciali saranno da quest'anno resi disponibili solo in formato elettronico sul sito dell'Osservatorio nazionale del commercio seguendo la numerazione della tavola nazionale (tav. 3) nella corrispondente sezione delle statistiche strutturali.

## 1.4 Analisi per superficie di vendita

Dalla tav. 4 si rileva la distribuzione per classi dimensionali del numero degli esercizi e della relativa superficie. Quest'ultima, pari a 62.575.273 mq, è riferita logicamente soltanto a quei 512.006 esercizi di cui la superficie stessa è nota, in considerazione del fatto che ancora per circa un terzo degli esercizi (numero aumentato a 243.039 rispetto allo scorso anno) permane la mancanza di tali informazioni.

A differenza dello scorso anno, la superficie di vendita nota diminuisce di 512.000 mq circa con una variazione pari allo 0,9% in concomitanza con la diminuzione degli esercizi.

La disponibilità dell'informazione circa la superficie di vendita, peraltro, è distribuita in modo molto differenziato a livello regionale passando dal 10% circa della vale d'Aosta e della provincia autonoma di Bolzano al 48,3% della Sicilia.

La tav. 4.a riporta la quota della superficie riferita a ciascuna Regione e Provincia autonoma con riferimento agli aspetti trattati nel presente paragrafo.

L'analisi di detta distribuzione non presenta variazioni particolarmente significative nel corso degli anni. Nelle prime due classi (cioè fino a 150 mq di vendita) a livello nazionale si concentra circa l'87% del numero degli esercizi con il 38,6 % della superficie di vendita. Oltre i 1.500 mq rileviamo lo 0,6% degli esercizi che contabilizzano il 20,7% di superficie nota. Al centro della distribuzione – e cioè nelle classi che vanno dai 151 mq ai 1.500 – si colloca il 12,4% degli esercizi con il 40,7% di superficie.

Naturalmente a livello territoriale registriamo parziali scostamenti rispetto alla media nazionale, che generalmente attribuiscono ad alcune regioni settentrionali valori più bassi nelle classi iniziali e più alti nelle classi finali, indice di insediamenti di più ampia metratura.

Tav. 4

## DISTRIBUZIONE NUMERO ESERCIZI E MQ VENDITA NELLE REGIONI PER CLASSI DI SUPERFICIE NELL'ANNO 2014

Regioni	Non specificato		1 - 50		51-150		151-250		251-400	
	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq.vend.
PIEMONTE	13.844	0	17.926	553.170	12.099	1.022.320	2.042	408.807	841	284.110
VALLE D'AOSTA	181	0	809	25.944	582	48.423	60	11.634	49	16.168
LOMBARDIA	25.940	0	29.104	923.798	23.366	2.008.549	4.340	870.099	1.551	513.818
P.A. BOLZANO	460	0	1.465	48.039	1.839	162.890	352	68.096	201	65.621
P.A. TRENTO	711	0	2.007	66.629	2.085	180.275	378	73.526	249	80.847
VENETO	14.682	0	15.162	479.806	14.598	1.261.819	2.622	521.720	1.126	368.695
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2.994	0	4.243	129.050	3.634	307.849	757	145.237	571	194.797
LIGURIA	9.213	0	8.673	255.883	4.353	362.993	755	152.233	249	81.647
EMILIA-ROMAGNA	11.723	0	20.000	598.182	12.153	1.013.984	2.259	453.754	764	256.401
TOSCANA	16.562	0	17.609	529.714	10.446	880.347	2.048	409.527	682	223.706
UMBRIA	3.078	0	4.203	127.638	3.407	297.312	799	159.076	285	94.016
MARCHE	4.957	0	6.725	208.520	5.209	451.696	1.040	209.622	383	125.550
LAZIO	25.785	0	24.820	792.884	17.226	1.476.626	3.628	743.734	1.042	351.831
ABRUZZI	7.120	0	5.164	168.878	4.807	423.573	878	175.501	369	123.191
MOLISE	1.370	0	1.695	55.499	1.262	110.681	251	50.223	62	20.474
CAMPANIA	31.585	0	40.372	1.274.975	21.586	1.808.287	3.409	695.144	701	229.956
PUGLIA	15.999	0	20.118	695.253	17.121	1.451.212	3.515	723.690	677	226.354
BASILICATA	2.793	0	3.033	100.427	2.475	212.830	303	63.308	125	39.932
CALABRIA	11.328	0	10.077	337.897	8.426	744.966	1.454	295.369	402	134.704
SICILIA	33.041	0	18.049	580.269	13.635	1.192.455	1.604	306.547	785	257.479
SARDEGNA	9.673	0	7.008	226.567	6.468	568.151	1.137	228.386	444	146.007
<b>Totale</b>	<b>243.039</b>	<b>0</b>	<b>258.262</b>	<b>8.179.022</b>	<b>186.777</b>	<b>15.987.238</b>	<b>33.631</b>	<b>6.765.233</b>	<b>11.558</b>	<b>3.835.304</b>

...segue Tav. 4

## DISTRIBUZIONE NUMERO ESERCIZI E MQ VENDITA NELLE REGIONI PER CLASSI DI SUPERFICIE

Regioni	401-1500		1501-2500		2501-5000		OLTRE 5000		Totale di tutte le classi	
	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.
PIEMONTE	1.398	1.158.641	150	307.208	112	409.857	35	310.394	<b>48.447</b>	<b>4.454.507</b>
VALLE D'AOSTA	52	46.624	3	5.650	1	2.983	2	11.557	<b>1.739</b>	<b>168.983</b>
LOMBARDIA	2.987	2.520.306	420	885.010	190	674.619	112	1.013.419	<b>88.010</b>	<b>9.409.618</b>
P.A. BOLZANO	264	180.628	17	31.314	19	69.141	2	15.262	<b>4.619</b>	<b>640.991</b>
P.A. TRENTO	305	226.830	13	25.922	14	44.455	0	0	<b>5.762</b>	<b>698.484</b>
VENETO	2.028	1.710.306	248	515.641	97	335.399	68	535.223	<b>50.631</b>	<b>5.728.609</b>
FRIULI-VENEZIA GIULIA	483	412.862	68	133.007	54	188.579	24	184.885	<b>12.828</b>	<b>1.696.266</b>
LIGURIA	342	273.968	48	95.706	23	84.454	13	140.564	<b>23.669</b>	<b>1.447.448</b>
EMILIA-ROMAGNA	1.448	1.220.050	142	297.096	69	233.796	49	409.008	<b>48.607</b>	<b>4.482.271</b>
TOSCANA	1.118	927.181	109	223.603	81	282.987	27	203.777	<b>48.682</b>	<b>3.680.842</b>
UMBRIA	392	320.288	54	113.775	8	29.393	6	39.364	<b>12.232</b>	<b>1.180.862</b>
MARCHE	662	521.983	86	177.155	16	55.650	14	121.115	<b>19.092</b>	<b>1.871.291</b>
LAZIO	1.695	1.409.264	212	431.728	97	345.446	48	414.850	<b>74.553</b>	<b>5.966.363</b>
ABRUZZI	573	476.512	63	126.488	21	80.991	19	194.325	<b>19.014</b>	<b>1.769.459</b>
MOLISE	147	120.181	9	15.987	4	15.630	1	5.950	<b>4.801</b>	<b>394.625</b>
CAMPANIA	1.005	760.979	117	240.390	48	172.485	35	293.656	<b>98.858</b>	<b>5.475.872</b>
PUGLIA	853	674.176	75	160.749	35	132.467	27	252.823	<b>58.420</b>	<b>4.316.724</b>
BASILICATA	138	103.813	8	16.759	6	21.678	1	8.827	<b>8.882</b>	<b>567.574</b>
CALABRIA	502	407.892	55	114.371	19	67.511	14	151.391	<b>32.277</b>	<b>2.254.101</b>
SICILIA	1.092	861.216	78	151.813	63	225.353	64	608.609	<b>68.411</b>	<b>4.183.741</b>
SARDEGNA	641	511.785	94	193.160	25	86.159	21	226.427	<b>25.511</b>	<b>2.186.642</b>
<b>Totale</b>	<b>18.125</b>	<b>14.845.485</b>	<b>2.069</b>	<b>4.262.532</b>	<b>1.002</b>	<b>3.559.033</b>	<b>582</b>	<b>5.141.426</b>	<b>755.045</b>	<b>62.575.273</b>

Tav. 4 a

## DISTRIBUZIONE PERCENTUALE ESERCIZI E MQ VENDITA NELLE REGIONI PER CLASSI DI SUPERFICIE NELL'ANNO 2014

Regioni	Esercizi di cui non è nota la superficie di vendita	1 - 50		51-150		151-250		251-400	
		Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %
PIEMONTE	28,6	51,8	12,4	35,0	23,0	5,9	9,2	2,4	6,4
VALLE D'AOSTA	10,4	51,9	15,4	37,4	28,7	3,9	6,9	3,1	9,6
LOMBARDIA	29,5	46,9	9,8	37,6	21,3	7,0	9,2	2,5	5,5
P.A. BOLZANO	10,0	35,2	7,5	44,2	25,4	8,5	10,6	4,8	10,2
P.A. TRENTO	12,3	39,7	9,5	41,3	25,8	7,5	10,5	4,9	11,6
VENETO	29,0	42,2	8,4	40,6	22,0	7,3	9,1	3,1	6,4
FRIULI-VENEZIA GIULIA	23,3	43,1	7,6	37,0	18,1	7,7	8,6	5,8	11,5
LIGURIA	38,9	60,0	17,7	30,1	25,1	5,2	10,5	1,7	5,6
EMILIA-ROMAGNA	24,1	54,2	13,3	32,9	22,6	6,1	10,1	2,1	5,7
TOSCANA	34,0	54,8	14,4	32,5	23,9	6,4	11,1	2,1	6,1
UMBRIA	25,2	45,9	10,8	37,2	25,2	8,7	13,5	3,1	8,0
MARCHE	26,0	47,6	11,1	36,9	24,1	7,4	11,2	2,7	6,7
LAZIO	34,6	50,9	13,3	35,3	24,7	7,4	12,5	2,1	5,9
ABRUZZI	37,4	43,4	9,5	40,4	23,9	7,4	9,9	3,1	7,0
MOLISE	28,5	49,4	14,1	36,8	28,0	7,3	12,7	1,8	5,2
CAMPANIA	31,9	60,0	23,3	32,1	33,0	5,1	12,7	1,0	4,2
PUGLIA	27,4	47,4	16,1	40,4	33,6	8,3	16,8	1,6	5,2
BASILICATA	31,4	49,8	17,7	40,6	37,5	5,0	11,2	2,1	7,0
CALABRIA	35,1	48,1	15,0	40,2	33,0	6,9	13,1	1,9	6,0
SICILIA	48,3	51,0	13,9	38,5	28,5	4,5	7,3	2,2	6,2
SARDEGNA	37,9	44,2	10,4	40,8	26,0	7,2	10,4	2,8	6,7
<b>Totale</b>	<b>32,2</b>	<b>50,4</b>	<b>13,1</b>	<b>36,5</b>	<b>25,5</b>	<b>6,6</b>	<b>10,8</b>	<b>2,3</b>	<b>6,1</b>

...segue Tav. 4a

Regioni	401-1500		1501-2500		2501-5000		OLTRE 5000	
	Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %	Esercizi %	Mq. %
PIEMONTE	4,0	26,0	0,4	6,9	0,3	9,2	0,1	7,0
VALLE D'AOSTA	3,3	27,6	0,2	3,3	0,1	1,8	0,1	6,8
LOMBARDIA	4,8	26,8	0,7	9,4	0,3	7,2	0,2	10,8
P.A. BOLZANO	6,3	28,2	0,4	4,9	0,5	10,8	0,0	2,4
P.A. TRENTO	6,0	32,5	0,3	3,7	0,3	6,4	0,0	0,0
VENETO	5,6	29,9	0,7	9,0	0,3	5,9	0,2	9,3
FRIULI-VENEZIA GIULIA	4,9	24,3	0,7	7,8	0,5	11,1	0,2	10,9
LIGURIA	2,4	18,9	0,3	6,6	0,2	5,8	0,1	9,7
EMILIA-ROMAGNA	3,9	27,2	0,4	6,6	0,2	5,2	0,1	9,1
TOSCANA	3,5	25,2	0,3	6,1	0,3	7,7	0,1	5,5
UMBRIA	4,3	27,1	0,6	9,6	0,1	2,5	0,1	3,3
MARCHE	4,7	27,9	0,6	9,5	0,1	3,0	0,1	6,5
LAZIO	3,5	23,6	0,4	7,2	0,2	5,8	0,1	7,0
ABRUZZI	4,8	26,9	0,5	7,1	0,2	4,6	0,2	11,0
MOLISE	4,3	30,5	0,3	4,1	0,1	4,0	0,0	1,5
CAMPANIA	1,5	13,9	0,2	4,4	0,1	3,1	0,1	5,4
PUGLIA	2,0	15,6	0,2	3,7	0,1	3,1	0,1	5,9
BASILICATA	2,3	18,3	0,1	3,0	0,1	3,8	0,0	1,6
CALABRIA	2,4	18,1	0,3	5,1	0,1	3,0	0,1	6,7
SICILIA	3,1	20,6	0,2	3,6	0,2	5,4	0,2	14,5
SARDEGNA	4,0	23,4	0,6	8,8	0,2	3,9	0,1	10,4
<b>Totale</b>	<b>3,5</b>	<b>23,7</b>	<b>0,4</b>	<b>6,8</b>	<b>0,2</b>	<b>5,7</b>	<b>0,1</b>	<b>8,2</b>

## 1.5 Analisi della nati-mortalità degli esercizi

Come nel passato, l'analisi dei flussi (aperture / cessazioni) degli esercizi con attività primaria di dettaglio in sede fissa si basa su due diverse metodologie di calcolo: la prima riferita alle nuove aperture e cessazioni di esercizi attivi nel periodo di riferimento; la seconda relativa alle iscrizioni/cessazioni per variazione di codice attività ("da" e "per" altro settore) o di stato attività (da "inattiva" ad "attiva" e viceversa).

La somma dei due aggregati fornisce la movimentazione complessiva avvenuta nel periodo e consente un confronto più corretto con le variazioni desunte dai dati di consistenza.

Dall'esame delle tabelle che seguono, nelle quali vengono riportati i valori registrati a livello regionale nel corso dell'anno, emergono le seguenti considerazioni che possono essere preliminarmente evidenziate dal seguente riepilogo:

NATI-MORTALITA': TABELLE COMPARATIVE

RIPARTIZIONI	Anno 2013			Anno 2014		
	Saldo Iscrizioni cessazioni	Saldo variazioni	Saldo totale	Saldo Iscrizioni cessazioni	Saldo variazioni	Saldo totale
Nord	-1.635	-369	-2.004	256	-2.531	-2.275
Centro	-485	551	66	181	-920	-739
Sud e isole	-3.410	1.531	-1.879	-4.058	-751	-4.809
<b>Totale Italia</b>	<b>-5.530</b>	<b>1.713</b>	<b>-3.817</b>	<b>-3.621</b>	<b>-4.202</b>	<b>-7.823</b>

ITALIA	Nuove attività		Variazioni		Totali	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Iscritti	62.760	63.394	15.196	9.808	77.956	73.202
Cessati	68.290	67.015	13.483	14.010	81.773	81.025
<b>Saldo</b>	<b>-5.530</b>	<b>-3.621</b>	<b>1.713</b>	<b>-4.202</b>	<b>-3817</b>	<b>-7.823</b>

In primo luogo, si rileva che il saldo complessivo nel 2014 è pari ad una diminuzione di -7.823 unità indotto sia da un numero di cessazioni superiore a quello delle iscrizioni (-3.621) che da un saldo negativo delle variazioni (-4.202).

Dal confronto con il 2013 però si evidenzia una dinamica piuttosto diversa di tali voci, da un lato, perché lo scorso anno il saldo delle variazioni era stato positivo e questo aveva contribuito a contenere il complessivo saldo negativo, dall'altro perché il saldo delle iscrizioni e cessazioni nel 2014 pur essendo negativo è stato nettamente inferiore a quello dello scorso anno grazie sia ad un aumento delle iscrizioni che ad una significativa diminuzione delle cessazioni (pari a 1.275 chiusure in meno dello scorso anno). Una panoramica dell'andamento delle iscrizioni e delle cancellazioni a livello regionale è disponibile nella Tavola 7 (rinviando al sito dell'Osservatorio nazionale del commercio per il dettaglio provinciale).

In generale è da evidenziare come per il nord ed il centro il saldo tra iscrizioni e cancellazioni risulti positivo, ancorché per ordini di grandezza delle centinaia di imprese, mentre notevolmente più ampio è il valore assoluto del saldo negativo del Sud e le isole.

Infine, coerentemente con quanto evidenziato con i dati di stock con riferimento alla distinzione tra sedi e unità locali, il saldo negativo si riscontra (cfr. Tavola 9) per le sole sedi (-9.157) mentre le sole unità locali complessivamente aumentano (+1.334) mitigando la diminuzione complessiva degli esercizi.

Tav. 7

SALDO ISCRIZIONI CESSAZIONI DEGLI ESERCIZI NELLE REGIONI - 2014

Regioni	Iscritti			Cancellati			Saldo		
	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE
PIEMONTE	2.368	1.915	4.283	2.594	1.915	4.509	-226	0	-226
VALLE D'AOSTA	84	93	177	72	78	150	12	15	27
LOMBARDIA	3.899	3.750	7.649	3.835	3.898	7.733	64	-148	-84
TRENTINO-ALTO ADIGE	339	459	798	289	476	765	50	-17	33
VENETO	2.332	2.417	4.749	2.060	2.373	4.433	272	44	316
FRIULI-VENEZIA GIULIA	547	589	1.136	529	619	1.148	18	-30	-12
LIGURIA	1.094	961	2.055	1.142	897	2.039	-48	64	16
EMILIA-ROMAGNA	2.434	2.045	4.479	2.294	1.999	4.293	140	46	186
TOSCANA	2.400	1.955	4.355	2.395	1.812	4.207	5	143	148
UMBRIA	623	465	1.088	605	473	1.078	18	-8	10
MARCHE	877	845	1.722	862	824	1.686	15	21	36
LAZIO	3.374	2.526	5.900	3.738	2.175	5.913	-364	351	-13
ABRUZZO	863	688	1.551	956	654	1.610	-93	34	-59
MOLISE	210	165	375	267	148	415	-57	17	-40
CAMPANIA	5.055	2.740	7.795	6.099	2.436	8.535	-1.044	304	-740
PUGLIA	3.281	2.020	5.301	3.980	1.999	5.979	-699	21	-678
BASILICATA	344	251	595	449	286	735	-105	-35	-140
CALABRIA	1.528	840	2.368	1.743	761	2.504	-215	79	-136
SICILIA	3.358	1.911	5.269	5.193	2.063	7.256	-1.835	-152	-1.987
SARDEGNA	944	805	1.749	1.172	855	2.027	-228	-50	-278
<b>TOTALE</b>	<b>35.954</b>	<b>27.440</b>	<b>63.394</b>	<b>40.274</b>	<b>26.741</b>	<b>67.015</b>	<b>-4.320</b>	<b>699</b>	<b>-3.621</b>

Tav 8

## SALDO ISCRIZIONI CESSAZIONI DEGLI ESERCIZI PER VARIAZIONE NELLE REGIONI

Regioni	Iscritti per variazione			Cancellati per variazione			Saldo		
	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE
PIEMONTE	387	191	578	902	146	1.048	-515	45	-470
VALLE D'AOSTA	19	5	24	36	3	39	-17	2	-15
LOMBARDIA	665	407	1.072	1.598	238	1.836	-933	169	-764
TRENTINO-ALTO ADIGE	99	37	136	159	22	181	-60	15	-45
VENETO	388	162	550	888	121	1.009	-500	41	-459
FRIULI-VENEZIA GIULIA	97	44	141	221	21	242	-124	23	-101
LIGURIA	161	74	235	392	110	502	-231	-36	-267
EMILIA-ROMAGNA	387	181	568	835	143	978	-448	38	-410
TOSCANA	409	164	573	882	156	1.038	-473	8	-465
UMBRIA	119	90	209	237	46	283	-118	44	-74
MARCHE	143	78	221	413	64	477	-270	14	-256
LAZIO	893	450	1.343	1.078	390	1.468	-185	60	-125
ABRUZZO	183	100	283	259	43	302	-76	57	-19
MOLISE	37	13	50	51	12	63	-14	1	-13
CAMPANIA	735	441	1.176	956	359	1.315	-221	82	-139
PUGLIA	522	170	692	850	182	1.032	-328	-12	-340
BASILICATA	66	38	104	94	14	108	-28	24	-4
CALABRIA	268	135	403	359	110	469	-91	25	-66
SICILIA	852	315	1.167	942	272	1.214	-90	43	-47
SARDEGNA	201	82	283	316	90	406	-115	-8	-123
<b>TOTALE</b>	<b>6.631</b>	<b>3.177</b>	<b>9.808</b>	<b>11.468</b>	<b>2.542</b>	<b>14.010</b>	<b>-4.837</b>	<b>635</b>	<b>-4.202</b>

Tav 9

## SALDO ISCRIZIONI CESSAZIONI GLOBALE DEGLI ESERCIZI NELLE REGIONI - 2014

Regioni	Iscritti			Cancellati			Saldo		
	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE	Sede	U.Locale	TOTALE
PIEMONTE	2.755	2.106	4.861	3.496	2.061	5.557	-741	45	-696
VALLE D'AOSTA	103	98	201	108	81	189	-5	17	12
LOMBARDIA	4.564	4.157	8.721	5.433	4.136	9.569	-869	21	-848
TRENTINO-ALTO ADIGE	438	496	934	448	498	946	-10	-2	-12
VENETO	2.720	2.579	5.299	2.948	2.494	5.442	-228	85	-143
FRIULI-VENEZIA GIULIA	644	633	1.277	750	640	1.390	-106	-7	-113
LIGURIA	1.255	1.035	2.290	1.534	1.007	2.541	-279	28	-251
EMILIA-ROMAGNA	2.821	2.226	5.047	3.129	2.142	5.271	-308	84	-224
TOSCANA	2.809	2.119	4.928	3.277	1.968	5.245	-468	151	-317
UMBRIA	742	555	1.297	842	519	1.361	-100	36	-64
MARCHE	1.020	923	1.943	1.275	888	2.163	-255	35	-220
LAZIO	4.267	2.976	7.243	4.816	2.565	7.381	-549	411	-138
ABRUZZO	1.046	788	1.834	1.215	697	1.912	-169	91	-78
MOLISE	247	178	425	318	160	478	-71	18	-53
CAMPANIA	5.790	3.181	8.971	7.055	2.795	9.850	-1.265	386	-879
PUGLIA	3.803	2.190	5.993	4.830	2.181	7.011	-1.027	9	-1.018
BASILICATA	410	289	699	543	300	843	-133	-11	-144
CALABRIA	1.796	975	2.771	2.102	871	2.973	-306	104	-202
SICILIA	4.210	2.226	6.436	6.135	2.335	8.470	-1.925	-109	-2.034
SARDEGNA	1.145	887	2.032	1.488	945	2.433	-343	-58	-401
<b>TOTALE</b>	<b>42.585</b>	<b>30.617</b>	<b>73.202</b>	<b>51.742</b>	<b>29.283</b>	<b>81.025</b>	<b>-9.157</b>	<b>1.334</b>	<b>-7.823</b>

Le tavole regionali e provinciali, disaggregate per sede/unità locale e per tipologia commerciale, sono disponibili sul sito dell'Osservatorio nazionale del commercio nella sezione "Download" e numerate coerentemente come tavole 3) e 3a):

[http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice\\_statistiche.htm](http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_statistiche.htm)

## Capitolo 2

# COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

### attività secondaria

Per completare il quadro del commercio al dettaglio fisso, vengono qui esaminati i dati relativi alle attività commerciali secondarie, svolte nell'ambito dei diversi settori economici di attività prevalente. Trattasi di attività di vendita al dettaglio che accompagnano un'altra attività economica primaria (ad esempio la vendita di mobili all'interno di un'industria manifatturiera) svolte nella sede d'impresa o in un'unità locale, che vanno ad aggiungersi al numero dei negozi (attività commerciale prevalente) esaminati nel capitolo precedente.

Gli esercizi in questione hanno una consistenza significativa, pari a 225.941 unità (tav.5), e - contrariamente alle attività primarie di dettaglio fisso - si sono accresciute di 2.675 unità (pari all'1,2%) rispetto al valore registrato a fine 2013.

A livello nazionale tali esercizi risultano localizzati per l'86,6% nella sede dell'attività primaria e per il restante 13,4% nelle relative unità locali (Tav 5a); il maggior numero è concentrato nelle regioni settentrionali, e precisamente in Lombardia (37.671 unità, pari al 16,7% del totale nazionale), a seguire in Emilia Romagna (22.171 unità, corrispondenti al 9,8% del totale), in Piemonte (20.961 unità, pari al 9,3% del totale, dove contrariamente alle altre regioni citate queste presenze sono diminuite rispetto allo scorso anno) e in Veneto (19.936 unità, pari al 8,8 %). Anche il centro con Toscana (17.421 unità) e Lazio (15.304 unità) ed il meridione, con Campania (17.734 unità) e Sicilia (12.608 unità), presenta comunque consistenze rilevanti.

L'incremento complessivo è distribuito tra quasi tutte le Regioni (le uniche a registrare una diminuzione del fenomeno sono state, come accennato, il Piemonte, ed inoltre la Liguria, l'Abruzzo ed il Molise). In particolare gli incrementi più significativi rispetto all'anno precedente sono stati registrati anche nel 2014 in Lombardia (+687) e in Campania (+ 493 unità). Dalla tavola 5a) si può avere inoltre il quadro della distribuzione regionale degli esercizi in termini percentuali, mentre la successiva tavola 6) illustra la distribuzione degli esercizi secondo il settore economico.

Tav. 5

ATTIVITA' SECONDARIE DI VENDITA PER REGIONE E SEDE/U.L NELL'ANNO 2014 E CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

Regione	2013			2014			Variazione assoluta			Variazione %		
	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.	Sede	U.I.	TOT.
PIEMONTE	18.243	2.769	21.012	18.207	2.754	20.961	-36	-15	-51	-0,2	-0,5	-0,2
VALLE D'AOSTA	581	135	716	607	137	744	26	2	28	4,5	1,5	3,9
LOMBARDIA	31.428	5.556	36.984	31.879	5.792	37.671	451	236	687	1,4	4,2	1,9
Prov. autonoma BOLZANO	2.329	351	2.680	2.334	358	2.692	5	7	12	0,2	2,0	0,4
Prov. autonoma TRENTO	2.028	382	2.410	2.095	400	2.495	67	18	85	3,3	4,7	3,5
VENETO	17.053	2.599	19.652	17.217	2.719	19.936	164	120	284	1,0	4,6	1,4
FRIULI-VENEZIA GIULIA	4.269	589	4.858	4.334	588	4.922	65		64	1,5	-0,2	1,3
LIGURIA	6.252	1.041	7.293	6.204	1.033	7.237	-48	-8	-56	-0,8	-0,8	-0,8
EMILIA-ROMAGNA	19.466	2.518	21.984	19.579	2.592	22.171	113	74	187	0,6	2,9	0,9
TOSCANA	15.002	2.328	17.330	15.050	2.371	17.421	48	43	91	0,3	1,8	0,5
UMBRIA	3.409	503	3.912	3.458	522	3.980	49	19	68	1,4	3,8	1,7
MARCHE	6.754	924	7.678	6.780	927	7.707	26	3	29	0,4	0,3	0,4
LAZIO	12.378	2.603	14.981	12.616	2.688	15.304	238	85	323	1,9	3,3	2,2
ABRUZZI	4.212	609	4.821	4.201	591	4.792	-11	-18	-29	-0,3	-3,0	-0,6
MOLISE	1.502	192	1.694	1.483	193	1.676	-19	1	-18	-1,3	0,5	-1,1
CAMPANIA	14.905	2.336	17.241	15.281	2.453	17.734	376	117	493	2,5	5,0	2,9
PUGLIA	10.133	1.173	11.306	10.360	1.254	11.614	227	81	308	2,2	6,9	2,7
BASILICATA	2.212	301	2.513	2.228	309	2.537	16	8	24	0,7	2,7	1,0
CALABRIA	6.034	639	6.673	6.025	658	6.683	-9	19	10	-0,1	3,0	0,1
SICILIA	11.403	1.071	12.474	11.500	1.108	12.608	97	37	134	0,9	3,5	1,1
SARDEGNA	4.179	875	5.054	4.218	838	5.056	39	-37	2	0,9	-4,2	0,0
<b>TOTALE</b>	<b>193.772</b>	<b>29.494</b>	<b>223.266</b>	<b>195.656</b>	<b>30.285</b>	<b>225.941</b>	<b>1.884</b>	<b>791</b>	<b>2.675</b>	<b>1,0</b>	<b>2,7</b>	<b>1,2</b>

Tav. 5a

ATTIVITA' SECONDARIE DISTRIBUZIONE PERCENTUALE NELL'ANNO 2014

Regione	Distribuzione regionale %			Distribuzione (sede/unità locale %)		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	9,3	9,1	9,3	86,9	13,1	100
VALLE D'AOSTA	0,3	0,5	0,3	81,6	18,4	100
LOMBARDIA	16,3	19,1	16,7	84,6	15,4	100
Prov. autonoma BOLZANO	1,2	1,2	1,2	86,7	13,3	100
Prov. autonoma TRENTO	1,1	1,3	1,1	84,0	16,0	100
VENETO	8,8	9,0	8,8	86,4	13,6	100
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2,2	1,9	2,2	88,1	11,9	100
LIGURIA	3,2	3,4	3,2	85,7	14,3	100
EMILIA-ROMAGNA	10,0	8,6	9,8	88,3	11,7	100
TOSCANA	7,7	7,8	7,7	86,4	13,6	100
UMBRIA	1,8	1,7	1,8	86,9	13,1	100
MARCHE	3,5	3,1	3,4	88,0	12,0	100
LAZIO	6,4	8,9	6,8	82,4	17,6	100
ABRUZZI	2,1	2,0	2,1	87,7	12,3	100
MOLISE	0,8	0,6	0,7	88,5	11,5	100
CAMPANIA	7,8	8,1	7,8	86,2	13,8	100
PUGLIA	5,3	4,1	5,1	89,2	10,8	100
BASILICATA	1,1	1,0	1,1	87,8	12,2	100
CALABRIA	3,1	2,2	3,0	90,2	9,8	100
SICILIA	5,9	3,7	5,6	91,2	8,8	100
SARDEGNA	2,2	2,8	2,2	83,4	16,6	100
<b>TOTALE</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>86,6</b>	<b>13,4</b>	<b>100</b>

Tav. 6

ATTIVITA' SECONDARIE DI VENDITA SECONDO IL SETTORE ECONOMICO/SEDE/U.L. NELL'ANNO 2014

Altre specializzazioni	Sede	U.L.	Totale	%
COLTIVAZIONI AGRICOLE E PRODUZIONE DI PRODOTTI ANIMALI, CACCIA E SERVIZI CONNESSI	4.050	329	4.379	1,9
SILVICOLTURA ED UTILIZZO DI AREE FORESTALI	237	16	253	0,1
ALTRI SETTORI	1.838	338	2.176	1,0
ATTIVITA' DEI SERVIZI DI SUPPORTO ALL'ESTRAZIONE	1	-	1	0,0
INDUSTRIE ALIMENTARI	14.877	1.826	16.703	7,4
INDUSTRIA DELLE BEVANDE	405	73	478	0,2
INDUSTRIE TESSILI	1.114	130	1.244	0,6
CONFEZIONE DI ARTICOLI DI ABBIGLIAMENTO; CONFEZIONE DI ARTICOLI IN PELLE E PELLICCIA	3.333	297	3.630	1,6
FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PELLE E SIMILI	699	48	747	0,3
INDUSTRIA DEL LEGNO E DEI PRODOTTI IN LEGNO E SUGHERO (ESCLUSI I MOBILI); FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN PAGLIA E MATERIALI DA INTRECCIO	2.477	143	2.620	1,2
STAMPA E RIPRODUZIONE DI SUPPORTI REGISTRATI	763	79	842	0,4
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI CHIMICI	422	59	481	0,2
FABBRICAZIONE DI ARTICOLI IN GOMMA E MATERIE PLASTICHE	234	29	263	0,1
FABBRICAZIONE DI ALTRI PRODOTTI DELLA LAVORAZIONE DI MINERALI NON METALLIFERI	1.737	176	1.913	0,8
FABBRICAZIONE DI PRODOTTI IN METALLO (ESCLUSI MACCHINARI E ATTREZZATURE)	1.656	118	1.774	0,8
FABBRICAZIONE DI COMPUTER E PRODOTTI DI ELETTRONICA E OTTICA; APPARECCHI ELETROMEDICALI, APPARECCHI DI MISURAZIONE E DI OROLOGI	771	75	846	0,4
FABBRICAZIONE DI APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED APPARECCHIATURE PER USO DOMESTICO NON ELETTRICHE	470	39	509	0,2
FABBRICAZIONE DI MACCHINARI ED APPARECCHIATURE NCA	1.131	80	1.211	0,5
FABBRICAZIONE DI ALTRI MEZZI DI TRASPORTO	360	49	409	0,2
FABBRICAZIONE DI MOBILI	1.813	133	1.946	0,9
ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	3.990	363	4.353	1,9
RIPARAZIONE, MANUTENZIONE ED INSTALLAZIONE DI MACCHINE ED APPARECCHIATURE	1.634	121	1.755	0,8
ATTIVITA' DI RACCOLTA, TRATTAMENTO E SMALTIMENTO DEI RIFIUTI; RECUPERO DEI MATERIALI	308	53	361	0,2
COSTRUZIONE DI EDIFICI	1.164	42	1.206	0,5
LAVORI DI COSTRUZIONE SPECIALIZZATI	7.465	319	7.784	3,4
COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI	21.538	5.772	27.310	12,1
COMMERCIO ALL'INGROSSO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)	25.933	5.667	31.600	14,0
COMMERCIO AL DETTAGLIO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)	7.447	409	7.856	3,5
TRASPORTO TERRESTRE E TRASPORTO MEDIANTE CONDOTTE	1.173	43	1.216	0,5
MAGAZZINAGGIO E ATTIVITA' DI SUPPORTO AI TRASPORTI	452	168	620	0,3
SERVIZI POSTALI E ATTIVITA' DI CORRIERE	299	205	504	0,2
ALLOGGIO	1.228	346	1.574	0,7
ATTIVITA' DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE	39.154	7.370	46.524	20,6
ATTIVITA' EDITORIALI	237	25	262	0,1
TELECOMUNICAZIONI	1.048	214	1.262	0,6
PRODUZIONE DI SOFTWARE, CONSULENZA INFORMATICA E ATTIVITA' CONNESSE	905	101	1.006	0,4
ATTIVITA' DEI SERVIZI D'INFORMAZIONE E ALTRI SERVIZI INFORMATICI	444	30	474	0,2
ATTIVITA' AUSILIARIE DEI SERVIZI FINANZIARI E DELLE ATTIVITA' ASSICURATIVE	260	30	290	0,1
ATTIVITA' IMMOBILIARI	1.739	45	1.784	0,8
PUBBLICITA' E RICERCHE DI MERCATO	320	30	350	0,2
ALTRE ATTIVITA' PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	4.958	409	5.367	2,4
ATTIVITA' DI NOLEGGIO E LEASING OPERATIVO	1.539	464	2.003	0,9

...segue Tav. 6

Altre specializzazioni	Sede	U.L.	Totale	%
ATTIVITA' DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITA' CONNESSE	216	103	319	0,1
ATTIVITA' DI SERVIZI PER EDIFICI E PAESAGGIO	662	38	700	0,3
ATTIVITA' DI SUPPORTO PER LE FUNZIONI D'UFFICIO E ALTRI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE	1.764	224	1.988	0,9
ISTRUZIONE	223	44	267	0,1
ATTIVITA' CREATIVE, ARTISTICHE E DI INTRATTENIMENTO	311	40	351	0,2
ATTIVITA' RIGUARDANTI LE LOTTERIE, LE SCOMMESSE, LE CASE DA GIOCO	674	73	747	0,3
ATTIVITA' SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DI DIVERTIMENTO	1.134	447	1.581	0,7
RIPARAZIONE DI COMPUTER E DI BENI PER USO PERSONALE E PER LA CASA	8.850	597	9.447	4,2
ALTRE ATTIVITA' DI SERVIZI PER LA PERSONA	20.198	2.456	22.654	10,0
PRODUZIONE DI BENI E SERVIZI INDIFFERENZIATI PER USO PROPRIO DA PARTE DI FAMIGLIE E CONVIVENZE (NOTA: ATTIVITA' NON PRESENTE NEL REGISTRO IMPRESE)	1	-	1	0,0
<b>Totale Generale</b>	<b>195.656</b>	<b>30.285</b>	<b>225.941</b>	<b>100</b>

I settori primari che presentano il più alto numero di attività secondarie di vendita al dettaglio non variano rispetto all'anno precedente (tav. 6) e sono, in ordine decrescente: attività al servizio della ristorazione con 46.524 unità, pari al 20,6 % del totale, il commercio all'ingrosso con 1.600 unità al 14% del totale, il commercio/manutenzione di autoveicoli e motocicli con 27.310 unità, pari al 12,1% del totale; seguiti a distanza da altre attività al servizio della persona con 22.654 esercizi pari al 10% e le industrie alimentari con 16.703 unità pari al 7,4% del totale.

Le tavole regionali, disaggregate per sede/unità locale e per categoria merceologica, sono pubblicate nel sito dell'Osservatorio nazionale del commercio nella sezione "Download" e numerate coerentemente come tav. 6:

[http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice\\_statistiche.htm](http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_statistiche.htm).

## Capitolo 3

# COMMERCIO AMBULANTE ED ALTRE TIPOLOGIE DI ATTIVITA'

### CONSISTENZA DEL SETTORE

Si ricorda che a seguito della riorganizzazione della banca dati, avvenuta nel corso del 2009 con l'applicazione della nuova codifica ATECO 2007, sono avvenute numerose modifiche nella tipologia di voci utilizzate, tra le quali le più significative sono rappresentate dall'esistenza di un solo gruppo per gli ambulanti (in luogo dei due precedenti relativi agli ambulanti a posto fisso e agli ambulanti itineranti) e di una nuova categoria del commercio effettuato esclusivamente via internet che si è aggiunta agli altri canali già presenti nella categoria del commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati.

Il commercio al dettaglio al di fuori delle sedi fisse sta registrando in questi ultimi anni non solo una tenuta, rispetto a quello nei negozi, ma una vera e propria crescita tendenzialmente in quasi tutte le sue forme (a parte il commercio per corrispondenza sostituito progressivamente da quello via internet). Nel solo 2014 con un totale di 225.920 entità si registra una crescita di +7.048 unità (pari a +3,2%, superiore alla crescita del 2013). Basti pensare a titolo di esempio che il solo commercio ambulante è cresciuto tra il 2010 ed il 2014 di circa 20.000 unità arrivando a contare alla fine del 2014 più di 188.274 e certamente mantiene ancora in termini percentuali la preponderanza rispetto alle altre forme, che seppure per alcune di queste in notevole crescita, appaiono ancora poco diffuse soprattutto se viste dal punto di vista della consistenza strutturale messa a fuoco nel presente Rapporto.

Esaminiamo quindi in dettaglio la consistenza a fine 2014 delle strutture commerciali che avvengono al di fuori degli esercizi in sede fissa e le modifiche intervenute rispetto all'anno precedente.

Tav. 1

## CONSISTENZE DEL COMMERCIO AL DI FUORI DI SEDE FISSA - CONFRONTO ANNUALE

Tipologia comm.le	Specializzazione comm.le	Anno 2013			Anno 2014			Variazioni %			Variazioni Assolute		
		Sede	U. L.	Tot.	Sede	U. L.	Tot.	Sede	U. L.	Tot.	Sede	U. L.	Tot.
Commercio ambulante	Non specificato	13.624	242	13.866	12.532	234	12.766	-8,0	-3,3	-7,9	-1.092	-8	-1.100
	Alimentare	35.263	1.354	36.617	34.818	1.378	36.196	-1,3	1,8	-1,1	-445	24	-421
	Abbigliamento, Tessuti e Calzature	20.987	68	21.055	19.844	62	19.906	-5,4	-8,8	-5,5	-1.143	-6	-1.149
	Abbigliamento e Tessuti	48.730	513	49.243	49.738	505	50.243	2,1	-1,6	2,0	1.008	-8	1.000
	Calzature e Pelletterie	5.684	87	5.771	5.670	86	5.756	-0,2	-1,1	-0,3	-14		-15
	Altri Articoli	50.387	691	51.078	57.834	716	58.550	14,8	3,6	14,6	7.447	25	7.472
	Mobili e Articoli di uso domestico	4.867	80	4.947	4.776	81	4.857	-1,9	1,3	-1,8	-91	1	-90
<b>Totale</b>		<b>179.542</b>	<b>3.035</b>	<b>182.577</b>	<b>185.212</b>	<b>3.062</b>	<b>188.274</b>	<b>3,2</b>	<b>0,9</b>	<b>3,1</b>	<b>5.670</b>	<b>27</b>	<b>5.697</b>
Commercio al dettaglio al di fuori di banche e mercati	Non specificato	5.627	57	5.684	5.627	57	5.684	0,0	0,0	0,0	0	0	0
	Commercio per corrispondenza, telefono, radio, televisione, Internet	2.238	447	2.685	2.189	433	2.622	-2,2	-3,1	-2,3	-49	-14	-63
	Commercio solo via Internet	11.124	1.340	12.464	12.322	1.525	13.847	10,8	13,8	11,1	1.198	185	1.383
	Vendita a domicilio	10.661	461	11.122	10.796	512	11.308	1,3	11,1	1,7	135	51	186
	Commercio per mezzo di distributori automatici	3.152	1.188	4.340	3.234	1.378	4.612	2,6	16,0	6,3	82	190	272
<b>Totale</b>		<b>32.802</b>	<b>3.493</b>	<b>36.295</b>	<b>33.743</b>	<b>3.903</b>	<b>37.646</b>	<b>2,9</b>	<b>11,7</b>	<b>3,7</b>	<b>941</b>	<b>410</b>	<b>1.351</b>
<b>Totale generale</b>		<b>212.344</b>	<b>6.528</b>	<b>218.872</b>	<b>218.955</b>	<b>6.965</b>	<b>225.920</b>	<b>3,1</b>	<b>6,7</b>	<b>3,2</b>	<b>6.611</b>	<b>437</b>	<b>7.048</b>

Come si può evincere dalla Tavola 1, gli esercizi del commercio ambulante presentano una consistenza di 188.274 rispetto alle 182.577 dello scorso anno, con un incremento rispetto all'anno precedente di 5.697 unità, pari al +3,1% proveniente quasi esclusivamente dall'incremento delle sedi (+5.670 unità) e solo marginalmente dalle unità locali (+27 unità).

Per ciò che riguarda invece le diverse forme di commercio che rientrano nella categoria delle attività commerciali esercitate al di fuori di banche e mercati (ma non in sede fissa ovviamente), si registra una consistenza pari a 37.646 (con una crescita di 1.351 unità rispetto al 2013, pari al 3,7%), distribuite in questo caso in modo più equilibrato tra sedi (+941 unità) e unità locali (+410, che crescono logicamente in modo più significativo per il commercio solo via internet e per il commercio per mezzo di distributori automatici).

Passando all'analisi delle singole componenti, si rileva (sempre dalla tavola 1) che nel 2014 per il commercio ambulante la componente più numerosa rimane il

gruppo formato dalle classi “abbigliamento-tessuti-calzature” con una consistenza di 75.905 - che si ottiene sommando le sottoclassi “abbigliamento-tessuti” (50.243 unità) e “calzature e pelletterie” (5.756 posizioni) e “abbigliamento, tessuti e calzature” (19.906 unità) – sebbene complessivamente si riduca di 164 unità rispetto allo scorso anno (soprattutto come effetto della riduzione della classe più generale).

Segue la categorie più generale “altri articoli non altrove classificati” con 58.550 unità, in crescita significativa rispetto al 2013 (+7.472 unità pari al 14,6%). Pare importante sottolineare tale crescita non solo perché apprezzabilmente superiore a quella avvenuta lo scorso anno, ma anche perché l'incremento di questa voce è determinante (per segno ed entità) per il risultato complessivo positivo del commercio ambulante in generale. E' opportuno pertanto ricordare che i prodotti rientranti in questa categoria generale spaziano dalla profumeria/cosmetici, alla bigiotteria/chincaglieria, al settore floro-vivaistico, agli articoli di seconda mano ecc.

