



L'IMPATTO DELLA RECESSIONE SULLA STRUTTURA DEL COMMERCIO ITALIANO

TradeLab per
Centro Studi Filcams CGIL
Ce.Mu. Centro Multiservizi S.r.l.

Rapporto finale di ricerca a cura di:
Luca Pellegrini
Francesco Massara



ENTE BILATERALE NAZIONALE TERZIARIO

Via Cristoforo Colombo, 137 - 00147 Roma - Tel. 06/57305405 - Fax 06/57135472
info@ebinter.it - ebinter@ebinter.it - www.ebinter.it

I SOCI



COME NASCE

L'Ente Bilaterale Nazionale Terziario è un organismo paritetico costituito nel 1995 dalle Organizzazioni Nazionali Confcommercio e Filcams - Cgil, Fisascat - Cisl e Uiltucs - Uil sulla base di quanto stabilito dal CCNL del Terziario, della Distribuzione e dei Servizi. L'Ente ha natura giuridica di associazione non riconosciuta e non persegue finalità di lucro.

GLI SCOPI

L'Ente Bilaterale Nazionale Terziario ha tra i suoi scopi di incentivare e promuovere studi e ricerche nel settore Terziario, con riguardo alle analisi dei fabbisogni formativi, di promuovere iniziative in materia di formazione continua, formazione e riqualificazione professionale, anche in collaborazione con Istituti nazionali, europei, internazionali e di fornire e attuare procedure per accedere ai programmi comunitari finanziati dai fondi strutturali, con particolare riferimento al Fondo Sociale Europeo. Le azioni individuate dalle parti sociali vengono avviate dall'Ente sia sulla base delle proprie risorse sia ricorrendo all'apporto di professionalità esterne di Enti di formazione, Centri di Ricerca, Centri studi.

LE ATTIVITÀ

Ricerche, Formazione/Progetti, Osservatorio Nazionale sul settore Terziario, Statistiche, Archivio della contrattazione decentrata. L'Ente è posto al centro di una rete capillare che comprende oltre 100 Enti Bilaterali territoriali costituiti su tutto il territorio nazionale. Nel corso di questi anni l'attività istituzionale di Ebinter è stata caratterizzata dalla partecipazione anche a progetti formativi finanziati dal FSE. L'Ente Bilaterale Nazionale Terziario, avvalendosi della collaborazione di istituti di ricerca, ha realizzato e continua a realizzare, nel rispetto dei propri obiettivi istituzionali, una serie di pubblicazioni su temi di estrema attualità e di forte valenza per il sistema, in grado di valorizzare le esigenze e le specificità del settore terziario. Sono state editate nel corso di questi anni una serie di ricerche che hanno suscitato l'interesse di tutte le componenti sociali del sistema associativo. Altre iniziative sono state realizzate nel formato cd-rom nell'ottica di un sempre maggiore sviluppo della formazione a distanza.



Centro Studi
Filcams CGIL



Centro Multiservizi
SRL

Il *Centro studi sociali per il terziario*, turismo e servizi Filcams CGIL nasce nel 2007, quale diramazione organizzativa del Centro Multiservizi Ce.Mu., al fine di promuovere e coordinare progetti e attività di studio e ricerca nel settore sindacale, nel campo del lavoro, della sicurezza e della responsabilità sociale delle imprese, e sulle tematiche previdenziali, assistenziali e assicurative.

Impegnato anche sul fronte documentale (attraverso la costruzione di un specifico patrimonio archivistico relativo alle tematiche sindacali e del lavoro), per il conseguimento dei propri obiettivi il Centro Studi si mette in relazione con organismi universitari e altri enti e gruppi di ricerca, e si avvale della consulenza di ricercatori, studiosi ed esperti nel campo delle problematiche individuate.

Il Centro Multiservizi Ce.Mu. è una società di assistenza e consulenza che svolge la propria attività nel settore editoriale, della ricerca, della formazione e informazione. Offre diverse tipologie di servizi: gestione di pubblicazioni saltuarie e periodiche (libri, riviste, opuscoli); produzione di supporti formativi di carattere multimediale; formazione professionale e sindacale, organizzazione di seminari, convegni, congressi e incontri tematici; attuazione di campagne informative.

La sede operativa è in Viale Glorioso 11, 00153 Roma

Sito web: www.ce-mu.it • e-mail: info@ce-mu.it

Editing: Francesca Clanetti

L'impatto della recessione sulla struttura del commercio italiano

**TradeLab per
Centro studi Filcams CGIL
Ce.Mu. Centro Multiservizi Srl**

**Luca Pellegrini
Francesco Massara**

L'impatto della recessione sulla struttura del commercio italiano



Direttore Responsabile

Pierangelo Raineri

Redazione, Direzione, Amministrazione

EBINTER

Via Cristoforo Colombo, 137

00147 Roma

Tel. 06.57305405, Fax 06.57135472

www.ebinter.it

ebinter@ebinter.it

Registrazione del Tribunale di Roma

n. 218/2011 del 06/07/2011

ROC 21627

Stampa

Tipografia Facciotti S.r.l.

Vicolo Pian Due Torri, 74

00146 Roma

Finito di stampare nel mese di novembre 2014

Indice

Introduzione	5
1 - Il contesto economico di riferimento	9
2 - La rete distributiva e le sue specializzazioni	23
2.1 - I macrocomparti: tradizionale e moderno in sede fissa e commercio ambulante	23
2.2 - Le specializzazioni del commercio tradizionale	25
3 - Le dinamiche della rete per macroaree territoriali	33
4 - Le dinamiche della rete: un approfondimento regionale	67
5 - Sedi e unità locali: l'evoluzione del succursalismo	127
6 - Sintesi: una visione d'insieme	157

Introduzione

La crisi economica che ha avuto inizio nel 2008 e che tuttora continua ha interrotto un periodo di crescita del commercio italiano durato fino al 2007. Dall'inizio del decennio tutte le componenti del sistema distributivo, sia quella moderna sia quella tradizionale, avevano visto aumentare il numero di esercizi in un contesto favorevole ai consumi. Con il 2008 inizia invece un periodo che vede una, seppure ridotta, diminuzione del numero totale degli esercizi commerciali e, effetto assai più marcato, una forte dinamica interna ai singoli comparti del settore. La crisi, in particolare negli ultimi anni, ha infatti portato a un aumento del ricambio delle imprese presenti sul mercato che segnala, assai più che la dinamica dei punti vendita totali, un profondo processo di ristrutturazione interna. Nel tradizionale, le dinamiche delle diverse specializzazioni assortimentali mostrano una crescita di alcuni comparti e, di converso, un ridimensionamento di altri. Sempre nel tradizionale, si è assistito a un ricambio dei soggetti che operano con unità di vendita marginali, con l'uscita di imprenditori italiani e l'entrata di imprenditori extracomunitari, in particolare nell'ambulante. Nel moderno, si è fatta sempre più evidente la difficoltà dell'ipermercato e il ritorno verso formati più piccoli di prossimità. Sempre nel moderno, anche le grandi superfici non alimentari, che fino al 2007 sembravano avere margini di crescita molto ampi, hanno cominciato a mostrare segnali di rallentamento. Le nuove aperture hanno subito una riduzione e spesso quelle realizzate sono avvenute sulla base di piani di sviluppo impostati in passato, più che in vista di effettive prospettive di profitto.

In definitiva, anche se i numeri relativi alla rete non mostrano variazioni eclatanti, la crisi ha avuto effetti rilevanti sul commercio italiano. Essi non sono stati ancora analizzati in profondità e molti hanno preferito sottolineare saldi di flusso non attendibili piuttosto che provare a indagare i fenomeni sottostati. Obiettivo generale della ricerca è quindi coprire questo vuoto di analisi, per capire cosa sia avvenuto nel sistema distributivo e come si presenterà il commercio italiano quando la crisi in atto finirà.

Proprio a motivo di una riduzione contenuta degli esercizi in sede fissa, che dalla fine del 2007, ultimo anno di crescita, alla fine del 2012 sono diminuiti di "solo" 12.000 unità, da 779 mila a 767 mila (-1,5%), la ricerca verrà condotta disaggregando il dato aggregato per mettere in luce le trasformazioni interne al sistema. Per farlo è stato quindi esplorato l'andamento del settore con riferimento ai seguenti sottoinsiemi.

I diversi macrocomparti che lo compongono: commercio tradizionale in sede fissa, commercio moderno in sede fissa e commercio ambulante.

All'interno della componente tradizionale, gli andamenti relativi alle numerose specializzazioni esistenti, sia alimentari sia non alimentari.

All'interno della componente moderna, gli andamenti relativi ai diversi formati di vendita alimentari, per i quali esistono rilevazioni specifiche.

Per ognuno dei comparti elencati è stata inoltre condotta un'analisi territoriale. È infatti evidente che le trasformazioni in atto nel sistema distributivo non sono omogenee per l'intero Paese, ma mostrano tratti locali specifici. Data la forte rilevanza delle regioni nella politica commerciale, è quindi inevitabile condurre un'analisi a questo livello, per fare emergere i diversi trend in essere, che non sempre si possono semplicemente ricondurre all'usuale dicotomia tra Nord e Sud.

Una disaggregazione per comparti a base regionale non è però sufficiente per poter valutare alcune dimensioni delle trasformazioni in atto che, in particolare nel commercio tradizionale, interessano la struttura delle imprese. La lunga crisi in corso ha infatti spinto molti operatori a cercare scale operative che consentissero di poter sfruttare meglio le economie sulle funzioni centrali d'impresa. Ciò è avvenuto attraverso la crescita di operatori con piccole reti a succursali e con la ricerca di collegamenti economici di vario tipo. Questa seconda soluzione sembra avere portato al rafforzamento di reti in franchising e di diverse forme di commercio associato (unioni volontari e gruppi d'acquisto), anche al di fuori dei confini che tradizionalmente queste soluzioni hanno avuto in passato. Un fenomeno che va anche riconnesso alla diffusione di reti monomarca di imprese di produzione, controllate con strumenti contrattuali oltre che con la proprietà diretta dei punti vendita.

La ricerca è stata quindi condotta seguendo tre diverse disaggregazioni dei dati disponibili sulla rete esistente:

- per comparto (quelli indicati più sopra);
- per area territoriale (usando le regioni come unità di riferimento);
- per forma di collegamento economico (succursalismo e altre forme contrattuali di collegamento economico).

Il periodo di riferimento temporale per l'analisi riguarderà gli anni che vanno dal 2000 al 2007 e dal 2007 al 2012.

Il lavoro è strutturato nel modo seguente. Nel primo capitolo sono stati ripresi e commentati gli elementi di contesto a cui il commercio italiano ha dovuto fare fronte. In particolare, sono stati ripresi i dati di evoluzione di prodotto interno lordo, reddito disponibile, consumi e vendite al dettaglio. L'andamento di queste grandezze aggregate è stato poi messo a confronto con la dinamica della rete al dettaglio e dell'occupazione commerciale, per evidenziare l'apparente contraddizione fra l'assai consistente uscita di occupati indipendenti dal settore e, invece, la sostanziale stabilità della numerica della rete. È il fenomeno cui tentano di dare una risposta i capitoli successivi.