Infine, si evidenzia un contenuto calo degli ambulanti nel settore alimentare che registrano 36.196 unità (-421 rispetto al 2013) e una generale diminuzione del commercio ambulante per cui non risulta specificata la specializzazione (si contano 12.766 unità al 31.12.2014, con una diminuzione del 7,9% rispetto allo scorso anno).

Le categorie appartenenti al commercio al di fuori dei negozi, banchi e mercati presentano una consistenza complessiva di 37.646 unità, in crescita del 3,7% (+1351 unità) rispetto al 2013.

La categoria più numerosa è costituita dalla voce “commercio solo via internet” con 13.847 posizioni, in crescita di più dell'11% rispetto allo scorso anno, seguita dalla “vendita a domicilio”, con 11.308 posizioni, che presenta una crescita del 1,7% (+186 unità); questa categoria risulta enucleata dalla più ampia classe “commercio per corrispondenza” cui sono ascritte 2.622 posizioni, ancora in diminuzione rispetto all'anno precedente. Infine le vendite “mediante distributori automatici” registrano 4.612 unità (+272 posizioni, prevalentemente in nuove unità locali), mentre alla categoria residuale “non specificato” appartengono 5.684 posizioni stabili rispetto all'anno precedente.

In sostanza, accanto alla crescita delle imprese di e-commerce, come già accennato, segnano il passo le forme più tradizionali di vendita a distanza (-2,3%)<sup>1</sup>.

Esaminando infine la distribuzione fra sedi di impresa e unità locali, si rileva come la prevalenza della localizzazione resti decisamente attribuita alla sede d'impresa, che costituisce poco meno del 97% del totale delle posizioni (218.872 sedi e 6.965

1) Per un'analisi più dettagliata dell'evoluzione nell'ultimo quinquennio di questo ambito del commercio al dettaglio al di fuori dei negozi, banchi e mercati si può vedere “Il settore della distribuzione: alcune evidenze strutturali” in Quaderno “Mercato&consumatori” pubblicato sul sito del Ministero.

unità locali). Da tale media si discostano le categorie del “commercio per corrispondenza” e “mediante i distributori automatici” che presentano rispettivamente il 16,5% e quasi il 30% delle attività localizzate in unità locali.

Tav. 1 a

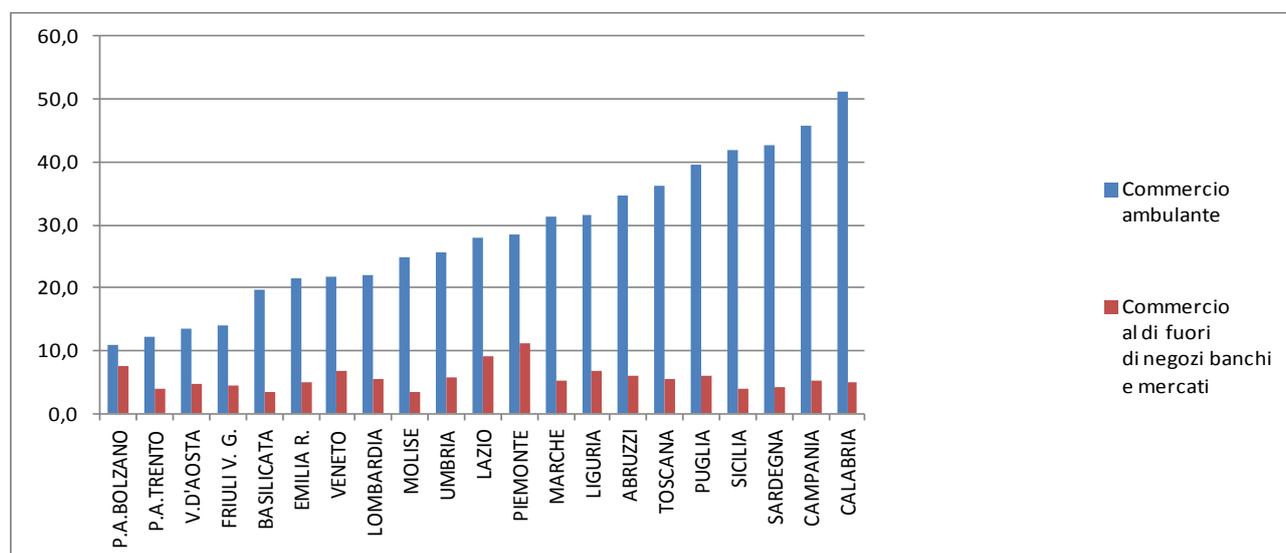
DENSITÀ PER 10.000 ABITANTI PER REGIONE - POPOLAZIONE 2014

Regioni	Commercio ambulante	Commercio al di fuori di negozi, banche e mercati
PIEMONTE	28,6	11,3
V.D'AOSTA	13,4	4,8
LOMBARDIA	21,9	5,6
P.A.BOLZANO	11,1	7,6
P.A.TRENTO	12,2	3,9
VENETO	21,8	6,7
FRIULI V. G.	13,9	4,5
LIGURIA	31,6	6,9
EMILIA R.	21,6	5,1
TOSCANA	36,3	5,5
UMBRIA	25,6	5,8
MARCHE	31,4	5,2
LAZIO	27,9	9,0
ABRUZZI	34,6	6,0
MOLISE	24,9	3,6
CAMPANIA	45,6	5,3
PUGLIA	39,6	6,0
BASILICATA	19,8	3,6
CALABRIA	51,0	5,0
SICILIA	41,9	4,1
SARDEGNA	42,6	4,3
<b>TOTALE</b>	<b>31,0</b>	<b>6,2</b>

La densità territoriale che emerge dal seguente prospetto Tav. 1a risulta lievemente aumentata rispetto a quella registrata lo scorso anno sia con riferimento al comparto degli ambulanti (31,0) che al restante comparto del commercio al di fuori di negozi, banche e mercati (pari a 6,2). Il range di variazione oscilla per il commercio ambulante tra l'11,1 della Provincia autonoma di Bolzano al 51,0 della Calabria, mentre la densità del restante comparto oscilla tra il 3,6 di Basilicata e Molise all'1,3 del Piemonte.

Il grafico che segue mostra in modo evidente le diverse densità delle varie tipologie di commercio non in sede fissa nelle varie regioni avendo ordinato le stesse in ordine crescente per densità rispetto al commercio ambulante.

GRAFICO 1 - DENSITÀ DEGLI ESERCIZI NON IN SEDE FISSA NELLE REGIONI



Anche la distribuzione della natura giuridica (Tav. 2) è rimasta sostanzialmente analoga a quella esaminata lo scorso anno con le imprese individuali in percentuale elevatissima, sebbene in leggera diminuzione (91,8%), calcolata sul totale delle

Tav. 2

CONSISTENZE DEL COMMERCIO AMBULANTE E DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERCATI PER SPECIALIZZAZIONE, TIPOLOGIA E NATURA GIURIDICA - ANNO 2014 (VALORI ASSOLUTI)

Tipologia comm.le	Specializzazione comm.le	Altre forme	Imprese individuali	Non Specif.	Soc. di capitale	Soc. di persone	Totale
Commercio ambulante	Non specificato	9	12.407	0	40	310	12.766
	Alimentare	92	31.690	1	315	4.098	36.196
	Abbigliamento, Tessuti e Calzature	4	19.695	0	8	199	19.906
	Abbigliamento e Tessuti	7	48.703	5	127	1.401	50.243
	Calzature e Pelletterie	1	5.460	0	23	272	5.756
	Altri Articoli	38	57.423	5	155	929	58.550
	Mobili e Articoli di uso domestico	0	4.651	0	46	160	4.857
<b>Commercio ambulante Totale</b>		<b>151</b>	<b>180.029</b>	<b>11</b>	<b>714</b>	<b>7.369</b>	<b>188.274</b>
Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati	Non specificato	5	5.137	0	54	61	5.257
	Commercio per corrispondenza, telefono, radio, televisione, internet	37	1.359	0	791	435	2.622
	Commercio solo via Internet	176	9.129	0	3.443	1.099	13.847
	Vendita a domicilio	44	9.294	5	1.290	675	11.308
	Commercio per mezzo di distributori automatici	47	2.343	0	1.242	980	4.612
<b>Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati Totale</b>		<b>309</b>	<b>27.262</b>	<b>5</b>	<b>6.820</b>	<b>3.250</b>	<b>37.646</b>
<b>Totale generale</b>		<b>460</b>	<b>207.291</b>	<b>16</b>	<b>7.534</b>	<b>10.619</b>	<b>225.920</b>

TAV. 2a

CONSISTENZE DEL COMMERCIO AMBULANTE E DEL COMMERCIO AL DETTAGLIO AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERCATI PER SPECIALIZZAZIONE, TIPOLOGIA E NATURA GIURIDICA - ANNO 2014 (PERCENTUALI)

Tipologia comm.le	Specializzazione comm.le	Altre forme	Imprese individuali	Non specif.	Soc. di capitale	Soc. di persone	TOTALE
Commercio ambulante	Non specificato	0,1	97,2	0,0	0,3	2,4	100,0
	Alimentare	0,3	87,6	0,0	0,9	11,3	100,0
	Abbigliamento, Tessuti e Calzature	0,0	98,9	0,0	0,0	1,0	100,0
	Abbigliamento e Tessuti	0,0	96,9	0,0	0,3	2,8	100,0
	Calzature e Pelletterie	0,0	94,9	0,0	0,4	4,7	100,0
	Altri Articoli	0,1	98,1	0,0	0,3	1,6	100,0
	Mobili e Articoli di uso domestico	0,0	95,8	0,0	0,9	3,3	100,0
<b>TOTALE</b>		<b>0,1</b>	<b>95,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>3,9</b>	<b>100,0</b>
Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati	Non specificato	0,1	97,7	0,0	1,0	1,2	100,0
	Commercio per corrispondenza, telefono, radio, televisione, Internet	1,4	51,8	0,0	30,2	16,6	100,0
	Commercio solo via Internet	1,3	65,9	0,0	24,9	7,9	100,0
	Vendita a domicilio	0,4	82,2	0,0	11,4	6,0	100,0
	Commercio per mezzo di distributori automatici	1,0	50,8	0,0	26,9	21,2	100,0
<b>TOTALE</b>		<b>0,8</b>	<b>72,4</b>	<b>0,0</b>	<b>18,1</b>	<b>8,6</b>	<b>100,0</b>
<b>Totale generale</b>		<b>0,2</b>	<b>91,8</b>	<b>0,0</b>	<b>3,3</b>	<b>4,7</b>	<b>100,0</b>

tipologie commerciali. Vale peraltro la pena di differenziare quanto avviene per il commercio ambulante dove le imprese individuali rappresentano in tutti i casi più del 90% delle forme giuridiche per tutte le specializzazioni (ad eccezione dell'ali-

mentare per cui rappresentano l'87,6%) dalle altre modalità di commercio che presentano, in ragione delle specificità dei differenti canali e la relativa sottostante organizzazione, una maggiore varietà di forme di impresa. In quest'ultimo caso, infatti, pur essendo l'impresa individuale la forma prevalente bisogna evidenziare la rilevanza delle società di capitali per almeno un quarto dei soggetti che esercitano "commercio solo via internet" ovvero "per mezzo di distributori automatici" e per circa il 30% delle entità che svolgono "Commercio per corrispondenza, telefono, radio, televisione, Internet".

Le tavole regionali e provinciali, disaggregate per sede/unità locale e per tipologia commerciale, sono disponibili sul sito dell'Osservatorio nazionale del commercio nella sezione "Download": [http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice\\_statistiche.htm](http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_statistiche.htm).

# **COMMERCIO ALL'INGROSSO**

**INTERMEDIARI E SETTORE AUTO**

**al 31 dicembre 2014**



## Capitolo 1

# CONSISTENZE DEL SETTORE INGROSSO ED INTERMEDIARI

In analogia con gli altri comparti, nel presente capitolo vengono esaminati i dati di consistenza relativi alle attività di commercio all'ingrosso e di intermediazione di commercio rilevati al 31 dicembre 2014. Anche in questo caso, a seguito della riorganizzazione operata nel 2009 mediante l'applicazione della nuova codifica ATECO 2007<sup>1</sup> al Registro delle Imprese, sono avvenute numerose modifiche nella tipologia delle voci utilizzate e nelle posizioni ad esse riconducibili, in modo particolare con riferimento al settore degli intermediari.

Nel seguente prospetto riassumiamo le consistenze e le relative variazioni dei settori Ingrosso ed Intermediari.

CONFRONTO ANNI 2013-2014 SETTORI INGROSSO-INTERMEDIARI

SETTORI DI ATTIVITA'	2013	2014	VARIAZIONI	
			V.A.	%
INGROSSO	249.410	249.871	461	0,2
INTERMEDIARI	241.200	239.407	-1.793	-0,7

Complessivamente il comparto mostra segnali ambivalenti rispetto all'anno precedente ed, in particolare, l'ingrosso evidenzia una crescita delle attività con un aumento di 461 unità, pari all'0,2% sull'anno precedente, mentre gli intermediari perdono 1.793 unità (pari ad una diminuzione dello 0,7%)

### 1.1 Ingrosso

La consistenza degli esercenti attività di commercio all'ingrosso ammonta al 31 dicembre 2014 a 249.871 unità, di cui 199.807 sedi di impresa e 50.064 unità locali. L'incremento rispetto all'anno precedente è da attribuire sia alle sedi (+346) che alle unità locali (+115 unità), in pari misura in termini percentuali (+0,2%).

1) Si ricorda che è possibile consultare le tavole di raccordo con la codifica ATECO 2007 sul sito dell'Osservatorio nazionale del commercio <http://osservatoriocommercio.mise.gov.it/Ingrosso.pdf>

Tav. 1

CONSISTENZE ESERCIZI ALL'INGROSSO PER REGIONE E SEDE/U.L. - CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

Regione	Anno 2013			Anno 2014			VARIAZIONE		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	12.644	4.121	16.765	12.475	4.021	16.496	-1,3	-2,4	-1,6
VALLE D'AOSTA	185	84	269	188	81	269	1,6	-3,6	0,0
LOMBARDIA	35.989	10.051	46.040	36.245	10.258	46.503	0,7	2,1	1,0
Prov. Aut. BOLZANO	1.960	324	2.284	1.955	318	2.273	-0,3	-1,9	-0,5
Prov. Aut. TRENTO	1.219	365	1.584	1.213	365	1.578	-0,5	0,0	-0,4
VENETO	16.717	4.160	20.877	16.659	4.175	20.834	-0,3	0,4	-0,2
FRIULI-VENEZIA GIULIA	3.528	780	4.308	3.480	737	4.217	-1,4	-5,5	-2,1
LIGURIA	4.181	1.248	5.429	4.128	1.239	5.367	-1,3	-0,7	-1,1
EMILIA-ROMAGNA	14.496	3.768	18.264	14.502	3.758	18.260	0,0	-0,3	-0,0
TOSCANA	12.637	3.414	16.051	12.653	3.374	16.027	0,1	-1,2	-0,1
UMBRIA	2.287	580	2.867	2.314	599	2.913	1,2	3,3	1,6
MARCHE	4.923	1.318	6.241	4.891	1.277	6.168	-0,7	-3,1	-1,2
LAZIO	16.536	3.957	20.493	16.786	4.037	20.823	1,5	2,0	1,6
ABRUZZO	3.319	1.141	4.460	3.336	1.117	4.453	0,5	-2,1	-0,2
MOLISE	734	277	1011	760	268	1.028	3,5	-3,2	1,7
CAMPANIA	31.529	5.672	37.201	31.897	6.005	37.902	1,2	5,9	1,9
PUGLIA	11.694	2.553	14.247	11.694	2.500	14.194	0,0	-2,1	-0,4
BASILICATA	1.321	434	1.755	1.338	412	1.750	1,3	-5,1	-0,3
CALABRIA	5.421	1.340	6.761	5.447	1.328	6.775	0,5	-0,9	0,2
SICILIA	14.612	3.096	17.708	14.383	3.025	17.408	-1,6	-2,3	-1,7
SARDEGNA	3.529	1.266	4.795	3.463	1.170	4.633	-1,9	-7,6	-3,4
<b>TOTALE</b>	<b>199.461</b>	<b>49.949</b>	<b>249.410</b>	<b>199.807</b>	<b>50.064</b>	<b>249.871</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>

Le regioni che presentano il maggior numero di attività sono la Lombardia e la Campania, con 46.503 e 37.902 posizioni rispettivamente; la densità territoriale (rilevabile dalla Tav 1a) è rimasta sostanzialmente invariata rispetto agli anni passati, presenta una media nazionale di 4,1 unità ogni mille abitanti (in leggera diminuzione rispetto ai 4,2 dello scorso anno) e attribuisce nuovamente il primato alla Campania con 6,5 esercizi (in aumento di un punto decimale rispetto al 2013), seguita dalla Lombardia con 4,6 esercizi (in diminuzione di un punto decimale). Agli ultimi posti la Valle d'Aosta con 2,1, la Sardegna 2,8 e la Basilicata 3,0.

La composizione per forma costituiva d'impresa (tav. 2 e 2a) assegna la percentuale più alta alle società di capitale, pari al 48% a livello nazionale, in crescita rispetto allo scorso anno con una numerosità di 120.041 unità. Al contrario continuano a ridursi in percentuale sia le società di persone (scese dal 17,6% al 16,9%) e le imprese individuali (passate da 33,8% a 33,5%). L'ingrosso si conferma dunque l'unico comparto dell'intero settore commerciale in cui la forma societaria mantiene il primato e risulta la più utilizzata: le società di capitale insieme con le società di

Tav. 1a

DENSITÀ ESERCIZI ALL'INGROSSO - 2014

Regioni	Numero esercizi /1000 abitanti
PIEMONTE	3,7
V.D'AOSTA	2,1
LOMBARDIA	4,6
P.A.BOLZANO	4,4
P.A.TRENTO	2,9
VENETO	4,2
FRIULI V. G.	3,4
LIGURIA	3,4
EMILIA R.	4,1
TOSCANA	4,3
UMBRIA	3,3
MARCHE	4,0
LAZIO	3,5
ABRUZZI	3,3
MOLISE	3,3
CAMPANIA	6,5
PUGLIA	3,5
BASILICATA	3,0
CALABRIA	3,4
SICILIA	3,4
SARDEGNA	2,8
<b>ITALIA</b>	<b>4,1</b>

persone (pari a 162.292 unità) coprono infatti il 65% del totale (in leggero aumento rispetto allo scorso anno).

Anche per il 2014 si mantengono le differenze territoriali nella diffusione delle varie forme d'impresa e accanto alla Lombardia dove le società di capitale rappresentano il 58,4% dell'intero universo regionale, in Calabria sono ancora invece le imprese individuali a superare la metà della consistenza regionale complessiva con il 52,1% (ancorché in diminuzione rispetto al 53,2% del 2013 e con un incremento delle società di capitale che coprono il 31,9% del totale delle imprese)

L'analisi per specializzazione merceologica (tav. 3) evidenzia due gruppi di prodotti che risultano particolarmente significativi per il ruolo svolto nei confronti della rete di vendita al dettaglio: i "prodotti di consumo finale" (non

Tav. 2

CONSISTENZE ESERCIZI ALL'INGROSSO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE (NUMERO ESERCIZI) - 2014

Regione	Altre forme			Imprese individuali			NS	Soc. di capitale			Soc. di persone			TOTALE
	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	TOT		TOT	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	
PIEMONTE	85	145	230	5.128	534	5.662	2	4.290	2.499	6.789	2.970	843	3.813	16.496
VALLE D'AOSTA	6	2	8	42	11	53	0	75	48	123	65	20	85	269
LOMBARDIA	199	340	539	10.944	863	11.807	1	19.435	7.742	27.177	5.666	1.313	6.979	46.503
Prov. Aut. BOLZANO	50	43	93	499	36	535	0	919	171	1.090	487	68	555	2.273
Prov. Aut. TRENTO	17	19	36	317	45	362	0	543	232	775	336	69	405	1.578
VENETO	118	195	313	5.248	494	5.742	0	8.245	2.858	11.103	3.048	628	3.676	20.834
FRIULI-VENEZIA GIULIA	39	38	77	1.185	72	1.257	0	1.633	518	2.151	623	109	732	4.217
LIGURIA	43	40	83	1.300	156	1.456	0	1.698	809	2.507	1.087	234	1.321	5.367
EMILIA-ROMAGNA	192	202	394	4.309	479	4.788	1	7.459	2.608	10.067	2.542	468	3.010	18.260
TOSCANA	93	92	185	4.381	466	4.847	0	5.924	2.319	8.243	2.255	497	2.752	16.027
UMBRIA	16	19	35	834	82	916	0	1.040	389	1.429	424	109	533	2.913
MARCHE	59	59	118	1.711	232	1.943	0	2.282	795	3.077	839	191	1.030	6.168
LAZIO	151	104	255	7.044	534	7.578	1	7.963	2.990	10.953	1.627	409	2.036	20.823
ABRUZZO	33	19	52	1.325	210	1.535	0	1.316	669	1.985	662	219	881	4.453
MOLISE	13	8	21	341	60	401	0	295	160	455	111	40	151	1.028
CAMPANIA	203	79	282	14.651	1.068	15.719	1	10.104	3.917	14.021	6.938	941	7.879	37.902
PUGLIA	147	50	197	5.359	704	6.063	0	4.885	1.462	6.347	1.303	284	1.587	14.194
BASILICATA	44	14	58	592	138	730	0	493	191	684	209	69	278	1.750
CALABRIA	112	26	138	2.973	559	3.532	0	1.577	583	2.160	785	160	945	6.775
SICILIA	443	101	544	6.387	969	7.356	1	5.328	1.537	6.865	2.224	418	2.642	17.408
SARDEGNA	65	40	105	1.279	247	1.526	1	1.388	652	2.040	730	231	961	4.633
<b>TOTALE</b>	<b>2.128</b>	<b>1.635</b>	<b>3.763</b>	<b>75.849</b>	<b>7.959</b>	<b>83.808</b>	<b>8</b>	<b>86.892</b>	<b>33.149</b>	<b>120.041</b>	<b>34.931</b>	<b>7.320</b>	<b>42.251</b>	<b>249.871</b>

Tav. 2a

CONSISTENZE ESERCIZI ALL' INGROSSO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE (PERCENTUALI) 2014

Regione	Altre forme			Imprese individuali			NS	Soc. di capitale			Soc. di persone			TOTALE
	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	TOT	TOT	Sede	U.I.	TOT	Sede	U.I.	TOT	Sede + U.L
PIEMONTE	0,5	0,9	1,4	31,1	3,2	34,3	0	26,0	15,1	41,2	18,0	5,1	23,1	100,0
VALLE D'AOSTA	2,2	0,7	3,0	15,6	4,1	19,7	-	27,9	17,8	45,7	24,2	7,4	31,6	100,0
LOMBARDIA	0,4	0,7	1,2	23,5	1,9	25,4	0	41,8	16,6	58,4	12,2	2,8	15,0	100,0
Prov. Aut. BOLZANO	2,2	1,9	4,1	22,0	1,6	23,5	-	40,4	7,5	48,0	21,4	3,0	24,4	100,0
Prov. Aut. TRENTO	1,1	1,2	2,3	20,1	2,9	22,9	-	34,4	14,7	49,1	21,3	4,4	25,7	100,0
VENETO	0,6	0,9	1,5	25,2	2,4	27,6	-	39,6	13,7	53,3	14,6	3,0	17,6	100,0
FRIULI-VENEZIA GIULIA	0,9	0,9	1,8	28,1	1,7	29,8	-	38,7	12,3	51,0	14,8	2,6	17,4	100,0
LIGURIA	0,8	0,7	1,5	24,2	2,9	27,1	-	31,6	15,1	46,7	20,3	4,4	24,6	100,0
EMILIA-ROMAGNA	1,1	1,1	2,2	23,6	2,6	26,2	0	40,8	14,3	55,1	13,9	2,6	16,5	100,0
TOSCANA	0,6	0,6	1,2	27,3	2,9	30,2	-	37,0	14,5	51,4	14,1	3,1	17,2	100,0
UMBRIA	0,5	0,7	1,2	28,6	2,8	31,4	-	35,7	13,4	49,1	14,6	3,7	18,3	100,0
MARCHE	1,0	1,0	1,9	27,7	3,8	31,5	-	37,0	12,9	49,9	13,6	3,1	16,7	100,0
LAZIO	0,7	0,5	1,2	33,8	2,6	36,4	0	38,2	14,4	52,6	7,8	2,0	9,8	100,0
ABRUZZO	0,7	0,4	1,2	29,8	4,7	34,5	-	29,6	15,0	44,6	14,9	4,9	19,8	100,0
MOLISE	1,3	0,8	2,0	33,2	5,8	39,0	-	28,7	15,6	44,3	10,8	3,9	14,7	100,0
CAMPANIA	0,5	0,2	0,7	38,7	2,8	41,5	0	26,7	10,3	37,0	18,3	2,5	20,8	100,0
PUGLIA	1,0	0,4	1,4	37,8	5,0	42,7	-	34,4	10,3	44,7	9,2	2,0	11,2	100,0
BASILICATA	2,5	0,8	3,3	33,8	7,9	41,7	-	28,2	10,9	39,1	11,9	3,9	15,9	100,0
CALABRIA	1,7	0,4	2,0	43,9	8,3	52,1	-	23,3	8,6	31,9	11,6	2,4	13,9	100,0
SICILIA	2,5	0,6	3,1	36,7	5,6	42,3	0	30,6	8,8	39,4	12,8	2,4	15,2	100,0
SARDEGNA	1,4	0,9	2,3	27,6	5,3	32,9	0	30,0	14,1	44,0	15,8	5,0	20,7	100,0
<b>TOTALE</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>1,5</b>	<b>30,4</b>	<b>3,2</b>	<b>33,5</b>	<b>0</b>	<b>34,8</b>	<b>13,3</b>	<b>48,0</b>	<b>14,0</b>	<b>2,9</b>	<b>16,9</b>	<b>100,0</b>

alimentare) e i “prodotti alimentari, bevande e tabacco”. Il primo è senz'altro il più significativo con un peso pari al 35,5% sul totale (in diminuzione rispetto al 2013), con 88.825 posizioni tra le quali particolare rilevanza rivestono le categorie di “abbigliamento e calzature” con 24.974 unità, “mobili, articoli per la casa e ferramenta”, con 10.931 unità e “altri prodotti per uso domestico”, categoria residuale con 19.148 posizioni.

Analizzando il gruppo degli alimentari, con una consistenza di 49.973 esercizi ed un peso che raggiunge quest'anno il 20%, la specializzazione merceologica che presenta il maggior numero di attività è quella relativa a frutta e ortaggi, con 12.699 unità, cui segue il “despecializzato alimentare”, con 11.098 posizioni.

Ancora di un certo rilievo, tra le categorie non direttamente connesse con l'attività di vendita al dettaglio, il gruppo “prodotti intermedi non agricoli”, con 53.589 unità complessive e il gruppo “macchinari e attrezzature” con 39.129 esercizi.

Vale la pena infine di rimarcare che la leggera crescita registrata per il settore

Tav. 3

CONSISTENZE INGROSSO PER SPECIALIZZAZIONE - ANNO 2014 E CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

Specializzazione		Anno 2014			Anno 2013			Variazione %		
		Sede	U. L.	Tot	Sede	U. L.	Tot	Sede	U. L.	Tot
<b>Altri prodotti Totale</b>		<b>5.845</b>	<b>1.448</b>	<b>7.293</b>	<b>5.226</b>	<b>1.382</b>	<b>6.608</b>	<b>11,8</b>	<b>4,8</b>	<b>10,4</b>
Altri prodotti di consumo finale	Altri prodotti per uso domestico	15.909	3.239	19.148	15.986	3.274	19.260	-0,5	-1,1	-0,6
	Articoli di porcellana e di vetro, carte da parati e prodotti per la pulizia	3.793	824	4.617	3.769	795	4.564	0,6	3,6	1,2
	Capi di abbigliamento e di calzature	20.621	4.353	24.974	20.543	4.363	24.906	0,4	-0,2	0,3
	Elettrodomestici, apparecchi radio e televisori	4.744	1.176	5.920	4.840	1.201	6.041	-2,0	-2,1	-2,0
	Mobili, articoli per la casa, ferramenta	8.264	2.667	10.931	8.470	2.727	11.197	-2,4	-2,2	-2,4
	Non specificato	1.037	163	1.200	1.064	170	1.234	-2,5	-4,1	-2,8
	Orologi e gioielli	3.272	1.417	4.689	3.404	1.698	5.102	-3,9	-16,5	-8,1
	Prodotti farmaceutici	5.482	1.660	7.142	5.447	1.570	7.017	0,6	5,7	1,8
	Prodotti tessili	4.146	1.020	5.166	4.181	1.008	5.189	-0,8	1,2	-0,4
Profumi e cosmetici	4.007	1.031	5.038	4.004	997	5.001	0,1	3,4	0,7	
<b>Altri prodotti di consumo finale Totale</b>		<b>71.275</b>	<b>17.550</b>	<b>88.825</b>	<b>71.708</b>	<b>17.803</b>	<b>89.511</b>	<b>-0,6</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,8</b>
Macchinari e attrezzature	Altre macchine e attrezzature per industria, commercio e navigazione	12.393	2.900	15.293	12.546	2.885	15.431	-1,2	0,5	-0,9
	Macchine per industria tessile, macchine per cucire e per maglieria	598	118	716	602	113	715	-0,7	4,4	0,1
	Macchine per la costruzione	1.162	339	1.501	1.169	357	1.526	-0,6	-5,0	-1,6
	Macchine utensili	2.229	407	2.636	2.213	397	2.610	0,7	2,5	1,0
	Macchine, accessori e utensili agricoli, inclusi i trattori	2.232	514	2.746	2.307	530	2.837	-3,3	-3,0	-3,2
	Macchine, mobili e attrezzature per uffici e negozi	2.956	590	3.546	2.921	590	3.511	1,2	0,0	1,0
	Non specificato	2.488	562	3.050	2.699	586	3.285	-7,8	-4,1	-7,2
Pc, apparecchiature informatiche ed elettroniche	7.664	1.977	9.641	7.607	1.894	9.501	0,7	4,4	1,5	
<b>Macchinari e attrezzature Totale</b>		<b>31.722</b>	<b>7.407</b>	<b>39.129</b>	<b>32.064</b>	<b>7.352</b>	<b>39.416</b>	<b>-1,1</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,7</b>
Materie prime agricole e animali vivi	Animali vivi	2.051	356	2.407	2.093	352	2.445	-2,0	1,1	-1,6
	Cereali, tabacco grezzo, sementi e alimenti per il bestiame	3.073	931	4.004	3.095	915	4.010	-0,7	1,7	-0,1
	Fiori e piante	2.208	472	2.680	2.267	499	2.766	-2,6	-5,4	-3,1
	Non specificato	35	7	42	38	6	44	-7,9	16,7	-4,5
	Pelli, anche per pellicceria, e cuoio	1.604	325	1.929	1.593	313	1.906	0,7	3,8	1,2
<b>Materie prime agricole e animali vivi Totale</b>		<b>8.971</b>	<b>2.091</b>	<b>11.062</b>	<b>9.086</b>	<b>2.085</b>	<b>11.171</b>	<b>-1,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,0</b>
Prodotti alimentari, bevande, tabacco	Altri prodotti alimentari, inclusi i pesci, crostacei e molluschi	5.875	1.131	7.006	5.319	1.064	6.383	10,5	6,3	9,8
	Bevande alcoliche e altre bevande	5.168	1.137	6.305	4.933	1.073	6.006	4,8	6,0	5,0
	Caffe, the, cacao e spezie	1.266	221	1.487	1.203	195	1.398	5,2	13,3	6,4
	Carne e prodotti di salumeria	3.177	782	3.959	3.139	741	3.880	1,2	5,5	2,0
	Despecializzato di prodotti alimentari, bevande e tabacco	8.658	2.440	11.098	8.843	2.354	11.197	-2,1	3,7	-0,9
	Frutta e ortaggi	10.583	2.116	12.699	10.704	2.062	12.766	-1,1	2,6	-0,5
	Non specificato	1.064	250	1.314	1.109	245	1.354	-4,1	2,0	-3,0
	Prodotti lattiero-caseari, uova, oli e grassi commestibili	3.333	482	3.815	3.241	459	3.700	2,8	5,0	3,1
	Tabacco e prodotti derivati	161	150	311	176	151	327	-8,5	-0,7	-4,9
Zucchero, cioccolato e dolci	1.727	252	1.979	1.699	244	1.943	1,6	3,3	1,9	
<b>Prodotti alimentari, bevande, tabacco Totale</b>		<b>41.012</b>	<b>8.961</b>	<b>49.973</b>	<b>40.366</b>	<b>8.588</b>	<b>48.954</b>	<b>1,6</b>	<b>4,3</b>	<b>2,1</b>
Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami	Altri prodotti intermedi	3.307	794	4.101	3.262	711	3.973	1,4	11,7	3,2
	Articoli in ferro, apparecchi e accessori per impianti idraulici e di riscaldamento	6.441	2.176	8.617	6.456	2.125	8.581	-0,2	2,4	0,4
	Combustibili solidi, liquidi, gassosi e prodotti derivati	3.038	1.185	4.223	3.000	1.155	4.155	1,3	2,6	1,6
	Legname e materiale da costruzione, vetropiano, vernici e colori	17.568	5.063	22.631	17.636	5.011	22.647	-0,4	1,0	-0,1
	Metalli e minerali metalliferi	3.814	1.739	5.553	3.860	2.144	6.004	-1,2	-18,9	-7,5
	Non specificato	161	31	192	166	30	196	-3,0	3,3	-2,0
	Prodotti chimici	3.349	1.103	4.452	3.396	1.055	4.451	-1,4	4,5	0,0
	Rottami e cascami	3.304	516	3.820	3.235	508	3.743	2,1	1,6	2,1
<b>Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami Totale</b>		<b>40.982</b>	<b>12.607</b>	<b>53.589</b>	<b>41.011</b>	<b>12.739</b>	<b>53.750</b>	<b>-0,1</b>	<b>-1,0</b>	<b>-0,3</b>
<b>Totale generale</b>		<b>199.807</b>	<b>50.064</b>	<b>249.871</b>	<b>199.461</b>	<b>49.949</b>	<b>249.410</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>

Tav. 3 a

ESERCIZI ALL'INGROSSO: RIEPILOGO PER GRUPPI MERCEOLOGICI (NUMERO ESERCIZI) - 2014 E CONFRONTO CON L'ANNO PRECEDENTE

GRUPPI MERCEOLOGICI	CONSISTENZE 2013			CONSISTENZE 2014			VARIAZIONE		
	Sede	U. L.	Totale	Sede	U. L.	Totale	Sede	U. L.	Totale
Altri prodotti Totale	5.226	1.382	6.608	5.845	1.448	7.293	11,8	4,8	10,4
Altri prodotti di consumo finale	71.708	17.803	89.511	71.275	17.550	88.825	-0,6	-1,4	-0,8
Macchinari e attrezzature	32.064	7.352	39.416	31.722	7.407	39.129	-1,1	0,7	-0,7
Materie prime agricole e animali vivi	9.086	2.085	11.171	8.971	2.091	11.062	-1,3	0,3	-1,0
Prodotti alimentari, bevande, tabacco	40.366	8.588	48.954	41.012	8.961	49.973	1,6	4,3	2,1
Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami	41.011	12.739	53.750	40.982	12.607	53.589	-0,1	-1,0	-0,3
<b>Totale generale</b>	<b>199.461</b>	<b>49.949</b>	<b>249.410</b>	<b>199.807</b>	<b>50.064</b>	<b>249.871</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>

del commercio all'ingrosso proviene da un punto di vista della composizione merceologica dai soli settori dei "prodotti alimentari, bevande e tabacco" e dagli "altri prodotti", essendo negativo viceversa il contributo delle altre specializzazioni.

## 1.2 Intermediari

Il numero degli intermediari del commercio ha registrato tra il 2013 ed il 2014 una diminuzione pari a -0,7% arrivando a contare 239.407 entità. Le attività sono concentrate quasi esclusivamente nella sede di impresa (234.212), rappresentando le 5.195 posizioni localizzate in unità locali soltanto il 2% del totale.

Dal punto di vista territoriale il numero maggiore di attività lo si riscontra in Lom-

Tav. 4

CONSISTENZE: INTERMEDIARI PER REGIONE E SEDE/UNITÀ LOCALE - CONFRONTO ANNUALE

Regione	Anno 2013			Anno 2014			VARIAZIONE		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	19.559	508	20.067	19.084	498	19.582	-2,4	-2,0	-2,4
VALLE D'AOSTA	245	4	249	227	3	230	-7,3	-25,0	-7,6
LOMBARDIA	39.917	1.194	41.111	39.567	1.167	40.734	-0,9	-2,3	-0,9
Prov. Aut. BOLZANO	1.701	26	1.727	1.709	26	1.735	0,5	0,0	0,5
Prov. Aut. TRENTO	1.756	16	1.772	1.743	17	1.760	-0,7	6,3	-0,7
VENETO	25.190	600	25.790	24.974	614	25.588	-0,9	2,3	-0,8
FRIULI-VENEZIA GIULIA	4.729	92	4.821	4.572	85	4.657	-3,3	-7,6	-3,4
LIGURIA	6.357	161	6.518	6.309	168	6.477	-0,8	4,3	-0,6
EMILIA-ROMAGNA	22.012	467	22.479	21.638	442	22.080	-1,7	-5,4	-1,8
TOSCANA	18.799	558	19.357	18.640	546	19.186	-0,8	-2,2	-0,9
UMBRIA	4.169	62	4.231	4.140	66	4.206	-0,7	6,5	-0,6
MARCHE	8.697	180	8.877	8.681	189	8.870	-0,2	5,0	-0,1
LAZIO	19.609	349	19.958	19.961	356	20.317	1,8	2,0	1,8
ABRUZZO	5.767	128	5.895	5.714	130	5.844	-0,9	1,6	-0,9
MOLISE	708	14	722	691	13	704	-2,4	-7,1	-2,5
CAMPANIA	16.855	277	17.132	16.957	291	17.248	0,6	5,1	0,7
PUGLIA	13.287	201	13.488	13.276	197	13.473	-0,1	-2,0	-0,1
BASILICATA	1.306	22	1.328	1.251	24	1.275	-4,2	9,1	-4,0
CALABRIA	5.736	79	5.815	5.719	92	5.811	-0,3	16,5	-0,1
SICILIA	14.229	184	14.413	14.024	182	14.206	-1,4	-1,1	-1,4
SARDEGNA	5.366	84	5.450	5.335	89	5.424	-0,6	6,0	-0,5
<b>TOTALE</b>	<b>235.994</b>	<b>5.206</b>	<b>241.200</b>	<b>234.212</b>	<b>5.195</b>	<b>239.407</b>	<b>-0,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,7</b>

bardia (40.734 unità), seguita a distanza da Veneto ed Emilia Romagna (25.588 e 22.080 rispettivamente). Inoltre, solo nella P.A. Bolzano(+0,5%), Lazio (+1,8%) e Campania (+0,7%) si è registrato un incremento delle entità degli intermediari in controtendenza rispetto al risultato nazionale complessivo.

Tav 4a

DENSITA' INTERMEDIARI ANNO 2014

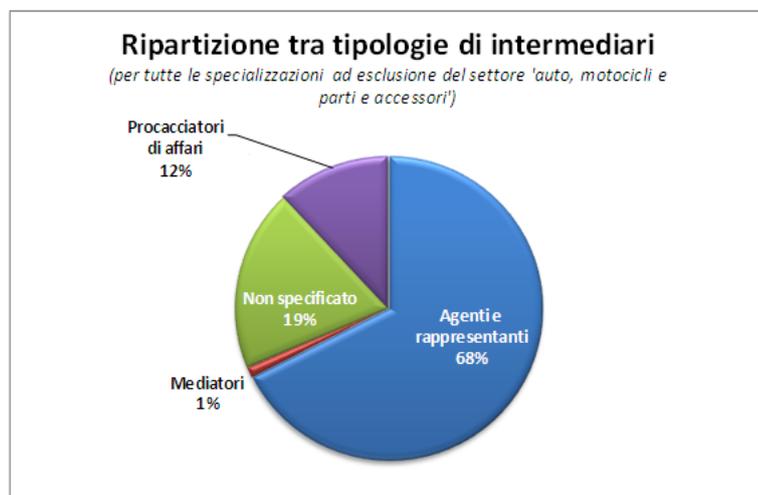
Regioni	Num. Esercizi/1.000 abitanti
PIEMONTE	4,4
V.D'AOSTA	1,8
LOMBARDIA	4,1
P.A.BOLZANO	3,3
P.A.TRENTO	3,3
VENETO	5,2
FRIULI VENEZIA GIULIA	3,8
LIGURIA	4,1
EMILIA ROMAGNA	5,0
TOSCANA	5,1
UMBRIA	4,7
MARCHE	5,7
LAZIO	3,4
ABRUZZI	4,4
MOLISE	2,2
CAMPANIA	2,9
PUGLIA	3,3
BASILICATA	2,2
CALABRIA	2,9
SICILIA	2,8
SARDEGNA	3,3
<b>ITALIA</b>	<b>3,9</b>

La densità territoriale risulta pari a 3,9 attività ogni mille abitanti (non dissimile da quella dell'anno scorso, pari a 4,0) con differenziazioni territoriali abbastanza consistenti, che vanno dai 5,7 esercizi nelle Marche ai 1,8 della Valle d'Aosta.

Resta sostanzialmente invariata rispetto agli anni passati anche la forma costitutiva di impresa, rappresentata nella grande maggioranza dei casi da imprese individuali (85,9%, pari a 205.685 soggetti, in leggera diminuzione rispetto allo scorso anno); le società di persone costituiscono l'8,2 % del totale e le società di capitale, seppure in crescita, soltanto il 5,1% (tav. 5 e 5 a).

Come negli anni scorsi, esaminando le principali merceologie trattate dagli intermediari, se ne individua anche la tipologia di figura professionale prevalente: dalla tav. 6 infatti si possono rilevare, per ciascuna merceologia, le professionalità utilizzate con maggiore frequenza, laddove specificato, tra agenti e rappresentanti, mediatori, procacciatori d'affari.

GRAFICO N. 1 - RIPARTIZIONE TRA TIPOLOGIE DI INTERMEDIARI



Si evidenzia innanzitutto che la figura più utilizzata è quella del rappresentante che contabilizza 155.450 posizioni che pesa per il 68% sul totale. Infatti, per tutte le specifiche merceologiche, la qualifica di "agente e rappresentante" presenta il massimo valore relativo.

Tav. 5

**CONSISTENZE INTERMEDIARI DEL COMMERCIO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE (NUMERO ESERCIZI) - 2014**

Regione	Altre forme	Imprese individuali	Non specificato	Soc. capitale	Soc. persone	Totale
PIEMONTE	61	17.182	124	687	1.528	19.582
VALLE D'AOSTA	0	202	4	14	10	230
LOMBARDIA	199	35.052	125	2.414	2.944	40.734
Prov. Autonoma BOLZANO	12	1.436	5	78	204	1.735
Prov. Autonoma TRENTO	11	1.528	15	52	154	1.760
VENETO	96	21.695	58	1.278	2.461	25.588
FRIULI-VENEZIA GIULIA	20	4.091	10	180	356	4.657
LIGURIA	28	5.593	15	267	574	6.477
EMILIA-ROMAGNA	183	18.819	91	1.213	1.774	22.080
TOSCANA	98	16.372	37	989	1.690	19.186
UMBRIA	42	3.644	7	153	360	4.206
MARCHE	49	7.666	23	372	760	8.870
LAZIO	70	17.704	48	1.365	1.130	20.317
ABRUZZO	16	5.112	9	241	466	5.844
MOLISE	6	633	1	32	32	704
CAMPANIA	54	13.867	32	1.055	2.240	17.248
PUGLIA	53	11.811	51	631	927	13.473
BASILICATA	14	1.138	4	57	62	1.275
CALABRIA	5	5.172	17	228	389	5.811
SICILIA	77	12.315	26	672	1.116	14.206
SARDEGNA	22	4.653	25	278	446	5.424
<b>TOTALE</b>	<b>1.116</b>	<b>205.685</b>	<b>727</b>	<b>12.256</b>	<b>19.623</b>	<b>239.407</b>

Tav. 5 a

**CONSISTENZE INTERMEDIARI DEL COMMERCIO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE (PERCENTUALI) - 2014**

Regione	Altre forme	Imprese individuali	Non specificato	Soc. capitale	Soc. persone	Totale
PIEMONTE	0,3	87,7	0,6	3,5	7,8	100,0
VALLE D'AOSTA	0,0	87,8	1,7	6,1	4,3	100,0
LOMBARDIA	0,5	86,1	0,3	5,9	7,2	100,0
Prov. Aut. BOLZANO	0,7	82,8	0,3	4,5	11,8	100,0
Prov. Aut. TRENTO	0,6	86,8	0,9	3,0	8,8	100,0
VENETO	0,4	84,8	0,2	5,0	9,6	100,0
FRIULI-VENEZIA GIULIA	0,4	87,8	0,2	3,9	7,6	100,0
LIGURIA	0,4	86,4	0,2	4,1	8,9	100,0
EMILIA-ROMAGNA	0,8	85,2	0,4	5,5	8,0	100,0
TOSCANA	0,5	85,3	0,2	5,2	8,8	100,0
UMBRIA	1,0	86,6	0,2	3,6	8,6	100,0
MARCHE	0,6	86,4	0,3	4,2	8,6	100,0
LAZIO	0,3	87,1	0,2	6,7	5,6	100,0
ABRUZZO	0,3	87,5	0,2	4,1	8,0	100,0
MOLISE	0,9	89,9	0,1	4,5	4,5	100,0
CAMPANIA	0,3	80,4	0,2	6,1	13,0	100,0
PUGLIA	0,4	87,7	0,4	4,7	6,9	100,0
BASILICATA	1,1	89,3	0,3	4,5	4,9	100,0
CALABRIA	0,1	89,0	0,3	3,9	6,7	100,0
SICILIA	0,5	86,7	0,2	4,7	7,9	100,0
SARDEGNA	0,4	85,8	0,5	5,1	8,2	100,0
<b>ITALIA</b>	<b>0,5</b>	<b>85,9</b>	<b>0,3</b>	<b>5,1</b>	<b>8,2</b>	<b>100,0</b>

Tav. 6

CONSISTENZE ESERCIZI INTERMEDIARI PER SPECIALIZZAZIONE MERCEOLOGICA (NUMERO ESERCIZI) ANNO 2014

Specializzazione		Sede	U. L.	Totale
Alimentari, bevande, tabacco	Agenti e rappresentanti	18.295	170	18.465
	Mediatori	478	11	489
	Non specificato	17.111	214	17.325
	Procacciatori di affari	3.106	34	3.140
<b>Alimentari, bevande, tabacco Totale</b>		<b>38.990</b>	<b>429</b>	<b>39.419</b>
Auto e motocicli, compresi parti e accessori	Auto e motocicli, compresi parti e accessori	8.763	517	9.280
<b>Auto e motocicli, compresi parti e accessori Totale</b>		<b>8.763</b>	<b>517</b>	<b>9.280</b>
Combustibili, minerali, metalli, prodotti chimici	Agenti e rappresentanti	6.479	185	6.664
	Mediatori	15	0	15
	Non specificato	804	36	840
	Procacciatori di affari	650	12	662
<b>Combustibili, minerali, metalli, prodotti chimici Totale</b>		<b>7.948</b>	<b>233</b>	<b>8.181</b>
Despecializzato	Agenti e rappresentanti	20.949	421	21.370
	Mediatori, gruppi di acquisto e buyer	1.202	150	1.352
	Non specificato	1.268	77	1.345
	Procacciatori di affari	12.052	169	12.221
<b>Despecializzato Totale</b>		<b>35.471</b>	<b>817</b>	<b>36.288</b>
Legname, materiali da costruzione	Agenti e rappresentanti	13.907	376	14.283
	Mediatori	25	0	25
	Non specificato	632	12	644
	Procacciatori di affari	1.243	16	1.259
<b>Legname, materiali da costruzione Totale</b>		<b>15.807</b>	<b>404</b>	<b>16.211</b>
Macchinari, impianti industriali, navi, aereomobili	Agenti e rappresentanti	13.764	399	14.163
	Mediatori	53	1	54
	Non specificato	978	28	1.006
	Procacciatori di affari	1.715	27	1.742
<b>Macchinari, impianti industriali, navi, aereomobili Totale</b>		<b>16.510</b>	<b>455</b>	<b>16.965</b>
Materie prime agricole, tessili, semilavorati, animali vivi	Agenti e rappresentanti	3.308	123	3.431
	Mediatori	317	17	334
	Non specificato	651	25	676
	Procacciatori di affari	535	8	543
<b>Materie prime agricole, tessili, semilavorati, animali vivi Totale</b>		<b>4.811</b>	<b>173</b>	<b>4.984</b>
Mobili, articoli per la casa, ferramenta	Agenti e rappresentanti	13.005	254	13.259
	Mediatori	25	1	26
	Non specificato	1.378	15	1.393
	Procacciatori di affari	1.124	10	1.134
<b>Mobili, articoli per la casa, ferramenta Totale</b>		<b>15.532</b>	<b>280</b>	<b>15.812</b>
Non specificato	Non specificato	7.981	122	8.103
<b>Non specificato Totale</b>		<b>7.981</b>	<b>122</b>	<b>8.103</b>
Specializzato di altri prodotti n.c.a.	Agenti e rappresentanti	50.600	903	51.503
	Mediatori	136	1	137
	Non specificato	9.787	141	9.928
	Procacciatori di affari	4.247	32	4.279
<b>Specializzato di altri prodotti n.c.a. Totale</b>		<b>64.770</b>	<b>1.077</b>	<b>65.847</b>
Tessili, abbigliamento, calzature, articoli in cuoio	Agenti e rappresentanti	11.834	478	12.312
	Mediatori	65	1	66
	Non specificato	3.476	163	3.639
	Procacciatori di affari	2.254	46	2.300
<b>Tessili, abbigliamento, calzature, articoli in cuoio Totale</b>		<b>17.629</b>	<b>688</b>	<b>18.317</b>
<b>Totale</b>	<b>Agenti e rappresentanti</b>	<b>152.141</b>	<b>3309</b>	<b>155.450</b>
	<b>Mediatori</b>	<b>2.316</b>	<b>182</b>	<b>2.498</b>
	<b>Non specificato</b>	<b>44.066</b>	<b>833</b>	<b>44.899</b>
	<b>Procacciatori di affari</b>	<b>26.926</b>	<b>354</b>	<b>27.280</b>
	<b>Auto e motocicli, compresi parti e accessori</b>	<b>8.763</b>	<b>517</b>	<b>9.280</b>
<b>Totale generale</b>		<b>234.212</b>	<b>5.195</b>	<b>239.407</b>

I procacciatori di affari registrano numeri decisamente inferiori (27.280 entità) e i mediatori si confermano come categoria marginale (peraltro in diminuzione rispetto al 2013 con 2.498 unità). Consistente, sebbene in diminuzione, continua ad essere il numero degli intermediari che non qualificano la propria appartenenza ad una particolare figura professionale, risultando la voce “non specificato” piuttosto elevata, pari a 44.899 unità.

L'ultima categoria “auto e motocicli, compresi parti e accessori” non prevede la disaggregazione per tipologia professionale, in quanto è stata estratta dalla divisione 45 della codifica ATECO2007 “commercio e riparazione auto” e inserita, per omogeneità fra gli intermediari.

Analizzando infine la consistenza delle singole specifiche merceologiche, la più numerosa risulta la classe residuale “specializzato di altri prodotti non altrove classificati”, con 65.847 posizioni (in leggera diminuzione rispetto all'anno precedente), seguita dagli “alimentari, bevande, tabacco” con 39.419 unità e dal “despecializzato” con 36.288 posizioni (con un'ulteriore crescita rispetto al 2013). Un certo rilievo assume anche il “tessile, abbigliamento”, con 18.317 attività.

Il dettaglio a livello provinciale dei dati in questione è pubblicato sul sito dell'Osservatorio nazionale sul commercio nella sezione “Download”:

[http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice\\_statistiche.htm](http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_statistiche.htm)

## Capitolo 2

# COMMERCIO E RIPARAZIONE DI AUTO E MOTOVEICOLI, ALL'INGROSSO ED AL DETTAGLIO

### 2.1 Commercio e riparazione auto

La consistenza degli esercenti attività di vendita al dettaglio e all'ingrosso di auto e motocicli, dei relativi accessori e manutenzione, risulta appena incrementata rispetto al 2013 e ammonta al 31 dicembre 2014 a 155.141 unità, di cui 132.426 localizzate nelle sedi di impresa e 22.715 in unità locali. Queste ultime costituiscono come sempre una quota molto limitata, seppur in crescita, attestandosi sul 14,6%

Tav. 1

CONSISTENZE SETTORE AUTO PER REGIONE E SEDE/UNITÀ LOCALE - CONFRONTO ANNUALE

Regione	Anno 2013			Anno 2014			VARIAZIONE		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	9.945	1.855	11.800	10.008	1.847	11.855	0,6	-0,4	0,5
VALLE D'AOSTA	240	51	291	239	49	288	-0,4	-3,9	-1,0
LOMBARDIA	18.720	3.479	22.199	19.077	3.539	22.616	1,9	1,7	1,9
Prov. Aut. BOLZANO	737	126	863	749	129	878	1,6	2,4	1,7
Prov. Aut. TRENTO	839	193	1.032	847	182	1.029	1,0	-5,7	-0,3
VENETO	9.591	1.683	11.274	9.653	1.709	11.362	0,6	1,5	0,8
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2.076	338	2.414	2.054	319	2.373	-1,1	-5,6	-1,7
LIGURIA	3.166	690	3.856	3.147	684	3.831	-0,6	-0,9	-0,6
EMILIA-ROMAGNA	9.354	1.517	10.871	9.446	1.540	10.986	1,0	1,5	1,1
TOSCANA	7.267	1.307	8.574	7.288	1.298	8.586	0,3	-0,7	0,1
UMBRIA	1.907	320	2.227	1.941	328	2.269	1,8	2,5	1,9
MARCHE	3.473	547	4.020	3.493	572	4.065	0,6	4,6	1,1
LAZIO	12.260	2.279	14.539	12.424	2.363	14.787	1,3	3,7	1,7
ABRUZZO	3.337	612	3.949	3.361	636	3.997	0,7	3,9	1,2
MOLISE	926	147	1.073	917	145	1.062	-1,0	-1,4	-1,0
CAMPANIA	14.171	2.154	16.325	14.101	2.258	16.359	-0,5	4,8	0,2
PUGLIA	10.180	1.413	11.593	10.180	1.444	11.624	0,0	2,2	0,3
BASILICATA	1.625	287	1.912	1.618	293	1.911	-0,4	2,1	-0,1
CALABRIA	5.762	977	6.739	5.730	1.032	6.762	-0,6	5,6	0,3
SICILIA	12.596	1.628	14.224	12.396	1.637	14.033	-1,6	0,6	-1,3
SARDEGNA	3.787	704	4.491	3.757	711	4.468	-0,8	1,0	-0,5
<b>TOTALE</b>	<b>131.959</b>	<b>22.307</b>	<b>154.266</b>	<b>132.426</b>	<b>22.715</b>	<b>155.141</b>	<b>0,4</b>	<b>1,8</b>	<b>0,6</b>

del totale.

In percentuale l'incremento della numerosità degli esercizi complessivi rispetto all'anno precedente è da attribuire sia alle sedi che in percentuale rappresentano +0,4%, sia al contributo significativo delle unità locali pari all'1,8%.

Le regioni che presentano il maggior numero di attività sono la Lombardia (22.616 posizioni), la Campania (16.359 unità), il Lazio (14.787 unità) e la Sicilia (14.033 unità). La densità territoriale, rispetto al numero degli abitanti, risulta in linea con quella esaminata gli anni precedenti e presenta una media territoriale di 2,6 ancora stabile rispetto al passato. Le differenziazioni territoriali rimangono abbastanza consistenti e

vanno da 3,4 esercizi nel Molise e in Calabria a 1,7 della P.A. di Bolzano.

Tav 1 a

DENSITÀ SETTORE AUTO 2014

Regioni	Esercizi per 1000 abitanti
PIEMONTE	2,7
VALLE D'AOSTA	2,2
LOMBARDIA	2,3
P.A.BOLZANO	1,7
P.A.TRENTO	1,9
VENETO	2,3
FRIULI VENEZIA GIULIA	1,9
LIGURIA	2,4
EMILIA ROMAGNA	2,5
TOSCANA	2,3
UMBRIA	2,5
MARCHE	2,6
LAZIO	2,5
ABRUZZI	3,0
MOLISE	3,4
CAMPANIA	2,8
PUGLIA	2,8
BASILICATA	3,3
CALABRIA	3,4
SICILIA	2,8
SARDEGNA	2,7
<b>TOTALE</b>	<b>2,6</b>

La forma costitutiva più utilizzata rimane, anche in questo caso, quella dell'impresa individuale, che rappresenta il 54,5% del totale (84.526 esercizi). Al secondo posto si collocano invece le società di persone che, con 35.463 unità, coprono il 22,9%, mentre alle società di capitale va il 22,1% del totale, con 33.357 unità in crescita rispetto al 2013 (tav. 2 e 2a).

L'analisi per specializzazione commerciale (tav 3) evidenzia anche quest'anno quale classe più numerosa, sebbene in decremento rispetto all'anno scorso, la "manutenzione e riparazione di autoveicoli", con 94.409 unità complessive che si distribuiscono in varie categorie: riparazioni di autoveicoli, la più numerosa, con 46.160 posizioni, seguita dalle carrozzerie (22.028 unità), elettrauto (8.114), autolavaggi (8.635), gommisti (6.817).

Segue, anche se a grande distanza, la classe "commercio di autoveicoli" con 35.748 posizioni (con un incremento di 1.620 unità rispetto al 2013), mentre gli autoricambi presenta una consistenza pari a 14.981.

Il commercio e manutenzione di ciclomotori, pari a 9.743 unità complessive (ancora in diminuzione rispetto al 2013), si distingue anch'esso in diverse categorie: le

Tav. 2

## CONSISTENZE SETTORE AUTO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE (NUMERO ESERCIZI)

Regione	Altre forme	Imprese individuali	Soc. capitale	Soc. persone	Totale generale
PIEMONTE	39	6.299	2.242	3.275	11.855
VALLE D'AOSTA	2	130	57	99	288
LOMBARDIA	66	10.406	5.793	6.351	22.616
Prov. Aut. BOLZANO	9	372	215	282	878
Prov. Aut. TRENTO	3	464	235	327	1.029
VENETO	40	5.439	2.666	3.217	11.362
FRIULI-VENEZIA GIULIA	12	1.150	508	703	2.373
LIGURIA	18	1.905	797	1.111	3.831
EMILIA-ROMAGNA	38	4.721	2.707	3.520	10.986
TOSCANA	44	3.496	2.327	2.719	8.586
UMBRIA	5	994	569	701	2.269
MARCHE	18	1.978	854	1.215	4.065
LAZIO	90	7.287	4.863	2.547	14.787
ABRUZZI	20	2.314	853	810	3.997
MOLISE	8	633	223	198	1.062
CAMPANIA	79	10.005	3.381	2.894	16.359
PUGLIA	97	7.988	1.955	1.584	11.624
BASILICATA	28	1.305	280	298	1.911
CALABRIA	14	4.998	958	792	6.762
SICILIA	133	9.889	2.119	1.892	14.033
SARDEGNA	32	2.753	755	928	4.468
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>795</b>	<b>84.526</b>	<b>34.357</b>	<b>35.463</b>	<b>155.141</b>

Tav.2 a

## CONSISTENZE SETTORE AUTO PER FORMA COSTITUTIVA E REGIONE PERCENTUALI

Regione	Altre forme	Imprese individuali	Soc. capitale	Soc. persone	Totale generale
PIEMONTE	0,3	53,1	18,9	27,6	100,0
VALLE D'AOSTA	0,7	45,1	19,8	34,4	100,0
LOMBARDIA	0,3	46,0	25,6	28,1	100,0
Prov. Aut. BOLZANO	1,0	42,4	24,5	32,1	100,0
Prov. Aut. TRENTO	0,3	45,1	22,8	31,8	100,0
VENETO	0,4	47,9	23,5	28,3	100,0
FRIULI-VENEZIA GIULIA	0,5	48,5	21,4	29,6	100,0
LIGURIA	0,5	49,7	20,8	29,0	100,0
EMILIA-ROMAGNA	0,3	43,0	24,6	32,0	100,0
TOSCANA	0,5	40,7	27,1	31,7	100,0
UMBRIA	0,2	43,8	25,1	30,9	100,0
MARCHE	0,4	48,7	21,0	29,9	100,0
LAZIO	0,6	49,3	32,9	17,2	100,0
ABRUZZO	0,5	57,9	21,3	20,3	100,0
MOLISE	0,8	59,6	21,0	18,6	100,0
CAMPANIA	0,5	61,2	20,7	17,7	100,0
PUGLIA	0,8	68,7	16,8	13,6	100,0
BASILICATA	1,5	68,3	14,7	15,6	100,0
CALABRIA	0,2	73,9	14,2	11,7	100,0
SICILIA	0,9	70,5	15,1	13,5	100,0
SARDEGNA	0,7	61,6	16,9	20,8	100,0
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>0,5</b>	<b>54,5</b>	<b>22,1</b>	<b>22,9</b>	<b>100,0</b>

Tav. 3

CONSISTENZE SETTORE AUTO PER SPECIALIZZAZIONE MERCEOLOGICA (NUMERO ESERCIZI)

Specializzazione		Sede	U. L.	Totale
Commercio di autoveicoli	Commercio di autoveicoli	26.561	9.187	35.748
<b>Commercio di autoveicoli Totale</b>		<b>26.561</b>	<b>9.187</b>	<b>35.748</b>
Commercio di parti e accessori di autoveicoli	Commercio di parti e accessori di autoveicoli	11.763	3.218	14.981
<b>Commercio di parti e accessori di autoveicoli Totale</b>		<b>11.763</b>	<b>3.218</b>	<b>14.981</b>
Commercio, manutenzione e riparazione di motocicli e relative parti ed accessori	Commercio di motocicli e ciclomotori	3.095	882	3.977
	Commercio di parti e accessori per motocicli e ciclomotori	1.051	220	1.271
	Manutenzione e riparazione di motocicli e ciclomotori compresi i pneumatici	3.990	349	4.339
	Non specificato	143	13	156
<b>Commercio, manutenzione e riparazione di motocicli e relative parti ed accessori Totale</b>		<b>8.279</b>	<b>1.464</b>	<b>9.743</b>
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	Autolavaggio e altre attività di manutenzione	6.778	1.857	8.635
	Carrozzerie per autoveicoli	20.464	1.564	22.028
	Elettrauto per autoveicoli	7.689	425	8.114
	Gommisti per autoveicoli	6.038	779	6.817
	Non specificato	2.371	284	2.655
	Riparazioni di autoveicoli	42.249	3.911	46.160
<b>Manutenzione e riparazione di autoveicoli Totale</b>		<b>85.589</b>	<b>8.820</b>	<b>94.409</b>
Non specificato	Non specificato	234	26	260
<b>Non specificato Totale</b>		<b>234</b>	<b>26</b>	<b>260</b>
<b>Totale generale</b>		<b>132.426</b>	<b>22.715</b>	<b>155.141</b>

principali riguardano il commercio vero e proprio con 3.977 posizioni e la manutenzione e riparazione con 4.339 attività.

I dati regionali e provinciali del comparto appena analizzato sono raccolti sul sito dell'Osservatorio nazionale del commercio nella sezione "Download" dedicata all'"Ingresso":

[http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice\\_statistiche.htm](http://osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it/indice_statistiche.htm).

# **INDICATORI ECONOMICI TERRITORIALI**



## Capitolo 1

# LE VENDITE AL DETTAGLIO - ANALISI REGIONALE

### 1.1 Il quadro generale

Per le vendite al dettaglio il 2014 è stato un anno ancora non favorevole. Le rilevazioni sull'andamento delle vendite confermano il commercio ancora in un contesto caratterizzato dalla rigidità della spesa delle famiglie.

Tra il 2010 ed il 2014 sembrano non arrestarsi le difficoltà del settore, con una contrazione, in termini monetari, delle vendite al dettaglio di oltre 18.000 milioni di euro.

A pesare sul cattivo andamento del comparto è l'estrema debolezza dei redditi delle famiglie, dovuta alle persistenti difficoltà sul fronte occupazionale (nell'arco del quinquennio il tasso di disoccupazione tocca nel 2013 il picco di 12,7%), e da un livello di pressione fiscale attorno al 44,0%.

In particolare, dal 2010 si registrano risparmi delle famiglie sui farmaci, oltre che su generi alimentari, giornali, libri, elettronica ed elettrodomestici.

A livello nazionale (tab. a), nel quinquennio in esame, le vendite complessive hanno subito una contrazione pari al 6,7% mentre nell'ultimo anno la flessione si attesta all'1,5%.

Attraverso l'analisi delle diverse tipologie distributive si osserva, nel corso del periodo preso in analisi, una diminuzione della grande distribuzione di oltre quattro punti percentuali a fronte di un calo dell'8,4% per i piccoli esercizi. Nell'ultimo anno tuttavia le imprese operanti su piccole superfici sembrano rallentare la discesa, -1,2% contro -1,8% per le grandi.

Tabella a) - Vendite complessive e variazioni % per categoria merceologica e forma distributiva - Anni 2010-2014

Comparti	Dati assoluti (Milioni di euro)					Variazioni %	
	2010	2011	2012	2013	2014	2014/2010	2014/2013
Gruppi merceologici							
Alimentare	125.959	125.956	125.635	122.814	120.535	-4,3	-1,9
Non alimentare	151.833	149.179	144.473	140.226	138.653	-8,7	-1,1
Totale	277.792	275.135	270.108	263.040	259.188	-6,7	-1,5
Tipologie distributive							
Grande Distribuzione	117.292	116.885	116.592	114.335	112.228	-4,3	-1,8
Altri esercizi	160.501	158.250	153.516	148.705	146.960	-8,4	-1,2
Totale	277.792	275.135	270.108	263.040	259.188	-6,7	-1,5

In ogni caso, l'andamento *meno sfavorevole* della grande distribuzione, fino al 2013, lo si può osservare anche attraverso il grafico 1 in cui sono riportate le variazioni percentuali tra il 2010 ed il 2014 e l'andamento tendenziale dell'ultimo anno.

A livello di gruppi merceologici e di tipologie distributive, si presenta nell'osservazione retrospettiva un quadro molto differenziato in relazione allo sviluppo del fatturato.

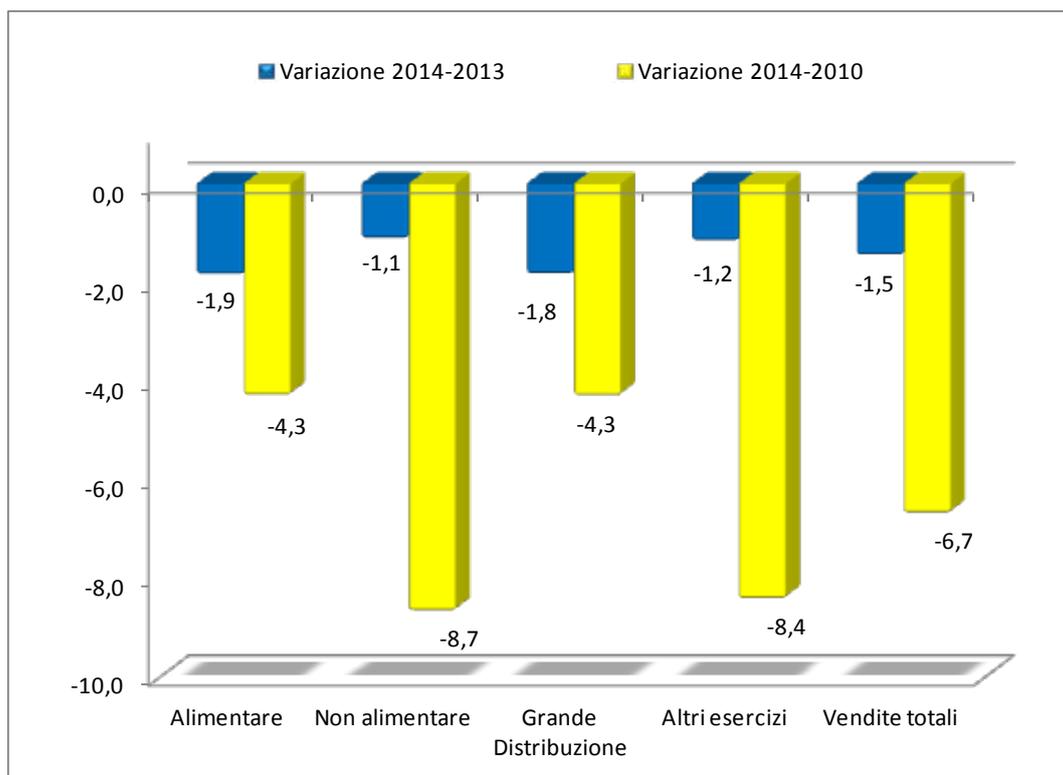
Dal punto di vista delle due principali tipologie merceologiche, si può notare un peggioramento delle condizioni economiche di molte famiglie italiane che pur di "rimanere a galla" stanno modificando le proprie abitudini ed i propri consumi.

Infatti, il dato più allarmante, indicativo della fragilità finanziaria di molti nuclei familiari, è la riduzione dei consumi alimentari che nel 2014, sebbene leggermente inferiore al -2,2% dell'anno precedente, ha registrato un -1,9%, superando la contrazione registrata nelle vendite non alimentari (-1,1%).

L'analisi complessiva dell'ultimo quinquennio mostra diminuzioni significative: -4,3% per il comparto alimentare e -8,7% per quello non alimentare.

Come accennato in precedenza, mentre nel periodo considerato le vendi-

Grafico 1 – Variazioni % delle vendite complessive per categoria merceologica e forma distributiva

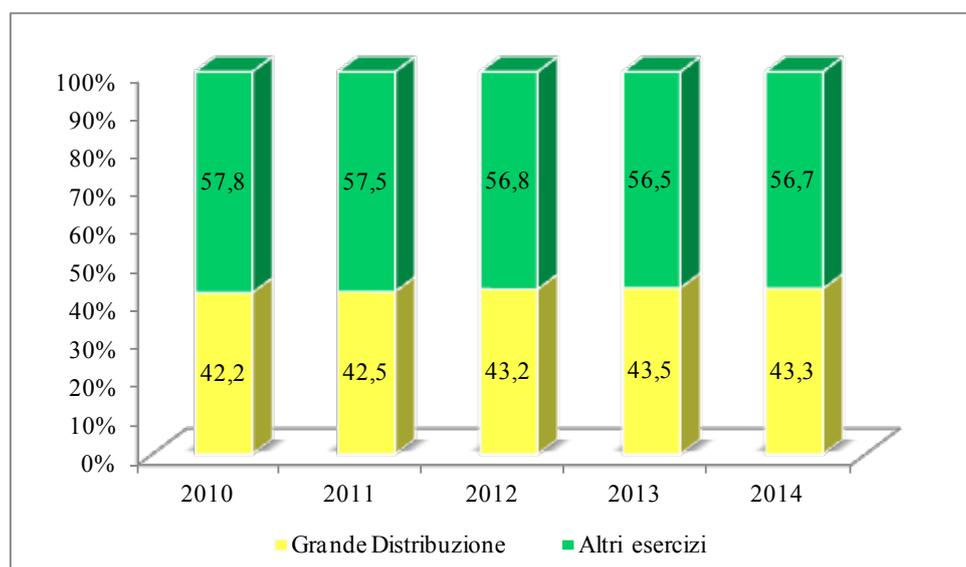


te complessive sono calate di quasi 7 punti percentuali, quelle degli esercizi della grande distribuzione sono diminuite "solo" del 4,3%, a fronte di una forte variazione negativa dell'8,4% degli altri esercizi.

La continua crescita (o minor decrescita) del fatturato degli esercizi della grande

distribuzione ha portato nel corso degli ultimi 5 anni a vedere aumentare la propria quota di mercato (graf. 2), fino ad attestarsi nel 2014 al 43,3% (con una crescita

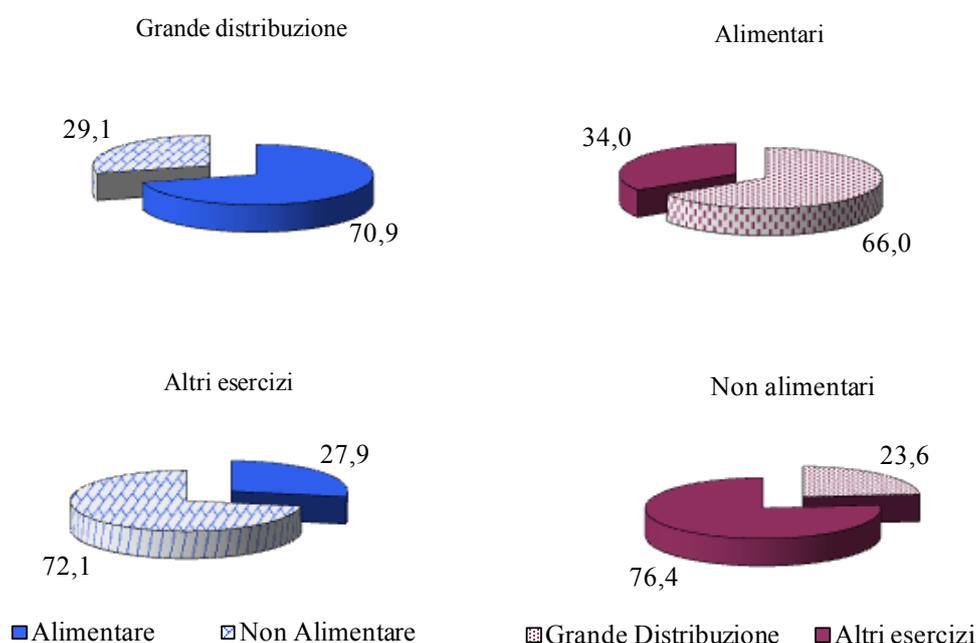
Grafico 2 – Composizione % delle vendite per forma distributiva - (Anni 2010-2014)



rispetto al 2010 di oltre un punto percentuale). La crescita del peso della grande distribuzione è stata particolarmente evidente nel corso del 2012, anno in cui è aumentata di 0,7 punti percentuali mentre nell'ultimo anno è diminuita di 0,2.

A spingere verso l'alto la quota delle vendite transitate per i canali della grande distribuzione è stato comunque il comparto alimentare, che nel 2014 assorbiva il 70,9% delle vendite complessive del settore (graf. 3), a fronte di una aliquota più

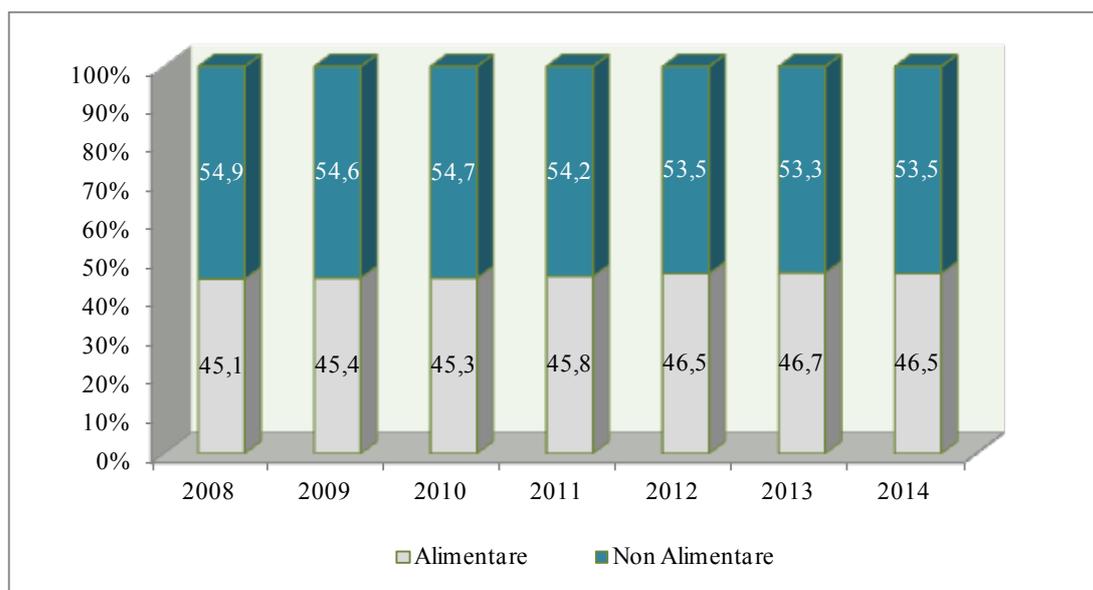
Grafico 3 – Composizione % delle vendite per gruppo merceologico e per tipologia distributiva – Anno 2014



contenuta evidenziata dalla piccola distribuzione (27,9%), che ha finora potuto difendere la sua posizione soprattutto nel comparto dei non alimentari.

Per quanto riguarda il comparto non alimentare, oltre i  $\frac{3}{4}$  delle vendite si concentra nella piccola distribuzione (76,4%), mentre per l'alimentare le percentuali della grande e della piccola distribuzione si attestano rispettivamente al 66,0% e 34,0%.

Grafico 4 – Composizione % delle vendite nel periodo 2008-2014 per categoria merceologica



L'analisi delle vendite per categorie merceologiche (graf. 4) pone in evidenza come tra il 2008 ed il 2011 sia in continuo aumento il fatturato per i generi alimentari la cui quota raggiunge, nel 2011, il 45,8% delle vendite complessive. Nel corso del 2012 tale quota cresce, sino al 46,5% per poi attestarsi nel corso del 2013 al 46,7% e nel 2014 al 46,5%.

## 1.2 La dimensione territoriale dei risultati

Osservando i dati presenti nella tabella b) si può osservare il persistere di squilibri nelle vendite registrate tra Mezzogiorno e il resto del Paese dal quale emerge che la ripartizione del Sud-Isole assorbe solo il 27,6% delle vendite "nazionali" a fronte del 72,4% del Centro-Nord.

Per quanto concerne invece il trend nel periodo considerato (2010 – 2014), da un lato la dinamica dei volumi presenta tassi di variazione negativi del 6,4% per tutto

Tabella b) -Vendite complessive e variazioni % per ripartizioni geografiche - Anni 2010-2014

Ripartizioni	Dati assoluti (Milioni di euro)					Variazioni %	
	2010	2011	2012	2013	2014	2014/2010	2014/2013
Centro-Nord	200.548	199.011	195.340	190.338	187.730	-6,4	-1,4
- Nord Ovest	82.888	82.513	81.356	79.212	78.157	-5,7	-1,3
- Nord Est	60.740	59.958	58.322	56.896	56.106	-7,6	-1,4
- Centro	56.920	56.540	55.662	54.230	53.467	-6,1	-1,4
Sud e Isole	77.244	76.124	74.769	72.701	71.459	-7,5	-1,7
ITALIA	277.792	275.135	270.108	263.040	259.188	-6,7	-1,5

il Centro-Nord, dall'altro mostra una caduta delle vendite nel Mezzogiorno pari al 7,5%.

Nel corso del 2014 il valore delle vendite totali è stato di 259.188 milioni di euro con una diminuzione tendenziale a livello nazionale, come già detto, dell'1,5%.

A livello di macro aree geografiche, la contrazione maggiore si rileva nel Mezzogiorno (-1,7%) seguito dal Nord Est e dal Centro Italia (-1,4%). L'andamento tra il 2014 ed il 2013 delle vendite al dettaglio nel Nord Ovest registra una flessione minore (1,3%).

Analizziamo adesso più in particolare le vendite nel corso del 2014 attraverso la tabella c), che fornisce la distribuzione regionale del fatturato per comparto merceologico e per tipo di esercizio.

Tabella c) - Vendite complessive per categoria merceologica, forma distributiva e regioni (milioni di euro) - anno 2014

Regioni	Alimentare			Non alimentare			Totale		
	GD	Altri es.	Totale	GD	Altri es.	Totale	GD	Altri es.	Totale
Piemonte	6.087	2.790	8.877	2.775	8.732	11.507	8.862	11.522	20.384
Valle d'Aosta	221	64	284	92	272	364	313	336	647
Lombardia	17.597	3.846	21.443	8.832	19.117	27.949	26.429	22.963	49.391
Trentino Alto Adige	1.563	367	1.930	667	2.094	2.761	2.230	2.461	4.691
Veneto	9.178	1.520	10.699	3.511	10.089	13.600	12.690	11.609	24.299
Friuli Venezia Giulia	2.048	440	2.488	865	1.915	2.779	2.912	2.355	5.267
Liguria	2.009	1.600	3.608	819	3.305	4.125	2.828	4.906	7.734
Emilia Romagna	8.444	1.915	10.359	3.075	8.415	11.490	11.519	10.330	21.849
Toscana	5.327	2.647	7.974	1.590	6.951	8.541	6.917	9.599	16.516
Umbria	1.605	509	2.113	565	1.567	2.132	2.169	2.076	4.245
Marche	2.382	950	3.332	825	2.570	3.395	3.208	3.519	6.727
Lazio	7.823	4.623	12.446	3.201	10.332	13.533	11.023	14.955	25.980
Abruzzo	2.004	632	2.635	666	1.882	2.548	2.669	2.514	5.183
Molise	290	242	532	142	555	698	432	797	1.228
Campania	3.467	6.064	9.531	1.256	8.963	10.219	4.723	15.027	19.750
Puglia	3.092	4.441	7.533	961	7.166	8.127	4.054	11.606	15.660
Basilicata	423	529	952	135	1.109	1.244	558	1.637	2.196
Calabria	1.276	1.913	3.189	711	2.589	3.300	1.986	4.503	6.489
Sicilia	3.181	4.567	7.748	1.431	6.337	7.769	4.612	10.904	15.517
Sardegna	1.500	1.363	2.863	594	1.979	2.573	2.093	3.342	5.435
Nord Ovest	25.912	8.299	34.211	12.519	31.427	43.946	38.431	39.725	78.157
Nord Est	21.234	4.243	25.477	8.117	22.512	30.629	29.351	26.755	56.106
Centro	17.136	8.729	25.865	6.180	21.421	27.602	23.318	30.149	53.467
Sud e Isole	15.232	19.749	34.982	5.896	30.581	36.477	21.128	50.331	71.459
Italia	79.515	41.020	120.535	32.713	105.940	138.653	112.228	146.960	259.188

I risultati più soddisfacenti, in termini monetari, provengono dal Nord. Con un valore totale di 49.391 milioni di euro, la Lombardia assorbe il 19,1% delle vendite dell'intero Paese. Ad essa fanno seguito il Lazio con 25.980 milioni di euro (10%), il Veneto (9,4%), l'Emilia Romagna (8,4%) ed infine il Piemonte (7,9%) tutte e tre con valori compresi tra i 20.384 e i 24.300 milioni di euro.

All'estremo opposto si collocano le tre regioni più piccole della Penisola (Basilicata, Molise e Valle d'Aosta), che nel loro insieme raccolgono appena l'1,6% delle vendite dell'intero Paese.

Rapportando le vendite complessive alla dimensione demografica e analizzando quindi le vendite pro-capite si osserva come al primo posto della relativa graduatoria ritroviamo ancora una volta la Valle d'Aosta con un livello pari a 5.041 euro, valore superiore di quasi il 20% rispetto a quello medio nazionale, pari a 4.264.

Di seguito troviamo, nell'ordine, la Lombardia e il Veneto rispettivamente con 4.945 e 4.932 euro. In fondo alla graduatoria troviamo invece Calabria e Sardegna (graf. 5) con valori pro-capite che si collocano poco al di sopra dei 3.000 euro e

Grafico 5 – Graduatoria regionale delle vendite totali in rapporto alla popolazione – Anno 2014

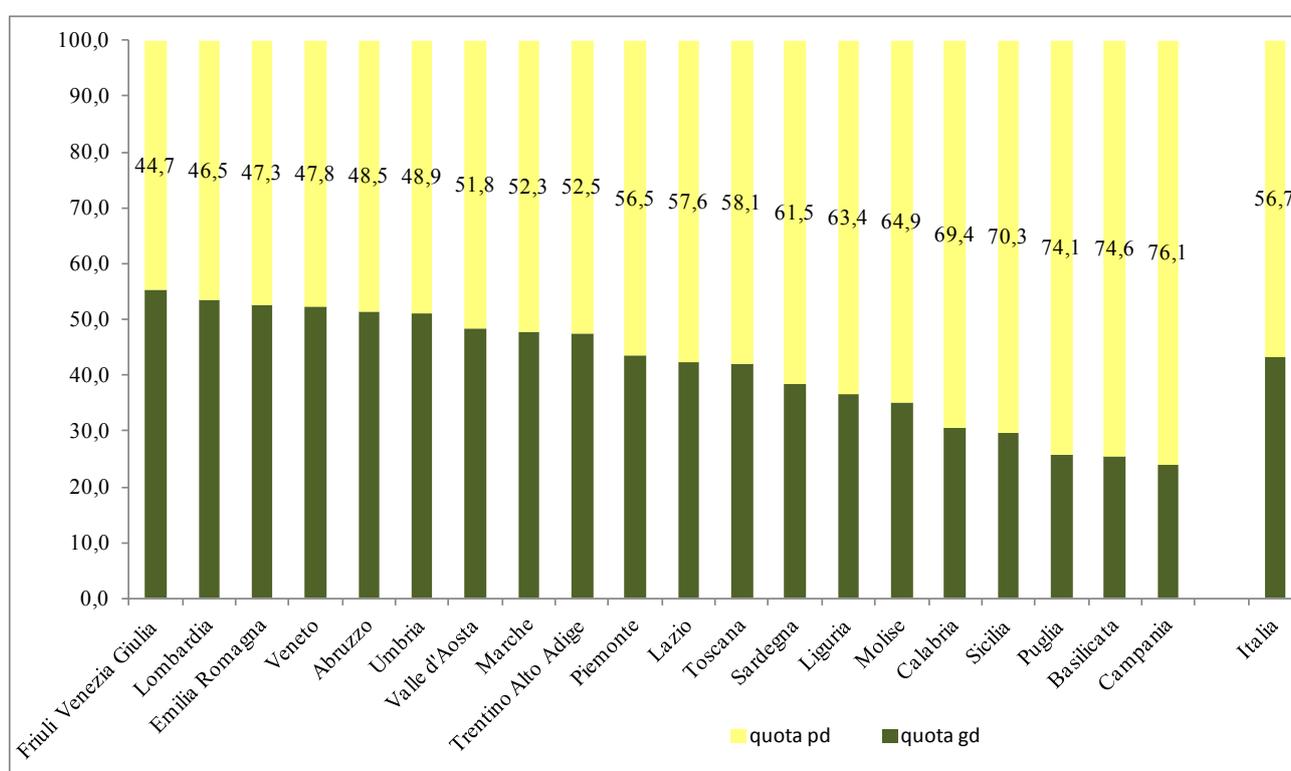


soprattutto la Sicilia con un valore medio pari a 3.046.

Per quanto riguarda le vendite per canale di distribuzione, sempre dalla tabella c), e più specificamente dal grafico 6, si evince che le regioni che spiccano sono il Friuli Venezia Giulia con un'aliquota del 55,3% riguardante la grande distribuzione e la Lombardia con una quota del 53,5%.

Tra le aree più dinamiche e innovative del Paese troviamo anche l'Emilia Romagna (52,7%) ed il Veneto (52,2%).

Grafico 6 – Distribuzione per regione della quota di vendite della grande distribuzione e degli altri esercizi – Anno 2014



Al Veneto fanno seguito l'Abruzzo con una quota pari al 51,5% e l'Umbria, con un valore pari a 51,1%.

Poco diffusa appare essere la grande distribuzione nel Mezzogiorno (29,6%, a fronte del 43,3% nazionale), in particolare in Campania la cui quota si ferma al 23,9% pari a meno della metà delle quote di Friuli Venezia Giulia e Lombardia. Particolarmente basse anche le percentuali di Puglia e Basilicata, rispettivamente 25,9% e 25,4%.

Passando poi alla distribuzione regionale delle vendite per settore merceologico (graf. 7), la percentuale più elevata delle vendite di generi non alimentari sul totale la ritroviamo in Trentino Alto Adige (58,9%), in Molise (56,8%), in Basilicata (56,7%) ed in Lombardia con una quota pari 56,6%, tutte percentuali superiori alla media nazionale pari a 53,5%.

Grafico 7 – Distribuzione regionale della quota % di vendite del comparto alimentare – Anno 2014



In posizione diametralmente opposta si collocano invece la Sicilia con un valore per i consumi non alimentari pari al 50,1%, l'Abruzzo (49,2%) e soprattutto la Sardegna la cui percentuale scende al 47,3%.