Il secondo capitolo è dedicato all'analisi delle singole specializzazioni commerciali. L'ambito di riferimento è quello nazionale e l'obiettivo è di iniziare a mettere in evidenza la diversa entità dell'impatto della crisi sui singoli comparti della distribuzione. Il capitolo successivo, su questa base, approfondisce l'esplorazione a livello territoriale. Il riferimento sono le tre macroaree territoriali italiane, Nord, Centro e Sud, e, prendendo in considerazione solo i principali comparti della distribuzione, le regioni. Un approfondimento a livello regionale è invece offerto nel quarto capitolo. Dato il numero delle regioni italiane, a ciascuna di esse è stata dedicata una scheda sintetica che documenta i principali cambiamenti interni al sistema distributivo negli anni della crisi. Fino a questo punto la rete è analizzata con riferimento alle diverse specializzazioni assortimentali, ma senza approfondire la struttura delle imprese. È quanto si esamina nel quinto capitolo, identificando separatamente sedi di impresa e punti vendita succursali, per esplorare la diffusione del succursalismo anche al di là della grande distribuzione e invece valutare la sua presenza in quella parte di esercizi che si assume, erroneamente, siano tutti costituiti da piccole imprese indipendenti che operano con un singolo punto vendita. Infine, nell'ultimo capitolo, è proposta una sintesi del lavoro svolto, per riassumere le tante minute sfaccettature della distribuzione italiana emerse nel lavoro.

In ultimo, alcune avvertenze sulle modalità con cui sono organizzati i dati. La fonte di riferimento è costituita dall'Osservatorio nazionale del commercio, che consente una disaggregazione per tutte le tre dimensioni appena elencate. Poiché esistono discordanze nell'identificazione dei punti vendita della distribuzione moderna e nella loro assegnazione a un formato di vendita specifico tra l'Osservatorio e le altre fonti disponibili, i dati dell'Osservatorio sono stati integrati con quelli di queste ultime. Per l'alimentare si tratta prevalentemente delle rilevazioni condotte da Nielsen e IRI; per il non alimentare dei dati dell'Osservatorio non food di Indicod-Ecr. Va sottolineato che, mentre l'identificazione della distribuzione moderna alimentare è nel complesso af-

fidabile, nel non alimentare si tratta di una stima costruita sommando i punti vendita delle maggiori imprese di distribuzione attive nelle varie specializzazioni che operano prevalentemente con grandi superfici. È quindi una stima certamente per difetto, la cui coerenza si basa sull'aggiornamento sia dell'elenco di insegne inserite nella banca dati sia delle loro unità di vendita. Per l'alimentare i punti vendita moderni sono stati sottratti dal totale di quelli che l'Osservatorio definisce "punti vendita non specializzati a prevalenza alimentare". Nel caso del non alimentare non si è invece ritenuto di sottrarre le unità moderne dai totali relativi alle singole specializzazioni e il moderno è stato considerato come un "di cui" del totale generale della rete non alimentare. Infine, va avvertito che in tutte le tavole e figure contenute nel volume in cui non è specificata la fonte, essa si intende costituita da quelle appena elencate.

1 - Il contesto economico di riferimento

Prima di entrare nel merito delle trasformazioni che hanno interessato l'apparato distributivo, è utile riassumere gli elementi di contesto che hanno caratterizzato la crisi ancora in corso. Si tratta di fatti ampiamente noti, ma che vanno almeno esplicitati nelle loro linee generali per poterli richiamare in seguito nell'analisi degli andamenti settoriali.

La Figura 1.1 riporta l'andamento del prodotto interno lordo (Pil) dal 2007, anno precedente all'inizio della crisi in corso, fino al 3° trimestre del 2013. Le variazioni anno su anno, cumulando l'effetto di dodici mesi, esplicitano il trend della dinamica della produzione di ricchezza e permettono di segnare i punti di svolta di quanto avvenuto nei quasi sei anni considerati. La prima flessione significativa è registrata nel 4° trimestre del 2007, quando la crescita del Pil italiano si avvicina a zero, seguita da una debole ripresa nel trimestre successivo. Da quel trimestre in poi inizia una riduzione sempre più marcata del Pil, che raggiunge il suo punto di massima flessione nel 1° e nel 2° trimestre del 2009 (oltre 6,5 punti di caduta). Questo andamento negativo prosegue, ma si attenua, nei due trimestri successivi, per arrivare di nuovo in territorio positivo nel 1° trimestre del 2010. Le variazioni del Pil rimangono in territorio positivo per altri sei trimestri, fino al 4° trimestre del 2011, quando comincia la seconda fase di recessione che perdura per tutti i restanti trimestri considerati. Si possono quindi individuare tre periodi: un primo, che coincide con la prima fase della recessione, fra il 2° trimestre del 2008 e il 4° trimestre del 2009; un secondo, di leggera ripresa, fra il 1° trimestre del 2010 e il 3° trimestre del 2011; un terzo, la ricaduta recessiva, fra il 4° trimestre del 2011 e il 3° trimestre del 2013, l'ultimo per il quale si dispone di un dato.

Figura 1.1 - Prodotto interno lordo a prezzi concatenati 2005: variazioni sullo stesso mese dell'anno precedente (trend) e sul mese precedente (congiunturale).

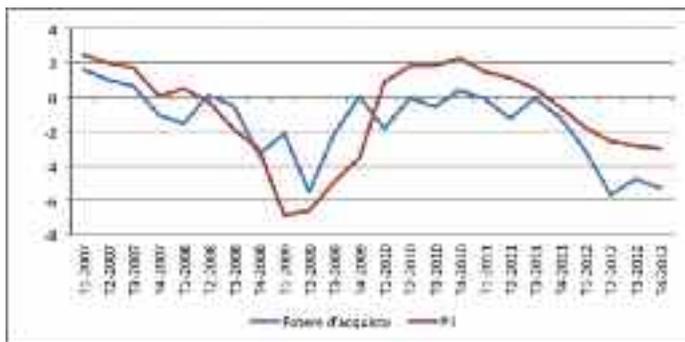


Fonte: Istat

Nella Figura 1.1 è anche riportato l'andamento della variazione del Pil mese su mese, indicatore che consente di misurare l'andamento congiunturale e dunque di identificare i punti di svolta del ciclo economico nel periodo in esame. Si rileva, in particolare, il punto di massima riduzione dell'attività economica nel 1° trimestre del 2009, la svolta in positivo del 1° trimestre del 2010 e il nuovo netto rallentamento che inizia nel 1° trimestre del 2011 e porta progressivamente l'indicatore in territorio negativo. Occorre infine sottolineare il valore della variazione relativa al 3° trimestre del 2013, che risulta vicino allo zero e che fa pensare all'inizio di un percorso di uscita da una doppia recessione durata ormai sei anni.

L'andamento dell'economia, così come rappresentato dal prodotto interno lordo, dà solo parzialmente conto della capacità di spesa delle famiglie, la grandezza che qui più interessa poiché i consumi, che attivano il settore commerciale, dipendono dall'andamento del reddito disponibile. Nella Figura 1.2 è così riportato il dato relativo alle variazioni anno su anno del potere di acquisto della famiglie italiane, quindi il loro reddito disponibile depurato dagli effetti dell'inflazione, a confronto con il Pil. Dall'andamento dei due indicatori emerge con chiarezza come il potere di acquisto delle famiglie abbia avuto, nei tre periodi in cui è possibile scomporre la crisi in corso, un andamento solo in parte coincidente con quello del Pil. Se infatti nel primo periodo il potere di acquisto delle famiglie ha dinamiche più favorevoli rispetto al Pil, nel secondo e nel terzo questo rapporto si inverte. L'aumento della pressione fiscale e la riduzione della massa retributiva fanno sì che il potere di acquisto delle famiglie non recuperi durante la debole ripresa del secondo periodo e si riduca, in modo molto più accentuato del Pil, nel terzo.

Figura 1.2 - Prodotto interno lordo e potere d'acquisto delle famiglie a prezzi concatenati 2005: variazioni sullo stesso mese dell'anno precedente.



Fonte: Istat

Il potere di acquisto delle famiglie è la variabile determinante che attiva le spese per consumi. Come si rileva dalla Figura 1.3, i consumi hanno seguito da vicino l'andamento del reddito disponibile, ma facendo emergere tre fasi che presentano elementi distinti. L'andamento dei due indicatori coincide fino al 1° trimestre del 2009, ma dal trimestre successivo e fino al 2° trimestre del 2011 le variazioni dei consumi si collocano stabilmente al di sopra di quelle del reddito disponibile. I consumatori hanno quindi cercato di sostenere il loro livello di spesa riducendo il risparmio. Questo tentativo, che dura per ben nove trimestri, si arresta a partire dal 3° trimestre del 2011: da allora in avanti la caduta dei consumi segue quella del reddito disponibile e raggiunge il livello più basso di tutto il periodo durante il 2012. Anche sulla base dell'evidenza qualitativa, sembra di poter dire che dopo avere sperato in un'inversione del ciclo economico, in coincidenza con il governo Monti, le famiglie italiane si siano rassegnate a prendere atto del perdurare della crisi e delle prospettive di riduzione delle risorse disponibili, anche per effetto del prelievo fiscale, e abbiano di conseguenza rivisto verso il basso i loro consumi.

Figura 1.3 - Potere d'acquisto e consumi finali delle famiglie a prezzi concatenati 2005: variazioni sullo stesso mese dell'anno precedente.

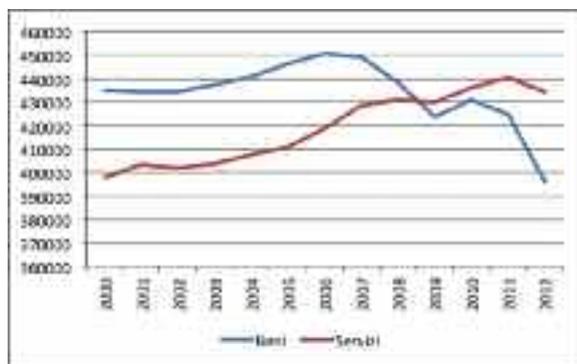


Fonte: Istat

La spesa per consumi si ripartisce anzitutto su due macrosettori, quello dei beni e quello dei servizi e il settore commerciale è attivato quasi per intero dal primo. È quindi opportuno segnalare come una già generale caduta dei consumi, quella vista nella Figura 1.3, abbia interessato in

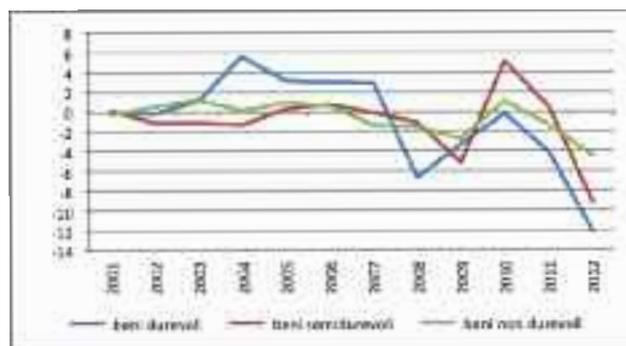
modo assai diverso beni e servizi. È quanto si rileva dalla Figura 1.4 dove sono riportati il valore della spesa in beni e servizi delle famiglie distintamente per le due componenti. Fino al 2007 entrambe crescono, anche se quella in servizi a un tasso più elevato di quella per beni. Dal 2008 in poi il valore dei consumi in beni comincia una marcata riduzione che, con l'eccezione del 2010, continua fino a tutto il 2012, arrivando nel periodo a registrare una perdita dell'11,8%. La spesa per servizi, al contrario, pur rallentando, continua a crescere e nel quinquennio 2007-2012 aumenta dell'1,3%. Da rilevare, inoltre, come nel 2009 la spesa per servizi superi per la prima volta quella per l'acquisto di beni.