A complemento delle precedenti quote, l'aliquota nazionale destinata ai generi alimentari si attesta al 46,5%, e si osserva come per le regioni meridionali la stessa raggiunga il 49,0% mentre per il Nord diminuisca sino al 44,5% per poi risalire nel Centro Italia sino al 48,4%.

### 1.3 L'andamento tendenziale delle vendite al dettaglio

Premettendo che, in base alle linee metodologiche adottate, ogni anno vengono aggiornati e ricalcolati gli aggregati avvalendosi degli ultimi dati disponibili e che quindi le stime fornite possono risultare ogni anno riviste e aggiornate, passiamo ad analizzare l'andamento delle vendite complessive.

Per esaminarne le variazioni tendenziali, nelle tabelle seguenti, oltre ai dati 2014 (già illustrati nel paragrafo precedente), si riportano anche i dati regionali delle vendite al dettaglio per il 2012 per permettere di osservare la dinamica nel corso dell'ultimo triennio.

Tabella d) - Commercio fisso al dettaglio (alimentare e non alimentare) - vendite anno 2012

Regioni e ripartizioni	Alimentare			Non alimentare			Totale		
	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale
Piemonte	6.201	3.012	9.213	3.054	9.051	12.105	9.255	12.063	21.318
Valle d'Aosta	226	66	292	104	278	382	330	343	673
Lombardia	18.411	3.820	22.230	9.556	19.570	29.126	27.967	23.389	51.356
Trentino Alto Adige	1.583	397	1.980	696	2.186	2.882	2.280	2.583	4.862
Veneto	9.467	1.631	11.098	3.603	10.433	14.036	13.070	12.065	25.135
Friuli Venezia Giulia	2.080	514	2.595	916	1.983	2.898	2.995	2.497	5.493
Liguria	2.047	1.733	3.780	884	3.344	4.228	2.931	5.077	8.009
Emilia Romagna	8.658	2.150	10.808	3.388	8.637	12.025	12.046	10.787	22.833
Toscana	5.446	2.885	8.332	1.835	7.007	8.841	7.281	9.892	17.173
Umbria	1.681	539	2.220	572	1.631	2.203	2.253	2.170	4.423
Marche	2.447	992	3.439	788	2.778	3.566	3.236	3.770	7.006
Lazio	7.938	4.903	12.841	3.340	10.878	14.218	11.279	15.781	27.060
Abruzzo	2.071	676	2.747	724	1.926	2.650	2.795	2.602	5.398
Molise	297	247	544	157	589	746	455	836	1.291
Campania	3.462	6.590	10.052	1.350	9.234	10.583	4.812	15.824	20.635
Puglia	3.110	4.739	7.849	987	7.525	8.512	4.097	12.264	16.361
Basilicata	439	575	1.013	150	1.130	1.280	589	1.705	2.294
Calabria	1.307	2.045	3.352	755	2.672	3.426	2.061	4.717	6.778
Sicilia	3.264	4.979	8.243	1.463	6.604	8.067	4.727	11.583	16.309
Sardegna	1.540	1.467	3.007	593	2.101	2.694	2.134	3.568	5.702
Nord Ovest	26.885	8.630	35.515	13.598	32.243	45.841	40.483	40.873	81.356
Nord Est	21.789	4.693	26.481	8.603	23.239	31.841	30.391	27.931	58.322
Centro	17.513	9.319	26.832	6.536	22.293	28.829	24.049	31.612	55.662
Mezzogiorno	15.490	21.317	36.807	6.179	31.782	37.962	21.669	53.100	74.769
<b>ITALIA</b>	<b>81.677</b>	<b>43.958</b>	<b>125.635</b>	<b>34.916</b>	<b>109.558</b>	<b>144.473</b>	<b>116.592</b>	<b>153.516</b>	<b>270.108</b>

In particolare, nel periodo 2012-2014 (tabella e), si assiste ad un netto ridimensionamento delle vendite al dettaglio. Il dato nazionale subisce una forte contrazione di quattro punti percentuali, sempre in termini monetari.

Tabella e) - Commercio fisso al dettaglio (alimentare e non alimentare)  
Variazioni delle vendite nell'anno 2014 rispetto al 2012 (numeri indice - anno 2012=100)

Regioni e ripartizioni	Alimentare			Non alimentare			Totale		
	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale
Piemonte	-1,8	-7,4	-3,6	-9,1	-3,5	-4,9	-4,2	-4,5	-4,4
Valle d'Aosta	-2,4	-3,0	-2,5	-11,5	-2,1	-4,7	-5,1	-2,3	-3,8
Lombardia	-4,4	0,7	-3,5	-7,6	-2,3	-4,0	-5,5	-1,8	-3,8
Trentino Alto Adige	-1,3	-7,5	-2,5	-4,2	-4,2	-4,2	-2,2	-4,7	-3,5
Veneto	-3,0	-6,8	-3,6	-2,6	-3,3	-3,1	-2,9	-3,8	-3,3
Friuli Venezia Giulia	-1,5	-14,5	-4,1	-5,6	-3,4	-4,1	-2,8	-5,7	-4,1
Liguria	-1,9	-7,7	-4,6	-7,4	-1,2	-2,4	-3,5	-3,4	-3,4
Emilia Romagna	-2,5	-10,9	-4,2	-9,2	-2,6	-4,4	-4,4	-4,2	-4,3
Toscana	-2,2	-8,3	-4,3	-13,4	-0,8	-3,4	-5,0	-3,0	-3,8
Umbria	-4,6	-5,6	-4,8	-1,2	-3,9	-3,2	-3,7	-4,3	-4,0
Marche	-2,7	-4,3	-3,1	4,7	-7,5	-4,8	-0,9	-6,6	-4,0
Lazio	-1,5	-5,7	-3,1	-4,2	-5,0	-4,8	-2,3	-5,2	-4,0
Abruzzo	-3,2	-6,5	-4,1	-8,0	-2,3	-3,8	-4,5	-3,4	-4,0
Molise	-2,5	-2,1	-2,3	-9,6	-5,7	-6,4	-5,0	-4,7	-4,8
Campania	0,1	-8,0	-5,2	-7,0	-2,9	-3,4	-1,8	-5,0	-4,3
Puglia	-0,6	-6,3	-4,0	-2,6	-4,8	-4,5	-1,0	-5,4	-4,3
Basilicata	-3,5	-7,9	-6,1	-10,0	-1,9	-2,8	-5,2	-3,9	-4,3
Calabria	-2,4	-6,5	-4,9	-5,8	-3,1	-3,7	-3,7	-4,5	-4,3
Sicilia	-2,5	-8,3	-6,0	-2,2	-4,0	-3,7	-2,4	-5,9	-4,9
Sardegna	-2,6	-7,1	-4,8	0,2	-5,8	-4,5	-1,9	-6,3	-4,7
Nord Ovest	-3,6	-3,8	-3,7	-7,9	-2,5	-4,1	-5,1	-2,8	-3,9
Nord Est	-2,5	-9,6	-3,8	-5,6	-3,1	-3,8	-3,4	-4,2	-3,8
Centro	-2,2	-6,3	-3,6	-5,4	-3,9	-4,3	-3,0	-4,6	-3,9
Mezzogiorno	-1,7	-7,4	-5,0	-4,6	-3,8	-3,9	-2,5	-5,2	-4,4
ITALIA	-2,6	-6,7	-4,1	-6,3	-3,3	-4,0	-3,7	-4,3	-4,0

A livello territoriale i dati mostrano una contrazione molto forte nel Mezzogiorno con un -4,4% a cui fanno seguito le regioni nord-occidentali e centrali con una diminuzione del 3,9%. Una dinamica sempre negativa si osserva anche nel Nord Est, -3,8%.

La flessione nazionale è la sintesi di diminuzioni di uguale entità sia per le vendite alimentari che per quelle non alimentari, circa il 4%.

Nel settore non alimentare ci sono state rilevanti riduzioni delle vendite in tutte le zone del Paese, in particolare nel Centro (-4,3%) e nel Nord Ovest dove il fatturato mostra un calo del 4,1%. In tutto il Paese, ma in particolare nelle regioni nord-occidentali, il calo delle vendite del settore risente della negativa performance della grande distribuzione (-7,9%), così come della piccola (-2,5%).

A livello territoriale il differenziale tra i due comparti merceologici si accentua decisamente nelle aree del Mezzogiorno dove il settore alimentare diminuisce di cinque punti percentuali mentre il comparto non alimentare subisce una contrazione del 3,9%.

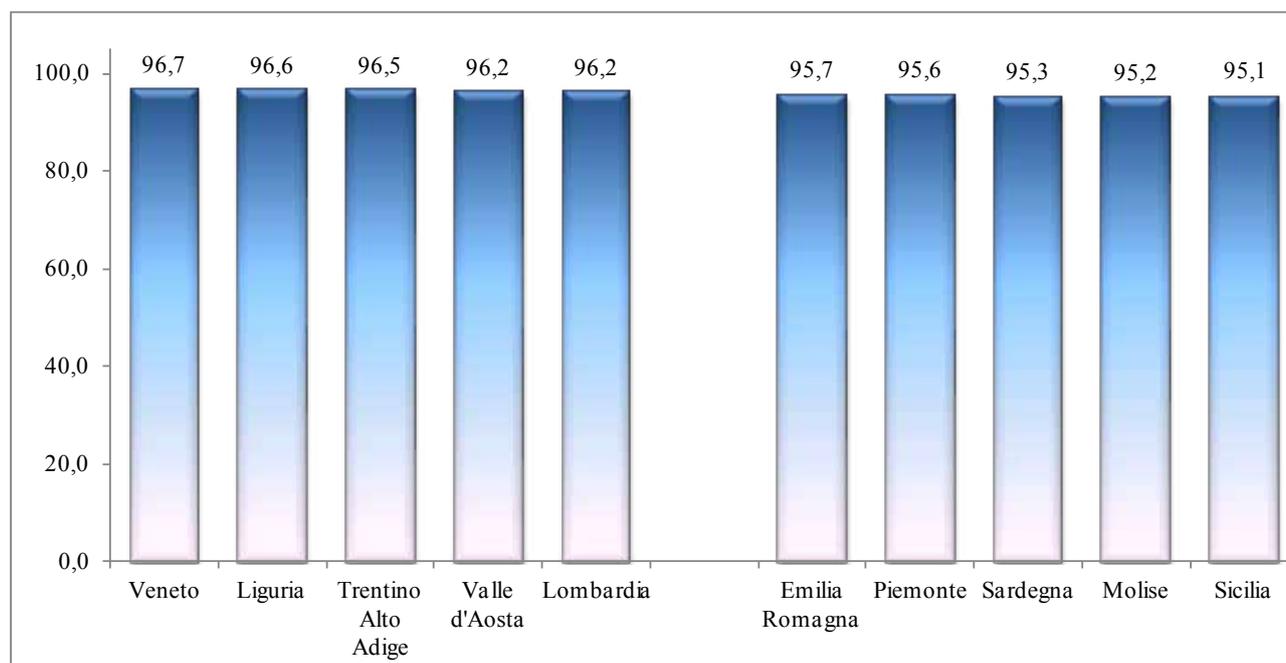
Passando all'analisi dei canali distributivi, la grande distribuzione mostra una dinamica negativa pari a 3,7 punti percentuali a fronte però di una contrazione del 4,3% per gli altri esercizi.

In particolare, il trend della grande distribuzione risulta essere particolarmente negativo nelle regioni nord-occidentali (-5,1%), mentre nelle regioni meridionali il giro d'affari dei piccoli esercizi cala soprattutto nel Mezzogiorno (-5,2%).

In particolare, all'interno del comparto si può poi notare come siano sensibilmente in calo le vendite non alimentari (-6,3%) a fronte di una diminuzione del 2,6% per quelle alimentari.

Nel grafico 8, in particolare, si riporta una "classifica" delle regioni che nel periodo di riferimento presentano decrementi maggiori e quelli di minore intensità nel triennio considerato.

Grafico 8 – Prime e ultime 5 regioni per variazioni delle vendite nel periodo 2012-2014 (numeri indici 2012=100)



Nella tabella f) vengono invece riportate le variazioni tendenziali che si sono registrate tra il 2014 ed il 2013.

Ancora non decollano i consumi: in calo le vendite al dettaglio nel 2014 dell'1,5%. In termini assoluti, infatti, le vendite complessive realizzate nel 2014 ammontano a poco più di 259.000 milioni di euro contro i circa 263.000 milioni del 2013.

Nel 2014 la congiuntura negativa ha riguardato tutte le zone del Paese indistintamente. Le flessioni, più o meno della stessa entità, riguardano soprattutto le regioni del Mezzogiorno dove si osservano cali delle vendite complessive pari all'1,7%.

Tabella f - Commercio fisso al dettaglio (alimentare e non alimentare) - variazioni tendenziali delle vendite nell'anno 2014 rispetto al 2013

Regioni e ripartizioni	Alimentare			Non alimentare			Totale		
	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale	GD	Altri esercizi	Totale
Piemonte	-1,1	-6,1	-2,7	-5,8	-0,2	-1,6	-2,6	-1,7	-2,1
Valle d'Aosta	-0,1	-4,9	-1,2	-7,1	-0,2	-1,9	-2,2	-1,1	-1,8
Lombardia	-1,3	0,5	-1,0	-2,0	-0,5	-1,0	-1,6	-0,3	-1,0
Trentino Alto Adige	-0,2	0,0	-0,2	-3,8	-1,1	-1,7	-1,3	-0,9	-1,1
Veneto	-1,8	-0,5	-1,6	-2,3	-0,2	-0,7	-1,9	-0,2	-1,1
Friuli Venezia Giulia	-1,1	-8,8	-2,5	-4,2	0,1	-1,3	-2,1	-1,7	-1,9
Liguria	0,0	-4,1	-1,8	-5,4	0,1	-1,0	-1,6	-1,3	-1,4
Emilia Romagna	-1,6	-3,1	-1,9	-1,8	-1,3	-1,4	-1,7	-1,6	-1,7
Toscana	-1,0	-4,0	-2,0	-7,7	0,8	-0,9	-2,6	-0,6	-1,4
Umbria	-2,0	-0,3	-1,6	-2,2	-0,3	-0,8	-2,1	-0,3	-1,2
Marche	-1,8	-4,2	-2,5	1,1	-1,6	-0,9	-1,1	-2,3	-1,7
Lazio	-0,6	-2,0	-1,1	-2,9	-1,2	-1,6	-1,3	-1,4	-1,4
Abruzzo	-1,2	-2,5	-1,6	-2,9	-0,5	-1,2	-1,7	-1,0	-1,4
Molise	-1,8	-3,4	-2,5	-6,0	-1,3	-2,2	-3,2	-1,9	-2,5
Campania	0,3	-3,0	-1,8	-6,5	0,4	-0,5	-1,6	-1,0	-1,1
Puglia	-0,8	-3,7	-2,5	-4,9	-0,4	-1,0	-1,7	-1,7	-1,7
Basilicata	-3,7	-3,2	-3,6	-4,9	-1,0	-1,4	-4,0	-1,8	-2,4
Calabria	-1,3	-2,4	-1,9	-2,9	-1,2	-1,5	-1,8	-1,7	-1,7
Sicilia	-0,8	-5,0	-3,3	-7,0	0,2	-1,2	-2,8	-2,0	-2,3
Sardegna	-3,0	-2,9	-2,9	-2,0	-1,0	-1,2	-2,7	-1,7	-2,1
Nord Ovest	-1,2	-2,8	-1,6	-3,1	-0,4	-1,2	-1,8	-0,9	-1,3
Nord Est	-1,5	-2,5	-1,7	-2,4	-0,6	-1,1	-1,8	-1,0	-1,4
Centro	-1,0	-2,8	-1,6	-3,6	-0,5	-1,2	-1,7	-1,2	-1,4
Mezzogiorno	-1,0	-3,6	-2,4	-5,1	-0,2	-1,0	-2,1	-1,5	-1,7
ITALIA	-1,2	-3,1	-1,9	-3,4	-0,4	-1,1	-1,8	-1,2	-1,5

L'analisi per forma distributiva, pur mostrando una dinamica negativa per entrambe i canali, mette in mostra una diminuzione su scala nazionale dell'1,8% per le vendite della grande distribuzione a fronte di una contrazione dell'1,2% per gli esercizi tradizionali.

Il differenziale tra i due canali distributivi si accentua in particolare nel Nord Ovest dove la grande distribuzione diminuisce dell'1,8% contro una flessione di poco meno di un punto percentuale per gli esercizi operanti su piccole superfici.

Sempre a livello nazionale, la distinzione tra i due grandi comparti merceologici evidenzia come il calo delle vendite complessive nel 2014 risenta sia della negativa performance del comparto non alimentare la cui diminuzione si attesta al -1,1%, che soprattutto di quella alimentare, -1,9%. Il comparto alimentare registra contrazioni di oltre un punto e mezzo percentuale in tutto il Paese, in particolare nelle regioni meridionali (-2,4%).

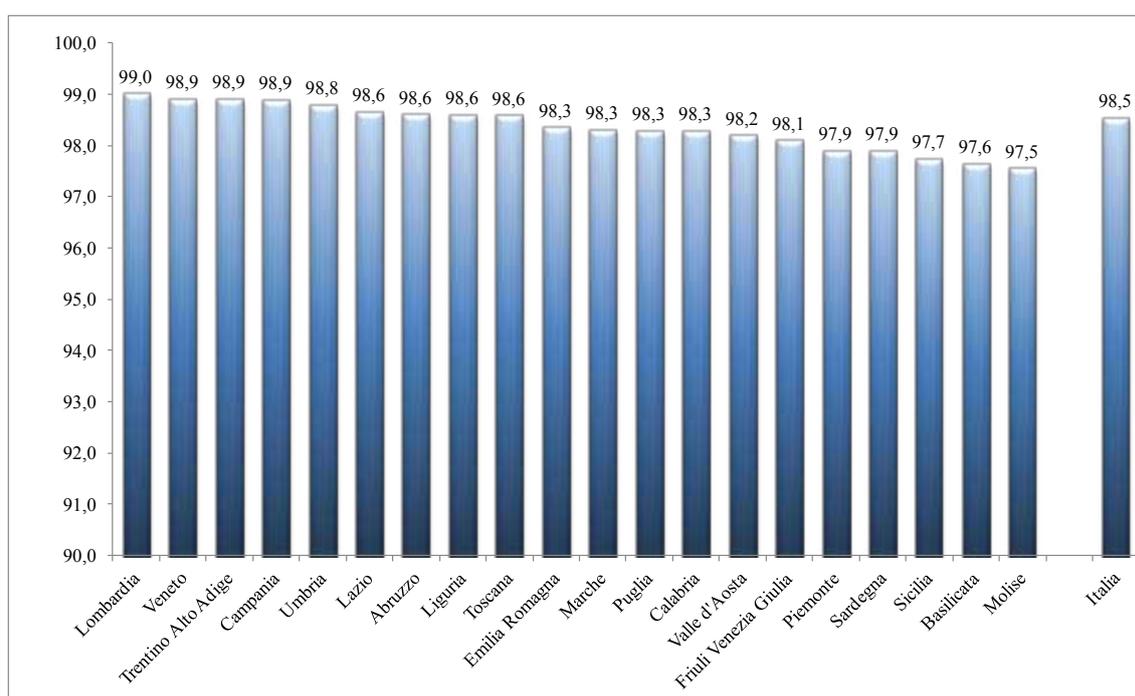
Tale flessione complessiva è la sintesi di diminuzioni dell'1,2% per le vendite della grande distribuzione e del 3,1% per quelle della piccola. Nelle regioni meridionali si registra il differenziale maggiore: -1% per vendite su grandi superfici e -3,6% per i piccoli esercizi.

Il fatturato dei prodotti non alimentari ha segnato una variazione negativa di circa l'1% in tutte le aree del Paese. Il comparto, al suo interno, presenta una flessione per le vendite transitate per la grande distribuzione, -3,4%, a fronte di una diminuzione dello 0,4% per quelle realizzate attraverso i piccoli esercizi.

In particolare, si segnala per le zone meridionali un differenziale importante tra le vendite non alimentari transitate per la grande distribuzione e quelle passate per la piccola (rispettivamente -5,1% e -0,2%).

Si riporta infine nel grafico 9 la rappresentazione delle variazioni tendenziali regionali individuate dalla tabella f), in ordine decrescente.

Grafico 9 – Graduatoria regionale per variazioni tendenziali delle vendite nel 2014 (numeri indici 2013=100)





# **GRANDE DISTRIBUZIONE**

**Organizzata**

**al 31 dicembre 2014**



## Capitolo 1

### ANALISI GENERALE

L'indagine annuale sulla GDO (Grande distribuzione organizzata) fa leva, come negli anni passati, sulla collaborazione con gli uffici di statistica delle Camere di commercio, industria e artigianato. Stante anche le modalità di effettuazione dell'indagine stessa l'anno successivo possono esserci correzioni ed una maggiore precisione dei risultati<sup>1</sup>, cosicché come consueto i risultati dell'anno sono esaminati anche in confronto agli anni precedenti.

In generale, sulla base dei risultati 2014, il settore mostra continuità nel trend positivo registrato negli anni precedenti, sia per quel che riguarda la consistenza numerica degli esercizi, sia per le superfici che per l'occupazione nel suo complesso.

Rimandando all'Appendice metodologica per l'approfondimento delle definizioni utilizzate per l'individuazione delle singole categorie, è possibile evidenziare alcuni primi risultati dai seguenti prospetti:

Tav. AG 1

#### ANALISI GENERALE - SERIE STORICA

TIPOLOGIA	AL 31 DICEMBRE 2011			AL 31 DICEMBRE 2012			AL 31 DICEMBRE 2013			AL 31 DICEMBRE 2014		
	N°	Mq	Addetti									
SUPERMERCATI	9.815	8.841.499	178.632	9.939	9.052.263	180.511	10.108	9.250.489	183.785	10.153	9.353.051	184.827
IPERMERCATI	612	3.765.977	85.669	596	3.615.238	81.725	617	3.686.439	80.449	637	3.740.004	80.783
MINIMERCATI	5.536	1.622.627	34.424	5.582	1.636.079	34.915	5.636	1.644.909	35.127	5.604	1.632.002	35.743
G. MAGAZZINI	1.806	2.494.998	30.023	1.971	2.600.016	29.710	2.067	2.674.264	30.922	2.255	2.755.346	30.455
G. S. SPECIALIZZ.	1.669	4.947.113	51.032	1.669	5.056.760	52.110	1.685	5.057.708	49.597	1.699	5.154.329	51.772
<b>TOTALE</b>	<b>19.438</b>	<b>21.672.214</b>	<b>379.780</b>	<b>19.757</b>	<b>21.960.356</b>	<b>378.971</b>	<b>20.113</b>	<b>22.313.809</b>	<b>379.880</b>	<b>20.348</b>	<b>22.634.732</b>	<b>383.580</b>

Tav. AG 2

#### ANALISI GENERALE - VARIAZIONE ANNUALE

TIPOLOGIA	Incremento 2012/2011			Incremento 2013/2012			Incremento 2014/2013		
	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti
SUPERMERCATI	1,3	2,4	1,1	1,7	2,2	1,8	0,4	1,1	0,6
IPERMERCATI	-2,6	-4,0	-4,6	3,5	2,0	-1,6	3,2	1,5	0,4
MINIMERCATI	0,8	0,8	1,4	1,0	0,5	0,6	-0,6	-0,8	1,8
GRANDI MAGAZZINI	9,1	4,2	-1,0	4,9	2,9	4,1	9,1	3,0	-1,5
GRANDI SUP. SPECIALIZZATE	0,0	2,2	2,1	1,0	0,0	-4,8	0,8	1,9	4,4
<b>TOTALE</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>

1) In particolare nel caso degli addetti nei casi in cui il dato non sia stato fornito, si è provveduto a stimarne l'entità sulla base di altre fonti. Si precisa, inoltre, che la Camera di Commercio di Agrigento non ha inviato i dati relativi al 2014, pertanto, per questa provincia sono stati inseriti quelli relativi al 2013

In termini numerici, rispetto allo scorso anno, si registra una crescita complessiva variamente articolata ad eccezione dei minimercati che registrano una leggera diminuzione in termini di consistenza e di superficie, mentre si accresce la relativa occupazione. Peraltro tale decremento non inficia la tendenza di crescita considerata su un arco di tempo più lungo. Andamento in controtendenza mostrano invece i Grandi magazzini che paiono crescere numericamente in modo significativo ed in termini di metri quadri, ma con un calo dei relativi addetti.

Crescono ancora gli ipermercati, ma non in misura sufficiente - per quanto riguarda superficie ed addetti - a colmare le riduzioni degli anni precedenti. Altro dato significativo è l'incremento del personale delle grandi superfici specializzate.

Il peso della distribuzione moderna sull'intera rete distributiva è giunto nel 2014 al 2,7% in termini di numerosità dei punti vendita ed a circa il 36% dell'intera superficie di vendita (almeno per quanto nota).

Nel corso del quadriennio si rileva una complessiva crescita di ogni tipologia di struttura, ad eccezione della superficie e degli addetti degli Ipermercati.

Un'altra tipologia commerciale che manifesta un discreto ritmo di accrescimento è quella dei Minimercati, si hanno discreti aumenti di consistenza e superficie, e di un certo rilievo degli addetti, in controtendenza rispetto ad altre tipologie. Trattasi anche in questo caso di una formula parzialmente operante in molteplici aree puntando sulla capacità di attrazione all'interno dei centri cittadini che però ha invertito la tendenza nell'ultimo anno.

Tentando una graduatoria per importanza dimensionale dei diversi formati distributivi, utilizzando come parametro la superficie complessiva di vendita, i supermercati si collocano decisamente al primo posto, con circa nove milioni mq di vendita, seguiti dalle grandi superfici specializzate, con cinque milioni di mq; al terzo posto troviamo gli ipermercati, con tre milioni e mezzo mq di vendita. Agli ultimi due posti i grandi magazzini ed i minimercati - questi ultimi strutturalmente di dimensioni più ridotte rispettivamente con 2,6 milioni e 1,6 milioni mq di vendita.

Tentando una graduatoria per importanza dimensionale dei diversi formati distributivi, utilizzando come parametro la superficie complessiva di vendita, i supermercati si collocano decisamente al primo posto, con circa nove milioni mq di vendita, seguiti dalle grandi superfici specializzate, con cinque milioni di mq; al terzo posto troviamo gli ipermercati, con tre milioni e mezzo mq di vendita. Agli ultimi due posti i grandi magazzini ed i minimercati - questi ultimi strutturalmente di dimensioni più ridotte rispettivamente con 2,6 milioni e 1,6 milioni mq di vendita.

Per analizzare invece lo sviluppo dimensionale della rete moderna attraverso un dato normalizzato con il peso demografico, è stata realizzato l'indicatore "rapporto superficie vendita per 1000 abitanti" di cui alla Tav. AG 4 nel quale si è provveduto a suddividere la superficie di vendita regionale per i rispettivi abitanti, distinguendo i due comparti alimentare e non alimentare. Si ricorda che per il settore alimentare

Tav. AG 3

ANALISI GENERALE - VARIAZIONE QUADRIENNIO

TIPOLOGIA	Incremento 2014/2011		
	N°	Mq	Addetti
SUPERMERCATI	3,4	5,8	3,5
IPERMERCATI	4,1	-0,7	-5,7
MINIMERCATI	1,2	0,6	3,8
GRANDI MAGAZZINI	24,9	10,4	1,4
GRANDI SUP. SPECIALIZZATE	1,8	4,2	1,5
<b>TOTALE</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>1,0</b>

vengono conteggiate le superfici relative a supermercati, minimercati, parte alimentare degli ipermercati; per il settore non food invece quelle relative ai grandi magazzini, alle grandi superfici specializzate, alla parte non alimentare degli ipermercati.

Il totale nazionale delle superfici di vendita risulta composto da circa 210 mq presenti nel settore alimentare e 155 mq nel non alimentare, pari a 365 mq di vendita ogni mille abitanti, con una variazione complessiva di -2,2% rispetto all'analogo valore dell'anno precedente.

La distribuzione geografica non è uniforme: l'area maggiormente dotata è l'area nord-est con un valore complessivo pari a circa 461 mq ogni mille abitanti (in decremento rispetto

al 2013), segue il nord-ovest con 450 mq per mille abitanti; quindi, a maggiore distanza l'area centrale e il meridione con valori rispettivamente pari a 309 e 274 mq ogni mille abitanti.

In tutte le aree peraltro si sono registrate diminuzioni rispetto ai valori registrati nel 2013.

Il rapporto esistente fra l'ampiezza delle superfici appartenenti ai due settori rimane sostanzialmente stabile: il non alimentare si attesta sul 42,4% a livello nazionale, la quota dell'alimentare rimane al 57,6%; le due aree geografiche che presentano le maggiori differenze sono il nord-ovest che risulta il più relativamente dotato di superfici non alimentari ed il mezzogiorno, il meno dotato.

Esaminando le singole regioni, troviamo il Friuli Venezia Giulia soppiantare la Valle d'Aosta al vertice della graduatoria, con 687 mq totali ogni mille abitanti (superficie destinata per il 47% circa al non alimentare ed il restante all'alimentare). Alla Valle d'Aosta rimane peraltro il primato di un valore particolarmente elevato nel comparto non food, pari a quasi due terzi del totale. Seguono l'Umbria (565 mq per mille

Tav. AG4

Grande Distribuzione Organizzata: Rapporto superficie vendita/1000 abitanti al 31/12/2014

Regione	Settore Alimentare (mq /1000 abitanti)	Non Alimentare (mq/1000 abitanti)	Totale (mq/1000 abitanti)
PIEMONTE	246,0	187,7	433,7
VALLE D'AOSTA	220,5	414,6	635,1
LOMBARDIA	253,8	217,8	471,6
LIGURIA	209,5	140,0	349,5
<b>Nord Ovest</b>	<b>247,1</b>	<b>203,5</b>	<b>450,5</b>
TRENTINO ALTO ADIGE	153,0	97,1	250,1
FRIULI VENEZIA GIULIA	360,0	327,2	687,2
VENETO	295,3	237,3	532,5
EMILIA ROMAGNA	238,7	183,6	422,3
<b>Nord Est</b>	<b>257,9</b>	<b>203,7</b>	<b>461,7</b>
TOSCANA	191,0	136,3	327,3
UMBRIA	306,9	258,7	565,6
MARCHE	262,4	194,0	456,4
LAZIO	142,1	77,6	219,7
<b>Centro</b>	<b>184,9</b>	<b>124,2</b>	<b>309,1</b>
ABRUZZO	244,5	189,1	433,7
MOLISE	164,4	52,9	217,4
CAMPANIA	124,8	91,3	216,1
PUGLIA	181,5	109,6	291,0
BASILICATA	176,1	54,7	230,8
CALABRIA	183,1	117,8	300,9
SICILIA	161,1	92,5	253,5
SARDEGNA	236,7	139,6	376,3
<b>Sud Isole</b>	<b>168,8</b>	<b>106,2</b>	<b>274,9</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>210,7</b>	<b>155,1</b>	<b>365,8</b>

abitanti), il Veneto (532 mq). In fondo alla graduatoria si colloca la Campania con 216 mq, mentre si distinguono Molise e Basilicata per la destinazione fortemente alimentare della superficie di vendita disponibile (meno del 25% non alimentare e più del 75% alimentare) .

Nei prossimi capitoli viene fornita l'analisi più approfondita per ogni forma distributiva insieme alle tabelle di dettaglio.

## Capitolo 2

### SUPERMERCATI

Iniziando una disamina più approfondita delle varie forme distributive, analizziamo i supermercati la cui tendenza positiva di incremento dei valori rilevati della consistenza, della superficie occupata e degli addetti è confermata anche per il 2014. Il numero dei supermercati a fine anno è pari a 10.153 punti di vendita, valore che confrontato con il dato rilevato nell'anno precedente (10.108 esercizi) rappresenta un incremento dello 0,4% (Tav. S1). A tale incremento è corrisposto un aumento della superficie totale (+1,1%) che raggiunge i 9.353.051 mq, mentre il numero degli addetti sale a 184.827 unità (+0,6% sull'anno precedente).

Tav. S1

SUPERMERCATI - CONFRONTO ANNO PRECEDENTE

Regione	31/12/13			31/12/14			TASSI VARIAZIONE		
	Numero	Superficie di vendita	Addetti	Numero	Superficie di vendita	Addetti	Numero	Superficie di vendita	Addetti
Piemonte	768	718.625	12.923	767	708.679	12.768	-0,1	-1,4	-1,2
Valle d'Aosta	16	14.368	390	15	13.156	320	-6,3	-8,4	-17,9
Lombardia	1.629	1.756.429	38.173	1.656	1.809.549	38.821	1,7	3,0	1,7
Liguria	242	202.989	5.415	247	206.868	5.446	2,1	1,9	0,6
<b>Tot. Nord Ovest</b>	<b>2.655</b>	<b>2.692.410</b>	<b>56.900</b>	<b>2.685</b>	<b>2.738.252</b>	<b>57.355</b>	<b>1,1</b>	<b>1,7</b>	<b>0,8</b>
Trentino A.A.	329	262.783	5.523	333	258.001	5.262	1,2	-1,8	-4,7
Friuli V.G.	323	312.637	5.512	343	331.396	5.697	6,2	6,0	3,4
Veneto	1.162	1.132.412	19.026	1.126	1.116.043	18.581	-3,1	-1,4	-2,3
Emilia Romagna	823	759.208	19.444	852	784.943	19.893	3,5	3,4	2,3
<b>Tot. Nord Est</b>	<b>2.637</b>	<b>2.467.039</b>	<b>49.505</b>	<b>2.654</b>	<b>2.490.383</b>	<b>49.433</b>	<b>0,6</b>	<b>0,9</b>	<b>-0,1</b>
Toscana	550	550.828	15.186	552	558.934	14.856	0,4	1,5	-2,2
Umbria	237	216.157	3.908	241	221.855	3.913	1,7	2,6	0,1
Marche	347	302.379	5.263	338	293.913	5.124	-2,6	-2,8	-2,6
Lazio	698	651.681	14.025	712	650.586	14.367	2,0	-0,2	2,4
<b>Tot. Centro</b>	<b>1.832</b>	<b>1.721.045</b>	<b>38.382</b>	<b>1.843</b>	<b>1.725.288</b>	<b>38.259</b>	<b>0,6</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,3</b>
Abruzzo	272	221.133	3.594	275	243.709	4.182	1,1	10,2	16,4
Molise	46	33.322	619	44	32.510	602	-4,3	-2,4	-2,7
Campania	629	488.248	9.195	644	504.504	9.221	2,4	3,3	0,3
Puglia	620	465.328	6.817	608	457.012	6.993	-1,9	-1,8	2,6
Basilicata	88	64.971	871	84	63.148	870	-4,5	-2,8	-0,1
Calabria	292	254.547	3.506	283	251.489	3.325	-3,1	-1,2	-5,2
Sicilia	694	556.983	9.300	702	570.232	9.486	1,2	2,4	2,0
Sardegna	343	285.463	5.095	331	276.524	5.101	-3,5	-3,1	0,1
<b>Tot. Sud Isole</b>	<b>2.984</b>	<b>2.369.995</b>	<b>38.998</b>	<b>2.971</b>	<b>2.399.128</b>	<b>39.780</b>	<b>-0,4</b>	<b>1,2</b>	<b>2,0</b>
<b>Tot. Italia</b>	<b>10.108</b>	<b>9.250.489</b>	<b>183.785</b>	<b>10.153</b>	<b>9.353.051</b>	<b>184.827</b>	<b>0,4</b>	<b>1,1</b>	<b>0,6</b>

Nella Tav. S2 è riportata la ripartizione geografica per macro aree del Paese e si rileva come la concentrazione più alta continui ad essere presente nel Nord dove è localizzato il 52,5% del totale nazionale dei punti vendita ed il 54,9% di superficie; in coda il centro con percentuali pari al 18,2% del totale in termini di esercizi e appena più elevata in termini di superficie. Si registra in tutte le aree, ad eccezione del centro, la progressiva, seppur contenuta, crescita delle superfici medie. Il valore più elevato si ha al Nord, come negli anni precedenti, mentre il valore più basso si ha nell'area meridionale.

Tav. S2  
SUPERMERCATI - RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Gruppo geografico	Esercizi		Superficie di Vendita		Superficie di Vendita Media (mq)
	Numero	%	(mq)	%	
TOTALE NORD OVEST	2.685	26,4	2.738.252	29,3	1.020
TOTALE NORD EST	2.654	26,1	2.490.383	26,6	938
TOTALE CENTRO	1.843	18,2	1.725.288	18,4	936
TOTALE SUD ISOLE	2.971	29,3	2.399.128	25,7	808
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>10.153</b>	<b>100,0</b>	<b>9.353.051</b>	<b>100,0</b>	<b>921</b>

Gli indicatori di densità territoriale riferiti al numero di esercizi ed alla relativa superficie riportati in Tav. S3 mostrano a livello nazionale una lieve diminuzione rispetto ai valori dell'anno precedente (principalmente come effetto dell'incremento della popolazione nel corso del 2014) con andamenti diversificati per le varie ripartizioni geografiche. Il dato nazionale è sceso infatti a 16,4 punti vendita ogni centomila abitanti (mentre nell'anno precedente era di 16,9 e a 151,2 mq di vendita ogni mille abitanti (era 155,0). Nel Nord-Est si ha la più alta densità (20,8 esercizi e 195,5 mq di superficie), mentre si rilevano valori più bassi nel meridione.

Tav. S3  
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA - NUMERO E SUPERFICIE IN RAPPORTO ALLA POPOLAZIONE

Gruppo geografico	Numero di unità per 100.000 abitanti	Mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti
TOTALE NORD OVEST	16,6	169,7
TOTALE NORD EST	20,8	195,5
TOTALE CENTRO	15,2	142,7
TOTALE SUD ISOLE	14,2	114,8
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>16,4</b>	<b>151,2</b>

Esaminando la tabella Tav. S4 si rileva che dei 10.153 supermercati 5.476 si avvalgono di forme di collegamento economico: di cui 3.738 – gruppi di acquisto – (in

leggera diminuzione rispetto allo scorso anno) che occupano una posizione di assoluta preminenza rispetto ad altre forme, 1.144 con contratti di franchising e 594

Tav. S4

SUPERMERCATI PER REGIONE : NUMERO, COLLEGAMENTI ECONOMICI ADDETTI

Regione	Numero	N. Franchising	N° Unioni Volontarie	N° Gruppi Acquisto	Sup. Vendita	Addetti M	Addetti F	Totale Addetti
PIEMONTE	767	108	47	268	708.679	3.786	8.983	12.768
VALLE D'AOSTA	15	3	8	6	13.156	106	214	320
LOMBARDIA	1.656	237	57	595	1.809.549	16.188	22.633	38.821
LIGURIA	247	15	2	133	206.868	1.961	3.485	5.446
<b>Nord Ovest</b>	<b>2.685</b>	<b>363</b>	<b>114</b>	<b>1.002</b>	<b>2.738.252</b>	<b>22.040</b>	<b>35.315</b>	<b>57.355</b>
TRENTINO A.A.	333	42	33	209	258.001	1.651	3.610	5.262
FRIULI V.G.	343	21	58	137	331.396	1.776	3.921	5.697
VENETO	1.126	64	126	484	1.116.043	6.855	11.726	18.581
EMILIA ROMAGNA	852	48	86	460	784.943	5.908	13.984	19.893
<b>Nord Est</b>	<b>2.654</b>	<b>175</b>	<b>303</b>	<b>1.290</b>	<b>2.490.383</b>	<b>16.191</b>	<b>33.242</b>	<b>49.433</b>
TOSCANA	552	56	20	150	558.934	5.923	8.934	14.856
UMBRIA	241	38	1	121	221.855	1.361	2.551	3.913
MARCHE	338	74	10	122	293.913	1.680	3.443	5.124
LAZIO	712	113	50	217	650.586	7.011	7.356	14.367
<b>Centro</b>	<b>1.843</b>	<b>281</b>	<b>81</b>	<b>610</b>	<b>1.725.288</b>	<b>15.975</b>	<b>22.285</b>	<b>38.259</b>
ABRUZZO	275	43	11	124	243.709	1.523	2.659	4.182
MOLISE	44	1	3	15	32.510	243	359	602
CAMPANIA	644	58	8	168	504.504	5.363	3.858	9.221
PUGLIA	608	95	43	215	457.012	3.689	3.304	6.993
BASILICATA	84	24	1	28	63.148	360	510	870
CALABRIA	283	37	3	53	251.489	1.714	1.611	3.325
SICILIA	702	36	25	133	570.232	5.744	3.742	9.486
SARDEGNA	331	31	2	100	276.524	2.304	2.798	5.101
<b>Sud Isole</b>	<b>2.971</b>	<b>325</b>	<b>96</b>	<b>836</b>	<b>2.399.128</b>	<b>20.939</b>	<b>18.840</b>	<b>39.780</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>10.153</b>	<b>1.144</b>	<b>594</b>	<b>3.738</b>	<b>9.353.051</b>	<b>75.145</b>	<b>109.682</b>	<b>184.827</b>

esercizi associati in unioni volontarie (unica forma in aumento rispetto allo scorso anno).

Nel prospetto seguente viene invece riportata la distribuzione territoriale sotto il profilo della superficie di vendita distinta in classi di superficie, a partire dal livello minimo per questa forma distributiva (400 mq).

Tav. S5

SUPERMERCATI PER RIPARTIZIONE TERRITORIALE E CLASSI DI SUPERFICIE

Gruppo Geografico	400-1.000 mq		1.001-2.000 mq		Oltre 2.000 mq		Totale Esercizi
	Num.	%	Num.	%	Num.	%	
Nord Ovest	1.750	65	727	27	208	8	2.685
Nord Est	1.841	69	671	25	142	5	2.654
Centro	1.294	70	453	25	96	5	1.843
Sud Isole	2.384	80	515	17	72	2	2.971

Emerge a livello nazionale una netta prevalenza della classe di superficie più ridotta compresa tra i 400 e 1.000 mq che contabilizza 7.269 esercizi, stabilmente pari al 72% del totale nazionale. Tale prevalenza trova riscontro anche a livello delle singole ripartizioni geografiche dove si registra relativamente al proprio totale di area il valore massimo nel meridione (80%) e quello più contenuto nell'area nord occidentale (65%). Segue la classe intermedia "tra 1.001 e 2.000 mq" con il 23% del totale nazionale ed infine la classe delle strutture più grandi "oltre 2000 mq" con il 5%. Rispetto agli anni passati non si hanno modifiche di rilievo.

Esaminando il numero degli addetti impiegati nel settore (Tav. S4), nel 2014 si contano 184.827 unità, distinte in 109.682 femmine e 75.141 maschi, con incremento marginale rispetto all'anno precedente. Si può rilevare che la progressiva femminilizzazione del rapporto di lavoro registrata negli anni precedenti ha avuto un trend positivo (e ad eccezione del sud la componente femminile dell'occupazione prevale su quella maschile in ogni macroregione), ma si è avuto anche un incremento modesto dell'occupazione maschile.

Si riporta infine nel seguente prospetto il numero medio di addetti per superficie di vendita:

Tav. S6

SUPERMERCATI : RIPARTIZIONE GEOGRAFICA -ADDETTI PER SUPERFICIE DI VENDITA

Gruppo Geografico	Numero Addetti	Superficie di vendita (mq)	Addetti per 100 mq di superficie di vendita
TOTALE NORD OVEST	57.355	2.738.252	2,09
TOTALE NORD EST	49.433	2.490.383	1,98
TOTALE CENTRO	38.259	1.725.288	2,22
TOTALE SUD ISOLE	39.780	2.399.128	1,66
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>184.827</b>	<b>9.353.051</b>	<b>1,98</b>

I valori risultano sostanzialmente invariati rispetto agli anni passati (variazione del decimo di punto), come pure la relativa graduatoria che vede i parametri più alti appartenere alle aree nord-occidentali, nord-orientali e centrali, cui segue a notevole distanza il meridione. Si rammenta peraltro che nella rilevazione degli addetti, nei casi in cui il dato non sia stato fornito, si provvede a stimarne l'entità sulla base del corrispondente dato provinciale, circostanza che nel corso delle ultime indagini ha visto aumentare la propria frequenza. Come ogni anno pubblichiamo anche le tavole contenenti la serie storica dei supermercati (tav. S7), l'analisi per regione e provincia del numero e dei collegamenti economici degli stessi (Tav. S8), l'analisi per regione e provincia della superficie e degli addetti, distinti per genere, secondo il comune capoluogo o altro comune (Tav. S9).

Tav. S7

SUPERMERCATI: SERIE STORICHE

Anni	NUMERO				SUPERFICIE DI VENDITA (mq)				ADDETTI Tot. Italia
	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	
1981	934	298	289	1.521	753.298	232.431	198.653	1.184.382	31.324
1982	975	326	298	1.599	789.850	253.685	202.722	1.246.257	33.008
1983	1.076	359	349	1.784	879.102	283.022	240.967	1.403.091	36.174
1984	1.165	409	385	1.959	1.065.829	322.743	263.802	1.652.374	40.668
1985	1.296	460	442	2.198	1.084.708	359.644	304.278	1.748.630	45.439
1986	1.387	497	507	2.391	1.183.644	395.041	353.114	1.931.799	50.325
1987	1.485	509	576	2.570	1.230.864	411.420	405.812	2.048.096	53.422
1988	1.629	564	625	2.818	1.361.090	464.880	450.425	2.276.395	59.010
1989	1.798	619	759	3.176	1.535.281	517.104	558.610	2.610.995	64.687
1990	1.912	679	808	3.399	1.689.883	575.797	600.207	2.865.887	70.531
1991	1.941	663	861	3.465	1.697.987	551.416	640.006	2.889.409	69.803
1992	2.050	721	925	3.696	1.831.784	605.423	695.066	3.132.273	76.096
1993	2.185	766	955	3.906	1.969.153	666.014	743.516	3.378.683	80.271
1994	2.370	816	1.012	4.198	2.124.838	707.722	784.076	3.616.636	83.209
1995	2.674	922	1.191	4.787	2.421.222	791.642	910.152	4.123.016	90.432
1996	2.939	995	1.273	5.207	2.685.846	849.937	979.572	4.515.355	95.950
1997	3.036	1.051	1.362	5.449	2.852.812	915.810	1.041.003	4.809.625	101.147
1998	3.211	1.163	1.518	5.892	3.044.901	1.012.057	1.167.117	5.224.075	108.688
1999	3.335	1.258	1.613	6.206	3.009.102	1.089.898	1.230.557	5.329.557	112.019
2000	3.423	1.300	1.690	6.413	3.042.139	1.107.773	1.289.783	5.439.695	114.380
2001	3.558	1.409	1.837	6.804	3.157.320	1.182.886	1.396.149	5.736.355	121.344
2002	3.700	1.393	1.799	6.892	3.307.401	1.161.182	1.370.339	5.838.922	124.248
2003	3.940	1.416	1.853	7.209	3.560.284	1.226.275	1.430.345	6.216.904	135.557
2004	4.257	1.521	2.043	7.821	3.821.306	1.320.395	1.556.889	6.698.590	142.985
2005	4.400	1.581	2.200	8.181	3.992.697	1.398.576	1.678.927	7.070.200	149.862
2006	4.557	1.645	2.367	8.569	4.151.457	1.468.645	1.826.132	7.446.235	156.223
2007	4.683	1.687	2.444	8.814	4.323.457	1.523.042	1.900.138	7.746.637	157.898
2008	4.852	1.732	2.549	9.133	4.504.762	1.564.295	1.987.137	8.056.194	164.411
2009	4.980	1.720	2.781	9.481	4.657.908	1.575.339	2.166.251	8.399.498	170.579
2010	5.024	1.788	2.839	9.651	4.699.451	1.638.951	2.223.078	8.561.480	173.000
2011	5.147	1.785	2.883	9.815	4.916.279	1.666.741	2.258.479	8.841.499	178.632
2012	5.206	1.831	2.902	9.939	5.040.729	1.711.099	2.300.435	9.052.264	180.510
2013	5.292	1.832	2.984	10.108	5.159.449	1.721.045	2.369.995	9.250.489	183.785
2014	5.339	1.843	2.971	10.153	5.228.635	1.725.288	2.399.128	9.353.051	184.827

1) Fino al 1986 sono compresi i reparti alimentari di ipermercato .

2) A partire dal 1991 i dati non sono confrontabili con gli anni precedenti, a seguito della ridefinizione della tipologia di ipermercato.

Tav S8

SUPERMERCATI ALIMENTARI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA - NUMERO AL 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto
ALESSANDRIA	19	0	0	8	56	4	1	16	75	4	1	24
ASTI	13	0	0	4	35	6	2	12	48	6	2	16
BIELLA	12	0	5	3	29	3	2	14	41	3	7	17
CUNEO	11	0	0	5	97	6	4	44	108	6	4	49
NOVARA	27	7	1	7	56	12	5	15	83	19	6	22
TORINO	151	37	8	48	188	24	12	64	339	61	20	112
VERBANO-C.O.	5	0	0	4	24	2	1	9	29	2	1	13
VERCELLI	13	3	3	2	31	4	3	13	44	7	6	15
<b>PIEMONTE</b>	<b>251</b>	<b>47</b>	<b>17</b>	<b>81</b>	<b>516</b>	<b>61</b>	<b>30</b>	<b>187</b>	<b>767</b>	<b>108</b>	<b>47</b>	<b>268</b>
AOSTA	2	0	2	2	13	3	6	4	15	3	8	6
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>6</b>
BERGAMO	20	0	1	3	185	20	5	72	205	20	6	75
BRESCIA	38	1	1	21	246	20	7	110	284	21	8	131
COMO	13	1	1	0	70	17	6	14	83	18	7	14
CREMONA	18	1	1	9	43	4	1	27	61	5	2	36
LECCO	8	2	0	3	40	7	1	21	48	9	1	24
LODI	11	0	0	4	18	2	0	10	29	2	0	14
MANTOVA	14	2	3	5	79	7	7	39	93	9	10	44
MILANO	167	13	1	38	250	33	7	88	417	46	8	126
MONZA E B.	12	2	1	4	114	38	4	33	126	40	5	37
PAVIA	14	3	0	2	93	15	2	14	107	18	2	16
SONDRIO	4	2	0	1	25	4	0	14	29	6	0	15
VARESE	13	3	0	4	161	40	8	59	174	43	8	63
<b>LOMBARDIA</b>	<b>332</b>	<b>30</b>	<b>9</b>	<b>94</b>	<b>1.324</b>	<b>207</b>	<b>48</b>	<b>501</b>	<b>1.656</b>	<b>237</b>	<b>57</b>	<b>595</b>
GENOVA	84	1	0	41	34	1	0	19	118	2	0	60
IMPERIA	12	0	0	9	33	3	1	21	45	3	1	30
LA SPEZIA	19	3	1	9	15	3	0	6	34	6	1	15
SAVONA	12	1	0	6	38	3	0	22	50	4	0	28
<b>LIGURIA</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>65</b>	<b>120</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>68</b>	<b>247</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>133</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>712</b>	<b>82</b>	<b>29</b>	<b>242</b>	<b>1.973</b>	<b>281</b>	<b>85</b>	<b>760</b>	<b>2.685</b>	<b>363</b>	<b>114</b>	<b>1.002</b>
BOLZANO	28	1	0	22	129	21	23	75	157	22	23	97
TRENTO	31	4	0	23	145	16	10	89	176	20	10	112
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>59</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>274</b>	<b>37</b>	<b>33</b>	<b>164</b>	<b>333</b>	<b>42</b>	<b>33</b>	<b>209</b>
GORIZIA	11	0	3	3	29	4	10	10	40	4	13	13
PORDENONE	18	1	0	6	77	3	6	32	95	4	6	38
TRIESTE	31	0	4	9	10	0	0	2	41	0	4	11
UDINE	38	6	6	17	129	7	29	58	167	13	35	75
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>98</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>35</b>	<b>245</b>	<b>14</b>	<b>45</b>	<b>102</b>	<b>343</b>	<b>21</b>	<b>58</b>	<b>137</b>
BELLUNO	12	1	4	4	37	4	6	21	49	5	10	25
PADOVA	49	1	4	14	173	10	16	77	222	11	20	91
ROVIGO	14	0	0	10	45	1	2	30	59	1	2	40
TREVISO	24	2	4	10	177	13	25	73	201	15	29	83
VENEZIA	52	8	4	17	134	4	12	46	186	12	16	63
VERONA	54	1	4	31	140	8	5	78	194	9	9	109
VICENZA	28	1	6	8	187	10	34	65	215	11	40	73
<b>VENETO</b>	<b>233</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>94</b>	<b>893</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>390</b>	<b>1.126</b>	<b>64</b>	<b>126</b>	<b>484</b>
BOLOGNA	52	1	2	29	125	1	7	67	177	2	9	96
FERRARA	21	4	3	11	58	8	10	28	79	12	13	39
FORLÌ-CESENA	27	3	10	10	47	3	11	30	74	6	21	40
MODENA	27	1	2	15	96	2	12	35	123	3	14	50
PARMA	32	2	4	15	54	3	6	21	86	5	10	36
PIACENZA	18	5	0	6	52	7	2	23	70	12	2	29
RAVENNA	29	0	2	19	53	1	4	40	82	1	6	59
REGGIO EMILIA	26	1	1	19	79	1	5	64	105	2	6	83
RIMINI	21	2	2	7	35	3	3	21	56	5	5	28
<b>EMILIA ROM.</b>	<b>253</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>131</b>	<b>599</b>	<b>29</b>	<b>60</b>	<b>329</b>	<b>852</b>	<b>48</b>	<b>86</b>	<b>460</b>
<b>Nord Est</b>	<b>643</b>	<b>45</b>	<b>65</b>	<b>305</b>	<b>2.011</b>	<b>130</b>	<b>238</b>	<b>985</b>	<b>2.654</b>	<b>175</b>	<b>303</b>	<b>1.290</b>

...segue tav. S8 - Supermercati alimentari per ripartizione, regione e provincia - numero al 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto
AREZZO	12	1	1	5	41	3	4	21	53	4	5	26
FIRENZE	39	1	0	2	63	2	3	1	102	3	3	3
GROSSETO	22	0	0	8	27	4	0	14	49	4	0	22
LIVORNO	13	1	0	0	43	5	0	2	56	6	0	2
LUCCA	13	2	0	4	50	8	0	20	63	10	0	24
MASSA-CARR.	11	1	1	3	26	4	4	8	37	5	5	11
PISA	15	2	2	2	54	7	1	10	69	9	3	12
PISTOIA	10	0	0	7	35	7	3	10	45	7	3	17
PRATO	24	2	0	8	6	0	0	0	30	2	0	8
SIENA	13	0	0	5	35	6	1	20	48	6	1	25
<b>TOSCANA</b>	<b>172</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>44</b>	<b>380</b>	<b>46</b>	<b>16</b>	<b>106</b>	<b>552</b>	<b>56</b>	<b>20</b>	<b>150</b>
PERUGIA	48	5	0	28	147	20	0	84	195	25	0	112
TERNI	25	6	0	3	21	7	1	6	46	13	1	9
<b>UMBRIA</b>	<b>73</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>31</b>	<b>168</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>90</b>	<b>241</b>	<b>38</b>	<b>1</b>	<b>121</b>
ANCONA	27	2	0	1	94	15	3	30	121	17	3	31
ASCOLI PICENO	13	7	0	3	29	10	3	6	42	17	3	9
FERMO	4	0	0	0	32	6	2	4	36	6	2	4
MACERATA	8	4	0	3	62	26	1	22	70	30	1	25
PESARO E URB.	16	0	0	11	53	4	1	42	69	4	1	53
<b>MARCHE</b>	<b>68</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>270</b>	<b>61</b>	<b>10</b>	<b>104</b>	<b>338</b>	<b>74</b>	<b>10</b>	<b>122</b>
FROSINONE	9	0	0	3	40	10	1	12	49	10	1	15
LATINA	20	5	0	5	69	6	3	22	89	11	3	27
RIETI	14	2	0	1	10	2	0	0	24	4	0	1
ROMA	317	42	32	108	188	43	10	48	505	85	42	156
VITERBO	15	3	0	4	30	0	4	14	45	3	4	18
<b>LAZIO</b>	<b>375</b>	<b>52</b>	<b>32</b>	<b>121</b>	<b>337</b>	<b>61</b>	<b>18</b>	<b>96</b>	<b>712</b>	<b>113</b>	<b>50</b>	<b>217</b>
<b>Centro</b>	<b>688</b>	<b>86</b>	<b>36</b>	<b>214</b>	<b>1.155</b>	<b>195</b>	<b>45</b>	<b>396</b>	<b>1.843</b>	<b>281</b>	<b>81</b>	<b>610</b>
CHIETI	11	2	0	8	61	8	4	21	72	10	4	29
L'AQUILA	19	2	2	8	55	7	0	22	74	9	2	30
PESCARA	30	9	2	13	39	11	0	13	69	20	2	26
TERAMO	8	2	0	5	52	2	3	34	60	4	3	39
ABRUZZO	68	15	4	34	207	28	7	90	275	43	11	124
CAMPOBASSO	8	0	0	2	19	1	3	7	27	1	3	9
ISERNIA	12	0	0	5	5	0	0	1	17	0	0	6
<b>MOLISE</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>44</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
AVELLINO	14	0	0	0	55	2	0	9	69	2	0	9
BENEVENTO	18	5	0	1	26	1	0	2	44	6	0	3
CASERTA	9	0	0	4	91	15	2	19	100	15	2	23
NAPOLI	76	0	0	0	188	9	1	60	264	9	1	60
SALERNO	34	5	2	21	133	21	3	52	167	26	5	73
<b>CAMPANIA</b>	<b>151</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>26</b>	<b>493</b>	<b>48</b>	<b>6</b>	<b>142</b>	<b>644</b>	<b>58</b>	<b>8</b>	<b>168</b>
BARI	48	5	18	15	116	24	8	47	164	29	26	62
BARLETTA-A.T.	36	11	6	10	24	6	1	7	60	17	7	17
BRINDISI	17	3	1	0	58	7	0	15	75	10	1	15
FOGGIA	25	0	0	15	51	4	1	26	76	4	1	41
LECCE	21	4	0	8	157	26	3	51	178	30	3	59
TARANTO	21	4	5	4	34	1	0	17	55	5	5	21
<b>PUGLIA</b>	<b>168</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>52</b>	<b>440</b>	<b>68</b>	<b>13</b>	<b>163</b>	<b>608</b>	<b>95</b>	<b>43</b>	<b>215</b>
MATERA	10	2	0	7	15	1	0	3	25	3	0	10
POTENZA	13	5	0	2	46	16	1	16	59	21	1	18
<b>BASILICATA</b>	<b>23</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>61</b>	<b>17</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>84</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>28</b>

...segue tav. S8 - Supermercati alimentari per ripartizione, regione e provincia - numero al 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto	Esercizi	Fran-chising	Unioni Volon-tarie	Gruppi Acqui-sto
CATANZARO	15	10	0	1	32	12	0	8	47	22	0	9
COSENZA	20	0	0	0	102	3	2	12	122	3	2	12
CROTONE	14	2	0	0	21	3	1	10	35	5	1	10
REGGIO DI CAL.	6	0	0	0	55	3	0	13	61	3	0	13
VIBO VALENTIA	10	3	0	4	8	1	0	5	18	4	0	9
<b>CALABRIA</b>	<b>65</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>218</b>	<b>22</b>	<b>3</b>	<b>48</b>	<b>283</b>	<b>37</b>	<b>3</b>	<b>53</b>
AGRIGENTO	14	0	0	0	65	0	0	0	79	0	0	0
CALTANISSETTA	11	0	1	1	16	0	1	5	27	0	2	6
CATANIA	26	0	2	0	65	1	3	0	91	1	5	0
ENNA	8	0	0	0	27	3	0	11	35	3	0	11
MESSINA	30	3	0	0	69	9	0	14	99	12	0	14
PALERMO	55	2	5	20	44	5	7	17	99	7	12	37
RAGUSA	33	3	0	9	33	1	0	12	66	4	0	21
SIRACUSA	29	1	0	3	74	4	0	18	103	5	0	21
TRAPANI	12	1	0	3	91	3	6	20	103	4	6	23
<b>SICILIA</b>	<b>218</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>36</b>	<b>484</b>	<b>26</b>	<b>17</b>	<b>97</b>	<b>702</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>133</b>
CAGLIARI	37	1	0	16	125	8	1	31	162	9	1	47
NUORO	5	0	0	2	29	1	0	9	34	1	0	11
ORISTANO	4	2	0	1	21	5	0	4	25	7	0	5
SASSARI	27	3	0	5	83	11	1	32	110	14	1	37
<b>SARDEGNA</b>	<b>73</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>258</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>76</b>	<b>331</b>	<b>31</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
<b>Sud Isole</b>	<b>786</b>	<b>90</b>	<b>44</b>	<b>193</b>	<b>2.185</b>	<b>235</b>	<b>52</b>	<b>643</b>	<b>2.971</b>	<b>325</b>	<b>96</b>	<b>836</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>2.829</b>	<b>303</b>	<b>174</b>	<b>954</b>	<b>7.324</b>	<b>841</b>	<b>420</b>	<b>2.784</b>	<b>10.153</b>	<b>1.144</b>	<b>594</b>	<b>3.738</b>

TAV S9

SUPERMERCATI ALIMENTARI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA - SUPERFICIE DI VENDITA E ADDETTI AL 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
ALESSANDRIA	19.541	135	267	55.005	346	760	74.546	1.508
ASTI	20.839	172	276	31.014	113	339	51.853	900
BIELLA	9.466	44	84	23.502	106	237	32.968	471
CUNEO	10.447	29	107	83.737	261	1.225	94.184	1.622
NOVARA	26.296	124	314	52.003	215	588	78.299	1.241
TORINO	119.290	906	1.493	182.288	970	2.367	301.578	5.735
VERBANO-CUSIO-OSSOLA	5.880	33	81	24.245	120	278	30.125	512
VERCELLI	15.270	78	200	29.856	134	367	45.126	779
<b>PIEMONTE</b>	<b>227.029</b>	<b>1.521</b>	<b>2.822</b>	<b>481.650</b>	<b>2.265</b>	<b>6.161</b>	<b>708.679</b>	<b>12.768</b>
AOSTA	1.787	13	27	11.369	93	187	13.156	320
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>1.787</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>11.369</b>	<b>93</b>	<b>187</b>	<b>13.156</b>	<b>320</b>
BERGAMO	18.914	106	222	177.791	1.076	2.110	196.705	3.515
BRESCIA	37.478	245	422	250.740	1.168	2.583	288.218	4.418
COMO	14.415	137	185	64.677	451	782	79.092	1.555
CREMONA	22.325	168	284	47.664	238	525	69.989	1.215
LECCO	12.162	146	196	50.601	483	743	62.763	1.568
LODI	11.459	74	156	20.694	156	249	32.153	636
MANTOVA	13.457	55	126	89.873	356	852	103.330	1.389
MILANO	203.078	3.393	3.038	292.616	3.535	4.135	495.694	14.101
MONZA E BRIANZA	15.539	237	246	115.772	1.234	1.498	131.311	3.216
PAVIA	17.026	210	235	98.328	659	1.081	115.354	2.185
SONDRIO	4.659	27	86	28.357	129	367	33.016	609
VARESE	20.011	274	314	181.914	1.631	2.196	201.925	4.415
<b>LOMBARDIA</b>	<b>390.523</b>	<b>5.071</b>	<b>5.510</b>	<b>1.419.026</b>	<b>11.116</b>	<b>17.123</b>	<b>1.809.549</b>	<b>38.821</b>
GENOVA	66.466	757	1.281	26.538	263	429	93.004	2.730
IMPERIA	12.489	100	193	29.284	271	425	41.773	989
LA SPEZIA	16.302	163	309	9.587	83	153	25.889	708
SAVONA	10.021	76	155	36.181	248	540	46.202	1.019
<b>LIGURIA</b>	<b>105.278</b>	<b>1.096</b>	<b>1.938</b>	<b>101.590</b>	<b>865</b>	<b>1.547</b>	<b>206.868</b>	<b>5.446</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>724.617</b>	<b>7.701</b>	<b>10.297</b>	<b>2.013.635</b>	<b>14.339</b>	<b>25.018</b>	<b>2.738.252</b>	<b>57.355</b>
BOLZANO	28.290	211	449	96.427	451	1.627	124.717	2.737
TRENTO	25.708	238	345	107.576	752	1.189	133.284	2.524
<b>TRENTINO ALTO ADIGE</b>	<b>53.998</b>	<b>449</b>	<b>794</b>	<b>204.003</b>	<b>1.203</b>	<b>2.816</b>	<b>258.001</b>	<b>5.262</b>
GORIZIA	12.020	77	144	27.874	116	303	39.894	640
PORDENONE	22.557	112	209	74.537	362	819	97.094	1.501
TRIESTE	28.769	291	433	7.409	65	122	36.178	911
UDINE	31.505	176	420	126.725	577	1.472	158.230	2.645
<b>FRIULI VENEZIA GIULIA</b>	<b>94.851</b>	<b>655</b>	<b>1.205</b>	<b>236.545</b>	<b>1.121</b>	<b>2.716</b>	<b>331.396</b>	<b>5.697</b>
BELLUNO	11.203	63	130	34.702	201	415	45.905	809
PADOVA	44.336	443	514	165.264	952	1.583	209.600	3.492
ROVIGO	16.260	105	188	47.369	275	466	63.629	1.034
TREVISO	27.444	200	320	191.238	1.100	1.973	218.682	3.593
VENEZIA	44.985	480	718	125.393	718	1.365	170.378	3.281
VERONA	52.461	434	594	152.585	825	1.428	205.046	3.281
VICENZA	26.636	153	275	176.168	906	1.757	202.804	3.092
<b>VENETO</b>	<b>223.325</b>	<b>1.878</b>	<b>2.740</b>	<b>892.718</b>	<b>4.977</b>	<b>8.986</b>	<b>1.116.043</b>	<b>18.581</b>
BOLOGNA	53.812	662	1.041	116.732	746	2.239	170.544	4.689
FERRARA	21.893	163	367	53.789	287	641	75.682	1.458
FORLI'-CESENA	21.346	155	479	43.483	309	913	64.829	1.857
MODENA	20.830	224	464	86.951	511	1.366	107.781	2.565
PARMA	27.484	274	550	50.332	337	814	77.816	1.975
PIACENZA	20.532	181	361	45.612	176	540	66.144	1.258
RAVENNA	28.992	172	561	40.905	315	826	69.897	1.874
REGGIO NELL'EMILIA	26.254	310	603	80.767	482	1.312	107.021	2.708
RIMINI	17.107	221	354	28.122	381	553	45.229	1.509
<b>EMILIA ROMAGNA</b>	<b>238.250</b>	<b>2.363</b>	<b>4.781</b>	<b>546.693</b>	<b>3.545</b>	<b>9.204</b>	<b>784.943</b>	<b>19.893</b>
<b>Nord Est</b>	<b>610.424</b>	<b>5.345</b>	<b>9.520</b>	<b>1.879.959</b>	<b>10.846</b>	<b>23.722</b>	<b>2.490.383</b>	<b>49.433</b>

...segue tav. S9 - supermercati alimentari per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita e addetti al 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
AREZZO	13.849	117	148	40.162	296	529	54.011	1.090
FIRENZE	53.205	982	1.220	72.668	856	1.366	125.873	4.423
GROSSETO	18.189	229	300	17.431	166	257	35.620	951
LIVORNO	10.235	58	90	38.555	255	456	48.790	859
LUCCA	18.612	204	318	53.135	639	793	71.747	1.953
MASSA-CARRARA	11.070	174	213	25.168	266	377	36.238	1.030
PISA	18.253	209	352	48.132	367	747	66.385	1.675
PISTOIA	9.023	112	180	31.515	314	538	40.538	1.144
PRATO	28.274	284	340	5.464	53	88	33.738	765
SIENA	10.455	116	169	35.539	227	454	45.994	965
<b>TOSCANA</b>	<b>191.165</b>	<b>2.485</b>	<b>3.329</b>	<b>367.769</b>	<b>3.438</b>	<b>5.604</b>	<b>558.934</b>	<b>14.856</b>
PERUGIA	44.381	315	503	137.413	794	1.535	181.794	3.147
TERNI	22.575	161	296	17.486	91	218	40.061	766
<b>UMBRIA</b>	<b>66.956</b>	<b>476</b>	<b>799</b>	<b>154.899</b>	<b>885</b>	<b>1.753</b>	<b>221.855</b>	<b>3.913</b>
ANCONA	20.280	63	294	94.903	568	979	115.183	1.903
ASCOLI PICENO	11.372	62	121	19.471	117	207	30.843	507
FERMO	3.518	16	24	29.880	132	212	33.398	383
MACERATA	8.013	41	79	53.047	296	656	61.060	1.072
PESARO E URBINO	15.478	94	199	37.951	292	674	53.429	1.258
<b>MARCHE</b>	<b>58.661</b>	<b>275</b>	<b>717</b>	<b>235.252</b>	<b>1.405</b>	<b>2.727</b>	<b>293.913</b>	<b>5.124</b>
FROSINONE	7.206	50	54	31.212	153	315	38.418	571
LATINA	18.692	164	326	59.760	524	612	78.452	1.626
RIETI	15.324	145	165	9.950	72	100	25.274	482
ROMA	294.896	3.818	3.233	180.902	1.802	2.225	475.798	11.079
VITERBO	10.673	74	102	21.971	208	225	32.644	609
<b>LAZIO</b>	<b>346.791</b>	<b>4.252</b>	<b>3.880</b>	<b>303.795</b>	<b>2.759</b>	<b>3.477</b>	<b>650.586</b>	<b>14.367</b>
<b>Centro</b>	<b>663.573</b>	<b>7.488</b>	<b>8.724</b>	<b>1.061.715</b>	<b>8.486</b>	<b>13.560</b>	<b>1.725.288</b>	<b>38.259</b>
CHIETI	13.442	72	128	64.487	417	901	77.929	1.518
L'AQUILA	17.792	116	160	46.479	247	439	64.271	962
PESCARA	23.476	179	279	31.754	177	316	55.230	951
TERAMO	6.270	49	105	40.009	266	331	46.279	751
<b>ABRUZZO</b>	<b>60.980</b>	<b>416</b>	<b>672</b>	<b>182.729</b>	<b>1.107</b>	<b>1.987</b>	<b>243.709</b>	<b>4.182</b>
CAMPOBASSO	5.952	55	75	14.671	95	153	20.623	378
ISERNIA	8.527	74	107	3.360	19	24	11.887	224
<b>MOLISE</b>	<b>14.479</b>	<b>129</b>	<b>182</b>	<b>18.031</b>	<b>114</b>	<b>177</b>	<b>32.510</b>	<b>602</b>
AVELLINO	10.635	67	78	45.048	268	361	55.683	774
BENEVENTO	13.192	147	136	22.643	121	166	35.835	570
CASERTA	8.855	141	75	74.613	1.344	540	83.468	2.101
NAPOLI	46.090	605	382	137.780	1.448	1.113	183.870	3.548
SALERNO	26.639	293	173	119.010	928	834	145.649	2.228
<b>CAMPANIA</b>	<b>105.411</b>	<b>1.253</b>	<b>844</b>	<b>399.093</b>	<b>4.110</b>	<b>3.014</b>	<b>504.504</b>	<b>9.221</b>
BARI	36.923	450	281	87.510	682	664	124.433	2.077
BARLETTA-ANDRIA-TRANI	24.296	242	140	17.922	174	116	42.218	672
BRINDISI	13.664	81	113	42.872	257	293	56.536	744
FOGGIA	18.424	208	141	37.937	289	273	56.361	911
LECCE	17.981	190	143	119.646	842	788	137.627	1.963
TARANTO	14.186	106	162	25.651	168	190	39.837	626
<b>PUGLIA</b>	<b>125.474</b>	<b>1.277</b>	<b>980</b>	<b>331.538</b>	<b>2.412</b>	<b>2.324</b>	<b>457.012</b>	<b>6.993</b>
MATERA	8.739	48	62	9.132	64	89	17.871	263
POTENZA	10.233	81	102	35.044	167	257	45.277	607
<b>BASILICATA</b>	<b>18.972</b>	<b>129</b>	<b>164</b>	<b>44.176</b>	<b>231</b>	<b>346</b>	<b>63.148</b>	<b>870</b>

...segue tav. S9 - supermercati alimentari per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita e addetti al 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti Fi	Superficie Vendita	Addetti
CATANZARO	17.463	179	120	30.785	242	280	48.248	821
COSENZA	21.543	138	132	82.149	512	460	103.692	1.241
CROTONE	12.955	93	77	15.321	86	101	28.276	357
REGGIO DI CALABRIA	5.868	31	28	50.694	289	267	56.562	615
VIBO VALENTIA	7.163	83	73	7.548	61	73	14.711	290
<b>CALABRIA</b>	<b>64.992</b>	<b>523</b>	<b>430</b>	<b>186.497</b>	<b>1.191</b>	<b>1.181</b>	<b>251.489</b>	<b>3.325</b>
AGRIGENTO	12.284	41	34	47.345	210	175	59.629	460
CALTANISSETTA	9.548	136	109	10.788	82	51	20.336	378
CATANIA	21.808	270	206	62.449	708	478	84.257	1.662
ENNA	5.035	46	23	16.193	149	74	21.228	293
MESSINA	25.159	346	195	51.886	425	338	77.045	1.303
PALERMO	47.836	744	336	32.716	416	191	80.552	1.687
RAGUSA	31.502	342	303	21.141	187	143	52.643	975
SIRACUSA	26.431	247	173	66.840	623	430	93.271	1.473
TRAPANI	11.866	113	61	69.405	658	423	81.271	1.254
<b>SICILIA</b>	<b>191.469</b>	<b>2.286</b>	<b>1.440</b>	<b>378.763</b>	<b>3.457</b>	<b>2.302</b>	<b>570.232</b>	<b>9.486</b>
CAGLIARI	34.127	318	378	100.481	847	948	134.608	2.491
NUORO	5.828	49	48	22.693	124	230	28.521	451
ORISTANO	4.504	41	49	13.962	110	109	18.466	309
SASSARI	24.557	366	337	70.372	449	698	94.929	1.850
<b>SARDEGNA</b>	<b>69.016</b>	<b>774</b>	<b>813</b>	<b>207.508</b>	<b>1.529</b>	<b>1.985</b>	<b>276.524</b>	<b>5.101</b>
<b>Sud Isole</b>	<b>650.793</b>	<b>6.788</b>	<b>5.525</b>	<b>1.748.335</b>	<b>14.152</b>	<b>13.316</b>	<b>2.399.128</b>	<b>39.780</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>2.649.407</b>	<b>27.322</b>	<b>34.066</b>	<b>6.703.644</b>	<b>47.823</b>	<b>75.616</b>	<b>9.353.051</b>	<b>184.827</b>



## Capitolo 3

### IPERMERCATI

La categoria degli Ipermercati a fine 2014, rispetto all'anno precedente, registra un incremento con riferimento alla numerosità, all'estensione superficiale e all'occupazione, che recupera una piccola parte della diminuzione registrata tra il 2012 ed il 2013 (soprattutto sul versante degli addetti maschi). A livello nazionale sono stati contati 637 esercizi (con un incremento del 3,2%), con una superficie di vendita di 3.740.004 mq (+1,5%) e 80.783 addetti (+0,4%) di cui 51.728 femmine e 29.055 maschi (Tav. IP1).

Tav. IP1

IPERMERCATI - CONFRONTO ANNO PRECEDENTE

Regione	31-Dec-13			31-Dec-14			TASSI VARIAZIONE		
	Numero	Superficie Vendita	Addetti	Numero	Superficie Vendita	Addetti	Var. % Numero	Var. % Superf. Vendita	Var. % Addetti
PIEMONTE	80	450.513	10.237	82	454.937	10.196	2,5	1,0	-0,4
VALLE D'AOSTA	2	15.575	458	2	15.230	411	0,0	-2,2	-10,3
LOMBARDIA	163	1.045.763	22.920	164	1.046.032	23.567	0,6	0,0	2,8
LIGURIA	10	59.893	1.636	10	59.893	1.610	0,0	0,0	-1,6
<b>TOT. NORD OVEST</b>	<b>255</b>	<b>1.571.744</b>	<b>35.251</b>	<b>258</b>	<b>1.576.092</b>	<b>35.785</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>	<b>1,5</b>
TRENTINO A.A.	7	21.703	533	9	30.694	592	28,6	41,4	11,1
FRIULI V.G.	19	105.270	1.894	21	116.301	2.035	10,5	10,5	7,4
VENETO	71	371.941	7.545	79	409.074	7.886	11,3	10,0	4,5
EMILIA ROMAGNA	43	278.924	8.348	45	313.375	8.190	4,7	12,4	-1,9
<b>TOT. NORD EST</b>	<b>140</b>	<b>777.838</b>	<b>18.320</b>	<b>154</b>	<b>869.444</b>	<b>18.702</b>	<b>10,0</b>	<b>11,8</b>	<b>2,1</b>
TOSCANA	29	155.594	4.245	32	155.898	4.526	10,3	0,2	6,6
UMBRIA	7	54.140	768	8	40.590	898	14,3	-25,0	16,9
MARCHE	23	112.421	2.636	18	89.924	2.085	-21,7	-20,0	-20,9
LAZIO	27	152.668	3.225	32	170.198	3.415	18,5	11,5	5,9
<b>TOT. CENTRO</b>	<b>86</b>	<b>474.823</b>	<b>10.873</b>	<b>90</b>	<b>456.610</b>	<b>10.925</b>	<b>4,7</b>	<b>-3,8</b>	<b>0,5</b>
ABRUZZO	13	80.944	2.071	11	66.518	1.538	-15,4	-17,8	-25,7
MOLISE	5	16.401	351	5	16.401	343	0,0	0,0	-2,3
CAMPANIA	22	156.388	3.518	22	154.480	3.342	0,0	-1,2	-5,0
PUGLIA	24	197.354	2.961	24	195.896	2.969	0,0	-0,7	0,3
BASILICATA	5	21.674	305	4	16.762	270	-20,0	-22,7	-11,5
CALABRIA	16	92.631	1.525	16	91.870	1.612	0,0	-0,8	5,7
SICILIA	35	209.259	3.293	38	217.480	3.559	8,6	3,9	8,1
SARDEGNA	16	87.383	1.981	15	78.451	1.738	-6,3	-10,2	-12,3
<b>TOT. SUD ISOLE</b>	<b>136</b>	<b>862.034</b>	<b>16.005</b>	<b>135</b>	<b>837.858</b>	<b>15.372</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,8</b>	<b>-4,0</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>617</b>	<b>3.686.439</b>	<b>80.449</b>	<b>637</b>	<b>3.740.004</b>	<b>80.783</b>	<b>3,2</b>	<b>1,5</b>	<b>0,4</b>

Le aree settentrionali continuano a presentare la più alta concentrazione dei punti vendita e della relativa superficie, come emerge dal seguente prospetto (Tav. IP2): nel nord-ovest e nel nord-est insieme è infatti presente più del 64% delle unità rilevate con più del 65% della superficie di vendita; segue l'area meridionale, con il 21,2% di esercizi ed il 22,4% di superficie, che presenta anche la superficie media più elevata, pari a 6.206 mq (in leggera diminuzione rispetto al 2013). Da ultimo il centro con il 14,1% di esercizi ed il 12,2% di superficie.

Tav. IP2

IPERMERCATI - RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Ripartizione geografica	IPERMERCATI		Superficie di Vendita		Superficie di Vendita Media (mq)
	Numero	%	Mq	%	
TOTALE NORD OVEST	258	40,5	1.576.092	42,1	6.109
TOTALE NORD EST	154	24,2	869.444	23,2	5.646
TOTALE CENTRO	90	14,1	456.610	12,2	5.073
TOTALE SUD ISOLE	135	21,2	837.858	22,4	6.206
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>637</b>	<b>100,0</b>	<b>3.740.004</b>	<b>100,0</b>	<b>5.871</b>

Anche il numero medio degli addetti per superficie di vendita, rappresentato nel seguente prospetto Tav. IP 3, resta sostanzialmente stabile nel tempo: il valore nazionale è pari a 2,16 addetti ogni cento mq (era 2,18 nel 2013); di poco superiori i valori di centro e nord; più basso quello appartenente all'area meridionale.

Tav. IP3

IPERMERCATI - RIPARTIZIONE, ADDETTI, SUPERFICIE

Ripartizione Geografica	Numero Addetti	Superficie di vendita (Mq)	Addetti per 100 mq di superficie Vendita
TOTALE NORD OVEST	35.785	1.576.092	2,27
TOTALE NORD EST	18.702	869.444	2,15
TOTALE CENTRO	10.925	456.610	2,39
TOTALE SUD ISOLE	15.372	837.858	1,83
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>80.784</b>	<b>3.740.004</b>	<b>2,16</b>

Seguono la tavola relativa alle serie storiche Tav. IP 4 e la tavola IP 5 relativa alla distribuzione regionale per numero, collegamenti economici, superficie di vendita e addetti, distinti secondo il genere di appartenenza.

TAV. IP4

IPERMERCATI – SERIE STORICHE

ANNI	NUMERO				SUPERFICIE DI VENDITA (mq)								ADDETTI (Tot. Italia)
					ALIMENTARI				NON ALIMENTARI				
	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	
1991	101	58	23	182	217.830	77.361	39.038	334.229	304.550	126.457	67.762	498.769	23.081
1992	101	58	23	182	223.098	80.390	40.563	344.051	314.843	127.076	71.629	513.548	23.869
1993	116	60	27	203	266.278	88.542	40.177	394.997	328.211	126.828	72.094	527.133	25.311
1994	120	59	31	210	295.839	88.978	54.390	439.207	345.234	126.780	86.809	558.823	27.552
1995	127	63	35	225	327.017	106.416	59.015	492.448	360.382	130.111	96.776	587.269	30.034
1996	131	65	34	230	366.921	117.033	58.481	542.435	402.770	136.084	98.869	637.723	32.907
1997	137	68	35	240	393.713	124.794	60.152	578.659	412.997	151.649	101.950	666.596	36.258
1998	145	67	39	251	438.068	129.400	76.935	644.403	437.887	150.448	110.717	699.052	40.431
1999	193	69	42	304	593.788	159.788	115.593	869.169	614.669	162.266	148.158	925.093	52.178
2000	221	83	45	349	670.409	192.560	131.039	994.008	727.953	202.521	141.836	1.072.310	62.923
2001	228	76	55	359	700.627	205.751	165.375	1.071.753	679.964	197.522	171.793	1.049.279	63.399
2002	256	70	55	381	777.275	199.009	174.040	1.150.324	739.765	174.574	169.667	1.084.006	66.288
2003	257	73	58	388	804.016	214.785	192.655	1.211.456	758.593	186.820	193.039	1.138.452	69.948
2004	275	75	67	417	844.947	223.008	216.363	1.284.318	766.665	193.359	208.098	1.168.122	72.210
2005	294	79	86	459	930.253	235.297	273.655	1.439.205	816.544	201.191	280.972	1.298.707	76.069
2006	312	79	99	490	989.410	238.474	328.146	1.556.030	868.425	204.340	334.374	1.407.139	79.336
2007	327	81	112	520	1.018.510	247.998	384.827	1.651.325	921.553	218.758	392.617	1.532.928	81.588
2008	353	82	117	552	1.119.173	257.808	389.050	1.766.031	1.043.467	218.081	374.334	1.635.882	83.998
2009	367	79	124	570	1.204.014	249.242	414.762	1.858.018	1.035.325	219.599	402.235	1.657.159	84.487
2010	387	80	121	588	1.254.485	252.659	423.313	1.930.457	1.076.947	218.424	418.040	1.713.411	84.674
2011	391	83	138	612	1.281.387	261.482	464.968	2.007.837	1.075.437	217.279	465.424	1.758.140	85.669
2012	386	81	129	596	1.281.387	249.077	424.174	1.914.070	1.059.116	210.767	431.285	1.701.168	81.726
2013	395	86	136	617	1.281.869	262.217	441.558	1.985.644	1.067.713	212.606	420.476	1.700.795	80.449
2014	412	90	135	637	1.343.827	270.463	436.359	2.050.649	1.101.709	186.147	401.499	1.689.355	80.783

I collegamenti economici dichiarati riguardano 343 esercizi complessivamente, pari a poco meno del 54% del numero totale degli ipermercati : sono riconducibili in prevalenza ai gruppi di acquisto, presenti con 301 casi, cui si aggiungono 25 contratti di franchising (entrambe le formule in leggera crescita rispetto al 2013) e 15 adesioni ad unioni volontarie (in diminuzione rispetto al 2103) (Tav. IP5).

Tav. IP5

IPERMERCATI - RIPARTIZIONE PER REGIONE AL 31/12/2014

Regione	Numero	Fran-chising	Unioni Volontarie	Gruppi Acquisto	Sup. Vendita Alim.	Sup. Vendita Non Alim.	TOT. Sup. Vendita	Addetti M.	Addetti F.	Tot. Addetti
PIEMONTE	82	1	1	48	259.108	195.829	454.937	3.271	6.926	10.196
VALLE D'AOSTA	2	0	0	2	9.540	5.690	15.230	155	256	411
LOMBARDIA	164	9	2	92	557.807	488.225	1.046.032	8.559	15.008	23.567
LIGURIA	10	0	1	8	32.943	26.950	59.893	450	1.160	1.610
<b>Nord Ovest</b>	<b>258</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>150</b>	<b>859.398</b>	<b>716.694</b>	<b>1.576.092</b>	<b>12.435</b>	<b>23.350</b>	<b>35.785</b>
TRENTINO A.A.	9	1	0	6	19.107	11.587	30.694	170	421	592
FRIULI V.G.	21	2	2	9	63.641	52.660	116.301	579	1.456	2.035
VENETO	79	2	7	50	224.290	184.784	409.074	2.750	5.136	7.886
EMILIA ROM.	45	0	1	27	177.391	135.984	313.375	2.059	6.131	8.190
<b>Nord Est</b>	<b>154</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>92</b>	<b>484.429</b>	<b>385.015</b>	<b>869.444</b>	<b>5.558</b>	<b>13.144</b>	<b>18.702</b>
TOSCANA	32	1	0	4	96.990	58.908	155.898	1.445	3.082	4.526
UMBRIA	8	0	0	5	22.203	18.387	40.590	288	611	898
MARCHE	18	0	0	4	51.006	38.918	89.924	719	1.366	2.085
LAZIO	32	1	0	16	100.264	69.934	170.198	1.608	1.807	3.415
<b>Centro</b>	<b>90</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>29</b>	<b>270.463</b>	<b>186.147</b>	<b>456.610</b>	<b>4.060</b>	<b>6.865</b>	<b>10.925</b>
ABRUZZO	11	0	0	6	40.797	25.721	66.518	527	1.011	1.538
MOLISE	5	1	0	0	11.549	4.852	16.401	127	216	343
CAMPANIA	22	1	0	4	68.554	85.926	154.480	1.706	1.636	3.342
PUGLIA	24	0	1	7	92.812	103.084	195.896	1.174	1.795	2.969
BASILICATA	4	3	0	0	10.312	6.450	16.762	119	151	270
CALABRIA	16	2	0	3	51.876	39.994	91.870	816	796	1.612
SICILIA	38	2	0	5	115.316	102.164	217.480	1.766	1.793	3.559
SARDEGNA	15	1	0	5	45.143	33.308	78.451	768	970	1.738
<b>Sud Isole</b>	<b>135</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>436.359</b>	<b>401.499</b>	<b>837.858</b>	<b>7.003</b>	<b>8.369</b>	<b>15.372</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>637</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>301</b>	<b>2.050.649</b>	<b>1.689.355</b>	<b>3.740.004</b>	<b>29.055</b>	<b>51.728</b>	<b>80.783</b>

Infine viene riportata la Tav. IP6 relativa alla ripartizione per provincia.