Figura 1.4 - Consumi finali delle famiglie in beni e servizi a prezzi concatenati 2005: milioni di euro.



Fonte: Istat

Figura 1.5 - Consumi finali delle famiglie in beni durevoli, semidurevoli e non durevoli a prezzi concatenati 2005: variazioni percentuali sull'anno precedente.



Fonte: Istat

Anche gli andamenti interni alle diverse categorie di beni presentano

forti differenze. Utilizzando come primo livello di disaggregazione quello tra beni durevoli, semidurevoli e non durevoli, la Figura 1.5 mostra come i primi siano quelli che più hanno risentito della caduta dei consumi: una riduzione di 24,4 punti percentuali fra il 2007 e il 2012. Un vero e proprio crollo, al quale contribuisce in modo particolare la riduzione della spesa per acquisto di mezzi di trasporto, che fra il 2007 e il 2012 si riduce in termini reali del 45,4%. Semidurevoli e non durevoli, diminuiti rispettivamente del 9,9 e dell'8,7% nello stesso periodo, mostrano invece andamenti un po' meno negativi e allineati.

Tavola 1.1 - Consumi finali delle famiglie in generi alimentari, bevande e tabacco a prezzi concatenati 2005: variazioni percentuali e quote sui consumi totali.

	Var. 2007-2000	Var. 2012-2007	Quota sui consumi 2007	Quota sui consumi 2012
Generi alimentari	3,74	-8,88	13,69	13,18
pane e cereali	10,83	-10,90	2,83	2,67
carne	4,54	-7,21	3,45	3,38
pesce	-1,11	-11,43	1,00	0,93
latte, formaggi e uova	1,56	-9,08	2,01	1,93
oli e grassi	-9,72	-11,43	0,60	0,56
frutta	1,93	-8,26	1,17	1,13
vegetali incluse le patate	2,20	-6,74	1,57	1,55
zucchero, marmellata, cioccolato e pasticceria	3,77	-8,96	1,01	0,97
Bevande non alcoliche	3,47	-12,22	1,05	0,98
caffè, tè e cacao	1,04	-10,44	0,23	0,22
acque minerali, bevande gassate e succhi	4,27	-12,75	0,82	0,75
Bevande alcoliche	2,99	-7,33	0,86	0,84
Tabacco	-7,81	-12,32	1,76	1,63
Totale	2,51	-9,38	17,36	16,62

Fonte: Istat

Considerando i singoli capitoli di spesa, e in particolare quelli che più corrispondono alle specializzazioni commerciali che saranno considerate nel seguito, nelle Tavole 1.1 e 1.2 sono riportate le variazioni reali dei consumi per alcuni dei principali capitoli di spesa nei due periodi 2000-2007 e 2007-2012 e il peso che nei due anni terminali, il 2007 e il 2012, i singoli capitoli di spesa hanno sul totale. I consumi di generi ali-

mentari (Tavola 1.1) sono cresciuti di poco meno di 4 punti percentuali tra il 2000 e il 2007, per poi diminuire di quasi nove punti nel periodo successivo. È inoltre calato il loro peso sul totale dei consumi delle famiglie, passato dal 13,7% al 13,2% fra il 2007 e il 2012. Nel periodo della crisi, alcune categorie hanno subito riduzioni superiori alla media del comparto, in particolare pesce, oli e grassi e pane, che evidenziano una diminuzione della spesa superiore al 10%. Anche le bevande non alcoliche hanno risentito della pressione sulla capacità di spesa in misura maggiore della media del comparto alimentare (-12,2%), principalmente per effetto della riduzione dei consumi di acque minerali, bevande gassate e succhi. Analoghi gli effetti sui tabacchi (-12,3) e invece un po' più ridotti quelli sulle bevande alcoliche (-7,3%). Nel complesso dunque, l'intero comparto alimentare, che aveva visto crescere i consumi del 2,5% nel primo periodo, ha dovuto fare fronte a una riduzione della spesa delle famiglie di quasi il 10% negli anni della crisi.

Tavola 1.2 - Consumi finali delle famiglie in alcune categorie di beni non alimentari a prezzi concatenati 2005: variazioni percentuali e quote sui consumi totali.

	Var. % 2007-2000	Var. % 2012-2007	Quota % sui consumi 2007	Quota % sui consumi 2012
Mezzi di trasporto	6,40	-45,36	3,91	2,26
Giornali e cancelleria	-5,66	-30,11	0,96	0,71
Mobili e articoli d'arredamento	-2,98	-21,47	2,90	2,41
Calzature	-4,10	-19,85	1,64	1,39
Combustibili e lubrificanti	-8,64	-19,44	3,42	2,91
Libri	-9,27	-13,88	0,48	0,43
Piccoli elettrodomestici	13,46	-13,26	0,22	0,20
Abbigliamento	-5,00	-10,52	6,25	5,91
Utensili e attrezzature casa/giardino	-6,26	-10,43	0,29	0,28
Cristalleria, vasellame, utensili casa	-6,90	-10,15	0,53	0,50
Tessuti per la casa	-24,35	-9,94	0,33	0,32
Elettrodomestici bianchi	3,61	-8,89	0,78	0,75
Beni non durevoli per la casa	1,39	-7,01	1,09	1,07
Fiori, piante e animali domestici	-3,92	-1,76	0,75	0,77
Prodotti per la cura della persona	2,80	3,05	1,25	1,36
Beni e servizi per l'igiene	1,00	4,64	2,47	2,73
Medicinali e articoli sanitari	35,75	13,57	1,60	1,92
Audiovisivi, cinefoto e computer	92,40	20,76	1,16	1,47
Telefonia	179,18	77,37	0,79	1,48

Fonte: Istat

Il non alimentare ha visto andamenti ancora più contrastanti, a causa

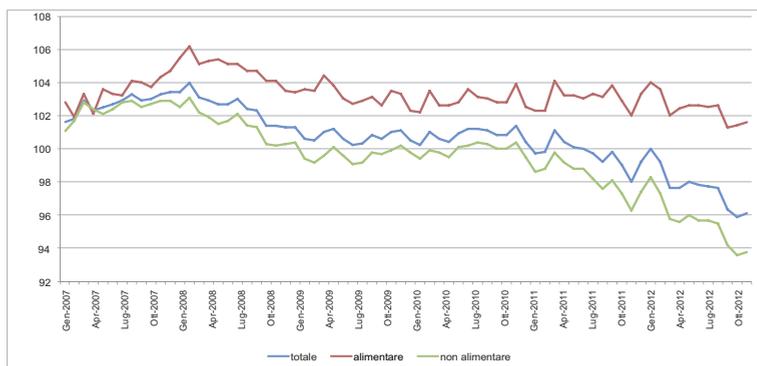
della presenza di beni durevoli o semi-durevoli i cui acquisti sono stati rimandati, ritardando la sostituzione di quelli in essere. Nel non alimentare sono inoltre presenti alcuni comparti che hanno mantenuto elevati livelli di innovazione e che quindi, contrariamente ad altri, hanno in alcuni casi anche visto crescere la spesa. Nella Tavola 1.2, per facilitare la lettura dei dati, i comparti del non alimentare sono stati riportati in ordine decrescente in rapporto all'impatto della riduzione della spesa. Come già rilevato, i mezzi di trasporto sono quelli che più hanno risentito della caduta dei consumi: un taglio della spesa durante la crisi del 45,4% e una riduzione sul totale della spesa per consumi dal 3,9 al 2,3%. Seguono i giornali e la cancelleria, -30,1%, il mobile, -21,5%, le calzature, -19,9%, i combustibili, -19,5%, i libri, -13,9%, i piccoli elettrodomestici, -13,3%, l'abbigliamento, -10,5%, e poi via via gli altri comparti fino ad arrivare a quelli che segnano invece incrementi di spesa. Questi si riferiscono essenzialmente a due principali categorie di consumi, quella per la salute e il benessere e quella per i nuovi prodotti della tecnologia digitale, audiovisivi e computer e, in particolare, telefonia. Nel primo caso, i prodotti per la cura della persona e quelli per l'igiene mostrano variazioni positive e crescenti rispetto al periodo precrisi, mentre i medicinali rallentano la vera e propria corsa relativa agli anni fra il 2000 e il 2007 (+35,8%), mettendo comunque a segno un +13,6%. Questa stessa dinamica caratterizza sia i prodotti audiovisivi e i computer sia la telefonia. I primi, dopo essere cresciuti del 92,4% in termini reali tra il 2000 e il 2007, conseguono un +20,8% negli anni della crisi, mentre i secondi passano da un +179,2% a un +77,4%. Occorre notare inoltre come il peso di queste due categorie di beni sui consumi totali delle famiglie aumenti da poco meno del 2% nel 2007 a poco meno del 3% nel 2012: una percentuale che rimane piccola, ma aumenta del 50%.

Gli andamenti dei consumi appena presi in rassegna si sono tradotti in generalizzate riduzioni di vendite per il sistema distributivo italiano. La Figura 1.8 riporta l'indice destagionalizzato delle vendite per beni alimentari, non alimentari e totali a base 2005 nel periodo considerato e mostra come, dopo il punto più alto raggiunto nel febbraio del 2008, le vendite del commercio italiano inizino un trend discendente che evidenzia i tre periodi che caratterizzano la crisi ancora in corso. Un primo periodo inizia con la caduta del marzo 2008 quando l'indice raggiunge il suo massimo (104,0, 106,1 e 103,1 rispettivamente per il totale dei beni, per quelli alimentari e per quelli non alimentari) e prosegue fino al punto di minima nel luglio dell'anno successivo (100,2, 102,7 e 99,1). Segue un periodo che, a prescindere da variazioni di breve durata, vede l'indice rimanere su

valori simili a quelli del luglio 2009. Si arriva così al marzo 2012, mese a partire dal quale inizia una riduzione delle vendite assai marcata che a dicembre di quell'anno porta il valore dei tre indici rispettivamente a 96,1, 101,6 e 93,8. Se si fa riferimento al momento di picco delle vendite del marzo 2008, la caduta è pari al 7,6% per l'indice generale, al 4,3% per l'indice delle vendite di beni alimentari e al 9,0% per quello delle vendite di beni non alimentari. Se si prende in esame l'indice generale, nella prima fase della crisi le vendite si riducono di 3,7 punti e nella seconda di 4,1 punti. Mentre per l'alimentare la caduta si concentra nella prima fase (-3,3% contro -1,1%), nel non alimentare la caduta delle vendite si accentua nella seconda (da -3,9% a -5,3%). È quindi in questo secondo comparto che la nuova fase di recessione, che si apre alla fine del 2011, incide in modo più marcato e la riduzione della spesa delle famiglie, ritardata di qualche mese rispetto a quella del Pil, si traduce in riduzioni di fatturato per le imprese della distribuzione.