TAV IP6

IPERMERCATI PER REGIONE E PROVINCIA – NUMERO, COLLEGAMENTI, SUPERFICIE DI VENDITA ED ADDETTI AL 31/12/2014

Provincia	Num.	Fran-chising	Union. Vol.	Gruppi. Acquisto	Sup. Vendita Alim.	Sup. Vendita Non Alim.	TOT. Sup. Vendita	Addetti Uomini	Addetti Donne	Totale Addetti
ALESSANDRIA	13	0	1	12	33.929	25.218	59.147	382	938	1.320
ASTI	2	0	0	2	5.230	3.770	9.000	61	106	167
BIELLA	5	0	0	3	15.904	10.120	26.024	280	430	710
CUNEO	12	0	0	4	31.931	21.730	53.661	308	709	1.017
NOVARA	13	0	0	8	37.000	20.961	57.961	532	1.035	1.566
TORINO	28	1	0	12	105.283	92.060	197.343	1.373	2.874	4.247
VERBANO-C.O.	5	0	0	5	14.881	10.636	25.517	217	485	702
VERCELLI	4	0	0	2	14.950	11.334	26.284	118	349	467
<b>PIEMONTE</b>	<b>82</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>48</b>	<b>259.108</b>	<b>195.829</b>	<b>454.937</b>	<b>3.271</b>	<b>6.926</b>	<b>10.196</b>
AOSTA	2	0	0	2	9.540	5.690	15.230	155	256	411
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>9.540</b>	<b>5.690</b>	<b>15.230</b>	<b>155</b>	<b>256</b>	<b>411</b>

..segue tav. IP6 - ipermercati per ripartizione regione e provincia - numero, collegamenti, superficie di vendita e addetti al 31/12/2014

Provincia	Num.	Fran- chising	Union. Vol.	Grupp. Acquisto	Sup. Vendita Alim.	Sup. Vendita Non Alim.	TOT. Sup. Vendita	Addetti Uomini	Addetti Donne	Totale Addetti
BERGAMO	16	1	0	9	60.850	63.089	123.939	1.009	1.933	2.942
BRESCIA	37	4	1	21	108.751	82.213	190.964	1.006	2.090	3.096
COMO	15	0	1	8	46.492	35.502	81.994	796	1.476	2.272
CREMONA	4	0	0	4	18.750	9.700	28.450	218	568	786
LECCO	5	0	0	5	13.246	12.696	25.942	149	391	540
LODI	4	0	0	4	15.659	16.591	32.250	259	534	793
MANTOVA	9	0	0	7	26.366	15.417	41.783	226	674	900
MILANO	38	2	0	12	148.168	123.044	271.212	2.666	4.037	6.703
MONZA E B.	14	1	0	7	43.547	43.991	87.538	672	1.273	1.945
PAVIA	9	1	0	6	34.315	28.428	62.743	396	707	1.103
SONDRIO	4	0	0	4	9.768	15.927	25.695	133	327	460
VARESE	9	0	0	5	31.895	41.627	73.522	1.029	998	2.027
<b>LOMBARDIA</b>	<b>164</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>92</b>	<b>557.807</b>	<b>488.225</b>	<b>1.046.032</b>	<b>8.559</b>	<b>15.008</b>	<b>23.567</b>
GENOVA	2	0	0	2	8.000	6.300	14.300	118	350	468
IMPERIA	3	0	1	2	7.786	5.386	13.172	129	191	320
LA SPEZIA	3	0	0	2	10.957	7.688	18.645	119	361	480
SAVONA	2	0	0	2	6.200	7.576	13.776	84	258	342
<b>LIGURIA</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>32.943</b>	<b>26.950</b>	<b>59.893</b>	<b>450</b>	<b>1.160</b>	<b>1.610</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>258</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>150</b>	<b>859.398</b>	<b>716.694</b>	<b>1.576.092</b>	<b>12.435</b>	<b>23.350</b>	<b>35.785</b>

TRENTO	9	1	0	6	19.107	11.587	30.694	170	421	592
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>19.107</b>	<b>11.587</b>	<b>30.694</b>	<b>170</b>	<b>421</b>	<b>592</b>
GORIZIA	3	0	2	1	9.660	9.450	19.110	77	290	367
PORDENONE	3	0	0	2	10.119	8.417	18.536	83	270	353
TRIESTE	4	0	0	1	11.027	11.532	22.559	183	292	475
UDINE	11	2	0	5	32.835	23.261	56.096	236	603	840
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>63.641</b>	<b>52.660</b>	<b>116.301</b>	<b>579</b>	<b>1.456</b>	<b>2.035</b>
BELLUNO	4	1	1	3	7.964	6.095	14.059	115	228	343
PADOVA	13	0	1	8	35.256	25.577	60.833	534	949	1.483
ROVIGO	4	0	0	3	10.965	4.700	15.665	148	256	404
TREVISO	11	0	2	4	32.380	22.476	54.856	282	746	1.028
VENEZIA	17	1	0	8	49.721	39.262	88.983	614	1.178	1.791
VERONA	16	0	0	14	46.037	55.430	101.467	608	849	1.457
VICENZA	14	0	3	10	41.967	31.244	73.211	449	931	1.380
<b>VENETO</b>	<b>79</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>50</b>	<b>224.290</b>	<b>184.784</b>	<b>409.074</b>	<b>2.750</b>	<b>5.136</b>	<b>7.886</b>
BOLOGNA	6	0	0	5	33.421	25.166	58.587	365	1.366	1.731
FERRARA	7	0	0	4	40.326	27.824	68.150	276	832	1.108
FORLI'-CESENA	4	0	1	2	14.635	14.135	28.770	201	525	726
MODENA	11	0	0	3	33.842	32.784	66.626	524	1.513	2.037
PARMA	6	0	0	3	15.545	10.491	26.036	287	549	836
PIACENZA	4	0	0	4	9.443	11.350	20.793	111	314	425
RAVENNA	3	0	0	3	12.012	7.489	19.501	112	441	553
REGGIO EMILIA	2	0	0	2	6.277	4.043	10.320	62	280	342
RIMINI	2	0	0	1	11.890	2.702	14.592	121	311	432
<b>EMILIA ROM.</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>177.391</b>	<b>135.984</b>	<b>313.375</b>	<b>2.059</b>	<b>6.131</b>	<b>8.190</b>
<b>Nord Est</b>	<b>154</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>92</b>	<b>484.429</b>	<b>385.015</b>	<b>869.444</b>	<b>5.558</b>	<b>13.144</b>	<b>18.702</b>

AREZZO	3	0	0	0	9.453	7.408	16.861	182	436	618
FIRENZE	5	0	0	1	20.979	8.754	29.733	317	668	985
GROSSETO	3	1	0	1	6.393	2.147	8.540	110	177	287
LIVORNO	5	0	0	0	11.086	11.264	22.350	155	248	403
LUCCA	2	0	0	1	5.654	4.853	10.507	42	148	190
MASSA-CARR.	1	0	0	0	4.278	3.335	7.613	76	137	213
PISA	5	0	0	1	14.856	9.467	24.323	210	496	706
PISTOIA	3	0	0	0	9.784	5.477	15.261	137	340	477
PRATO	3	0	0	0	9.505	4.095	13.600	128	205	333
SIENA	2	0	0	0	5.002	2.108	7.110	88	227	315
<b>TOSCANA</b>	<b>32</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>96.990</b>	<b>58.908</b>	<b>155.898</b>	<b>1.445</b>	<b>3.082</b>	<b>4.526</b>
PERUGIA	6	0	0	3	17.173	13.357	30.530	183	375	557
TERNI	2	0	0	2	5.030	5.030	10.060	105	236	341
<b>UMBRIA</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>22.203</b>	<b>18.387</b>	<b>40.590</b>	<b>288</b>	<b>611</b>	<b>898</b>

..segue tav. IP6 - ipermercati per ripartizione regione e provincia - numero, collegamenti, superficie di vendita e addetti al 31/12/2014

Provincia	Num.	Fran-chising	Union. Vol.	Grupp. Acquisto	Sup. Vendita Alim.	Sup. Vendita Non Alim.	TOT. Sup. Vendita	Addetti Uomini	Addetti Donne	Totale Addetti
ANCONA	9	0	0	1	23.886	15.369	39.255	255	353	608
ASCOLI PICENO	4	0	0	1	13.340	11.375	24.715	141	370	511
FERMO	2	0	0	0	4.774	3.598	8.372	44	120	164
PESARO E URB.	3	0	0	2	9.006	8.576	17.582	279	523	802
<b>MARCHE</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>51.006</b>	<b>38.918</b>	<b>89.924</b>	<b>719</b>	<b>1.366</b>	<b>2.085</b>
FROSINONE	3	0	0	0	11.600	6.300	17.900	126	213	339
LATINA	3	0	0	1	15.307	14.071	29.378	238	159	397
ROMA	24	1	0	13	67.704	45.344	113.048	1.037	1.275	2.312
VITERBO	2	0	0	2	5.653	4.219	9.872	207	160	367
<b>LAZIO</b>	<b>32</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>100.264</b>	<b>69.934</b>	<b>170.198</b>	<b>1.608</b>	<b>1.807</b>	<b>3.415</b>
<b>Centro</b>	<b>90</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>29</b>	<b>270.463</b>	<b>186.147</b>	<b>456.610</b>	<b>4.060</b>	<b>6.865</b>	<b>10.925</b>

CHIETI	3	0	0	1	8.141	3.338	11.479	106	179	285
L'AQUILA	2	0	0	1	9.342	3.365	12.707	65	218	283
PESCARA	4	0	0	2	16.609	12.345	28.954	272	402	674
TERAMO	2	0	0	2	6.705	6.673	13.378	84	212	296
<b>ABRUZZO</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>40.797</b>	<b>25.721</b>	<b>66.518</b>	<b>527</b>	<b>1.011</b>	<b>1.538</b>
CAMPOBASSO	5	1	0	0	11.549	4.852	16.401	127	216	343
<b>MOLISE</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11.549</b>	<b>4.852</b>	<b>16.401</b>	<b>127</b>	<b>216</b>	<b>343</b>
AVELLINO	5	0	0	0	7.840	9.797	17.637	183	148	331
BENEVENTO	2	0	0	0	3.800	2.592	6.392	22	20	42
CASERTA	3	0	0	1	9.450	11.750	21.200	386	465	851
NAPOLI	10	0	0	2	40.049	57.046	97.095	1.054	936	1.990
SALERNO	2	1	0	1	7.415	4.741	12.156	61	67	128
<b>CAMPANIA</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>68.554</b>	<b>85.926</b>	<b>154.480</b>	<b>1.706</b>	<b>1.636</b>	<b>3.342</b>
BARI	7	0	0	1	28.707	33.735	62.442	480	738	1.218
BARLETTA-A.T.	2	0	0	0	6.450	7.550	14.000	87	130	217
BRINDISI	6	0	1	1	23.620	34.202	57.822	130	208	338
FOGGIA	3	0	0	3	10.650	7.492	18.142	161	157	318
LECCE	4	0	0	2	13.740	11.060	24.800	137	237	374
TARANTO	2	0	0	0	9.645	9.045	18.690	179	325	504
<b>PUGLIA</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>92.812</b>	<b>103.084</b>	<b>195.896</b>	<b>1.174</b>	<b>1.795</b>	<b>2.969</b>
MATERA	2	2	0	0	5.852	3.500	9.352	50	65	115
POTENZA	2	1	0	0	4.460	2.950	7.410	69	86	155
<b>BASILICATA</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.312</b>	<b>6.450</b>	<b>16.762</b>	<b>119</b>	<b>151</b>	<b>270</b>
CATANZARO	3	2	0	0	9.996	6.329	16.325	165	131	296
COSENZA	8	0	0	1	27.205	21.165	48.370	390	433	823
REGGIO DI CAL.	4	0	0	1	11.675	9.070	20.745	250	179	429
VIBO VALENTIA	1	0	0	1	3.000	3.430	6.430	11	54	64
<b>CALABRIA</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>51.876</b>	<b>39.994</b>	<b>91.870</b>	<b>816</b>	<b>796</b>	<b>1.612</b>
AGRIGENTO	3	0	0	0	5.394	9.464	14.858	30	74	104
CALTANISSETTA	1	0	0	0	2.032	914	2.946	26	14	40
CATANIA	8	1	0	1	30.670	27.533	58.203	690	567	1.257
ENNA	1	0	0	0	2.000	770	2.770	0	0	0
MESSINA	5	1	0	0	14.626	11.989	26.615	111	81	192
PALERMO	8	0	0	3	25.959	17.460	43.419	474	366	840
RAGUSA	6	0	0	1	18.169	16.844	35.013	339	224	563
SIRACUSA	6	0	0	0	16.466	17.190	33.656	90	430	520
<b>SICILIA</b>	<b>38</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>115.316</b>	<b>102.164</b>	<b>217.480</b>	<b>1.759</b>	<b>1.756</b>	<b>3.515</b>
CAGLIARI	9	1	0	1	25.085	18.694	43.779	487	559	1.046
ORISTANO	1	0	0	1	2.819	2.819	5.638	43	81	124
SASSARI	5	0	0	3	17.239	11.795	29.034	238	330	568
SARDEGNA	15	1	0	5	45.143	33.308	78.451	768	970	1.738
<b>Sud Isole</b>	<b>135</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>436.359</b>	<b>401.499</b>	<b>837.858</b>	<b>6.996</b>	<b>8.332</b>	<b>15.328</b>

<b>TOT. ITALIA</b>	<b>637</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>301</b>	<b>2.050.649</b>	<b>1.689.355</b>	<b>3.740.004</b>	<b>29.048</b>	<b>51.691</b>	<b>80.739</b>
--------------------	------------	-----------	-----------	------------	------------------	------------------	------------------	---------------	---------------	---------------

## Capitolo 4

### MINIMERCATI

Il numero complessivo dei punti vendita per i minimercati risulta, al 31 dicembre 2014, pari a 5.604 in leggera diminuzione rispetto al 2013 (ma superiore ai livelli precedenti), con una superficie di vendita di 1.632.002 mq (diminuita anche rispetto al 2012), e un numero di addetti - che viceversa cresce stabilmente nel tempo - pari a 35.743 unità, distinti in 20.453 donne e 15.290 uomini (v. Tav. M3).

A livello territoriale si registra una crescita di una certa rilevanza per tutti e tre gli aspetti considerati nell'indagine (numerosità, superficie ed addetti) nel Friuli Venezia Giulia, nel Lazio in Campania, che è la regione con il più alto numero di minimercati - dopo la Puglia e la Lombardia - ed in Calabria.

Questa tipologia commerciale, la cui diffusione, favorita dalla dimensione medio-piccola, è avvenuta anche in aree urbane ad alta intensità abitativa, spesso in sostituzione degli alimentari tradizionali, sembra avere trovato una certa stabilità con variazioni complessivamente contenute, sia in negativo che in positivo (per quanto riguarda gli addetti).

Tav. M1

MINIMERCATI - confronto anno precedente

Regione	12/31/2013			12/31/2014			TASSI VARIAZIONE		
	Numero	Superficie Vendita	Addetti	Numero	Superficie Vendita	Addetti	Var. % Numero	Var % Superficie	Var % Addetti
Piemonte	392	120.079	2.367	392	120.417	2.507	0,0	0,3	5,9
Valle d'Aosta	19	5.978	112	18	5.598	113	-5,3	-6,4	0,9
Lombardia	585	173.781	3.769	579	171.588	3.769	-1,0	-1,3	0,0
Liguria	329	92.266	2.484	331	91.954	2.540	0,6	-0,3	2,3
Tot. Nord Ovest	1.325	392.104	8.732	1.320	389.556	8.930	-0,4	-0,6	2,3
Trentino A.A.	172	48.886	1.077	171	48.932	1.084	-0,6	0,1	0,6
Friuli V.G.	139	44.623	860	145	46.722	882	4,3	4,7	2,6
Veneto	390	116.664	2.141	386	114.558	2.129	-1,0	-1,8	-0,6
Emilia Romagna	349	101.293	2.601	344	99.800	2.645	-1,4	-1,5	1,7
Tot. Nord Est	1.050	311.465	6.680	1.046	310.011	6.741	-0,4	-0,5	0,9
Toscana	213	63.537	1.513	206	60.966	1.495	-3,3	-4,0	-1,2
Umbria	110	32.325	642	104	30.548	611	-5,5	-5,5	-4,8
Marche	215	62.016	1.238	214	61.996	1.250	-0,5	-0,0	1,0
Lazio	276	83.373	1.928	285	86.305	2.151	3,3	3,5	11,6
Tot. Centro	814	241.251	5.320	809	239.815	5.507	-0,6	-0,6	3,5
Abruzzo	143	41.417	689	143	41.122	688	0,0	-0,7	-0,1
Molise	24	7.438	111	24	7.467	121	0,0	0,4	9,0
Campania	550	151.525	3.592	575	158.399	3.786	4,5	4,5	5,4
Puglia	708	198.552	4.617	687	192.353	4.585	-3,0	-3,1	-0,7
Basilicata	101	28.668	479	100	28.082	479	-1,0	-2,0	0,0
Calabria	194	56.274	851	202	58.504	928	4,1	4,0	9,0
Sicilia	467	141.625	2.779	447	134.690	2.725	-4,3	-4,9	-1,9
Sardegna	260	74.592	1.278	251	72.002	1.254	-3,5	-3,5	-1,9
Tot. Sud Isole	2.447	700.089	14.395	2.429	692.619	14.565	-0,7	-1,1	1,2
<b>Tot. Italia</b>	<b>5.636</b>	<b>1.644.909</b>	<b>35.127</b>	<b>5.604</b>	<b>1.632.002</b>	<b>35.743</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,8</b>

Tav. M2

## MINIMERCATI - RIPARTIZIONE GEOGRAFICA

Ripartizione geografica	Esercizi		Superficie di Vendita			Addetti		
	Numero	%	(mq)	%	Superficie media di Vendita	Numero Addetti	%	Addetti per 100 mq di superficie di vendita
TOTALE NORD OVEST	1.320	23,6	389.556	23,9	295,1	8.930	25,0	2,3
TOTALE NORD EST	1.046	18,7	310.011	19,0	296,4	6.741	18,9	2,2
TOTALE CENTRO	809	14,4	239.815	14,7	296,4	5.507	15,4	2,3
TOTALE SUD ISOLE	2.429	43,3	692.619	42,4	285,1	14.565	40,7	2,1
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>5.604</b>	<b>100,0</b>	<b>1.632.002</b>	<b>100,0</b>	<b>291,2</b>	<b>35.743</b>	<b>100,0</b>	<b>2,2</b>

Tav. M3

## MINIMERCATI PER REGIONE

Regione	Num.	N° Franchising	N° Unioni Volontarie	N° Gruppi Acquisto	Sup. Vendita	Addetti M	Addetti F	Tot. Addetti
PIEMONTE	392	110	2	39	120.417	758	1.749	2.507
VALLE D'AOSTA	18	1	1	5	5.598	35	78	113
LOMBARDIA	579	47	8	90	171.588	1.601	2.168	3.769
LIGURIA	331	28	2	45	91.954	972	1.569	2.540
Nord Ovest	1.320	186	13	179	389.556	3.366	5.564	8.930
TRENTINO ALTO ADIGE	171	16	5	84	48.932	330	754	1.084
FRIULI VENEZIA GIULIA	145	17	15	14	46.722	280	602	882
VENETO	386	34	15	130	114.558	739	1.390	2.129
EMILIA ROMAGNA	344	29	27	82	99.800	815	1.830	2.645
Nord Est	1.046	96	62	310	310.011	2.164	4.576	6.741
TOSCANA	206	9	9	51	60.966	632	863	1.495
UMBRIA	104	1	0	14	30.548	204	407	611
MARCHE	214	23	5	35	61.996	408	842	1.250
LAZIO	285	61	38	25	86.305	985	1.166	2.151
Centro	809	94	52	125	239.815	2.229	3.278	5.507
ABRUZZO	143	15	5	46	41.122	228	460	688
MOLISE	24	0	0	2	7.467	52	69	121
CAMPANIA	575	26	13	32	158.399	2.070	1.716	3.786
PUGLIA	687	102	36	140	192.353	2.343	2.242	4.585
BASILICATA	100	15	1	9	28.082	215	263	479
CALABRIA	202	6	2	16	58.504	479	449	928
SICILIA	447	30	27	45	134.690	1.620	1.105	2.725
SARDEGNA	251	17	5	58	72.002	523	731	1.254
Sud Isole	2.429	211	89	348	692.619	7.531	7.034	14.565
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>5.604</b>	<b>587</b>	<b>216</b>	<b>962</b>	<b>1.632.002</b>	<b>15.290</b>	<b>20.453</b>	<b>35.743</b>

Come risulta dalla tabella tav. M2 il meridione si conferma come area maggiormente dotata di questa tipologia di esercizi con 2.429 esercizi, 14.565 addetti e 692.619 mq di superficie di vendita con più del 40% del totale nazionale per tutte le variabili. Il nord-ovest segue e si attesta sul 23,5% con 1.320 esercizi con una super-

ficie di 389.556 mq e con 8.930 addetti (complessivamente in aumento). Nord-est e centro si collocano rispettivamente intorno al 18,7 ed al 14,4% delle unità totali nazionali di esercizi di questa tipologia, presentandosi come le zone più sguarnite. I maggiori valori medi come dimensione della superficie di vendita si registrano al Nord est ed al centro 296,4 mq contro un valore medio nazionale di 291,2 mq. Il numero di addetti per mq di superficie risulta sostanzialmente omogeneo su tutto il territorio nazionale attestandosi intorno alle 2,2 unità (in leggerissima crescita rispetto al 2013).

Nella Tav. M3 sono riportate le superfici di vendita e gli addetti per regione.

Seguono le tavole M4 ed M5 che riportano i dati provinciali.

TAV M4

MINIMERCATI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA - NUMERO AL 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.
ALESSANDRIA	11	0	0	0	23	0	0	0	34	0	0	0
ASTI	10	7	0	0	14	2	0	5	24	9	0	5
BIELLA	3	2	0	1	7	0	2	3	10	2	2	4
CUNEO	4	0	0	1	52	4	0	14	56	4	0	15
NOVARA	2	0	0	0	14	5	0	2	16	5	0	2
TORINO	121	45	0	5	109	45	0	7	230	90	0	12
VERBANO-C.O.	2	0	0	0	13	0	0	1	15	0	0	1
VERCELLI	2	0	0	0	5	0	0	0	7	0	0	0
<b>PIEMONTE</b>	<b>155</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>237</b>	<b>56</b>	<b>2</b>	<b>32</b>	<b>392</b>	<b>110</b>	<b>2</b>	<b>39</b>
AOSTA	2	0	0	0	16	1	1	5	18	1	1	5
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
BERGAMO	7	1	0	0	77	1	0	6	84	2	0	6
BRESCIA	5	0	0	0	82	0	3	4	87	0	3	4
COMO	6	1	0	0	29	5	2	5	35	6	2	5
CREMONA	5	2	0	1	9	1	0	3	14	3	0	4
LECCO	1	0	0	0	16	2	0	4	17	2	0	4
LODI	6	2	0	1	6	0	0	4	12	2	0	5
MANTOVA	2	0	0	0	19	0	1	5	21	0	1	5
MILANO	79	4	0	7	93	5	0	6	172	9	0	13
MONZA E BR.	10	1	0	2	35	6	1	9	45	7	1	11
PAVIA	4	2	0	0	34	10	1	5	38	12	1	5
SONDRIO	4	0	0	1	25	0	0	15	29	0	0	16
VARESE	2	0	0	0	23	4	0	12	25	4	0	12
<b>LOMBARDIA</b>	<b>131</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>448</b>	<b>34</b>	<b>8</b>	<b>78</b>	<b>579</b>	<b>47</b>	<b>8</b>	<b>90</b>
GENOVA	172	0	0	0	52	3	0	2	224	3	0	2
IMPERIA	3	0	0	2	24	5	0	18	27	5	0	20
LA SPEZIA	14	3	0	0	11	3	2	0	25	6	2	0
SAVONA	6	2	0	1	49	12	0	22	55	14	0	23
<b>LIGURIA</b>	<b>195</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>136</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>331</b>	<b>28</b>	<b>2</b>	<b>45</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>483</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>837</b>	<b>114</b>	<b>13</b>	<b>157</b>	<b>1.320</b>	<b>186</b>	<b>13</b>	<b>179</b>

..segue tav. M4 - minimercati per ripartizione regione e provincia - numero e collegamenti

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.
BOLZANO	10	0	0	8	72	6	2	13	82	6	2	21
TRENTO	11	3	0	6	78	7	3	57	89	10	3	63
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>150</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	<b>70</b>	<b>171</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>84</b>
GORIZIA	5	1	1	0	12	3	0	2	17	4	1	2
PORDENONE	5	2	0	0	24	4	2	5	29	6	2	5
TRIESTE	27	2	1	1	11	2	0	0	38	4	1	1
UDINE	12	2	1	1	49	1	10	5	61	3	11	6
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>49</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>96</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>145</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>14</b>
BELLUNO	2	0	0	0	19	0	1	2	21	0	1	2
PADOVA	21	5	1	8	45	8	2	28	66	13	3	36
ROVIGO	4	1	0	3	15	2	0	6	19	3	0	9
TREVISO	6	1	0	3	77	4	3	33	83	5	3	36
VENEZIA	21	1	0	1	30	1	1	6	51	2	1	7
VERONA	34	1	0	6	49	6	3	8	83	7	3	14
VICENZA	9	0	1	3	54	4	3	23	63	4	4	26
<b>VENETO</b>	<b>97</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>289</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>106</b>	<b>386</b>	<b>34</b>	<b>15</b>	<b>130</b>
BOLOGNA	33	2	0	1	18	1	0	1	51	3	0	2
FERRARA	13	3	1	4	34	2	3	22	47	5	4	26
FORLÌ-CES.	11	1	6	2	25	2	12	8	36	3	18	10
MODENA	10	3	0	2	43	2	0	10	53	5	0	12
PARMA	11	0	0	3	13	1	0	0	24	1	0	3
PIACENZA	13	3	1	0	22	6	0	0	35	9	1	0
RAVENNA	12	0	0	0	15	0	1	8	27	0	1	8
REGGIO EMILIA	13	1	0	2	31	0	0	2	44	1	0	4
RIMINI	14	2	2	8	13	0	1	9	27	2	3	17
<b>EMILIA ROM.</b>	<b>130</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>214</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>60</b>	<b>344</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>82</b>
<b>Nord Est</b>	<b>297</b>	<b>34</b>	<b>15</b>	<b>62</b>	<b>749</b>	<b>62</b>	<b>47</b>	<b>248</b>	<b>1.046</b>	<b>96</b>	<b>62</b>	<b>310</b>

AREZZO	6	0	0	3	20	0	0	6	26	0	0	9
FIRENZE	18	0	0	0	10	0	0	0	28	0	0	0
GROSSETO	8	0	0	0	23	0	3	3	31	0	3	3
LIVORNO	6	0	0	0	12	0	2	0	18	0	2	0
LUCCA	1	0	0	1	16	1	0	6	17	1	0	7
MASSA-CAR.	5	0	1	2	14	3	3	2	19	3	4	4
PISA	5	1	0	2	21	2	0	4	26	3	0	6
PISTOIA	4	0	0	2	9	1	0	6	13	1	0	8
PRATO	6	1	0	2	2	0	0	2	8	1	0	4
SIENA	3	0	0	1	17	0	0	9	20	0	0	10
<b>TOSCANA</b>	<b>62</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>144</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>38</b>	<b>206</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>51</b>
PERUGIA	12	0	0	0	66	1	0	13	78	1	0	13
TERNI	7	0	0	1	19	0	0	0	26	0	0	1
UMBRIA	19	0	0	1	85	1	0	13	104	1	0	14
ANCONA	9	0	0	0	47	6	2	5	56	6	2	5
ASCOLI PICENO	6	2	0	4	16	6	1	7	22	8	1	11
FERMO	8	1	0	0	32	5	0	5	40	6	0	5
MACERATA	6	0	0	0	31	1	0	3	37	1	0	3
PESARO E URB.	14	0	0	0	45	2	2	11	59	2	2	11
<b>MARCHE</b>	<b>43</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>171</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>31</b>	<b>214</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>35</b>

..segue tav. M4 - minimercati per ripartizione regione e provincia - numero e collegamenti

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Grupp. Acq.
FROSINONE	2	0	0	0	14	3	0	3	16	3	0	3
LATINA	7	1	0	0	50	6	0	3	57	7	0	3
RIETI	0	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0
ROMA	128	22	38	14	66	29	0	5	194	51	38	19
VITERBO	1	0	0	0	14	0	0	0	15	0	0	0
<b>LAZIO</b>	<b>138</b>	<b>23</b>	<b>38</b>	<b>14</b>	<b>147</b>	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>285</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>25</b>
<b>Centro</b>	<b>262</b>	<b>28</b>	<b>39</b>	<b>32</b>	<b>547</b>	<b>66</b>	<b>13</b>	<b>93</b>	<b>809</b>	<b>94</b>	<b>52</b>	<b>125</b>
CHIETI	3	0	0	2	51	6	1	11	54	6	1	13
L'AQUILA	3	1	0	0	29	3	1	1	32	4	1	1
PESCARA	12	5	1	5	15	0	2	8	27	5	3	13
TERAMO	6	0	0	4	24	0	0	15	30	0	0	19
<b>ABRUZZO</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>119</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>35</b>	<b>143</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>46</b>
CAMPOBASSO	3	0	0	0	6	0	0	0	9	0	0	0
ISERNIA	1	0	0	0	14	0	0	2	15	0	0	2
<b>MOLISE</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
AVELLINO	3	0	0	0	34	0	0	0	37	0	0	0
BENEVENTO	4	0	0	0	26	0	0	4	30	0	0	4
CASERTA	11	2	0	0	103	12	12	15	114	14	12	15
NAPOLI	81	0	0	0	191	2	0	0	272	2	0	0
SALERNO	26	3	0	9	96	7	1	4	122	10	1	13
<b>CAMPANIA</b>	<b>125</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>450</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>23</b>	<b>575</b>	<b>26</b>	<b>13</b>	<b>32</b>
BARI	41	8	6	15	150	29	7	45	191	37	13	60
BARLETTA-A.T.	47	17	3	14	17	1	4	4	64	18	7	18
BRINDISI	25	1	1	1	86	10	8	13	111	11	9	14
FOGGIA	35	3	0	9	56	0	1	6	91	3	1	15
LECCE	15	2	0	2	172	30	3	31	187	32	3	33
TARANTO	5	0	0	0	38	1	3	0	43	1	3	0
<b>PUGLIA</b>	<b>168</b>	<b>31</b>	<b>10</b>	<b>41</b>	<b>519</b>	<b>71</b>	<b>26</b>	<b>99</b>	<b>687</b>	<b>102</b>	<b>36</b>	<b>140</b>
MATERA	5	1	0	0	39	4	0	0	44	5	0	0
POTENZA	8	3	0	0	48	7	1	9	56	10	1	9
<b>BASILICATA</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>87</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
CATANZARO	1	0	0	0	15	3	0	1	16	3	0	1
COSENZA	7	0	0	0	48	0	0	3	55	0	0	3
CROTONE	21	0	0	0	19	1	1	6	40	1	1	6
REGGIO CAL.	12	0	0	0	59	1	0	3	71	1	0	3
VIBO VALENTIA	3	0	0	1	17	1	1	2	20	1	1	3
<b>CALABRIA</b>	<b>44</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>158</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>202</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>16</b>
AGRIGENTO	10	0	0	0	66	0	0	0	76	0	0	0
CALTANISSETTA	2	0	1	0	20	2	0	5	22	2	1	5
CATANIA	4	1	1	1	15	1	1	2	19	2	2	3
ENNA	4	0	0	0	17	2	0	3	21	2	0	3
MESSINA	14	0	0	0	69	7	0	17	83	7	0	17
PALERMO	34	1	6	4	25	4	2	12	59	5	8	16
RAGUSA	13	6	6	0	23	1	1	0	36	7	7	0
SIRACUSA	17	0	0	0	47	0	0	0	64	0	0	0
TRAPANI	14	0	1	0	53	5	8	1	67	5	9	1
<b>SICILIA</b>	<b>112</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>335</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>40</b>	<b>447</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>45</b>
CAGLIARI	29	1	2	12	105	7	3	34	134	8	5	46
NUORO	5	5	0	0	19	1	0	6	24	6	0	6
ORISTANO	10	0	0	0	24	0	0	4	34	0	0	4
SASSARI	9	1	0	0	50	2	0	2	59	3	0	2
<b>SARDEGNA</b>	<b>53</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>198</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>46</b>	<b>251</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>58</b>
<b>Sud Isole</b>	<b>543</b>	<b>61</b>	<b>28</b>	<b>79</b>	<b>1.886</b>	<b>150</b>	<b>61</b>	<b>269</b>	<b>2.429</b>	<b>211</b>	<b>89</b>	<b>348</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>1.585</b>	<b>195</b>	<b>82</b>	<b>195</b>	<b>4019</b>	<b>392</b>	<b>134</b>	<b>767</b>	<b>5604</b>	<b>587</b>	<b>216</b>	<b>962</b>

TAV M5

MINIMERCATI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA - SUPERFICIE DI VENDITA E ADDETTI AL 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
ALESSANDRIA	3.392	21	55	6.867	47	90	10.259	213
ASTI	3.065	25	52	4.383	21	65	7.448	163
BIELLA	820	5	11	2.408	22	30	3.228	68
CUNEO	1.290	7	21	16.870	79	242	18.160	349
NOVARA	482	5	16	4.290	37	61	4.772	119
TORINO	36.773	225	523	33.029	205	499	69.802	1.453
VERBANO-C.O.	670	5	5	3.767	42	51	4.437	103
VERCELLI	599	2	7	1.712	9	21	2.311	39
<b>PIEMONTE</b>	<b>47.091</b>	<b>295</b>	<b>690</b>	<b>73.326</b>	<b>463</b>	<b>1.059</b>	<b>120.417</b>	<b>2.507</b>
AOSTA	535	4	10	5.063	31	68	5.598	113
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>535</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>5.063</b>	<b>31</b>	<b>68</b>	<b>5.598</b>	<b>113</b>
BERGAMO	2.027	19	24	22.397	206	287	24.424	536
BRESCIA	1.295	9	20	24.759	191	309	26.054	529
COMO	1.761	27	21	9.429	87	121	11.190	256
CREMONA	1.444	7	13	2.639	15	27	4.083	62
LECCO	249	2	3	5.163	44	70	5.412	119
LODI	1.896	9	25	1.966	18	17	3.862	69
MANTOVA	525	1	5	5.835	30	68	6.360	104
MILANO	23.517	325	320	25.894	256	332	49.411	1.232
MONZA E BRIANZA	2.768	21	45	10.364	102	112	13.132	280
PAVIA	1.305	4	13	10.322	57	122	11.627	196
SONDRIO	1.140	7	13	7.479	92	110	8.619	222
VARESE	771	6	8	6.643	67	82	7.414	163
<b>LOMBARDIA</b>	<b>38.698</b>	<b>437</b>	<b>510</b>	<b>132.890</b>	<b>1.164</b>	<b>1.658</b>	<b>171.588</b>	<b>3.769</b>
GENOVA	47.103	512	793	14.059	178	241	61.162	1.725
IMPERIA	846	7	9	7.513	77	133	8.359	226
LA SPEZIA	4.090	29	55	3.265	37	59	7.355	180
SAVONA	1.575	16	30	13.503	115	249	15.078	410
<b>LIGURIA</b>	<b>53.614</b>	<b>565</b>	<b>887</b>	<b>38.340</b>	<b>407</b>	<b>681</b>	<b>91.954</b>	<b>2.540</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>139.938</b>	<b>1.301</b>	<b>2.098</b>	<b>249.619</b>	<b>2.065</b>	<b>3.466</b>	<b>389.556</b>	<b>8.930</b>
BOLZANO	3.113	23	80	20.865	124	397	23.978	625
TRENTO	3.169	36	46	21.785	147	230	24.954	460
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>6.282</b>	<b>59</b>	<b>126</b>	<b>42.650</b>	<b>271</b>	<b>628</b>	<b>48.932</b>	<b>1.084</b>
GORIZIA	1.422	12	20	4.124	25	73	5.546	130
PORDENONE	1.689	5	13	7.888	37	100	9.577	156
TRIESTE	8.890	79	120	3.497	31	42	12.387	272
UDINE	3.673	16	46	15.539	75	188	19.212	325
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>15.674</b>	<b>112</b>	<b>199</b>	<b>31.048</b>	<b>168</b>	<b>404</b>	<b>46.722</b>	<b>882</b>
BELLUNO	612	2	7	5.545	29	59	6.157	96
PADOVA	5.754	52	86	14.719	76	144	20.473	358
ROVIGO	1.010	7	8	4.673	20	46	5.683	81

..segue tav. M5 - minimercati per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita ed addetti

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
TREVISO	1.966	22	31	22.878	129	253	24.844	435
VENEZIA	6.239	90	168	9.285	40	116	15.524	414
VERONA	9.573	77	110	13.930	84	144	23.503	414
VICENZA	2.625	14	33	15.750	98	186	18.374	330
<b>VENETO</b>	<b>27.779</b>	<b>263</b>	<b>443</b>	<b>86.780</b>	<b>476</b>	<b>947</b>	<b>114.558</b>	<b>2.129</b>
BOLOGNA	8.562	117	198	5.397	43	108	13.959	465
FERRARA	3.839	46	64	9.911	64	112	13.750	286
FORLÌ-CESENA	2.649	21	74	7.858	68	161	10.507	324
MODENA	2.977	28	43	12.211	68	238	15.188	377
PARMA	2.953	17	48	3.861	20	74	6.814	159
PIACENZA	3.529	28	52	7.116	37	113	10.645	230
RAVENNA	3.484	32	84	4.563	26	79	8.047	221
REGGIO EMILIA	4.352	32	78	9.369	38	133	13.721	280
RIMINI	3.410	78	90	3.759	53	82	7.169	303
<b>EMILIA ROMAGNA</b>	<b>35.755</b>	<b>399</b>	<b>731</b>	<b>64.045</b>	<b>416</b>	<b>1.099</b>	<b>99.800</b>	<b>2.645</b>
<b>Nord Est</b>	<b>85.489</b>	<b>833</b>	<b>1.498</b>	<b>224.523</b>	<b>1.331</b>	<b>3.078</b>	<b>310.011</b>	<b>6.741</b>

AREZZO	1.868	16	22	5.993	55	73	7.861	166
FIRENZE	5.205	91	85	2.818	35	46	8.023	257
GROSSETO	2.128	7	30	6.759	54	86	8.887	177
LIVORNO	1.832	15	23	4.031	35	57	5.863	130
LUCCA	300	5	2	4.915	34	63	5.215	104
MASSA-CARRARA	1.230	14	26	3.881	41	53	5.111	134
PISA	1.478	21	20	6.232	43	71	7.710	155
PISTOIA	1.221	19	12	2.812	36	48	4.033	115
PRATO	1.978	26	31	530	7	11	2.508	75
SIENA	787	14	17	4.968	64	88	5.755	183
<b>TOSCANA</b>	<b>18.027</b>	<b>228</b>	<b>268</b>	<b>42.939</b>	<b>404</b>	<b>595</b>	<b>60.966</b>	<b>1.495</b>
PERUGIA	4.182	38	65	18.914	123	230	23.096	456
TERNI	1.722	15	37	5.730	28	75	7.452	155
<b>UMBRIA</b>	<b>5.904</b>	<b>53</b>	<b>102</b>	<b>24.644</b>	<b>151</b>	<b>305</b>	<b>30.548</b>	<b>611</b>
ANCONA	2.610	4	35	14.102	101	195	16.712	335
ASCOLI PICENO	1.712	15	24	4.587	27	49	6.299	115
FERMO	2.210	15	30	9.576	57	113	11.786	215
MACERATA	1.796	13	26	8.076	60	109	9.872	207
PESARO E URBINO	4.051	21	70	13.276	95	192	17.327	378
<b>MARCHE</b>	<b>12.379</b>	<b>68</b>	<b>184</b>	<b>49.617</b>	<b>340</b>	<b>658</b>	<b>61.996</b>	<b>1.250</b>
FROSINONE	570	0	14	4.173	28	61	4.743	103
LATINA	2.005	20	36	14.551	119	215	16.556	390
RIETI	0	0	0	980	7	10	980	17
ROMA	39.156	547	495	20.180	221	277	59.336	1.540
VITERBO	200	4	4	4.490	40	54	4.690	102
<b>LAZIO</b>	<b>41.931</b>	<b>571</b>	<b>549</b>	<b>44.374</b>	<b>414</b>	<b>617</b>	<b>86.305</b>	<b>2.151</b>
<b>Centro</b>	<b>78.241</b>	<b>919</b>	<b>1.103</b>	<b>161.574</b>	<b>1.310</b>	<b>2.175</b>	<b>239.815</b>	<b>5.507</b>

..segue tav. M5 - minimercati per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita ed addetti

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie di Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
CHIETI	790	3	13	13.943	45	149	14.733	210
L'AQUILA	1.026	6	13	9.372	68	108	10.398	195
PESCARA	3.583	33	37	3.975	18	41	7.558	129
TERAMO	1.574	10	29	6.859	45	70	8.433	154
<b>ABRUZZO</b>	<b>6.973</b>	<b>52</b>	<b>92</b>	<b>34.149</b>	<b>176</b>	<b>368</b>	<b>41.122</b>	<b>688</b>
CAMPOBASSO	1.040	18	10	1.871	9	18	2.911	55
ISERNIA	234	3	1	4.322	22	39	4.556	65
<b>MOLISE</b>	<b>1.274</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>6.193</b>	<b>31</b>	<b>57</b>	<b>7.467</b>	<b>121</b>
AVELLINO	1.020	10	11	9.887	74	109	10.907	204
BENEVENTO	1.348	19	21	7.697	70	68	9.045	177
CASERTA	3.202	44	31	28.334	332	301	31.536	708
NAPOLI	22.577	317	222	50.730	784	571	73.307	1.893
SALERNO	7.004	114	75	26.600	307	308	33.604	804
<b>CAMPANIA</b>	<b>35.151</b>	<b>504</b>	<b>360</b>	<b>123.248</b>	<b>1.566</b>	<b>1.356</b>	<b>158.399</b>	<b>3.786</b>
BARI	11.687	184	135	41.005	612	552	52.692	1.483
BARLETTA-A.T.	13.151	189	117	4.679	61	63	17.830	430
BRINDISI	6.980	79	76	24.045	241	251	31.025	647
FOGGIA	9.546	174	109	15.298	181	164	24.844	628
LECCE	3.859	53	69	48.960	414	528	52.819	1.064
TARANTO	1.797	17	13	11.346	137	167	13.143	334
<b>PUGLIA</b>	<b>47.020</b>	<b>696</b>	<b>519</b>	<b>145.333</b>	<b>1.647</b>	<b>1.723</b>	<b>192.353</b>	<b>4.585</b>
MATERA	1.294	10	18	10.348	88	103	11.642	218
POTENZA	2.265	24	16	14.175	94	126	16.440	260
<b>BASILICATA</b>	<b>3.559</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>24.523</b>	<b>182</b>	<b>229</b>	<b>28.082</b>	<b>479</b>
CATANZARO	220	1	2	4.396	33	46	4.616	81
COSENZA	2.080	14	12	14.752	103	95	16.832	224
CROTONE	5.232	46	39	5.525	39	41	10.757	164
REGGIO CALABRIA	2.866	25	22	17.409	144	127	20.275	318
VIBO VALENTIA	680	9	12	5.344	66	53	6.024	140
<b>CALABRIA</b>	<b>11.078</b>	<b>94</b>	<b>87</b>	<b>47.426</b>	<b>386</b>	<b>362</b>	<b>58.504</b>	<b>928</b>
AGRIGENTO	3.075	35	18	19.498	199	146	22.573	397
CALTANISSETTA	720	7	4	5.893	64	46	6.613	121
CATANIA	1.477	28	13	5.125	62	40	6.602	142
ENNA	1.280	15	9	5.160	67	36	6.440	128
MESSINA	3.898	68	31	20.660	209	177	24.558	485
PALERMO	11.081	178	82	7.801	128	81	18.882	469
RAGUSA	4.206	50	36	6.939	64	55	11.144	206
SIRACUSA	4.981	55	37	13.219	178	129	18.200	400
TRAPANI	3.797	48	33	15.881	165	130	19.678	376
<b>SICILIA</b>	<b>34.515</b>	<b>484</b>	<b>264</b>	<b>100.176</b>	<b>1.136</b>	<b>841</b>	<b>134.690</b>	<b>2.725</b>
CAGLIARI	8.213	89	111	29.235	192	289	37.448	681
NUORO	1.390	7	11	5.588	38	39	6.978	95
ORISTANO	2.895	33	40	7.197	44	57	10.092	174
SASSARI	2.597	22	27	14.888	98	157	17.485	303
<b>SARDEGNA</b>	<b>15.095</b>	<b>151</b>	<b>189</b>	<b>56.907</b>	<b>372</b>	<b>542</b>	<b>72.002</b>	<b>1.254</b>
<b>Sud Isole</b>	<b>154.665</b>	<b>2.036</b>	<b>1.555</b>	<b>537.955</b>	<b>5.495</b>	<b>5.479</b>	<b>692.619</b>	<b>14.565</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>458.332</b>	<b>5.089</b>	<b>6.254</b>	<b>1.173.670</b>	<b>10.201</b>	<b>14.199</b>	<b>1.632.002</b>	<b>35.743</b>

## Capitolo 5

### GRANDI MAGAZZINI

Sulla base dell'indagine 2014 il numero dei grandi magazzini risulta pari a 2.255 esercizi, con una superficie di vendita di 2.755.346 mq ed un numero di addetti pari a 30.455 unità, distinti in 19.024 donne e 11.431 uomini (v. Tav. GM1 e GM4). Dal confronto con i dati della precedente indagine, si rilevano aumenti pari rispettivamente al 9,1% per quanto riguarda la consistenza degli esercizi a fine anno, al 3,03% per quanto riguarda la superficie a livello nazionale ed una diminuzione del 1,51% degli addetti a livello nazionale (con l'unica macroarea in aumento dal punto di vista occupazionale nel nord est).