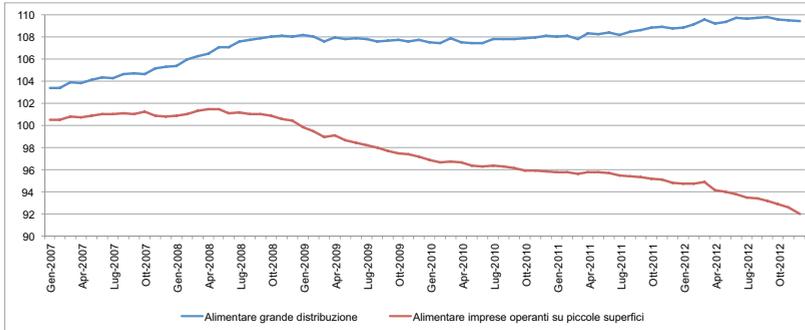
Il differente impatto della caduta dei consumi sul commercio italiano non riguarda solo le sue due principali componenti, alimentare e non alimentare, ma anche le diverse tipologie di impresa. Rimandando ai paragrafi che seguiranno una valutazione analitica in merito, qui ci si limiterà a esaminare i diversi andamenti delle vendite relativi a grande distribuzione e commercio indipendente che opera con piccole superfici di vendita. L'Istat rileva infatti le vendite al dettaglio anche per questi due sottoinsiemi di imprese e le Figure 1.9 e 1.10, separatamente per alimentare e non alimentare, riportano il diverso profilo che le loro vendite hanno avuto nel periodo considerato.

Figura 1.8 - Indice mensile delle vendite al dettaglio a base 2005=100. Dati destagionalizzati.



Fonte: Istat

Figura 1.9 - Indice mensile non destagionalizzato delle vendite al dettaglio a base 2005 = 100: alimentare. Medie mobili a 12 mesi.

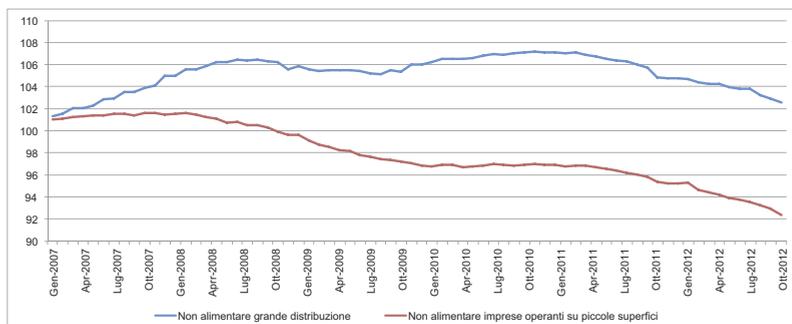


Fonte: Istat

Per quanto riguarda l'alimentare, la grande distribuzione mostra un andamento del venduto stabile per tutto il periodo della crisi e nel 2012 mette persino a segno un piccolo incremento. Il contrario accade per le piccole imprese indipendenti, che in questo comparto si possono identificare con l'offerta tradizionale, che perdono nel periodo 8 punti e mostrano un andamento costantemente negativo. Un dato che più oltre verrà messo a confronto con l'evoluzione della rete.

Per il non alimentare, che come si è visto ha subito un impatto più forte dalla crisi, le performance relative a grande distribuzione e piccole superfici, in questo comparto non sempre identificabili con un'offerta tradizionale, sono meno distanti. La grande distribuzione mantiene infatti un profilo delle vendite stabile fino alla fine del 2011, ma da quel momento in poi inizia a risentire della riduzione dei consumi e perde circa quattro punti dai massimi raggiunti nei primi mesi dello stesso anno. Le piccole superfici mostrano invece un andamento delle vendite molto allineato alle diverse fasi del periodo considerato. Cedono nella prima parte della crisi, si stabilizzano nel 2010 e nella prima parte del 2011, per poi cedere di nuovo con la fine di quell'anno e l'entrata nel secondo ciclo negativo dell'economia italiana. Nel complesso, tra il massimo raggiunto a fine 2007 e il minimo di fine 2012, le piccole superfici non alimentari perdono un po' più di quelle alimentari, circa nove punti.

Figura 1.10 - Indice mensile non destagionalizzato delle vendite al dettaglio a base 2005 = 100: non alimentare. Medie mobili a 12 mesi.



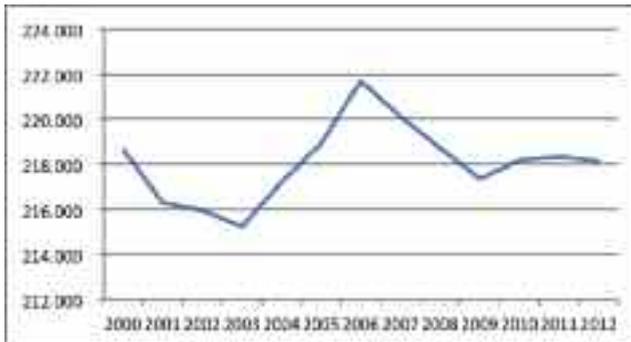
Fonte: Istat

L'andamento dei consumi, e quindi del venduto, è tale da fare immaginare un impatto della crisi anche sul numero di imprese e di punti vendita presenti sul mercato. Se si considerano però i dati aggregati questo impatto appare assai contenuto. Le Figure 1.11 e 1.12 riportano, rispettivamente per alimentare e non alimentare, i punti vendita in essere nel periodo 2000-2012 e mostrano variazioni della rete assai contenute durante la recessione. Per l'alimentare, a inizio periodo i punti vendita sono poco meno di 219 mila, calano di circa 4 mila unità nei due anni successivi, toccando il loro valore più basso nel 2003; riprendono poi a salire leggermente e raggiungono il loro massimo nel 2006 (220 mila unità); da quell'anno in poi, in anticipo rispetto all'andamento di Pil e consumi, inizia una discesa che dura fino al 2009 (-4.300 unità), riducendo la rete a circa 218 mila unità. Detto altrimenti, a fine periodo, nel 2012, dopo cinque anni di crisi, il numero di punti vendita alimentari è pressoché identico a quello del 2000: 218.142 contro 218.641, una differenza di 500 unità, ovvero lo 0,2%. Un dato che è difficile spiegare a fronte della caduta di consumi e venduto vista più sopra.

Se si considera il non alimentare lo scenario presenta qualche diversità, ma, nella sostanza, non muta. Nel periodo che precede la crisi, fra il 2000 e il 2007, la rete cresce in modo considerevole, da 502 mila a 558 mila punti vendita, un aumento dell'11%. È un trend di crescita molto stabile, che si spiega con l'aumento dei consumi non alimentari. Negli anni della crisi non si verifica però un'inversione di tendenza, o essa si limita a fermare la crescita che si era verificata negli anni precedenti. Solo nell'ultimo anno considerato, nel 2012, si ha infatti una diminuzione significativa: 9.120 unità rispetto all'anno precedente, ovvero una riduzione dell'1,8%. Se si esclude quanto avvenuto nel 2012, anche per il comparto non ali-

mentare si potrebbe concludere che la crisi ha inciso in modo nel complesso marginale, molto al di sotto di quanto ci si sarebbe aspettati considerando i dati sulla spesa per consumi e il relativo andamento delle vendite, in particolare per le piccole superfici, quelle che costituiscono la gran parte della numerica della rete, che si sarebbe previsto di vedere sensibilmente ridotte.

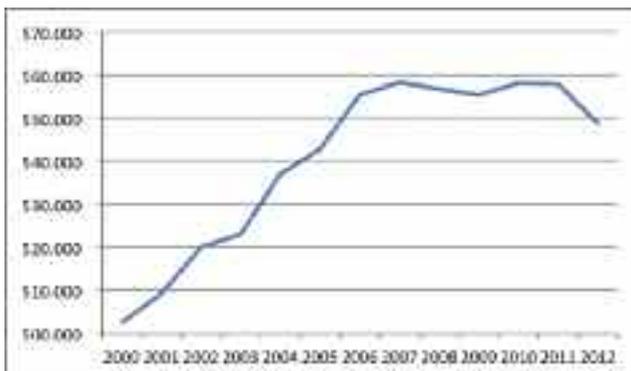
Figura 1.11 - Punti vendita in sede fissa 2000-2012: alimentare.



Fonte: Istat

Il quadro che emerge dall'analisi delle dinamiche della rete alimentare e non alimentare appare dunque in contrasto con quelle di consumi e vendite e farebbe pensare a una situazione di sostanziale stabilità del sistema distributivo. Per cercare di dare spessore a una simile ipotesi si può prendere in considerazione l'andamento dell'occupazione. Ci si dovrebbe infatti attendere che alla sostanziale stabilità della rete faccia da contraltare una caduta dell'occupazione che rispecchi quella dei consumi e delle vendite: i negozi sono rimasti aperti, ma a fronte di una riduzione della forza lavoro impiegata.

Figura 1.12 - Punti vendita in sede fissa 2000-2012: non alimentare.



Fonte: Istat

Per il complesso del settore commerciale, la Tavola 1.3 riassume quanto avvenuto per l'occupazione dipendente e indipendente, utilizzando sia i dati riferiti alle unità di lavoro, che misurano l'occupazione in termini di unità equivalenti full time e sterilizzano eventuali cambiamenti nel rapporto tra lavoro part time e full time, sia quelli riferiti agli occupati, che misurano invece il numero di posizioni lavorative esistenti a prescindere dall'intensità della prestazione.

Tavola 1.3 - L'occupazione nel commercio nel periodo 2007-2012.
Valori assoluti (migliaia), saldi (migliaia) e variazioni.

	2007	2012	Saldo	Var. %
Unità di lavoro totali	3.303,8	3.170,0	-133,8	-4,05
- Unità di lavoro dipendenti	1.605,4	1.623,6	18,2	1,13
- Unità di lavoro indipendenti	1.698,4	1.546,4	-152,0	-8,95
Occupati totali	3.393,5	3.336,2	-57,3	-1,69
- Occupati dipendenti	1.795,1	1.883,4	88,3	4,92
- Occupati indipendenti	1.598,4	1.452,8	-145,6	-9,11

Se si considerano le unità di lavoro, si rileva nel periodo 2007-2012 un saldo negativo di 139 mila unità, che compensa però due andamenti assai diversi per il lavoro dipendente e indipendente. Il primo è infatti cresciuto di 18 mila unità, mentre il secondo è diminuito di 152 mila. La crisi ha quindi avuto un impatto assai diverso sulle imprese che utilizzano lavoro dipendente, quelle più strutturate, e indipendente, quelle che più si identificano con l'offerta tradizionale. Se si prendono in esame gli occupati, questa polarizzazione appare anche più netta: il saldo negativo totale di 57 mila unità media quello positivo dell'occupazione dipendente, + 88 mila unità, con la forte caduta di quella indipendente, - 146 mila. Si può dunque concludere che:

- la caduta dell'occupazione è da attribuire interamente al lavoro indipendente;
- data la natura delle prestazioni prevalenti per i lavoratori indipendenti, non ci sono differenze sostanziali se si misura questa riduzione in termini di unità di lavoro o in termini di occupati; in entrambi i casi è pari a circa il 9%, una percentuale, inutile dirlo, molto elevata;
- il lavoro dipendente, malgrado la crisi, è invece cresciuto, di poco (+1,1%) se misurato in equivalenti full-time, assai di più se misurato

- in termini di posizioni lavorative (+4,9%);
- l'aumento dei dipendenti va quindi letto in rapporto alla possibilità delle imprese di reagire allo sfavorevole ciclo economico attraverso l'uso di una maggiore flessibilità del lavoro, che ha permesso di adeguare la capacità di servizio alla domanda.