Rimandando a fine capitolo per un nuovo approfondimento effettuato nel corso

Tav. GM 1

GRANDI MAGAZZINI - CONFRONTO ANNO PRECEDENTE\*

Regione	31-Dec-13			31-Dec-14			TASSI VARIAZIONE		
	Numero	Superficie	Addetti	Numero	Superficie	Addetti	Var % Numero	Var. % Superficie	Var. % Addetti
Piemonte	92	148.715	1.751	102	160.204	1.923	10,87	7,73	9,82
Valle d'Aosta	18	17.451	173	16	15.585	154	-11,11	-10,69	-10,98
Lombardia	377	557.351	5.819	398	531.632	5.412	5,57	-4,61	-6,99
Liguria	39	65.950	657	36	65.989	696	-7,69	0,06	5,94
<b>Tot. Nord Ovest</b>	<b>526</b>	<b>789.467</b>	<b>8.400</b>	<b>552</b>	<b>773.410</b>	<b>8.185</b>	<b>4,94</b>	<b>-2,03</b>	<b>-2,56</b>
Trentino A.A.	51	52.268	576	59	56.448	698	15,69	8,00	21,18
Friuli V.G.	46	51.639	673	65	70.268	827	41,30	36,08	22,88
Veneto	185	236.915	2.282	215	266.417	2.406	16,22	12,45	5,43
Emilia Romagna	119	216.910	2.171	130	222.878	2.320	9,24	2,75	6,86
<b>Tot. Nord Est</b>	<b>401</b>	<b>557.732</b>	<b>5.702</b>	<b>469</b>	<b>616.012</b>	<b>6.250</b>	<b>16,96</b>	<b>10,45</b>	<b>9,61</b>
Toscana	182	245.108	3.092	166	209.378	2.849	-8,79	-14,58	-7,86
Umbria	73	108.553	1.119	91	130.666	1.294	24,66	20,37	15,64
Marche	100	92.779	1.006	102	96.806	954	2,00	4,34	-5,17
Lazio	138	167.828	2.045	135	165.711	2.009	-2,17	-1,26	-1,76
<b>Tot. Centro</b>	<b>493</b>	<b>614.268</b>	<b>7.262</b>	<b>494</b>	<b>602.561</b>	<b>7.105</b>	<b>0,20</b>	<b>-1,91</b>	<b>-2,16</b>
Abruzzo	54	66.825	688	67	58.636	637	24,07	-12,25	-7,41
Molise	6	7.933	70	6	7.733	58	0,00	-2,52	-17,14
Campania	133	149.653	1.840	151	164.462	2.074	13,53	9,90	12,72
Puglia	91	98.795	1.098	110	119.912	1.276	20,88	21,37	16,21
Basilicata	23	21.575	218	22	21.154	203	-4,35	-1,95	-6,88
Calabria	107	110.744	1.152	137	122.842	1.192	28,04	10,92	3,47
Sicilia	189	194.996	2.618	193	193.454	2.511	2,12	-0,79	-4,09
Sardegna	44	62.278	869	54	75.172	964	22,73	20,70	10,93
<b>Tot. Sud Isole</b>	<b>647</b>	<b>712.798</b>	<b>8.553</b>	<b>740</b>	<b>763.364</b>	<b>8.915</b>	<b>14,37</b>	<b>7,09</b>	<b>4,23</b>
<b>Tot. Italia</b>	<b>2.067</b>	<b>2.674.264</b>	<b>29.917</b>	<b>2.255</b>	<b>2.755.346</b>	<b>30.455</b>	<b>9,10</b>	<b>3,03</b>	<b>1,80</b>

\* I dati dell'anno 2013 relativi alla Sardegna sono stati rivisti e modificati rispetto alle pubblicazioni precedenti

dell'indagine 2014, esaminiamo gli aspetti tradizionali di questa forma.

Da un punto di vista della ripartizione geografica (Tav. GM2) si conferma anche per il 2014 una distribuzione territoriale più equilibrata rispetto alle altre formule distributive, avendo il Nord, nel suo complesso, il 45,3% degli esercizi e il 50,5% della superficie di vendita, mentre il centro e il meridione detengono rispettivamente il 21,9% e il 32,8% dei punti vendita, con il 21,9% e il 27,7% della superficie. Tale maggiore quota di superficie detenuta dalle aree settentrionali si riflette sulla superficie media che risulta, soprattutto nel nord-est, più alta - sebbene in diminuzione - rispetto alle altre aree (1.401 mq contro una media nazionale pari a 1.222 mq).

Tav. GM2

GRANDI MAGAZZINI - RIPARTIZIONE GEOGRAFICA, SUPERFICIE AL 31/12/2014

Ripartizione geografica	Numero	%	Superficie di vendita (mq)	%	Superficie di vendita media (mq)
TOTALE NORD OVEST	552	24,5	773.410	28,1	1.401
TOTALE NORD EST	469	20,8	616.012	22,4	1.313
TOTALE CENTRO	494	21,9	602.561	21,9	1.220
TOTALE SUD ISOLE	740	32,8	763.364	27,7	1.032
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>2.255</b>	<b>100,0</b>	<b>2.755.346</b>	<b>100,0</b>	<b>1.222</b>

Viceversa gli stessi indicatori rapportati alla popolazione (Tav. GM3) mostrano come i più elevati indici di densità - sia come numero di esercizi che come superficie di vendita - continuano a riscontrarsi nel Centro con 4,1 unità per 100.000 abitanti e 49,8 mq di superficie ogni 1.000 abitanti (nel 2013 era superiore era 52,6 mq).

Tav. GM3

GRANDI MAGAZZINI - DENSITÀ AL 31/12/2014

Ripartizione geografica	Numero di unità per 100.000 abitanti	Mq di superficie di vendita per 1.000 abitanti
TOTALE NORD OVEST	3,4	47,9
TOTALE NORD EST	3,7	48,4
TOTALE CENTRO	4,1	49,8
TOTALE SUD ISOLE	3,5	36,5
<b>TOTALE ITALIA</b>	<b>3,6</b>	<b>44,5</b>

Per quanto riguarda la capacità di innovazione organizzativa si registrano 472 forme di collegamento economico dichiarate, circa un quinto del numero degli esercizi, in crescita rispetto allo scorso anno. Su 2.255 punti vendita, infatti, hanno dichiarato di operare con contratti di franchising 129 esercizi, di essere associati in unioni volontarie 29 grandi magazzini e 314 in gruppi d'acquisto, che restano la forma maggiormente utilizzata (vedi tav. GM4).

Tav GM 4

GRANDI MAGAZZINI PER RIPARTIZIONE E REGIONE AL 31/12/2014

Regione	Num.	N° Franch	N° Un.Vol.	N° Grup.Acq.	Sup. Vendita	Addetti M	Addetti F	Tot. Add.
PIEMONTE	102	2	3	17	160.204	519	1.404	1.923
VALLE D'AOSTA	16	1	1	1	15.585	56	98	154
LOMBARDIA	398	20	6	65	531.632	1.760	3.652	5.412
LIGURIA	36	1	0	6	65.989	225	471	696
<b>Nord Ovest</b>	<b>552</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>89</b>	<b>773.410</b>	<b>2.560</b>	<b>5.625</b>	<b>8.185</b>
TRENTINO ALTO ADIGE	59	1	2	16	56.448	229	469	698
FRIULI VENEZIA GIULIA	65	5	0	4	70.268	268	559	827
VENETO	215	3	4	50	266.417	819	1.586	2.406
EMILIA ROMAGNA	130	2	2	24	222.878	833	1.487	2.320
<b>Nord Est</b>	<b>469</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>94</b>	<b>616.012</b>	<b>2.149</b>	<b>4.101</b>	<b>6.250</b>
TOSCANA	166	10	1	15	209.378	930	1.918	2.849
UMBRIA	91	7	1	8	130.666	525	768	1.294
MARCHE	102	5	1	14	96.806	327	627	954
LAZIO	135	16	1	23	165.711	689	1.320	2.009
<b>Centro</b>	<b>494</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>602.561</b>	<b>2.472</b>	<b>4.634</b>	<b>7.105</b>
ABRUZZO	67	5	1	8	58.636	275	362	637
MOLISE	6	2	0	3	7.733	25	33	58
CAMPANIA	151	24	1	19	164.462	1.099	975	2.074
PUGLIA	110	7	0	11	119.912	505	772	1.276
BASILICATA	22	3	0	4	21.154	83	120	203
CALABRIA	137	2	1	4	122.842	618	574	1.192
SICILIA	193	4	2	11	193.454	1.339	1.172	2.511
SARDEGNA	54	9	2	11	75.172	308	656	964
<b>Sud Isole</b>	<b>740</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>71</b>	<b>763.364</b>	<b>4.250</b>	<b>4.664</b>	<b>8.915</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.255</b>	<b>129</b>	<b>29</b>	<b>314</b>	<b>2.755.346</b>	<b>11.431</b>	<b>19.024</b>	<b>30.455</b>

Analizzando le classi di superficie di vendita e la relativa distribuzione territoriale si conferma innanzitutto la netta prevalenza della classe dimensionale compresa tra 400 e 1000 mq (1.276 punti vendita, in leggera diminuzione rispetto al 2013, ma comunque pari a più del 56% del totale), una crescita inferiore della fascia intermedia che conta 769 esercizi ed un leggero decremento degli esercizi con maggiori superfici di vendita che risultano comunque relativamente meno diffusi nella ripartizione Sud e isole.

Tav. GM5

GRANDI MAGAZZINI - NUMERO PER CLASSI DI SUPERFICIE DI VENDITA

Gruppo Geografico	Da 400 a 1000 mq	Da 1000 a 2000 mq	Maggiore 2000 mq	Tot. Esercizi
Nord Ovest	262	215	75	552
Nord Est	245	173	51	469
Centro	287	159	48	494
Sud Isole	482	222	36	740
<b>Totale</b>	<b>1.276</b>	<b>769</b>	<b>210</b>	<b>2.255</b>

Seguono infine le tavole contenenti la serie storica per quel che riguarda il numero, la superficie di vendita ed il totale degli addetti, nonché quelle contenenti il dettaglio per regione e provincia del numero di esercizi e dei collegamenti economici rilevati per i grandi magazzini, e della superficie di vendita e degli addetti, distinti per genere sia con riferimento ai comuni capoluogo di provincia che altri comuni del corrispondente territorio provinciale.

## GRANDI MAGAZZINI -- SERIE STORICHE

Anni	NUMERO				SUPERFICIE DI VENDITA (mq)				ADDETTI (Tot. Italia)
	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	Nord	Centro	Sud-Isole	Italia	
1981	359	175	244	778	724.880	286.731	358.845	1.370.456	31.306
1982	364	171	236	771	747.608	291.473	344.137	1.383.218	29.836
1983	371	167	249	787	739.446	296.809	344.404	1.380.659	30.213
1984	381	170	246	797	727.444	295.760	343.999	1.367.203	29.605
1985	371	179	251	801	723.062	291.278	348.402	1.362.742	28.699
1986	379	190	248	817	716.096	297.432	355.587	1.369.115	28.176
1987	363	196	252	811	640.233	293.431	350.653	1.284.317	25.172
1988	369	212	249	830	656.888	324.625	348.545	1.330.058	25.336
1989	410	212	267	889	726.853	321.937	373.912	1.422.702	26.925
1990	449	220	273	942	840.613	353.134	379.421	1.573.168	28.318
1991	394	187	268	849	714.205	285.973	339.163	1.339.341	22.770
1992	371	195	272	838	694.610	303.199	344.218	1.342.027	23.063
1993	363	185	275	823	717.542	284.035	356.579	1.358.156	22.359
1994	365	190	265	820	724.069	297.756	337.016	1.358.841	21.881
1995	375	201	265	841	772.486	320.446	345.324	1.438.256	22.838
1996	399	216	287	902	862.479	329.857	387.774	1.580.110	23.217
1997	380	240	284	904	862.251	375.057	389.514	1.626.822	23.586
1998	418	252	301	971	943.071	405.070	407.401	1.755.542	24.748
1999	431	272	281	984	1.018.319	435.447	389.799	1.843.565	24.702
2000	453	305	314	1.072	1.065.842	479.059	425.459	1.970.360	26.438
2001	466	384	353	1.203	1.005.603	551.202	458.324	2.015.129	27.181
2002	436	349	323	1.108	964.973	508.984	398.438	1.872.395	24.568
2003	400	359	343	1.102	925.494	526.910	440.682	1.893.086	24.912
2004	406	358	362	1.126	905.833	520.526	447.451	1.873.810	24.304
2005	419	366	367	1.152	887.526	532.782	460.785	1.881.093	24.259
2006	431	403	398	1.232	908.159	557.536	490.961	1.956.656	25.087
2007	451	408	433	1.292	943.111	564.639	518.143	2.025.893	25.522
2008	489	426	437	1.352	959.560	591.214	541.872	2.092.646	26.089
2009	513	432	470	1.415	996.309	582.948	576.790	2.156.047	26.752
2010	611	482	477	1.570	1.059.380	650.192	565.748	2.275.320	27.346
2011	755	498	553	1.806	1.204.434	650.054	640.510	2.494.998	30.023
2012	883	490	594	1.967	1.306.121	620.005	669.045	2.595.171	29.637
2013	927	493	647	2.067	1.347.199	614.268	712.798	2.674.264	29.917
2014	1.021	494	740	2.255	1.389.422	602.561	763.364	2.755.346	30.455

1) Fino al 1986 sono compresi i reparti non alimentari di ipermercato .

2) A partire dal 1991 i dati non sono confrontabili con gli anni precedenti, a seguito della ridefinizione della tipologia

3) a partire dal 2010 i dati non sono confrontabili con gli anni precedenti a seguito della ridefinizione della tipologia di Grande Magazzino

TAV GM 7

GRANDI MAGAZZINI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA – NUMERO AL 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.
ALESSANDRIA	3	1	0	0	5	0	0	0	8	1	0	0
ASTI	5	0	0	1	8	0	1	2	13	0	1	3
BIELLA	7	0	1	2	5	0	0	0	12	0	1	2
CUNEO	1	0	0	0	6	0	0	0	7	0	0	0
NOVARA	3	0	0	0	6	0	0	0	9	0	0	0
TORINO	12	0	0	1	14	0	1	4	26	0	1	5
VERBANO-C.O.	5	0	0	3	21	1	0	4	26	1	0	7
VERCELLI	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>PIEMONTE</b>	<b>37</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>65</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>102</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>17</b>
AOSTA	1	0	0	0	15	1	1	1	16	1	1	1
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
BERGAMO	5	1	0	2	64	2	0	21	69	3	0	23
BRESCIA	4	2	0	0	62	3	0	15	66	5	0	15
COMO	2	0	0	1	11	1	1	2	13	1	1	3
CREMONA	1	0	0	0	1	0	0	1	2	0	0	1
LECCO	3	0	0	0	3	0	0	1	6	0	0	1
LODI	2	0	0	0	6	0	0	1	8	0	0	1
MANTOVA	10	2	0	1	22	3	2	2	32	5	2	3
MILANO	30	0	0	1	34	1	0	3	64	1	0	4
MONZA E BRIANZA	3	1	0	1	35	0	1	3	38	1	1	4
PAVIA	10	2	0	3	50	0	0	4	60	2	0	7
SONDRIO	1	0	0	0	5	2	0	1	6	2	0	1
VARESE	1	0	1	0	33	0	1	2	34	0	2	2
<b>LOMBARDIA</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>326</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>56</b>	<b>398</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>65</b>
GENOVA	8	0	0	0	2	0	0	0	10	0	0	0
IMPERIA	0	0	0	0	11	1	0	2	11	1	0	2
LA SPEZIA	2	0	0	0	5	0	0	3	7	0	0	3
SAVONA	1	0	0	0	7	0	0	1	8	0	0	1
<b>LIGURIA</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>121</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>431</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>73</b>	<b>552</b>	<b>24</b>	<b>10</b>	<b>89</b>
BOLZANO	7	0	0	3	16	1	1	4	23	1	1	7
TRENTO	14	0	0	4	22	0	1	5	36	0	1	9
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>38</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>59</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>16</b>
GORIZIA	2	0	0	0	4	0	0	1	6	0	0	1
PORDENONE	1	0	0	0	3	0	0	0	4	0	0	0
TRIESTE	6	1	0	0	5	0	0	0	11	1	0	0
UDINE	14	1	0	1	30	3	0	2	44	4	0	3
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>42</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>65</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
BELLUNO	4	0	0	0	10	1	0	3	14	1	0	3
PADOVA	3	0	0	0	22	0	0	6	25	0	0	6
ROVIGO	6	0	0	4	13	0	0	7	19	0	0	11
TREVISO	4	0	0	0	21	1	0	3	25	1	0	3
VENEZIA	13	0	0	1	23	0	0	1	36	0	0	2
VERONA	5	0	0	0	29	1	1	5	34	1	1	5
VICENZA	8	0	0	2	54	0	3	18	62	0	3	20
<b>VENETO</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>172</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>43</b>	<b>215</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>50</b>

..segue tav. GM7 - grandi magazzini per ripartizione regione e provincia - numero al 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.
BOLOGNA	4	0	0	0	27	0	0	5	31	0	0	5
FERRARA	8	0	0	2	8	1	0	2	16	1	0	4
FORLÌ-CESENA	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0
MODENA	9	1	0	2	12	0	0	6	21	1	0	8
PARMA	11	0	1	1	4	0	0	0	15	0	1	1
PIACENZA	5	0	0	1	10	0	0	0	15	0	0	1
RAVENNA	6	0	0	0	2	0	1	1	8	0	1	1
REGGIO EMILIA	6	0	0	0	7	0	0	0	13	0	0	0
RIMINI	5	0	0	2	4	0	0	2	9	0	0	4
<b>EMILIA ROMAGNA</b>	<b>55</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>75</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>130</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>24</b>
<b>Nord Est</b>	<b>142</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>327</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>71</b>	<b>469</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>94</b>

AREZZO	4	0	0	3	8	0	0	3	12	0	0	6
FIRENZE	12	0	0	0	18	2	0	2	30	2	0	2
GROSSETO	21	1	0	1	11	0	0	0	32	1	0	1
LIVORNO	20	0	0	0	17	0	0	0	37	0	0	0
LUCCA	5	1	0	0	6	3	0	0	11	4	0	0
MASSA-CARRARA	3	1	0	0	2	1	0	0	5	2	0	0
PISA	5	0	0	0	15	1	0	1	20	1	0	1
PISTOIA	1	0	1	0	2	0	0	0	3	0	1	0
PRATO	1	0	0	0	3	0	0	2	4	0	0	2
SIENA	1	0	0	0	11	0	0	3	12	0	0	3
<b>TOSCANA</b>	<b>73</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>93</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>166</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>15</b>
PERUGIA	15	0	0	2	73	7	0	6	88	7	0	8
TERNI	2	0	1	0	1	0	0	0	3	0	1	0
<b>UMBRIA</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>74</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>91</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
ANCONA	11	0	0	0	26	2	0	0	37	2	0	0
ASCOLI PICENO	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1
FERMO	3	0	0	0	13	0	0	0	16	0	0	0
MACERATA	1	0	0	0	23	3	0	0	24	3	0	0
PESARO E URBINO	2	0	0	0	22	0	1	13	24	0	1	13
<b>MARCHE</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>84</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>102</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>14</b>
FROSINONE	1	0	0	0	3	0	0	0	4	0	0	0
LATINA	19	1	0	3	23	1	1	6	42	2	1	9
RIETI	2	1	0	0	2	0	0	0	4	1	0	0
ROMA	50	7	0	6	31	6	0	5	81	13	0	11
VITERBO	3	0	0	2	1	0	0	1	4	0	0	3
<b>LAZIO</b>	<b>75</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>60</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>135</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>23</b>
<b>Centro</b>	<b>183</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>311</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>42</b>	<b>494</b>	<b>38</b>	<b>4</b>	<b>60</b>

CHIETI	4	1	0	0	23	2	1	4	27	3	1	4
L'AQUILA	1	1	0	0	6	0	0	1	7	1	0	1
PESCARA	4	0	0	0	1	0	0	0	5	0	0	0
TERAMO	3	0	0	0	25	1	0	3	28	1	0	3
<b>ABRUZZO</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>67</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>8</b>

..segue tav. GM7 - grandi magazzini per ripartizione regione e provincia - numero al 31/12/2014

Provincia	Nei Capoluoghi				In Altri Comuni				Totali			
	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unioni Vol.	Gruppi Acq.	Esercizi	Fran-chising	Unio-ni Vol.	Gruppi Acq.
CAMPOBASSO	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
ISERNIA	3	1	0	2	1	1	0	1	4	2	0	3
<b>MOLISE</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
AVELLINO	1	0	0	0	12	3	0	0	13	3	0	0
BENEVENTO	6	1	0	0	7	1	0	0	13	2	0	0
CASERTA	1	0	0	0	19	5	0	0	20	5	0	0
NAPOLI	9	1	0	0	52	2	0	8	61	3	0	8
SALERNO	17	4	1	5	27	7	0	6	44	11	1	11
<b>CAMPANIA</b>	<b>34</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>117</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>151</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>19</b>
BARI	6	0	0	2	9	0	0	2	15	0	0	4
BARLETTA-A.T.	5	0	0	1	0	0	0	0	5	0	0	1
BRINDISI	0	0	0	0	23	0	0	0	23	0	0	0
FOGGIA	2	1	0	0	8	2	0	0	10	3	0	0
LECCE	10	2	0	0	29	2	0	3	39	4	0	3
TARANTO	15	0	0	2	3	0	0	1	18	0	0	3
<b>PUGLIA</b>	<b>38</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>110</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
MATERA	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
POTENZA	9	2	0	1	12	1	0	3	21	3	0	4
<b>BASILICATA</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>22</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
CATANZARO	4	1	0	0	3	1	1	0	7	2	1	0
COSENZA	11	0	0	0	35	0	0	1	46	0	0	1
CROTONE	12	0	0	1	4	0	0	0	16	0	0	1
REGGIO CALABRIA	25	0	0	0	36	0	0	2	61	0	0	2
VIBO VALENTIA	2	0	0	0	5	0	0	0	7	0	0	0
<b>CALABRIA</b>	<b>54</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>83</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>137</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
AGRIGENTO	2	0	0	0	20	0	0	0	22	0	0	0
CALTANISSETTA	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
CATANIA	0	0	0	0	3	0	0	0	3	0	0	0
ENNA	8	0	0	0	6	0	0	0	14	0	0	0
MESSINA	25	0	0	0	28	1	1	5	53	1	1	5
PALERMO	10	0	1	3	4	0	0	1	14	0	1	4
RAGUSA	23	0	0	0	16	1	0	0	39	1	0	0
SIRACUSA	25	1	0	1	14	1	0	1	39	2	0	2
TRAPANI	1	0	0	0	7	0	0	0	8	0	0	0
<b>SICILIA</b>	<b>95</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>98</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>193</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
CAGLIARI	11	0	0	1	13	0	2	0	24	0	2	1
NUORO	3	2	0	0	3	2	0	1	6	4	0	1
ORISTANO	1	0	0	0	5	2	0	1	6	2	0	1
SASSARI	5	0	0	2	13	3	0	6	18	3	0	8
<b>SARDEGNA</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>34</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>54</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>Sud Isole</b>	<b>268</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>472</b>	<b>38</b>	<b>5</b>	<b>50</b>	<b>740</b>	<b>56</b>	<b>7</b>	<b>71</b>
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>714</b>	<b>42</b>	<b>7</b>	<b>78</b>	<b>1.541</b>	<b>87</b>	<b>22</b>	<b>236</b>	<b>2.255</b>	<b>129</b>	<b>29</b>	<b>314</b>

TAV GM 8

GRANDI MAGAZZINI PER RIPARTIZIONE REGIONE E PROVINCIA - SUPERFICIE DI VENDITA E ADDETTI al 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
ALESSANDRIA	3.670	7	21	14.549	31	92	18.219	151
ASTI	4.479	12	43	12.994	27	43	17.473	125
BIELLA	5.562	23	43	5.458	11	13	11.020	90
CUNEO	927	2	3	7.171	36	69	8.098	110
NOVARA	3.621	5	17	22.010	43	110	25.631	175
TORINO	19.963	41	193	28.557	172	568	48.520	974
VERBANO-C.O.	5.300	38	38	24.949	71	148	30.249	295
VERCELLI	994	0	3	0	0	0	994	3
<b>PIEMONTE</b>	<b>44.516</b>	<b>128</b>	<b>361</b>	<b>115.688</b>	<b>391</b>	<b>1.043</b>	<b>160.204</b>	<b>1.923</b>
AOSTA	1.317	2	13	14.268	54	85	15.585	154
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>1.317</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>14.268</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>15.585</b>	<b>154</b>
BERGAMO	9.918	23	108	51.037	184	252	60.955	567
BRESCIA	7.833	21	72	73.874	272	412	81.707	778
COMO	2.911	16	44	20.589	55	122	23.500	237
CREMONA	500	1	3	6.400	17	52	6.900	73
LECCO	3.493	7	34	1.773	5	16	5.266	62
LODI	2.696	5	16	10.822	24	70	13.518	115
MANTOVA	15.824	38	84	24.720	72	120	40.544	314
MILANO	66.331	250	865	50.590	147	339	116.921	1.601
MONZA E BRIANZA	6.111	20	79	48.519	129	265	54.630	493
PAVIA	14.426	45	58	55.140	216	256	69.566	575
SONDRIO	1.212	3	7	3.076	24	49	4.288	83
VARESE	5.300	3	11	48.537	183	317	53.837	513
<b>LOMBARDIA</b>	<b>136.555</b>	<b>432</b>	<b>1.381</b>	<b>395.077</b>	<b>1.328</b>	<b>2.271</b>	<b>531.632</b>	<b>5.412</b>
GENOVA	15.520	45	170	3.200	24	51	18.720	290
IMPERIA	0	0	0	18.248	65	108	18.248	173
LA SPEZIA	1.582	4	15	16.330	42	58	17.912	118
SAVONA	1.331	3	10	9.778	42	59	11.109	114
<b>LIGURIA</b>	<b>18.433</b>	<b>52</b>	<b>195</b>	<b>47.556</b>	<b>173</b>	<b>276</b>	<b>65.989</b>	<b>696</b>
<b>Nord Ovest</b>	<b>200.821</b>	<b>614</b>	<b>1.950</b>	<b>572.589</b>	<b>1.947</b>	<b>3.674</b>	<b>773.410</b>	<b>8.185</b>

BOLZANO	8.150	27	117	12.321	57	109	20.471	310
TRENTO	14.400	64	134	21.577	81	109	35.977	388
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>22.550</b>	<b>91</b>	<b>251</b>	<b>33.898</b>	<b>138</b>	<b>218</b>	<b>56.448</b>	<b>698</b>
GORIZIA	2.295	5	7	7.870	32	54	10.165	98
PORDENONE	1.400	1	4	4.716	8	8	6.116	21
TRIESTE	8.925	79	122	5.770	51	87	14.695	339
UDINE	12.712	43	92	26.580	50	184	39.292	369
<b>FRIULI V.G.</b>	<b>25.332</b>	<b>128</b>	<b>225</b>	<b>44.936</b>	<b>141</b>	<b>333</b>	<b>70.268</b>	<b>827</b>
BELLUNO	3.876	23	29	9.570	22	45	13.446	119
PADOVA	4.689	11	58	45.002	148	162	49.691	379
ROVIGO	6.706	27	54	11.513	31	63	18.219	175
TREVISO	5.639	12	56	28.440	71	125	34.079	264
VENEZIA	16.406	72	214	27.359	59	156	43.765	500
VERONA	5.923	27	49	28.798	109	193	34.721	378
VICENZA	15.773	47	73	56.723	161	311	72.496	591
<b>VENETO</b>	<b>59.012</b>	<b>219</b>	<b>532</b>	<b>207.405</b>	<b>601</b>	<b>1.054</b>	<b>266.417</b>	<b>2.406</b>

..segue tav. GM8 - grandi magazzini per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita ed addetti al 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
BOLOGNA	13.721	96	105	44.220	133	215	57.941	549
FERRARA	15.371	17	84	6.333	20	27	21.704	148
FORLI'-CESENA	995	4	3	6.850	48	33	7.845	88
MODENA	12.395	86	113	29.272	56	167	41.667	422
PARMA	10.925	121	186	3.072	6	21	13.997	334
PIACENZA	6.703	15	43	21.090	53	98	27.793	208
RAVENNA	5.886	20	51	8.715	15	62	14.601	147
REGGIO EMILIA	4.789	28	75	12.351	61	144	17.140	307
RIMINI	9.118	29	23	11.072	26	38	20.190	116
<b>EMILIA ROMAGNA</b>	<b>79.903</b>	<b>416</b>	<b>683</b>	<b>142.975</b>	<b>417</b>	<b>804</b>	<b>222.878</b>	<b>2.320</b>
<b>Nord Est</b>	<b>186.797</b>	<b>853</b>	<b>1.692</b>	<b>429.214</b>	<b>1.296</b>	<b>2.409</b>	<b>616.012</b>	<b>6.250</b>

AREZZO	4.397	24	30	7.907	36	53	12.304	142
FIRENZE	20.490	135	345	21.761	52	227	42.251	759
GROSSETO	20.299	175	278	10.229	85	129	30.528	668
LIVORNO	27.345	88	211	15.262	61	90	42.607	449
LUCCA	9.997	18	64	10.835	23	72	20.832	177
MASSA-CARRARA	6.715	18	16	4.147	7	6	10.862	47
PISA	7.314	46	106	18.437	57	101	25.751	310
PISTOIA	1.065	18	12	2.020	2	15	3.085	47
PRATO	768	2	10	2.398	28	43	3.166	83
SIENA	2.232	4	18	15.760	52	92	17.992	166
<b>TOSCANA</b>	<b>100.622</b>	<b>528</b>	<b>1.090</b>	<b>108.756</b>	<b>403</b>	<b>828</b>	<b>209.378</b>	<b>2.849</b>
PERUGIA	21.326	125	155	107.094	386	593	128.420	1.259
TERNI	1.796	10	20	450	4	1	2.246	35
<b>UMBRIA</b>	<b>23.122</b>	<b>135</b>	<b>175</b>	<b>107.544</b>	<b>390</b>	<b>594</b>	<b>130.666</b>	<b>1.294</b>
ANCONA	8.980	19	125	24.784	110	152	33.764	406
ASCOLI PICENO	489	2	6	0	0	0	489	8
FERMO	1.990	5	15	11.968	42	76	13.958	139
MACERATA	1.363	1	1	28.272	79	132	29.635	213
PESARO E URBINO	1.461	6	10	17.499	63	109	18.960	188
<b>MARCHE</b>	<b>14.283</b>	<b>33</b>	<b>158</b>	<b>82.523</b>	<b>294</b>	<b>470</b>	<b>96.806</b>	<b>954</b>
FROSINONE	1.362	2	12	3.321	5	15	4.683	34
LATINA	18.851	64	149	28.409	121	134	47.260	468
RIETI	1.440	6	11	9.800	81	89	11.240	187
ROMA	63.729	204	615	27.899	164	235	91.628	1.218
VITERBO	4.900	16	29	6.000	26	31	10.900	102
<b>LAZIO</b>	<b>90.282</b>	<b>292</b>	<b>816</b>	<b>75.429</b>	<b>397</b>	<b>504</b>	<b>165.711</b>	<b>2.009</b>
<b>Centro</b>	<b>228.309</b>	<b>988</b>	<b>2.238</b>	<b>374.252</b>	<b>1.484</b>	<b>2.395</b>	<b>602.561</b>	<b>7.105</b>

CHIETI	3.864	12	16	17.140	91	104	21.004	223
L'AQUILA	1.050	12	6	7.588	27	24	8.638	69
PESCARA	4.065	20	23	450	3	1	4.515	47
TERAMO	6.102	21	56	18.377	89	132	24.479	298
<b>ABRUZZO</b>	<b>15.081</b>	<b>65</b>	<b>101</b>	<b>43.555</b>	<b>210</b>	<b>261</b>	<b>58.636</b>	<b>637</b>

..segue tav. GM8 - grandi magazzini per ripartizione regione e provincia - superficie di vendita ed addetti al 31/12/2014

Province	Nei Capoluoghi			In Altri Comuni			Totali	
	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti M	Addetti F	Superficie Vendita	Addetti
CAMPOBASSO	2.342	6	13	0	0	0	2.342	19
ISERNIA	4.181	17	11	1.210	2	9	5.391	39
<b>MOLISE</b>	<b>6.523</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>1.210</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>7.733</b>	<b>58</b>
AVELLINO	913	4	8	9.909	89	69	10.822	170
BENEVENTO	5.000	51	47	6.410	23	37	11.410	158
CASERTA	1.350	27	9	18.485	323	114	19.835	474
NAPOLI	16.771	65	106	42.788	249	257	59.559	677
SALERNO	23.194	84	108	39.642	184	219	62.836	595
<b>CAMPANIA</b>	<b>47.228</b>	<b>231</b>	<b>278</b>	<b>117.234</b>	<b>868</b>	<b>696</b>	<b>164.462</b>	<b>2.074</b>
BARI	7.372	24	74	12.532	36	99	19.904	233
BARLETTA-A.T.	9.032	16	31	0	0	0	9.032	47
BRINDISI	0	0	0	19.642	95	101	19.642	196
FOGGIA	3.163	8	18	8.122	26	47	11.285	99
LECCE	11.749	52	137	28.884	159	122	40.633	469
TARANTO	16.216	70	123	3.200	19	20	19.416	232
<b>PUGLIA</b>	<b>47.532</b>	<b>170</b>	<b>383</b>	<b>72.380</b>	<b>335</b>	<b>389</b>	<b>119.912</b>	<b>1.276</b>
MATERA	1.319	3	12	0	0	0	1.319	15
POTENZA	8.504	35	58	11.331	45	50	19.835	188
<b>BASILICATA</b>	<b>9.823</b>	<b>38</b>	<b>70</b>	<b>11.331</b>	<b>45</b>	<b>50</b>	<b>21.154</b>	<b>203</b>
CATANZARO	5.138	21	44	2.611	7	8	7.749	80
COSENZA	7.999	42	42	28.279	147	138	36.278	368
CROTONE	12.011	52	58	2.320	21	15	14.331	146
REGGIO CALABRIA	19.459	99	100	35.806	156	141	55.265	496
VIBO VALENTIA	1.985	8	10	7.234	65	20	9.219	103
<b>CALABRIA</b>	<b>46.592</b>	<b>222</b>	<b>253</b>	<b>76.250</b>	<b>396</b>	<b>321</b>	<b>122.842</b>	<b>1.192</b>
AGRIGENTO	1.073	4	4	17.371	60	69	18.444	137
CALTANISSETTA	828	3	6	0	0	0	828	9
CATANIA	0	0	0	2.799	33	22	2.799	55
ENNA	5.306	41	21	4.635	39	19	9.941	120
MESSINA	22.782	119	122	21.241	137	127	44.023	505
PALERMO	14.150	80	77	4.070	33	16	18.220	206
RAGUSA	21.515	204	174	13.737	163	100	35.252	640
SIRACUSA	24.900	182	148	31.605	210	235	56.505	775
TRAPANI	1.363	3	8	6.079	28	26	7.442	64
<b>SICILIA</b>	<b>91.917</b>	<b>636</b>	<b>559</b>	<b>101.537</b>	<b>702</b>	<b>613</b>	<b>193.454</b>	<b>2.511</b>
CAGLIARI	19.993	75	192	13.538	45	121	33.531	433
NUORO	17.820	68	152	2.720	11	12	20.540	243
ORISTANO	400	3	3	3.614	27	28	4.014	61
SASSARI	5.397	10	48	11.690	69	100	17.087	226
<b>SARDEGNA</b>	<b>43.610</b>	<b>156</b>	<b>396</b>	<b>31.562</b>	<b>152</b>	<b>260</b>	<b>75.172</b>	<b>964</b>
Sud Isole	308.306	1.541	2.064	455.058	2.709	2.600	763.364	8.915
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>924.233</b>	<b>3.996</b>	<b>7.945</b>	<b>1.831.113</b>	<b>7.436</b>	<b>11.079</b>	<b>2.755.346</b>	<b>30.455</b>

Come accennato in premessa nel corso di quest'ultima indagine di cui si presentano i risultati si è tentato di approfondire, introducendo uno specifico quesito all'interno del questionario utilizzato, l'aspetto delle categorie merceologiche presenti nei vari punti vendita identificati come grandi magazzini. Si ricorda infatti che, a partire dal 2010, la definizione utilizzata per questa categoria ai fini dell'indagine aveva spostato, ferma rimanendo la superficie minima di vendita considerata (più di 400 mq), il focus dal numero di reparti presenti nel punto vendita (minimo cinque)<sup>1</sup> all'assortimento di prodotti afferenti a diverse merceologie.

L'esito di questa preliminare attività ha portato ad avere un riscontro (fornito e/o attendibile) solo per circa il 60% degli ambiti provinciali e meno della metà degli esercizi. Tra questi più del 50% offrirebbero da 1 a 3 categorie merceologiche alla vendita. Tale dato indica, da una parte, una tendenza alla riduzione dei reparti nelle catene distributive tradizionali, a cui corrisponde la crescita degli esercizi che offrono alla vendita una "vasta gamma" di prodotti di largo consumo in forme diverse dalla suddivisione in reparti (empori etc.) che si è voluto includere nell'inchiesta modificando a suo tempo la definizione, ma, dall'altra, anche una tendenza ad una maggiore specializzazione a differenza di quanto tradizionalmente veniva detto di questa categoria. Per questi motivi si prospetta per il futuro l'obiettivo di approfondire e ridefinire questa tipologia di esercizi allo scopo di garantire al contempo una corretta rilevazione delle mutazioni dell'offerta commerciale ed una maggiore precisione nell'identificazione degli esercizi.

---

1) Il riferimento al numero minimo di reparti e l'evidenziazione dell'ampia gamma di prodotti rimane nella definizione utilizzata in ambito ATECO 47.19.10: "attività dei grandi magazzini che offrono un'ampia gamma di prodotti, inclusi articoli di abbigliamento, mobili, elettrodomestici, ferramenta, cosmetici, gioielli, giocattoli, articoli sportivi eccetera - esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno cinque distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare) ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo"



## Capitolo 6

### GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE

Nel 2014 le grandi superfici specializzate tengono in termini strutturali e aumentano gli addetti. In particolare (Tav. GSS 1) il numero si attesta su 1.699 esercizi (con un incremento di +0,8% rispetto al 2013 ed una lieve superiorità rispetto anche al 2012), la superficie cresce a 5.154.329 mq (+1,9% rispetto al 2013) e gli addetti raggiungono i 51.772 (+4,4% rispetto al 2013 che quasi compensano totalmente il calo precedente) di cui 23.080 uomini e 28.692 donne.

Tav. GSS1

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - CONFRONTO ANNO PRECEDENTE

Regione	12/31/2013			12/31/2014			TASSI VARIAZIONE		
	Numero	Superficie	Addetti	Numero	Superficie	Addetti	Var. % Numero	Var % Superf.	Var % Addetti
Piemonte	171	461.465	4.364	172	474.591	4.536	0,6	2,8	3,9
Valle d'Aosta	9	33.412	109	8	31.912	105	-11,1	-4,5	-3,7
Lombardia	371	1.124.754	13.062	383	1.158.744	13.365	3,2	3,0	2,3
Liguria	41	116.914	1.377	46	128.649	1.585	12,2	10,0	15,1
<b>Tot. Nord Ovest</b>	<b>592</b>	<b>1.736.545</b>	<b>18.911</b>	<b>609</b>	<b>1.793.896</b>	<b>19.592</b>	<b>2,9</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>
Trentino A.A.	42	130.002	1.279	44	138.874	1.393	4,8	6,8	8,9
Friuli V.G.	84	298.434	2.450	76	278.610	2.257	-9,5	-6,6	-7,9
Veneto	225	714.439	5.775	229	717.988	6.237	1,8	0,5	8,0
Emilia Romagna	144	430.975	4.175	148	458.267	4.445	2,8	6,3	6,5
<b>Tot. Nord Est</b>	<b>495</b>	<b>1.573.850</b>	<b>13.679</b>	<b>497</b>	<b>1.593.739</b>	<b>14.333</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>	<b>4,8</b>
Toscana	78	226.578	2.416	77	243.017	2.608	-1,3	7,3	7,9
Umbria	40	83.702	348	37	82.410	402	-7,5	-1,5	15,5
Marche	59	161.290	1.000	60	165.197	1.243	1,7	2,4	24,3
Lazio	65	196.476	3.337	73	221.832	3.531	12,3	12,9	5,8
<b>Tot. Centro</b>	<b>242</b>	<b>668.046</b>	<b>7.102</b>	<b>247</b>	<b>712.456</b>	<b>7.783</b>	<b>2,1</b>	<b>6,6</b>	<b>9,6</b>
Abruzzo	53	160.451	1.436	54	167.492	1.521	1,9	4,4	5,9
Molise	2	7.647	30	1	4.000	11	-50,0	-47,7	-63,3
Campania	98	289.862	2.707	99	284.715	2.748	1,0	-1,8	1,5
Puglia	70	230.371	2.515	66	225.166	2.395	-5,7	-2,3	-4,8
Basilicata	1	1.512	8	2	3.912	22	100,0	158,7	175,0
Calabria	27	79.609	593	25	70.106	655	-7,4	-11,9	10,5
Sicilia	61	191.380	1.651	55	175.182	1.701	-9,8	-8,5	3,0
Sardegna	44	118.435	965	44	123.665	1.012	0,0	4,4	4,9
<b>Tot. Sud Isole</b>	<b>356</b>	<b>1.079.267</b>	<b>9.904</b>	<b>346</b>	<b>1.054.238</b>	<b>10.064</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,3</b>	<b>1,6</b>
<b>Tot. Italia</b>	<b>1.685</b>	<b>5.057.708</b>	<b>49.597</b>	<b>1.699</b>	<b>5.154.329</b>	<b>51.772</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>	<b>4,4</b>

La crescita di tale tipologia a livello nazionale si riscontra in tutte le macroripartizioni, ad eccezione della diminuzione, in termini di numerosità e superficie al Sud e isole. Dal punto di vista occupazionale invece l'incremento è generalizzato. Il Nord-ovest si conferma l'area con la consistenza superiore come numero di strutture, superficie e addetti, seguita dal nord-est. Il meridione si colloca al terzo posto lasciando in fondo alla graduatoria il centro.

Dal punto di vista dimensionale, la distribuzione per classi di superficie di vendita, riportata nel prospetto Tav. GSS2, registra, come per gli anni passati la più alta concentrazione nella classe iniziale (1.500-2500 mq), dove sono presenti 1.108 esercizi, pari al 65,21% su scala nazionale, in crescita rispetto all'anno precedente. Segue la classe 2.501- 4.000 mq dove si registrano 330 punti vendita, pari al 19,42% (in diminuzione rispetto all'anno precedente). Le restanti strutture si distribuiscono per l'8,24% nella classe 4.001-6.000 mq, dove sono stati censiti 140 esercizi (in leggero aumento); per il 4,0% nella classe 6.001-9.000 mq dove figurano 68 punti vendita (anch'essi in crescita). Nell'ultima classe dimensionale "oltre 9.000 mq" figura solo il 3,12% degli esercizi, pari a 53 strutture (+6 esercizi rispetto al 2013). Dal confronto con l'anno precedente si evidenzia peraltro complessivamente un peso tendenzialmente crescente delle classi con superficie media più elevata.

Tav. GSS2

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - CLASSI SUPERFICI DI VENDITA

Ripartizione	1500/2500 mq		2501/4000 mq		4001/6000 mq		6001/9000 mq		oltre 9000 mq		Totale	
NORD OVEST	420	68,97%	116	19,05%	28	4,60%	25	4,11%	20	3,28%	609	100,00%
NORD EST	290	58,35%	109	21,93%	59	11,87%	25	5,03%	14	2,82%	497	100,00%
CENTRO	167	67,61%	48	19,43%	21	8,50%	5	2,02%	6	2,43%	247	100,00%
SUD ISOLE	231	66,76%	57	16,47%	32	9,25%	13	3,76%	13	3,76%	346	100,00%
<b>TOT. ITALIA</b>	<b>1.108</b>	<b>65,21%</b>	<b>330</b>	<b>19,42%</b>	<b>140</b>	<b>8,24%</b>	<b>68</b>	<b>4,00%</b>	<b>53</b>	<b>3,12%</b>	<b>1.699</b>	<b>100,00%</b>

Analizzando le specializzazioni merceologiche dalla Tav. GSS3, la struttura merceologica individuata negli anni passati risulta confermata: resta infatti al primo posto con 375 esercizi la categoria "mobili/arredamento/tessile casa" che risulta abbastanza stabile rispetto all'anno precedente in termini di unità, ma in crescita sia per quel che riguarda la superficie (circa 1,5 milioni di mq, sia di addetti; a seguire, il "tessile/abbigliamento/pellicceria" con 326 esercizi, 796.690 mq e 8.311 addetti, sebbene complessivamente in calo rispetto al 2013 sotto tutti i profili. Al terzo posto troviamo gli "elettrodomestici/elettronica/informatica" con 287 esercizi, 707.542 mq e 10.142 addetti (in crescita rispetto allo scorso anno). Seguono, a distanza le restanti categorie.

TAV. GSS3

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - RIEPILOGO NAZIONALE PER SPECIALIZZAZIONE

Specializzazione	Numero Esercizi	Superf. Vend.Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occup.	Fran-chising	Unioni Vo-lontarie	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	147	416.251	1.958	1.849	3.807	5	2	13
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	8	21.161	77	123	200	0	0	1
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	28	81.456	257	128	385	0	0	3
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	124	371.281	2.112	2.845	4.957	22	1	22
Calzature/articoli in cuoio	105	234.176	396	1.427	1.823	3	25	10
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	287	707.542	5.418	4.723	10.142	12	2	59
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	258	917.408	4.966	4.021	8.987	30	7	45
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	37	78.370	148	337	485	0	0	3
Mobili/Arredamento/tessile casa	375	1.519.180	5.627	6.880	12.507	3	14	35
Strumenti musicali/audio-video	4	10.814	82	87	169	0	0	2
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	326	796.690	2.039	6.271	8.311	11	5	39
<b>TOTALI NAZIONALI</b>	<b>1.699</b>	<b>5.154.329</b>	<b>23.080</b>	<b>28.692</b>	<b>51.772</b>	<b>86</b>	<b>56</b>	<b>232</b>

Le forme di collegamento economico rilevate, anch'esse ricavabili dalla tavola (Tav. GSS3), pur essendosi lievemente incrementate complessivamente rispetto alla precedente indagine, continuano a rappresentare solo circa il 22% del totale. Nel complesso si registrano 374 grandi superfici specializzate dotate di collegamenti di cui 86 operano con contratti di franchising, 56 sono associate in unioni volontarie e 232 in gruppi di acquisto.

I gruppi merceologici che ne risultano usufruire maggiormente sia in valore assoluto che percentuale sono: Ferramenta ecc., Elettrodomestici e a seguire Tessile e Mobili.

Nel prospetto che segue si rilevano le variazioni registrate rispetto all'anno precedente. Notevoli gli incrementi registrati dal settore "apparecchi per l'illuminazione/

TAV. GSS3 A

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - variazione anno 2014/2013

Specializzazione	Numero Esercizi	Superf. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati
Altri prodotti	-1,3	-4,7	8,1	2,2	5,1
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	14,3	23,1	11,6	53,8	34,2
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	7,7	-1,7	-12,6	-15,2	-13,5
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	5,1	1,1	3,8	9,0	6,8
Calzature/articoli in cuoio	9,4	8,2	25,3	8,1	11,4
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	2,1	6,9	2,1	3,7	2,9
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	-1,5	2,9	1,6	-2,0	-0,0
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	5,7	3,5	8,0	7,7	7,5
Mobili/Arredamento/tessile casa	0,3	2,7	4,0	4,5	4,3
Strumenti musicali/audio-video	0,0	-1,8	-4,7	1,2	-1,7
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	-2,1	-2,6	-4,2	-2,8	-3,2
<b>TOTALI NAZIONALI</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>

materiale elettrico" ma per mere ragioni aritmetiche.

Analizzando, ancora a livello nazionale, le superfici medie per settore di specializzazione, si evidenziano ai primi posti categorie con evidenti esigenze espositive, come "mobili/arredamento/tessile" (4.051 mq), "ferramenta/bricolage/giardinaggio" (3.556 mq) o "articoli sportivi/attrezzatura campeggi" (2.994 mq). Al di là di parziali modifiche relativamente ai singoli gruppi merceologici, si coglie nel complesso una certa stabilità nella superficie media che si attesta su un valore solo ap-

TAV. GSS3 B

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - SUPERFICIE MEDIA DI VENDITA

Specializzazione	Superf. Media
Altri prodotti	2.832
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	2.645
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2.909
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	2.994
Calzature/articoli in cuoio	2.230
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	2.465
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	3.556
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	2.118
Mobili/Arredamento/tessile casa	4.051
Strumenti musicali/audio-video	2.704
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	2.444
<b>TOTALI NAZIONALI</b>	<b>3.034</b>

pena superiore (3.034 mq) a quello registrato lo scorso anno (2.985 mq).

Nelle pagine successive si ripropone a livello regionale l'analisi per specializzazioni merceologiche condotta sul piano nazionale di cui alla TAV. GSS4 - GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - riepilogo nazionale per specializzazione. Viene infine riportato il riepilogo provinciale distinto per comune capoluogo e altri comuni in Tav. GSS 5 - GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE - riepilogo per capoluogo di provincia ed altri comuni.

TAV GSS4

GRANDE DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA AL 31/12/2014 - RIEPILOGO REGIONALE PER SPECIALIZZAZIONE

PIEMONTE								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	19	41.235	113	162	275	0	2	3
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	2.493	2	0	2	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	12	38.936	207	300	507	4	0	2
Calzature/articoli in cuoio	7	14.655	13	95	108	0	3	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	30	70.557	538	601	1.139	3	0	11
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	37	117.607	484	366	850	5	0	7
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	4	7.640	14	20	34	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	33	125.058	524	608	1.132	0	1	6
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	29	56.410	83	406	489	1	0	2
<b>TOTALI</b>	<b>172</b>	<b>474.591</b>	<b>1.978</b>	<b>2.558</b>	<b>4.536</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>31</b>

VALLE D'AOSTA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	3	16.583	4	5	9	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	6.750	5	3	8	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	1	2.618	2	13	15	0	1	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	1	1.500	18	11	29	0	0	1
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	1	2.319	13	12	25	1	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	1	2.142	13	6	19	0	1	0
<b>TOTALI</b>	<b>8</b>	<b>31.912</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>105</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

LOMBARDIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	19	65.483	357	285	642	0	0	5
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	3	10.616	39	45	84	0	0	1
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	6	17.779	39	17	56	0	0	1
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	44	112.344	741	1.023	1.764	9	0	6
Calzature/articoli in cuoio	29	59.891	94	343	437	1	5	5
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	62	142.865	1.340	1.087	2.427	0	0	9
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	63	253.878	1.638	1.280	2.918	1	1	13
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	11	21.633	34	89	123	0	0	2
Mobili/Arredamento/tessile casa	65	289.199	1.212	1.509	2.721	0	0	5
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	81	185.056	569	1.624	2.193	2	3	9
<b>TOTALI</b>	<b>383</b>	<b>1.158.744</b>	<b>6.063</b>	<b>7.302</b>	<b>13.365</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>56</b>

LIGURIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	8	16.582	83	101	184	0	0	0
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	1	1.620	8	2	10	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2	8.050	31	20	51	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	4	8.418	69	94	163	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	2	3.900	18	27	45	0	1	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	10	20.782	210	182	392	0	0	3
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	3	12.790	79	78	158	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	9	41.538	212	235	448	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	7	14.969	32	104	136	0	0	3
<b>TOTALI</b>	<b>46</b>	<b>128.649</b>	<b>743</b>	<b>843</b>	<b>1.585</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

..segue tav. GSS4 - grande distribuzione specializzata - riepilogo regionale per specializzazione al 31/12/2014

TRENTINO ALTO ADIGE								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	2	6.572	186	27	213	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	3	5.664	26	39	65	0	0	2
Calzature/articoli in cuoio	2	8.093	62	28	90	0	1	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	2	4.416	60	33	93	0	0	0
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	12	39.394	208	130	338	6	1	4
Mobili/Arredamento/tessile casa	17	61.669	235	193	428	1	3	6
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	6	13.066	37	129	166	1	0	2
<b>TOTALI</b>	<b>44</b>	<b>138.874</b>	<b>813</b>	<b>579</b>	<b>1.393</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>14</b>

FRIULI VENEZIA GIULIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	2	3.721	11	41	52	0	0	1
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	2.500	16	16	32	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	11	54.618	204	270	473	0	0	6
Calzature/articoli in cuoio	6	16.324	4	106	110	0	4	1
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	7	28.683	181	116	297	0	0	2
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	8	30.818	130	139	269	2	1	1
Mobili/Arredamento/tessile casa	20	82.028	250	314	563	0	3	4
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	21	59.918	89	372	461	0	0	3
<b>TOTALI</b>	<b>76</b>	<b>278.610</b>	<b>885</b>	<b>1.373</b>	<b>2.257</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>18</b>

VENETO								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	14	37.045	271	166	436	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2	3.600	20	6	26	0	0	1
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	10	28.083	210	195	405	6	0	3
Calzature/articoli in cuoio	24	48.104	52	393	445	0	6	1
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	36	106.008	635	555	1.190	1	2	8
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	28	92.311	398	306	704	1	1	8
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	6	13.371	14	40	54	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	55	207.519	510	619	1.129	0	0	2
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	54	181.947	487	1.362	1.849	2	1	5
<b>TOTALI</b>	<b>229</b>	<b>717.988</b>	<b>2.596</b>	<b>3.641</b>	<b>6.237</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>28</b>

EMILIA ROMAGNA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	1.600	8	4	12	0	0	1
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	9	26.040	171	220	391	1	0	0
Calzature/articoli in cuoio	6	12.285	13	86	99	0	2	1
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	32	75.131	556	478	1.034	0	0	6
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	22	78.579	434	404	838	4	0	1
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	3	5.010	7	18	25	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	52	203.595	602	893	1.495	1	3	5
Strumenti musicali/audio-video	2	4.497	28	38	66	0	0	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	21	51.530	85	400	485	2	1	4
<b>TOTALI</b>	<b>148</b>	<b>458.267</b>	<b>1.904</b>	<b>2.542</b>	<b>4.445</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>19</b>

..segue tav. GSS4 - grande distribuzione specializzata - riepilogo regionale per specializzazione al 31/12/2014

TOSCANA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	5	20.313	25	30	56	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2	3.745	35	11	46	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	6	20.971	94	170	264	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	2	4.392	3	20	23	0	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	12	27.268	215	224	439	0	0	0
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	12	46.834	273	281	554	0	0	1
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	3	7.983	12	38	50	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	20	82.021	342	472	814	0	0	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	15	29.490	68	294	362	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>77</b>	<b>243.017</b>	<b>1.067</b>	<b>1.540</b>	<b>2.608</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

UMBRIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	3	5.750	21	6	28	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	4	8.750	32	23	55	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	1	2.500	6	8	14	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	3	5.900	12	20	32	0	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	4	8.290	25	30	55	0	0	0
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	2	7.000	15	19	34	0	0	0
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	2	3.917	5	17	22	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	11	26.878	35	35	69	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	7	13.425	22	71	93	1	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>37</b>	<b>82.410</b>	<b>173</b>	<b>229</b>	<b>402</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

MARCHE								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	4	9.068	25	28	53	1	0	1
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	2	4.850	5	37	42	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2	7.440	29	17	46	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	2	4.900	33	40	73	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	2	5.577	10	19	29	0	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	14	29.493	104	170	274	0	0	4
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	13	37.023	127	124	251	0	1	2
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	1	1.530	1	7	8	0	0	1
Mobili/Arredamento/tessile casa	10	41.032	119	179	299	0	1	1
Strumenti musicali/audio-video	1	2.495	22	23	45	0	0	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	9	21.789	23	100	123	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>60</b>	<b>165.197</b>	<b>498</b>	<b>744</b>	<b>1.243</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>10</b>

LAZIO								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	14	34.690	154	221	375	2	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	3.994	14	7	21	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	3	8.040	72	146	218	0	0	2
Calzature/articoli in cuoio	1	1.500	5	5	10	1	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	13	36.058	353	339	692	2	0	4
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	6	20.641	172	174	345	0	0	0
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	4	8.840	18	43	61	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	9	58.269	425	693	1.118	0	1	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	22	49.800	142	549	691	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>73</b>	<b>221.832</b>	<b>1.355</b>	<b>2.177</b>	<b>3.531</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>7</b>

## Grandi Specializzati

..segue tav. GSS4 - grande distribuzione specializzata - riepilogo regionale per specializzazione al 31/12/2014

ABRUZZO								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	5	15.077	54	67	122	0	0	0
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	1	2.500	21	29	50	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	2.660	9	3	12	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	2	4.559	10	24	34	1	0	0
Calzature/articoli in cuoio	6	20.030	8	96	104	0	2	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	8	20.730	177	140	317	0	0	1
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	10	32.598	172	136	308	2	0	1
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	1	5.196	24	43	67	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	11	45.688	144	179	323	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	9	18.454	60	124	184	1	0	3
<b>TOTALI</b>	<b>54</b>	<b>167.492</b>	<b>680</b>	<b>841</b>	<b>1.521</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

MOLISE								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Mobili/Arredamento/tessile casa	1	4.000	7	4	11	0	0	1
<b>TOTALI</b>	<b>1</b>	<b>4.000</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

CAMPANIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	15	36.437	177	155	332	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	5	20.608	130	114	244	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	6	12.020	67	73	140	1	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	19	53.646	415	249	664	2	0	3
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	6	28.392	160	113	273	0	0	0
Giocattoli/attrezzature per l'infanzia	2	3.250	19	22	41	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	26	84.256	346	293	639	1	1	1
Strumenti musicali/audio-video	1	3.822	32	26	58	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	19	42.284	127	230	357	0	0	3
<b>TOTALI</b>	<b>99</b>	<b>284.715</b>	<b>1.473</b>	<b>1.274</b>	<b>2.748</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>7</b>

PUGLIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	1	15.000	77	105	182	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	6.250	4	0	4	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	7	23.557	91	148	239	1	0	0
Calzature/articoli in cuoio	5	12.586	15	59	74	0	0	1
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	11	26.485	188	184	372	3	0	4
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	11	48.058	310	243	553	1	1	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	20	69.211	325	309	635	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	10	24.019	97	240	337	1	0	3
<b>TOTALI</b>	<b>66</b>	<b>225.166</b>	<b>1.108</b>	<b>1.287</b>	<b>2.395</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>8</b>

..segue tav. GSS4 - grande distribuzione specializzata - riepilogo regionale per specializzazione al 31/12/2014

BASILICATA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	1	2.400	2	12	14	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	1	1.512	4	4	8	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>2</b>	<b>3.912</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

CALABRIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	14	44.876	218	281	499	2	0	1
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	1	2.300	9	0	9	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	1	1.750	1	1	2	0	0	1
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	5	12.250	54	32	87	2	0	2
Mobili/Arredamento/tessile casa	2	3.930	14	14	28	0	0	0
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	2	5.000	8	23	30	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>25</b>	<b>70.106</b>	<b>304</b>	<b>351</b>	<b>655</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>

SICILIA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	14	34.341	151	134	285	0	0	2
Apparecchi per illuminazione/materiale elettrico	1	1.575	4	10	14	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	1	3.735	16	16	32	0	0	0
Calzature/articoli in cuoio	2	3.301	4	25	29	0	0	0
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	15	32.962	218	157	375	0	0	1
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	7	32.717	207	114	321	0	0	0
Mobili/Arredamento/tessile casa	8	50.600	216	209	425	0	0	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	7	15.951	45	175	220	0	0	2
<b>TOTALI</b>	<b>55</b>	<b>175.182</b>	<b>861</b>	<b>840</b>	<b>1.701</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>

SARDEGNA								
Attività	Numero Esercizi	Superf. Vend. Mq	Occupati M	Occupati F	Totale Occupati	Fran-chising	Unioni Volont.	Gruppi Acquisto
Altri prodotti	4	11.078	28	23	51	0	0	0
Articoli igienico-sanitari/materiali da costruzione	2	3.545	4	1	5	0	0	0
Articoli sportivi/Attrezzatura campeggi	3	6.558	31	38	69	0	1	0
Calzature/articoli in cuoio	1	3.000	14	20	34	0	0	1
Elettrodomestici/Elettronica/informatica	11	22.668	186	168	355	1	0	2
Ferramenta/Bricolage/Giardinaggio	12	24.199	92	69	161	5	1	5
Mobili/Arredamento/tessile casa	5	40.547	96	116	212	0	0	1
Tessile/Abbigliamento/Pellicceria	6	12.070	61	65	126	0	0	0
<b>TOTALI</b>	<b>44</b>	<b>123.665</b>	<b>512</b>	<b>499</b>	<b>1.012</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

Tav. GSS5

GRANDI SUPERFICI SPECIALIZZATE AL 31/12/2014 - RIEPILOGO PER CAPOLUOGO DI PROVINCIA ED ALTRI COMUNI

Provincia	Nei capoluoghi				In Altri Comuni				Totali				Collegamenti		
	N.	Mq. Vendita	Occu-pati M	Occu-pati F	N.	Mq. Ven-dita	Occu-pati M	Occu-pati F	N.	Mq. Ven-dita	Occu-pati M	Occu-pati F	Fran-chising	Un. Vol.	Grup. Acq.
ALESSANDRIA	9	19.173	74	96	19	38.874	104	106	28	58.047	178	202	5	1	6
ASTI	4	11.681	69	44	6	12.873	20	41	10	24.554	89	85	2	0	3
BIELLA	5	14.126	48	67	7	43.050	108	93	12	57.176	156	160	2	0	3
CUNEO	8	19.953	70	94	18	43.739	142	163	26	63.692	212	257	0	0	0
NOVARA	6	13.483	32	60	20	54.740	173	158	26	68.223	205	218	1	2	3
TORINO	17	39.788	240	422	38	128.973	795	1.058	55	168.761	1.035	1.480	3	2	13
VERBANOC.O.	2	4.900	30	22	4	8.193	25	40	6	13.093	55	62	0	0	3
VERCELLI	7	17.916	44	93	2	3.129	4	1	9	21.045	48	94	0	1	0
<b>PIEMONTE</b>	<b>58</b>	<b>141.020</b>	<b>607</b>	<b>898</b>	<b>114</b>	<b>333.571</b>	<b>1.371</b>	<b>1.660</b>	<b>172</b>	<b>474.591</b>	<b>1.978</b>	<b>2.558</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>31</b>
AOSTA	-	-	-	-	8	31.912	55	50	8	31.912	55	50	1	2	1
<b>VALLE D'AOSTA</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>31.912</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>31.912</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
BERGAMO	1	1.986	5	14	31	96.632	469	560	32	98.618	474	574	0	1	14
BRESCIA	12	39.267	223	297	44	142.998	520	694	56	182.265	743	991	0	0	12
COMO	4	7.548	25	25	13	34.768	127	200	17	42.316	152	225	0	1	4
CREMONA	4	8.451	25	37	6	14.270	57	105	10	22.721	82	142	2	1	0
LECCO	1	2.495	36	28	0	0	0	0	1	2.495	36	28	0	0	0
LODI	2	14.970	86	24	10	20.756	126	119	12	35.726	212	143	0	0	3
MANTOVA	6	21.765	52	87	11	29.638	124	122	17	51.403	176	209	0	0	4
MILANO	25	54.811	478	693	116	390.146	2.384	2.629	141	444.957	2.862	3.322	8	2	5
MONZA E BR.	3	7.263	8	35	42	119.081	653	725	45	126.344	661	760	2	3	4
PAVIA	1	1.737	5	18	13	41.289	135	175	14	43.026	140	193	1	1	1
SONDRIO	-	-	-	-	5	9.760	63	35	5	9.760	63	35	0	0	3
VARESE	6	14.439	60	135	27	84.674	403	546	33	99.113	463	681	0	0	6
<b>LOMBARDIA</b>	<b>65</b>	<b>174.732</b>	<b>1.003</b>	<b>1.393</b>	<b>318</b>	<b>984.012</b>	<b>5.059</b>	<b>5.909</b>	<b>383</b>	<b>1.158.744</b>	<b>6.063</b>	<b>7.302</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>56</b>
GENOVA	18	60.992	468	481	4	14.900	43	39	22	75.892	511	521	0	0	0
IMPERIA	3	5.670	23	26	7	17.892	63	64	10	23.562	86	90	0	0	4
LA SPEZIA	3	6.182	45	64	3	5.100	27	39	6	11.282	72	103	0	0	1
SAVONA	4	9.140	48	53	4	8.773	26	76	8	17.913	74	129	0	1	1
LIGURIA	28	81.984	584	624	18	46.665	159	218	46	128.649	743	843	0	1	6
<b>NORD OVEST</b>	<b>151</b>	<b>397.736</b>	<b>2.194</b>	<b>2.915</b>	<b>458</b>	<b>1.396.160</b>	<b>6.644</b>	<b>7.838</b>	<b>609</b>	<b>1.793.896</b>	<b>8.838</b>	<b>10.753</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>94</b>
BOLZANO	11	33.950	167	172	17	64.318	312	233	28	98.268	479	405	7	4	8
TRENTO	9	25.124	267	134	7	15.482	67	40	16	40.606	334	174	1	1	6
<b>TRENTINO A.A.</b>	<b>20</b>	<b>59.074</b>	<b>434</b>	<b>306</b>	<b>24</b>	<b>79.800</b>	<b>379</b>	<b>273</b>	<b>44</b>	<b>138.874</b>	<b>813</b>	<b>579</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>14</b>
GORIZIA	2	3.940	2	39	6	28.705	152	173	8	32.645	154	212	1	1	0
PORDENONE	8	31.858	88	136	12	35.743	83	137	20	67.601	171	273	1	2	5
TRIESTE	4	9.776	29	47	4	11.567	48	61	8	21.343	77	109	0	0	1
UDINE	3	11.217	52	61	37	145.804	431	719	40	157.021	483	780	0	5	12
<b>FRIULI V. G.</b>	<b>17</b>	<b>56.791</b>	<b>171</b>	<b>283</b>	<b>59</b>	<b>221.819</b>	<b>713</b>	<b>1.090</b>	<b>76</b>	<b>278.610</b>	<b>885</b>	<b>1.373</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>18</b>
BELLUNO	1	1.780	7	3	2	5.998	16	13	3	7.778	23	16	1	0	1
PADOVA	11	44.689	274	421	28	66.203	193	309	39	110.892	467	730	1	1	4
ROVIGO	4	7.919	35	27	4	16.506	30	50	8	24.425	65	77	1	0	1
TREVISO	4	7.204	5	27	51	145.392	403	683	55	152.596	408	710	0	2	8
VENEZIA	12	46.276	299	263	30	120.485	442	538	42	166.761	741	801	3	1	1
VERONA	8	23.346	171	143	45	139.500	409	658	53	162.846	580	801	3	2	5
VICENZA	4	9.190	54	61	25	83.500	258	446	29	92.690	312	507	1	4	8
<b>VENETO</b>	<b>44</b>	<b>140.404</b>	<b>845</b>	<b>945</b>	<b>185</b>	<b>577.584</b>	<b>1.751</b>	<b>2.696</b>	<b>229</b>	<b>717.988</b>	<b>2.596</b>	<b>3.641</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>28</b>

..segue tav. GSS5- grande distribuzione specializzata - riepilogo per capoluogo di provincia ed altri comuni al 31/12/2014

Provincia	Nei capoluoghi				In Altri Comuni				Totali				Collegamenti		
	N.	Mq. Vendita	Occu- pati M	Occu- pati F	N.	Mq. Ven- dita	Occu- pati M	Occu- pati F	N.	Mq. Ven- dita	Occu- pati M	Occu- pati F	Fran- chising	Un. Vol.	Grup. Acq.
BOLOGNA	9	32.903	235	249	12	45.813	233	312	21	78.716	468	561	0	1	0
FERRARA	8	26.797	127	172	12	32.251	85	110	20	59.048	212	282	3	2	5
FORLI'-CES.	2	4.527	30	20	11	24.420	112	162	13	28.947	142	182	0	0	1
MODENA	7	21.563	113	110	12	24.369	81	89	19	45.932	194	199	2	0	3
PARMA	14	53.345	297	348	6	17.867	45	92	20	71.212	342	440	1	1	2
PIACENZA	9	25.665	98	171	6	30.006	32	105	15	55.671	130	276	0	1	3
RAVENNA	7	19.130	83	97	9	20.793	77	73	16	39.923	160	170	1	0	2
REGGIO EMILIA	7	13.879	81	91	9	23.982	48	100	16	37.861	129	191	0	0	2
RIMINI	6	30.957	113	169	2	10.000	14	71	8	40.957	127	240	1	1	1
<b>EMILIA ROM.</b>	<b>69</b>	<b>228.766</b>	<b>1.177</b>	<b>1.428</b>	<b>79</b>	<b>229.501</b>	<b>727</b>	<b>1.114</b>	<b>148</b>	<b>458.267</b>	<b>1.904</b>	<b>2.542</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>19</b>
<b>NORD EST</b>	<b>150</b>	<b>485.035</b>	<b>2.627</b>	<b>2.962</b>	<b>347</b>	<b>1.108.704</b>	<b>3.570</b>	<b>5.173</b>	<b>497</b>	<b>1.593.739</b>	<b>6.197</b>	<b>8.135</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>79</b>

AREZZO	2	5.410	23	42	3	7.800	30	38	5	13.210	53	80	0	0	0
FIRENZE	5	11.414	48	139	11	43.568	333	464	16	54.982	381	603	0	0	0
GROSSETO	5	12.825	61	22	5	10.614	51	25	10	23.439	112	47	0	0	0
LIVORNO	6	27.066	38	58	3	6.359	6	12	9	33.425	44	70	0	0	0
LUCCA	3	6.575	36	54	2	6.918	9	24	5	13.493	45	78	0	0	0
PISA	2	3.447	21	18	16	58.670	226	352	18	62.117	247	370	0	0	1
PISTOIA	1	1.669	2	9	4	11.896	60	80	5	13.565	62	89	0	0	0
PRATO	6	17.830	79	152	0	0	0	0	6	17.830	79	152	0	0	1
SIENA	0	-	-	-	3	10.956	44	51	3	10.956	44	51	0	0	0
<b>TOSCANA</b>	<b>30</b>	<b>86.236</b>	<b>308</b>	<b>494</b>	<b>47</b>	<b>156.781</b>	<b>759</b>	<b>1.046</b>	<b>77</b>	<b>243.017</b>	<b>1.067</b>	<b>1.540</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
PERUGIA	12	26.146	70	66	24	54.599	101	140	36	80.745	172	206	0	0	0
TERNI	1	1.665	1	23	0	0	0	0	1	1.665	1	23	1	0	0
<b>UMBRIA</b>	<b>13</b>	<b>27.811</b>	<b>71</b>	<b>89</b>	<b>24</b>	<b>54.599</b>	<b>101</b>	<b>140</b>	<b>37</b>	<b>82.410</b>	<b>173</b>	<b>229</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
ANCONA	6	20.840	23	180	18	62.410	199	261	24	83.250	222	441	0	1	2
ASCOLI PIC.	4	8.638	33	39	2	4.990	13	19	6	13.628	46	58	1	1	1
FERMO	1	1.610	5	6	3	5.744	16	19	4	7.354	21	25	0	0	0
MACERATA	2	4.457	18	14	13	30.246	109	90	15	34.703	127	104	0	0	1
PESARO E U.	8	18.225	59	82	3	8.037	23	34	11	26.262	82	116	0	0	6
<b>MARCHE</b>	<b>21</b>	<b>53.770</b>	<b>138</b>	<b>321</b>	<b>39</b>	<b>111.427</b>	<b>361</b>	<b>423</b>	<b>60</b>	<b>165.197</b>	<b>498</b>	<b>744</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
LATINA	5	13.939	65	137	3	9.665	37	48	8	23.604	102	185	0	1	4
RIETI	4	9.364	19	26	2	4.500	19	15	6	13.864	38	41	4	0	0
ROMA	35	115.419	792	1.446	21	60.261	392	489	56	175.680	1.184	1.935	1	0	3
VITERBO	2	4.690	17	9	1	3.994	14	7	3	8.684	31	16	0	0	0
LAZIO	46	143.412	893	1.618	27	78.420	462	559	73	221.832	1.355	2.177	5	1	7
<b>CENTRO</b>	<b>110</b>	<b>311.229</b>	<b>1.411</b>	<b>2.522</b>	<b>137</b>	<b>401.227</b>	<b>1.683</b>	<b>2.168</b>	<b>247</b>	<b>712.456</b>	<b>3.093</b>	<b>4.690</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>19</b>

CHIETI	2	4.711	42	57	17	64.383	286	362	19	69.094	328	419	2	1	2
L'AQUILA	5	11.509	41	44	5	12.569	44	42	10	24.078	85	86	2	0	0
PESCARA	3	7.936	17	32	10	32.035	137	134	13	39.971	154	166	0	1	3
TERAMO	2	3.420	21	19	10	30.929	91	151	12	34.349	112	170	0	0	0
<b>ABRUZZO</b>	<b>12</b>	<b>27.576</b>	<b>121</b>	<b>152</b>	<b>42</b>	<b>139.916</b>	<b>558</b>	<b>689</b>	<b>54</b>	<b>167.492</b>	<b>680</b>	<b>841</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
ISERNIA	0	-	-	-	1	4.000	7	4	1	4.000	7	4	0	0	1
<b>MOLISE</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>4.000</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4.000</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>

**Grandi Specializzati**

..segue tav. GSS5- grande distribuzione specializzata - riepilogo per capoluogo di provincia ed altri comuni al 31/12/2014

Provincia	Nei capoluoghi				In Altri Comuni				Totali				Collegamenti		
	N.	Mq. Vendita	Occu-pati M	Occu-pati F	N.	Mq. Ven-dita	Occu-pati M	Occu-pati F	N.	Mq. Ven-dita	Occu-pati M	Occu-pati F	Fran-chising	Un. Vol.	Grup. Acq.
AVELLINO	1	1.800	3	13	10	19.621	63	79	11	21.421	66	92	1	1	3
CASERTA	2	3.553	9	18	25	60.833	228	206	27	64.386	237	224	2	0	0
NAPOLI	5	10.556	100	113	38	138.035	954	737	43	148.591	1.054	850	1	0	1
SALERNO	4	6.771	27	30	14	43.546	89	78	18	50.317	116	108	0	0	3
<b>CAMPANIA</b>	<b>12</b>	<b>22.680</b>	<b>139</b>	<b>174</b>	<b>87</b>	<b>262.035</b>	<b>1.334</b>	<b>1.100</b>	<b>99</b>	<b>284.715</b>	<b>1.473</b>	<b>1.274</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
BARI	15	61.539	381	397	13	41.275	215	259	28	102.814	596	656	3	0	6
BARLETTA-AT.	0	-	-	-	3	4.605	13	15	3	4.605	13	15	0	0	0
BRINDISI	3	19.898	108	146	5	20.074	106	149	8	39.972	214	295	0	1	0
FOGGIA	6	11.962	53	70	5	13.450	32	11	11	25.412	85	81	3	0	0
LECCE	2	5.077	17	62	11	38.165	171	158	13	43.242	188	220	0	0	2
TARANTO	1	2.250	8	15	2	6.871	4	5	3	9.121	12	20	0	0	0
<b>PUGLIA</b>	<b>27</b>	<b>100.726</b>	<b>567</b>	<b>690</b>	<b>39</b>	<b>124.440</b>	<b>541</b>	<b>597</b>	<b>66</b>	<b>225.166</b>	<b>1.108</b>	<b>1.287</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
POTENZA	0	-	-	-	2	3.912	6	16	2	3.912	6	16	0	0	0
BASILICATA	0	-	-	-	2	3.912	6	16	2	3.912	6	16	0	0	0
CATANZARO	2	4.490	26	13	0	0	0	0	2	4.490	26	13	2	0	1
COSENZA	0	-	-	-	9	16.503	53	39	9	16.503	53	39	0	0	1
CROTONE	1	4.986	19	22	1	1.500	32	0	2	6.486	51	22	0	0	0
REGGIO CAL.	-	-	-	-	10	37.932	160	253	10	37.932	160	253	1	0	2
VIBO V.	2	4.695	13	25	0	0	0	0	2	4.695	13	25	1	0	0
<b>CALABRIA</b>	<b>5</b>	<b>14.171</b>	<b>58</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>55.935</b>	<b>245</b>	<b>291</b>	<b>25</b>	<b>70.106</b>	<b>304</b>	<b>351</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
AGRIGENTO	1	2.082	5	13	7	13.782	34	87	8	15.864	39	100	0	0	0
CATANIA	4	34.581	163	115	8	36.668	252	182	12	71.249	415	297	0	0	2
MESSINA	12	20.251	106	82	4	11.520	46	38	16	31.771	152	120	0	0	3
PALERMO	5	15.627	81	157	1	8.000	25	25	6	23.627	106	182	0	0	0
RAGUSA	7	18.243	79	78	2	5.899	26	25	9	24.142	105	103	0	0	0
SIRACUSA	1	1.925	9	9	3	6.604	35	29	4	8.529	44	38	0	0	1
<b>SICILIA</b>	<b>30</b>	<b>92.709</b>	<b>443</b>	<b>454</b>	<b>25</b>	<b>82.473</b>	<b>418</b>	<b>386</b>	<b>55</b>	<b>175.182</b>	<b>861</b>	<b>840</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
CAGLIARI	3	7.297	13	30	20	48.649	240	223	23	55.946	253	253	2	1	6
ORISTANO	-	-	-	-	4	28.810	24	23	4	28.810	24	23	0	0	0
SASSARI	10	25.687	160	174	7	13.222	75	50	17	38.909	235	224	4	1	3
<b>SARDEGNA</b>	<b>13</b>	<b>32.984</b>	<b>173</b>	<b>204</b>	<b>31</b>	<b>90.681</b>	<b>339</b>	<b>295</b>	<b>44</b>	<b>123.665</b>	<b>512</b>	<b>499</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>SUD ISOLE</b>	<b>99</b>	<b>290.846</b>	<b>1.502</b>	<b>1.735</b>	<b>247</b>	<b>763.392</b>	<b>3.449</b>	<b>3.378</b>	<b>346</b>	<b>1.054.238</b>	<b>4.951</b>	<b>5.113</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>40</b>
<b>ITALIA</b>	<b>510</b>	<b>1.484.846</b>	<b>7.734</b>	<b>10.134</b>	<b>1.189</b>	<b>3.669.483</b>	<b>15.346</b>	<b>18.557</b>	<b>1.699</b>	<b>5.154.329</b>	<b>23.080</b>	<b>28.692</b>	<b>86</b>	<b>56</b>	<b>232</b>

# Appendici metodologiche

## Fonte dei dati relativi alle analisi strutturali degli esercizi commerciali

Per i dati strutturali riferiti al commercio al dettaglio, sia in sede fissa che per quanto riguarda il commercio ambulante e le forme speciali di vendita, nonché relativi al commercio all'ingrosso, gli intermediari e il commercio e riparazione auto, le informazioni provengono dalla rielaborazione a fini statistici delle fonti amministrative sulle imprese, ovvero dal Registro delle imprese e dal Repertorio delle notizie economico-amministrative (REA) e sono riferite alla situazione esistente al 31/12/2014. In particolare, la classificazione delle attività economiche relativa alle statistiche strutturali presentate si basa sulla codifica ATECO 2007 (utilizzata dal Registro imprese) e prende in esame le attività rientranti nella sezione G del Codice ATECO e, nello specifico,:

Codice 45 (e relative sottoclassificazioni) – Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli

Codice 46 (e relative sottoclassificazioni) – Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)

Codice 47 (e relative sottoclassificazioni) – commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e motocicli )

## Definizioni usate per l'indagine sulla GDO

L'indagine sulla Grande Distribuzione Organizzata, svolta in collaborazione con le Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, si basa sulle seguenti definizioni:

### **DISTRIBUZIONE DESPECIALIZZATA**

**GRANDE MAGAZZINO:** esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, organizzato prevalentemente a libero servizio, che dispone di una superficie di vendita uguale o superiore a 400 mq. e di un assortimento di prodotti, in massima parte di largo consumo, appartenenti a differenti merceologie, generalmente suddivisi in reparti.

**SUPERMERCATO:** esercizio al dettaglio operante nel campo alimentare, organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita uguale o superiore a 400 mq. e di un vasto assortimento di pro-

dotti di largo consumo ed in massima parte confezionati nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente.

**IPERMERCATO:** esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2500 mq., suddiviso in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali aventi, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

**MINIMERCATO:** esercizio al dettaglio in sede fissa operante nel campo alimentare con una superficie di vendita che varia tra 200 e 399 mq. e che presenta le medesime caratteristiche del supermercato.

### **DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA**

**GRANDE SUPERFICIE SPECIALIZZATA:** esercizio al dettaglio operante nel settore non alimentare (spesso appartenente ad una catena distributiva a succursali) che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su di una superficie di vendita non inferiore ai 1500 mq.

## **Stime semestrali delle vendite al dettaglio a livello regionale**

Le stime sulla distribuzione regionale delle vendite, effettuate in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, si basano sul calcolo degli indici regionali del valore delle vendite delle attività commerciali in sede fissa, articolate secondo la forma distributiva (grande distribuzione ed altre forme, che per semplicità indichiamo con piccola distribuzione) e la tipologia di prodotti (alimentari e non alimentari).

Nel corso del 2007, si ricorda, è stata operata una revisione metodologica nelle procedure di elaborazione delle stime stesse tra cui una nuova stima per l'anno base 2001 facendo uso di dati definitivi, consolidati e decisamente più aggiornati.

Una volta ricalcolato il nuovo anno base si è poi deciso di fornire le serie regionali riviste a partire dall'anno 2005 tralasciando gli anni precedenti.

Si è provveduto in primo luogo a delimitare correttamente i confini del settore e ad identificare al loro interno sia i tipi di esercizi ai quali estendere l'elaborazione, sia le categorie merceologiche da evidenziare.

Con riferimento al primo punto, la scelta è caduta sullo stesso campo di osservazione considerato dall'ISTAT, che esclude dalla rilevazione oltre all'intero settore G45 (settore auto) della classificazione ufficiale delle attività economiche, anche le rivendite di tabacchi e generi di monopolio, il commercio ambulante, le riparazioni e alcuni esercizi di più difficile rilevazione come quelli adibiti alla vendita di oggetti usati, per corrispondenza, all'asta, ecc.

Quanto invece all'oggetto specifico della ricerca, si è convenuto di calcolare l'indicatore delle vendite per i seguenti comparti:

1. Esercizi della grande distribuzione
  - 1.1. Alimentari (comprese le bevande)
  - 1.2 Non alimentari
  
2. Altri esercizi
  - 2.1 Alimentari (comprese le bevande)
  - 2.2 Non alimentari

La nuova stima dell'anno base (2001=100)

La stima delle variazioni semestrali delle vendite effettuate nelle singole regioni presuppone che si disponga anzitutto della valutazione ad hoc delle vendite effettivamente realizzate nell'anno base. Ad essa si è potuto pervenire attraverso l'utilizzazione congiunta di una serie di dati che riguardano il fenomeno "vendite" tanto dal lato dell'offerta che dal lato della domanda. Per quanto concerne il lato offerta, sono stati considerati principalmente i dati definitivi delle rilevazioni sul sistema dei conti delle imprese (SCI) e sulle piccole e medie imprese (PMI), entrambe condotte dall'ISTAT e i dati definitivi del Censimento Industria e Servizi del 2001.

Dal lato domanda sono stati utilizzate informazioni relative agli acquisti di beni durevoli e non durevoli prevalentemente effettuati dal settore delle famiglie, e particolarmente utili sono risultati i valori dei consumi di beni calcolati dall'ISTAT nel quadro dei conti economici regionali. Essi sono stati peraltro depurati non solo del valore dei mezzi di trasporto e delle relative manutenzioni (che come s'è detto fanno parte del settore G45), ma anche delle altre voci che non rientrano nel campo di osservazione definito in precedenza. Sempre dal lato della domanda, sono stati inoltre utilizzati alcuni risultati relativi agli Indici delle vendite al dettaglio di fonte ISTAT in base al nuovo calcolo dell'anno base 2000.

Il limite delle valutazioni in questione è costituito dal fatto che esse consentono (attraverso le necessarie integrazioni e depurazioni) di pervenire al valore complessivo delle vendite distinte tra generi alimentari e non alimentari ma che, per il fatto stesso di cogliere il fenomeno dal punto di vista del consumatore finale, non forniscono alcuna indicazione sul tipo di esercizio al quale competono i corrispondenti ricavi.

Per disporre di una analisi di questo tipo, si è ritenuto che il metodo migliore fosse quello di effettuare una stima del valore delle vendite per gli esercizi della grande distribuzione e di sottrarre il risultato ottenuto dal valore complessivo dei consumi, in modo da ricavare, a saldo, la quota delle vendite di pertinenza degli esercizi tradizionali.

Posto che la distribuzione tra i due raggruppamenti merceologici è stata effettuata

utilizzando prevalentemente le rilevazioni condotte dal Ministero, per il calcolo del fatturato complessivo si è dovuto fare ricorso alle statistiche dell'ISTAT.

I valori medi del fatturato per addetto desunti, con le opportune estrapolazioni, dall'indagine sono stati quindi applicati alla forza-lavoro occupata nella grande distribuzione, ottenendo (come risultato del prodotto tra le due variabili) la stima del valore complessivo delle vendite. La ripartizione di tale valore tra le singole regioni è stata infine effettuata, distintamente per categoria merceologica, tenendo conto dell'incidenza sul totale nazionale sia del numero degli occupati che della superficie di vendita.

### **Le stime a partire dal 1° semestre 2005**

Il processo di stima è stato suddiviso in due fasi distinte: la stima dei dati annuali e la stima dei dati semestrali. Alcune importanti fonti a livello regionale sono infatti disponibili solo con periodicità annuale (ad es. i consumi delle famiglie), pertanto è sembrato opportuno costruire delle stime annuali consolidate sulla base del set informativo completo.

Il calcolo delle vendite a cadenza semestrale, con un set informativo ridotto, si ottiene come disaggregazione temporale dei corrispondenti dati annuali. Per il calcolo della prima semestralità, non esistendo ancora un vincolo annuale, la stima è ottenuta mediante estrapolazione dell'andamento delle vendite dell'anno passato, intrecciandole con le informazioni già disponibili a metà anno. Alla fine dell'anno si procede quindi ad un consolidamento del primo semestre, attraverso eventuali revisioni e alla stima definitiva del secondo semestre.

Il set informativo utilizzato per le stime annuali e semestrali è stato perfezionato ed arricchito. La suddivisione tra piccola e grande distribuzione è ora basata, più che in passato, sui metri quadri di superficie di vendita rilevati dal Ministero dello Sviluppo Economico, dei quali è possibile seguire l'evoluzione temporale nei vari anni. Oltre ai dati del Ministero sono entrate a far parte degli input della procedura le stime sul settore ottenute dall'indagine trimestrale sul commercio al dettaglio (condotta da Unioncamere) per le regioni Toscana ed Emilia-Romagna.

Tali regioni pubblicano ogni trimestre i risultati dell'indagine attraverso appositi comunicati stampa. Considerata l'affidabilità dell'indagine (circa 3000 aziende sono intervistate sul campo) e la disponibilità di informazioni puntuali nelle diverse articolazioni per tipologia di bene e forma distributiva, l'andamento del settore delle vendite per la Toscana e per l'Emilia-Romagna è sostanzialmente determinato sulla base di tale fonte.

Nella nuova procedura di stima, gli indici delle vendite di fonte ISTAT non sono più considerati come vincoli del sistema. In effetti, con l'aumento del numero delle fonti

utilizzate si è sentita l'esigenza di non vincolare troppo le stime regionali ai totali (nazionali e per macro-area) rilevati dall'ISTAT, che spesso presentano delle incoerenze con altre fonti affidabili utilizzate nella costruzione degli indici (ad esempio le variazioni della grande distribuzione rilevate dall'indagine Nielsen).

Si ricorda infine che ogni anno vengono aggiornati e ricalcolati gli aggregati avvalendosi degli ultimi dati disponibili e che quindi le stime fornite risultano ogni anno riviste e aggiornate.