In definitiva, la crisi non ha fermato, e forse ha persino accelerato, la "modernizzazione" del commercio italiano, con una assai rilevante sostituzione di lavoro indipendente con lavoro dipendente. Sin qui un risultato che si può mettere in conto alla maggiore fragilità delle piccole imprese che, oltretutto, come si è visto più sopra valutando l'andamento delle vendite, hanno subito più della grande distribuzione la riduzione degli acquisti da parte dei loro clienti. Rimane però non chiaro un punto, ovvero il perché l'uscita dal mercato di circa 150 mila indipendenti non si sia tradotta in una parallela chiusura di punti vendita, che come si è visto sono diminuiti nello stesso arco temporale di 11.700 unità, in maggioranza non alimentari: un rapporto di 1 a 13, che non si giustifica anche tenendo conto del diverso riferimento di lavoratori (il settore commerciale) e punti vendita (il solo dettaglio). In particolare, un rapporto che non si spiega con la crescita della grande distribuzione, almeno nella sua usuale accezione, che la vede operare in prevalenza con punti vendita di grande superficie: se l'uscita degli indipendenti fosse stata causata dalla grande distribuzione vi sarebbe stata anche una parallela riduzione della rete di vendita. Si deve quindi presumere che una parte non piccola dei punti vendita abbandonati dal commercio indipendente sia stato rilevato da imprenditori, non necessariamente grandi, che hanno fatto crescere la loro attività aumentando il numero di punti vendita gestiti.

Le pagine che seguono sono dunque un tentativo di andare più a fondo nelle trasformazioni del commercio italiano nel periodo della crisi, per capire cosa sia avvenuto. Lo si farà esplorando tre dimensioni:

- quella delle tante specializzazioni commerciali, per verificare se e in che misura i saldi di settore nascondano andamenti diversi dei comparti che lo compongono;
- quella territoriale, per verificare se vi siano state disomogeneità nella risposta alla crisi nelle regioni italiane;
- quella del collegamento economico dei punti vendita, per verificare se sia cresciuto, al di là della grande distribuzione, anche un succursalismo generato da piccole-medie imprese.

2 - La rete distributiva e le sue specializzazioni

2.1 - I macrocomparti: tradizionale e moderno in sede fissa e commercio ambulante

La crisi economica iniziata nel 2008 ha interrotto un periodo di crescita della rete distributiva italiana che era durato per tutto il settennio precedente. Durante questo periodo sia il commercio tradizionale sia quello moderno in sede fissa (e lo stesso andamento è ipotizzabile per il commercio ambulante, anche se dati affidabili sono disponibili solo dal 2004), erano cresciuti in un contesto favorevole. Come già visto nel capitolo precedente, fra il 2000 e il 2007 i punti vendita aumentano di oltre 57 mila unità (8%) e la rete italiana in sede fissa raggiunge il suo massimo storico con 778.500 unità (Prospetto 2.1). Se si aggiungono gli ambulanti, le unità salgono a 940.400. Di questa estesissima e assai capillare rete distributiva la componente moderna nel 2007 era valutabile in 53 mila esercizi, 25 mila alimentari e 28 mila non alimentari.

Prospetto 2.1 - Consistenze, variazioni assolute e variazioni percentuali dei macrocomparti del commercio fisso e ambulante: 2000-2007-2012.

	2000	2007	2012	Var. 2000/07	Var. 2007/12	Var. % 2000/07	Var. % 2007/12
Sede fissa							
tradizionale alimentare	197.881	194.870	192.599	-3.011	-2.271	-1,5%	-1,2%
Sede fissa tradizionale non alimentare	481.818	530.735	517.881	48.917	-12.854	10,2%	-2,4%
Totale sede fissa tradizionale	679.699	725.605	710.480	45.906	-15.125	6,8%	-2,1%
Distribuzione moderna alimentare	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,7%	1,1%
Distribuzione moderna non alimentare	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,8%	11,4%
Totale distribuzione moderna	41.427	52.929	56.341	11.502	3.412	27,8%	6,4%
Totale distribuzione in sede fissa	721.126	778.534	766.821	57.408	-11.713	8%	-1,5%
Ambulanti alimentare	-	39.348	36.878	-	-2.470	-	-6,3%
Ambulanti non alimentare	-	122.518	142.761	-	20.243	-	16,5%
Totale ambulanti	-	161.866	179.639	-	17.773	-	11%
Totale sede fissa e ambulanti	-	940.400	946.460	-	6.060	-	0,6%

Fonte: Osservatorio nazionale del commercio.

Se si considerano separatamente le diverse componenti del sistema, emergono però alcune differenze. L'alimentare tradizionale evidenzia una leggera riduzione (-1,5%), cui fa riscontro una assai marcata crescita di quello non alimentare (10,2%). Molto più dinamica la crescita della componente moderna: nell'alimentare 21,7%, nel non alimentare 33,8%. Mentre quindi nel primo caso il processo di modernizzazione della rete incide negativamente sulla componente più tradizionale, l'aumento del mercato non alimentare consente a entrambe di crescere in modo significativo.

Questa è la situazione che si presenta all'inizio della crisi. Cinque anni dopo, alla fine del 2012, la rete totale in sede fissa segna una diminuzione di 11.700 punti vendita (-1,5%) e scende a 767 mila unità. Una riduzione nel complesso contenuta, che risulta inoltre più che compensata dalla crescita dell'ambulante: gli esercizi totali aumentano quindi di 6 mila unità. Se si tiene conto dell'ambulante, la crisi sembra quindi avere avuto un impatto nullo sul numero totale di esercizi in essere. Analizzando però i diversi comparti emergono differenze significative. Nel commercio tradizionale la battuta d'arresto risulta più marcata nel non alimentare (-2,4%) rispetto all'alimentare (-1,2%): il primo inverte in modo netto l'andamento del periodo precrisi, mentre il secondo rallenta, seppure di poco, il suo trend negativo. Situazione opposta si verifica nell'ambulante, dove il non alimentare cresce (+20 mila unità) a fronte di una riduzione degli esercizi alimentari (2.500 unità). Per quanto riguarda la componente moderna, l'alimentare si ferma (+1,1), mentre il non alimentare continua a crescere, seppure a tassi meno elevati che nel periodo precedente (+11,4%).

Un primo tentativo di lettura di questi dati aggregati si può riassumere nelle seguenti considerazioni che dovranno essere approfondite nell'analisi in profondità sui dati delle diverse specializzazioni commerciali:

- nell'alimentare la rivoluzione commerciale è iniziata prima e i suoi effetti, pur diluiti a motivo di una politica commerciale restrittiva che ha ridotto la crescita della distribuzione moderna, si sono fatti sentire già a partire dagli anni Ottanta. Inoltre, la liberalizzazione successiva alla riforma del settore del 1998 porta a una riduzione sia degli esercizi tradizionali in sede fissa sia di quelli ambulanti all'inizio del decennio considerato. La crisi non altera questo processo di graduale ammodernamento, e, se mai, mostra di avere inciso anche sul moderno, la cui crescita subisce un netto arresto;

- nel non alimentare la crescita dei consumi e un inizio ritardato dello sviluppo della distribuzione moderna consentono alla componente tradizionale dell'offerta, almeno a livello aggregato, di continuare a crescere fino all'inizio della crisi. Da quel momento in poi, la riduzione dei consumi, che si accompagna a un processo di modernizzazione che rallenta, ma non si arresta, produce effetti rilevanti sui piccoli esercizi indipendenti che costituiscono la macrocomponente del sistema distributivo che più subisce l'impatto della crisi. Questa tesi sembrerebbe essere smentita dalla forte dinamica positiva dell'ambulato non alimentare, ma in questo caso si tratta di un fenomeno che si spiega per motivi specifici, ovvero l'entrata in questo tipo di attività di imprenditori immigrati con basse aspettative di reddito e un'offerta di beni a basso prezzo che accentua la funzione di offerta "discount" che l'ambulato ha sempre avuto nel non alimentare in Italia.

2.2 - Le specializzazioni del commercio tradizionale

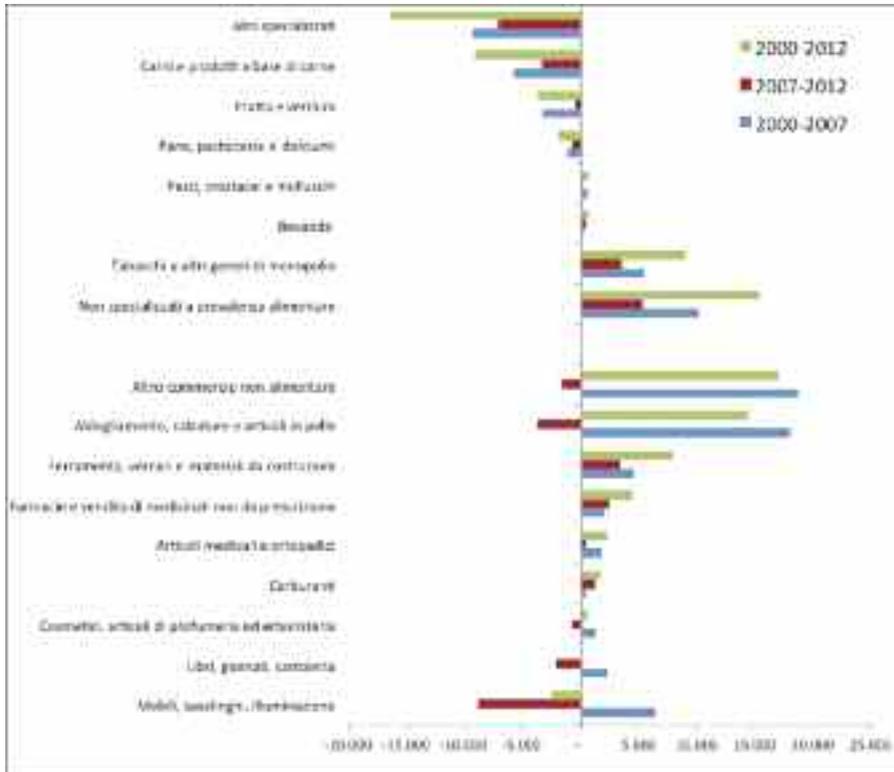
Guardando le singole specializzazioni del commercio in sede fissa si nota come esso abbia subito notevoli modifiche al suo interno. In parte, e soprattutto con riferimento all'alimentare, tali modifiche sono attribuibili alla modernizzazione della distribuzione. In altri casi, e in particolare nel non alimentare, esse hanno come causa fattori di mercato specifici, legati al diverso andamento dei consumi e al diverso impatto che in essi ha avuto la progressiva e molto ineguale diffusione della distribuzione moderna. Da una prima analisi della Tavola 2.1 si desume come la specializzazione non abbia difeso gli esercizi del comparto alimentare, mentre l'esistenza di offerte su singole funzioni di consumo, caratterizzate da varietà e profondità delle categorie assortite, contraddistingua ancora il non alimentare. La Figura 2.1 compara gli andamenti delle specializzazioni nel comparto alimentare e non alimentare prima e dopo la crisi.

Il comparto alimentare tradizionale

La Figura 2.1 mostra come nell'alimentare la contrazione della rete sia evidente già nel periodo precrisi e ciò è da attribuire all'evoluzione strutturale del sistema distributivo piuttosto che al ciclo economico. Il forte sviluppo del commercio moderno, successivo alla riforma del settore

del 1998, inizia infatti a manifestare i suoi effetti nei primi anni del decennio successivo, con l'uscita dal mercato di esercizi tradizionali. A rafforzare questa tesi il fatto che tutto ciò che può essere considerato "fresco" risulta in contrazione già prima della crisi iniziata nel 2008. In particolare, il trend negativo è evidente per le specializzazioni Frutta e verdura (-13,4%), Carni e prodotti a base di carne (-13,9%) e Pane, pasticceria e dolci (-8,3%). Un'altra voce che riserva menzione, ma risulta di difficile interpretazione perché di fatto raggruppa tutte le possibili specializzazioni atipiche, è quella Altri specializzati, che nella fase prima della crisi fa segnare una contrazione molto forte (-33,5%). Ma è un dato da leggere insieme a quello relativo agli esercizi Non specializzati a prevalenza alimentare che sono invece aumentati in modo altrettanto rilevante (18,8%). In parte per problemi di classificazione dei punti di vendita con un profilo di specializzazione meno netto e in parte per una progressiva conversione di drogherie tradizionali verso minimercati di prossimità, i due andamenti si compensano. A ciò si aggiunge la diffusione di piccoli negozi despecializzati che offrono un servizio di prossimità più o meno differenziato, che colmano un gap di valore rispetto alla distribuzione moderna: assortimenti declinati su una direttrice di consumo particolare, come per i prodotti biologici/naturali/salutistici, o che si giustificano su base tecnica, come per i surgelati, o semplicemente sulla base di preferenze locali e/o per convenienza, come per le *superette* indipendenti nei piccoli centri urbani con accesso più difficile alla rete della distribuzione moderna. Delle altre specializzazioni alimentari, da segnalare l'andamento positivo che si verifica in tre comparti. Nel caso di Pesci, crostacei e molluschi, che mette a segno tra il 2000 e il 2007 un aumento degli esercizi del 7,3%, si tratta di un comparto dove la distribuzione moderna è riuscita solo in parte a sostituire l'offerta specializzata. Anche la specializzazione Bevande ha un segno positivo (+5,0%) prima della crisi, dato presumibilmente da mettere in relazione con la diffusione delle enoteche. Infine, i Tabacchi e altri generi di monopolio vedono un aumento assai consistente della numerica (+24,2%), che non trova giustificazione nei consumi, diminuiti in entrambi i periodi considerati, ma nella forte richiesta da parte degli esercenti e dalla disponibilità a soddisfarla con una maggiore concessione di licenze.

Figura 2.1. Variazioni in valore assoluto della rete tradizionale alimentare e non alimentare per specializzazione: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



In seguito alla crisi che inizia nel 2008 la contrazione continua, ma rallenta per tutte le categorie di fresco, incluse frutta e verdura (-13,4% vs. -2,1%), carni (-13,9% vs. -9,3%) e panificati (-8,3% vs. -6,0%) e decresce anche la specializzazione del pesce (7,3% vs. 1,4%). Resta elevata la contrazione della categoria Altri specializzati (-33,5% vs. -38,4%) e si contrae la crescita di tabacchi (24,2% vs. 12,4%) e despecializzati a prevalenza alimentare (18,8% vs. 8,2%). Unica specializzazione che rimane in controtendenza è quella delle bevande (5,0% vs. 8,9%).

Per valutare, seppure in modo grezzo, l'effetto dei trend evidenziati sul servizio reso ai consumatori a prescindere dalla variazione della popolazione, i dati relativi alla numerica dei punti vendita si possono mettere in relazione agli abitanti. Ciò evidenzia come le contrazioni più forti abbiano riguardato le specializzazioni più diffuse, e quindi anzitutto le carni, che dal 2000 al 2007

fino al 2012 passano da 7,3 a 6,1 cioè fino a 5,5 punti vendita per 10 mila abitanti, e la frutta e verdura che perdono quasi una unità per 10 mila abitanti, con un indice che si riduce da 4,3 a 3,6 fino a 3,5. In minore contrazione i panificati, che passano da 2,4 unità per 10 mila abitanti a 2,1 fino a 2. La densità per 10 mila abitanti per le categorie stabili o in lieve crescita, quindi pesce (1,4 vs. 1,4 vs. 1,4) e bevande (0,9 vs. 0,9 vs. 1), mostra invece una dinamica allineata a quella della popolazione, senza variazioni rilevanti nella capillarità della rete. Un altro indicatore utile per valutare il livello di servizio e, di converso, lo spazio di mercato degli esercizi commerciali è costituito dal rapporto tra esercizi e capacità di spesa, qui definito come numero di punti vendita per 10 milioni di euro di spesa per consumi alimentari. Dato l'andamento dei consumi alimentari, si nota in generale una progressiva, ma lieve, riduzione dell'indice per tutto il periodo, prima e durante la crisi, con contrazioni che interessano anche i comparti per i quali si rileva una crescita degli esercizi. Così, dal 2000 al 2007 e fino al 2012, per la specializzazione pesce si passa dallo 0,6 allo 0,5 e ancora allo 0,5, mentre resta stabile quella delle bevande (0,4 vs. 0,3 vs. 0,4). Anche gli esercizi despecializzati a prevalenza alimentare (4,2 vs. 4,0 vs. 4,2) mostrano un valore dell'indice sostanzialmente costante rispetto ai consumi.

Il comparto non alimentare

Data l'impossibilità di scomputare le unità della distribuzione moderna non alimentare da quelle tradizionali per i singoli comparti, contrariamente a quanto fatto nel paragrafo precedente, in questo si farà riferimento all'intero insieme dei punti vendita non alimentari. Dalla Figura 2.1 si evince come essi evidenzino un andamento caratterizzato da un rispostato assai marcata al ciclo economico per la gran parte delle specializzazioni considerate. Quella che presenta la numerica più elevata, e anche una delle risposte più forti alla crisi, è l'Abbigliamento, calzature e articoli in pelle, che, con oltre 150 mila unità censite al 2012, presenta una numerica significativa, pari al 28% del totale degli esercizi non alimentari. Per avere un termine di paragone essa è in rapporto di 6:1 con il numero di stazioni di carburante e più di 7:1 con il numero di farmacie. Esistevano 24,3 punti vendita ogni 10 mila abitanti nel 2000, che in fase espansiva sono aumentati di oltre due unità, fino a 26,6 nel 2007, per ridursi a 25,7 unità, una variazione consistente se si considera la maturità della categoria. L'andamento di questa specializzazione è infatti molto in linea rispetto ai consumi non alimentari, con un aumento precrisi del 13,0% e una contrazione nella fase di recessione del -2,3%. Se si compara questo dato con la variazione dei consumi commercializzati non alimentari nei due periodi

considerati (13,8% vs. -3,4%) e volendo assumere una certa corrispondenza tra numerica e ponderata, la specializzazione dell'abbigliamento può essere a tutti gli effetti considerata una proxy dei consumi non alimentari.

La fase precrisi ha segnato lo sviluppo della categoria degli Articoli medicali e ortopedici, con una numerica più che raddoppiata nel primo periodo anche in termini di densità, ma la crescita si è poi ridimensionata negli anni della crisi (53,7% vs. 9,6%). La specializzazione più in difficoltà nella crisi è stata quella dei Mobili, casalinghi, illuminazione, che ha subito una contrazione molto importante (da un +14,2% a un -17,2%), per effetto di una altrettanto forte flessione dei consumi e del progressivo rafforzamento delle posizioni da parte degli operatori della distribuzione moderna. Al contrario, resta in ascesa anche dopo la crisi la specializzazione Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni (+12,9% e +8,3%), che dal 2000 al 2012 aumenta la densità rispetto alla popolazione di una unità ogni 10 mila abitanti. Un andamento che può essere messo in rapporto alla crescita del fai-da-te. Risultano molto allineate al ciclo le categorie Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria (+6,0% e -3,3%) e Libri, giornali, cartoleria (5,4% e -4,8%). Per entrambe le categorie dei cosmetici e dei libri la ridotta crescita nel precrisi è interpretabile come segnale di maturità della categoria. Infine crescono le consistenze per i Carburanti (+2,0% e +5,2%), anche se di fatto le densità variano impercettibilmente con riferimento sia alla popolazione sia ai consumi. In ultimo, si registra un aumento consistente del numero di farmacie sia nel precrisi sia durante la crisi (12,5% vs. 13,2%), effetto delle nuove norme emanate con il decreto Bersani del 2006 (D.L. 223/2006), che ha liberalizzato la vendita dei farmaci Otc con l'obbligo della presenza di un farmacista, favorendo la diffusione delle parafarmacie.

La distribuzione moderna alimentare

Poiché l'analisi in questo lavoro si concentra sulle componenti meno esplorate della distribuzione, quindi sul commercio tradizionale, i dati riportati in questo paragrafo e nel seguito sulla distribuzione moderna, quella che è meglio documentata, serviranno da riferimento per la lettura degli andamenti della rete indipendente. Come evidenzia la Figura 2.2 (cfr. anche la Tavola 2.2), le variazioni del commercio moderno sono di ben altra entità rispetto al tradizionale. La rete moderna è cresciuta nel complesso del 27,8% nel primo sottoperiodo e del 6,5% nel secondo, con una contrazione significativa che tuttavia conferma la forte espansione della distribuzione moderna in tutto il periodo considerato. La crescita aggregata media però, come già visto più sopra (Prospetto 2.1), evidenzia dinamiche assai diverse tra alimentare e non alimentare. Per questo

secondo comparto anche nel periodo della crisi i nuovi punti vendita sono più di 3.000 contro i 260 di quello alimentare. Come già accennato, i diversi tassi di crescita tra commercio moderno alimentare e non alimentare denotano una differenza nel livello di sviluppo anche interna alla distribuzione moderna, con l'alimentare che è evidentemente più maturo e più allineato ai consumi rispetto al non alimentare, che ha ancora significativi margini di crescita, anche a scapito della rete indipendente di piccola superficie.

Nel caso dell'alimentare, per il quale si dispone di informazioni relative ai diversi formati di vendita, in entrambi i periodi quello che ha avuto le migliori performance è il discount, che mostra una crescita molto sostenuta, con un numero di nuove aperture assai simile nei due periodi considerati: 1.088 nuovi punti vendita nel primo e 941 nel secondo. Un'evidenza che non stupisce poiché il discount è riuscito a trarre vantaggio dalla caduta dei consumi e dalla ricerca di convenienza innescata dalla crisi. Molto più differenziati, fra il 2000 e il 2007 e poi fra il 2007 e il 2012, gli incrementi della rete di ipermercati e di supermercati. I primi, qui misurati includendo anche i superstore, sono cresciuti molto velocemente nel primo periodo (258 unità, +54,4%) come diretta conseguenza dei progetti di sviluppo approvati a seguito della riforma del commercio, ma hanno poi rallentato nel periodo della crisi, quando le 133 nuove aperture (+8,2%) sono principalmente da attribuire ai superstore. Andamento analogo mostrano anche i supermercati, con 1.481 nuove unità fra il 2000 e il 2007 e solo 265 nei cinque anni successivi. Da sottolineare anche le variazioni della numerica dei punti di vendita più piccoli, il cosiddetto libero servizio, che, a fronte di una crescita del 15% nel primo periodo, registra una diminuzione significativa nel secondo, con oltre mille unità in meno, l'8,3% del totale. È un segnale che la concorrenza interna ai diversi formati del moderno è ormai diventata elevata, forse anche più forte di quella tra moderno e tradizionale, con un aumento della domanda di servizi di prossimità e convenienza che è andata a vantaggio di supermercati e superstore, che offrono assortimenti profondi, e del discount, che offre invece prezzi bassi e in questi anni ha esteso la propria offerta anche su categorie, in particolare nel fresco, su cui era debole in passato.

Figura 2.2. Variazioni in valore assoluto della numerica dei principali formati della distribuzione moderna alimentare: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.

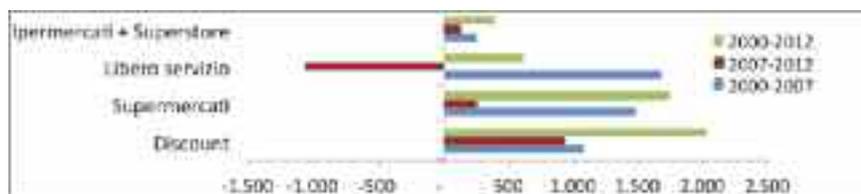


Tavola 2.1 - Consistenze, variazioni assolute e densità delle specializzazioni del commercio tradizionale in Italia (2000-2007-2012)

	2000	2007	2012	Var. 2000/07	Var. 2007/12	Var.% 2000/07	Var.% 2007/12	Pdv/ 10 Min Euro 2000	Pdv/ 10 Min Euro 2007	Pdv/ 10Min Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Commercio in sede fissa													
Frutta e verdura	24.502	21.209	20.769	-3.293	-440	-13,4%	-2,1%	1,9	1,3	1,3	4,3	3,6	3,5
Carni e prodotti a base di carne	41.729	35.949	32.594	-5.780	-3.355	-13,9%	-9,3%	3,2	2,3	2	7,3	6,1	5,5
Pesci crostacei e molluschi	7.830	8.404	8.518	574	114	7,3%	1,4%	0,6	0,5	0,5	1,4	1,4	1,4
Pane, pasticceria, dolciumi	13.751	12.609	11.857	-1.142	-752	-8,3%	-6%	1,1	0,8	0,7	2,4	2,1	2
Bevande	5.134	5.390	5.872	256	482	5%	8,9%	0,4	0,3	0,4	0,9	0,9	1
Altri specializzati	27.851	18.508	11.403	-9.343	-7.105	-33,5%	-38,4%	2,1	1,2	0,7	4,9	3,1	1,9
Tabacco e altri generi di monopolio	22.713	28.216	31.725	5.503	3.509	24,2%	12,4%	1,8	1,8	1,9	4	4,8	5,3
Non specializzati a prevalenza alimentare	54.371	64.585	69.861	10.214	5.276	18,8%	8,2%	4,2	4	4,2	9,5	10,9	11,7
Totale alimentare tradizionale	197.881	194.870	192.599	-3.011	-2.271	-1,5%	-1,2%	15,3	12,2	11,7	34,6	33	32,3
Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	139.077	157.209	153.519	18.132	-3.690	13%	-2,3%	5,2	5,1	5,2	24,3	26,6	25,7
Articoli medicali e ortopedici	3.356	5.157	5.651	1.801	494	53,7%	9,6%	0,1	0,2	0,2	0,6	0,9	0,9
Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	21.895	23.215	22.460	1.320	-755	6%	-3,3%	0,8	0,8	0,8	3,8	3,9	3,8
Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	35.375	39.954	43.283	4.579	3.329	12,9%	8,3%	1,3	1,3	1,5	6,2	6,8	7,3
Mobili, casalinghi, illuminazione	45.542	52.011	43.080	6.469	-8.931	14,2%	-17,2%	1,7	1,7	1,5	8	8,8	7,2
Libri, giornali, cartoleria	42.554	44.847	42.675	2.293	-2.172	5,4%	-4,8%	1,6	1,5	1,4	7,4	7,6	7,2
Carburanti	23.744	24.226	25.475	482	1.249	2%	5,2%	0,9	0,8	0,9	4,2	4,1	4,3
Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	16.354	18.397	20.818	2.043	2.421	12,5%	13,2%	0,6	0,6	0,7	2,9	3,1	3,5
Altro commercio non alimentare	174.588	193.374	191.718	18.786	-1.656	10,8%	-0,9%	6,5	6,3	6,5	30,5	32,7	32,1
Totale non alimentare	502.485	558.390	548.679	55.905	-9.711	11,1%	-1,7%	18,7	18,3	18,6	87,9	94,4	91,9
TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	700.366	753.260	741.278	52.894	-11.982	7,6%	-1,6%	17,6	16,2	16,1	122,5	127,4	124,2

Tavola 2.2 - Consistenze, variazioni e densità dei formati della distribuzione moderna in Italia (2000-2007-2012)

	2000	2007	2012	Var. 2000/07	Var. 2007/12	Var. % 2000/07	Var. % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Totale distribuzione moderna non food	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,8%	11,4%	0,8	0,9	1	3,6	4,7	5,2
Distribuzione moderna food													
Ipermercato + Superstore	474	732	865	258	133	54,4%	18,2%	0	0	0,1	0,1	0,1	0,1
Ipermercato	274	458	n.d	184	-	67,2%	-	0	0	-	0	0,1	-
Superstore	200	274	n.d	74	-	37%	-	0	0	-	0	0	-
Supermercato	6.605	8.086	8.351	1.481	265	22,4%	3,3%	0,5	0,5	0,5	1,2	1,4	1,4
Libero servizio	11.150	12.837	11.767	1.687	-1.070	15,1%	-8,3%	0,9	0,8	0,7	1,9	2,2	2
Discount	2.531	3.619	4.560	1.088	941	43%	26%	0,2	0,2	0,3	0,4	0,6	0,8
Totale distribuzione moderna food	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,7%	1,1%	1,6	1,6	1,5	3,6	4,3	4,3
TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	41.427	52.929	56.341	11.502	3.412	27,8%	6,4%	1,0	1,1	1,2	7,2	9,0	9,4

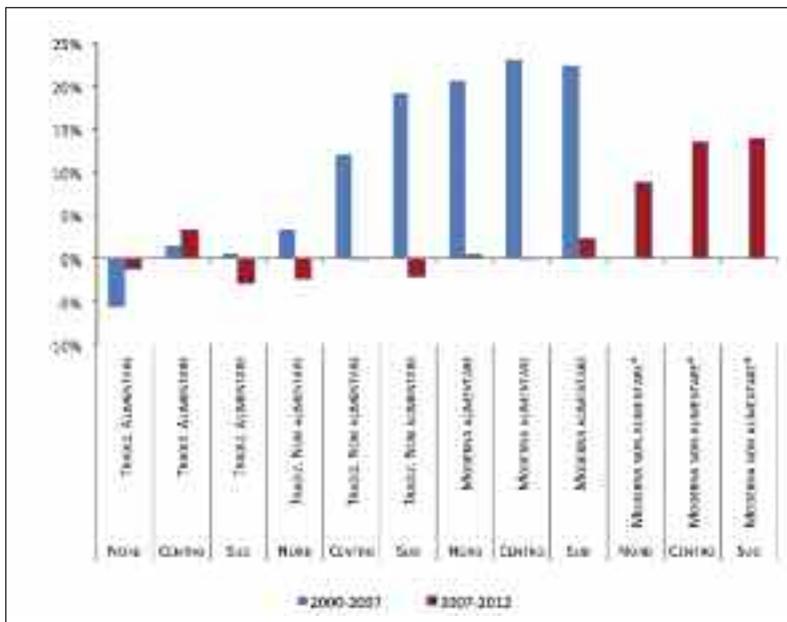
3 - Le dinamiche della rete per macroaree territoriali

Le macroaree

La struttura dell'economia, e quindi anche della distribuzione, presenta marcate differenze nelle tre principali macroaree del Paese e la Tavola 3.1 consente di evidenziare un primo insieme di disomogeneità rilevanti tra Nord, Centro e Sud. In merito, una sintesi è offerta dalla Figura 3.1, che riporta la risposta delle principali componenti del sistema distributivo nel periodo considerato in questa sede.

Figura 3.1.

Variazione percentuale della numerica delle reti tradizionali e moderne nei comparti alimentare e non alimentare nelle macroaree Nord, Centro e Sud: 2000-2007 e 2007-2012.



*Non sono disponibili i dati relativi al periodo 2000-2007.

Nel commercio alimentare tradizionale la sostanziale stabilità osservata considerando i dati aggregati si dimostra effetto di andamenti diversi nelle tre macroaree di riferimento. Nel Nord si registra un marcato declino nel periodo precrisi

(-5,6%) che va rapportato al livello di modernizzazione raggiunto dal comparto. La sostituzione del tradizionale è avvenuta prima che nelle altre ripartizioni e, occorre sottolinearlo, si è compiuta fra il 2000 e il 2007. Infatti, negli anni della crisi l'uscita dal mercato del tradizionale rallenta significativamente, a dimostrazione che la rete residua risponde ormai a scelte di formato dei consumatori che sono solo marginalmente influenzate dai differenziali di prezzo. Detto altrimenti, si configura nel Nord una situazione in cui il tradizionale ha raggiunto una dimensione fisiologica e la sostituibilità tra moderno e tradizionale si sposta all'interno dei due fronti, tra i formati alternativi che entrambi offrono al consumatore. Se si guarda agli indicatori di servizio, questa lettura appare anche con maggiore chiarezza: tra 2000 e 2007 i punti vendita alimentari tradizionali per 10.000 abitanti passano da 28,3 a 25,6, per poi scendere meno di un punto nel 2012 (24,8). Lo stesso avviene se si fa riferimento all'indicatore che riporta la numerica ai consumi: il calo si concentra nel primo periodo, da 12,0 a 9,2, e si riduce di molto durante la crisi, arrivando a 8,8 nel 2012.

Al contrario crescono, seppur di poco, le consistenze nel tradizionale alimentare al Centro, e ciò accade sia nel precrisi sia durante la crisi (+1,5% vs. +3,4%). Si riduce anche in questo caso la densità per consumi in misura comparabile al Nord (14,0, vs. 11,5), ma resta sostanzialmente invariata quella per abitanti (32,1 vs. 31,8).

Al Sud si osserva una variazione in lieve aumento nel precrisi, mentre fra il 2007 e il 2012 si ha una contrazione di maggiore entità rispetto all'aumento precedente (2.637 unità) e anche in questo caso si nota una riduzione drastica della densità per consumi di quasi 4 punti (22,5 vs. 17,6) mentre risulta sostanzialmente invariata la densità per abitanti (47,8 vs. 47,3). Va però sottolineato come gli indicatori di densità siano comunque molto più alti al Sud.

Nel non alimentare tradizionale le differenze diventano più marcate. Al Centro (12,0%) e soprattutto al Sud (22,3%) si ha una crescita importante nel primo periodo. In particolare l'aumento delle consistenze al Sud, in valori assoluti quasi 37 mila unità, concentra il 66% circa dell'incremento nazionale. In entrambi i casi, le densità rispetto ai consumi e, ancora di più, rispetto alla popolazione, aumentano con un incremento di 7 unità per 10 mila abitanti al Centro (91,5 vs. 98,2) e di ben 16 unità al Sud (94,5 vs. 110,9). Al Nord si registra un aumento molto più contenuto (3,3%), e al contrario una contrazione della densità sia in rapporto ai consumi sia alla popolazione, che rispetto a quest'ultima vede l'indice ridursi di 1 unità (81,0 vs. 80,1).

La situazione cambia con la crisi: la crescita del periodo precedente si azzerava al Centro (+12% vs. 0%), mentre sia al Sud (+19,1% vs. -2,1%) sia al Nord la variazione diventa negativa (+3,3% vs. -2,3%) e anche consistente in termini numerici. La densità in rapporto alla popolazione resta costante e quella rispetto ai consumi aumenta al Centro (17,8 vs. 20,5) e al Sud (26,7 vs. 27,8), ma ciò

più per l'effetto della contrazione del denominatore e quindi della spesa. Al Nord, invece, la densità si riduce in rapporto alla popolazione (80,1 vs. 76,7) e, in misura minore, ai consumi (13,8 vs. 13,2).

Anche per il tradizionale non alimentare l'analisi della densità di offerta, e in particolare quella riferita alla popolazione, mostra come nelle macroaree del Paese esistano strutture distributive molto diverse, correlate a un diverso stadio evolutivo del settore. Nel 2012, ad esempio, la differenza tra punti vendita per 10 mila abitanti tra Sud e Nord era di ben 32,6 unità (109,3 vs. 76,7). Prendendo il Nord come *benchmark*, quindi assumendo che il processo di sostituzione tra distribuzione tradizionale e moderna al Sud seguirà lo stesso percorso già avvenuto al Nord, ci si potrebbe attendere nei prossimi anni un'ulteriore forte contrazione del tradizionale non alimentare. Una trasformazione che, paradossalmente, potrebbe essere rallentata dalle attuali condizioni economiche poiché la distribuzione moderna, che opera con costi fissi e una leva operativa molto più elevata delle piccole superfici indipendenti, soffre di più nei periodi di crisi. Il commercio tradizionale, infatti, si adatta meglio, o comunque è in grado di resistere attraverso la flessibilità che gli consente il ricorso a risorse familiari. Almeno al Sud, di fronte a una situazione economica difficile, è inoltre probabile che si riducano le alternative di impiego sia delle risorse di lavoro sia di capitale familiare e si alzino di conseguenza le barriere all'uscita degli attuali esercenti.

La distribuzione moderna alimentare presenta il dato più allineato tra le macroregioni. Una variazione simile tra i due sottoperiodi si accompagna, nel 2012, a indici di densità non troppo dissimili per Nord, Centro e Sud, sia con riferimento all'indicatore per 10 mila abitanti (3,9 vs. 4,1 vs. 4,8), sia con riferimento a quello per 10 milioni di spesa (1,4 vs. 1,5 vs. 1,8). In particolare, si riscontra un maggiore allineamento tra i dati del Centro e del Nord, mentre quelli del Sud risultano più alti. È l'effetto di una maggiore diffusione di grandi superfici nelle prime due ripartizioni e invece di una più diffusa presenza di piccole superfici a libero servizio nel Sud. Va, infatti, rilevato che gli indicatori utilizzati, espressi in termini di numerica, portano a una sottovalutazione dell'effettiva presenza di grandi superfici, in particolare ipermercati e superstore, che hanno l'effetto di rendere meno capillare la rete moderna.

Con riferimento al non alimentare moderno (non è disponibile il dato riferito alla variazione del primo sottoperiodo) l'informazione disponibile evidenzia una crescita consistente anche nel periodo della crisi. Questo è infatti l'unico comparto del commercio in crescita. Se si valuta la numerica, la crescita è dello stesso ordine di grandezza nelle tre macroaree (da un minimo di 1.185 al Nord a 1.204 al Centro), mentre in termini percentuali pesa più la crescita del Centro (+13,4%) e del Sud (+13,9%) rispetto a quella del Nord (+8,8%), dato ancora una volta interpretabile in termini di diverso stadio evolutivo nel processo di

ammodernamento del sistema distributivo, in cui ancora una volta il Nord appare in vantaggio. La crescita del moderno non alimentare si spiega anche confrontando la densità per 10 mila abitanti di moderno alimentare e moderno non alimentare. Il rapporto tra non alimentare e alimentare nel 2012 è di 1,34 per il Centro (5,5 vs. 4,1), di 1,35 per il Nord (5,3 vs. 3,9) e addirittura dello 0,98 al Sud (4,7 vs. 4,8). Se si confrontano questi rapporti con quelli ottenibili con riferimento alla struttura del commercio tradizionale si hanno dati significativamente diversi, con un 3,0 al Centro (97,0 vs. 31,8), un 3,1 al Nord (76,7 vs. 24,8) e un 2,6 al Sud (109,3 vs. 42,5). In parte tale differenza può essere spiegabile per via di una minore superficie media dei formati non alimentari moderni rispetto a quelli alimentari, ma in ogni caso il divario sembra troppo ampio per non generare l'aspettativa, a condizioni di mercato favorevoli, di una ulteriore crescita del moderno non alimentare.

Infine il commercio ambulante, per il quale è disponibile solo la variazione relativa al periodo 2007-2012, segnala un andamento in contrazione per l'alimentare e in espansione per il non alimentare (Tavola 3.2). Nell'alimentare la contrazione è molto più forte al Sud (-10,39%) rispetto al Nord (-5,49%) e al Centro, dove invece si riscontra un lieve aumento (+2,65%), condizione in parte giustificata da una densità molto più elevata al Sud, con riferimento sia alla popolazione sia ai consumi (7,8 e 2,9) rispetto al Nord (5,0 e 1,8) e al Centro (6,1 e 2,2).

Il non alimentare presenta un andamento opposto, con un'espansione nelle tre macro regioni, che si presenta però numericamente doppia al Sud (poco più di 10 mila unità) rispetto al Centro e al Nord (rispettivamente poco meno e poco più di 5.000 unità). In dettaglio, al Sud si registra un aumento del 18,0%, al Centro un aumento del 21,8% e al Nord del 11,7%. Crescite che vanno messe in rapporto a consistenze assai diverse, più elevate al Sud, dove si raggiunge una densità di 40,1 unità per 10 mila abitanti, un numero quasi doppio sia rispetto al Centro (23,8) sia rispetto al Nord (22,6).

Le regioni del Nord

Al Nord, area territoriale più evoluta dal punto di vista del commercio, il tradizionale alimentare si presenta in contrazione già prima della crisi (Tavola 3.3 e Figura 3.2): in sette regioni su otto il commercio tradizionale presenta una variazione negativa. Solo per la Lombardia il saldo è di 2.161 esercizi in meno (-9,8%), anche se non in tutte le regioni maggiori la contrazione è così vistosa. Ad esempio, in Piemonte (-2,8%) e in Veneto (-3,7%) la contrazione è inferiore, così come in Emilia-Romagna (-3,8%), mentre è più elevata in Friuli-Venezia Giulia (-12,4%), Valle d'Aosta (-5,5%) e Liguria (-5,7%). Il Trentino presenta una situazione atipica, per essere una regione del Nord, con un aumento molto

consistente del tradizionale alimentare nel precrisi (+9,7%), che tuttavia si annulla quasi totalmente durante la crisi (-8,0%). Nella crisi la contrazione continua in Friuli (-7,0%) e peggiora rispetto al periodo precedente in Valle d'Aosta (-9,3%) e Piemonte (-3,9%). Le variazioni sono invece più contenute in Veneto, Emilia-Romagna e Liguria, mentre in Lombardia si registra addirittura un leggero aumento (+1,6%).

Il commercio tradizionale non alimentare presenta un andamento più regolare tra le regioni del Nord (Tavola 3.3 e Figura 3.3). L'aumento più consistente nel precrisi si rileva in Liguria (+7,9%), ma anche in Piemonte (+4,7%), Valle d'Aosta (+4,0%), Emilia-Romagna (+3,5%) e Veneto (+3,2%) si registrano aumenti di un certo rilievo. Restano invece relativamente bassi gli aumenti in Lombardia (+1,5%) e in Trentino-Alto Adige (+1,6%), mentre si riscontra una decrescita in Friuli-Venezia Giulia (-1,1%). Fra il 2007 e il 2012 c'è una riduzione generalizzata, con un saldo negativo ovunque, eccetto che nel Trentino-Alto Adige dove il saldo resta praticamente invariato.

Figura 3.2.

Variazione percentuale della rete tradizionale alimentare nelle regioni del Nord: 2000-2007 e 2007-2012.

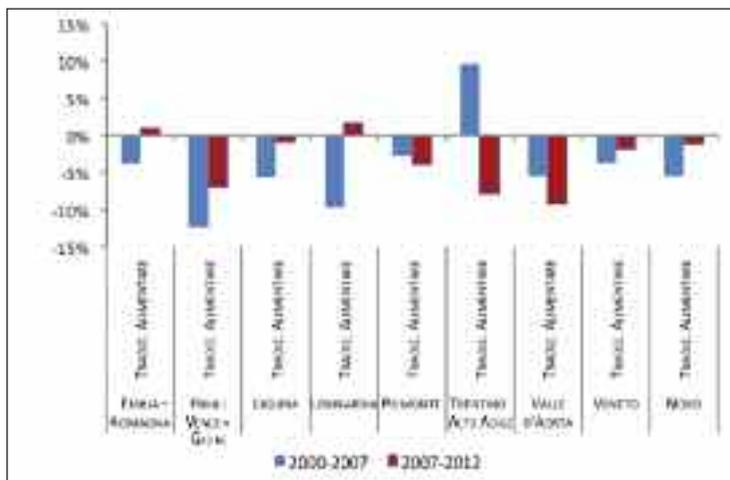
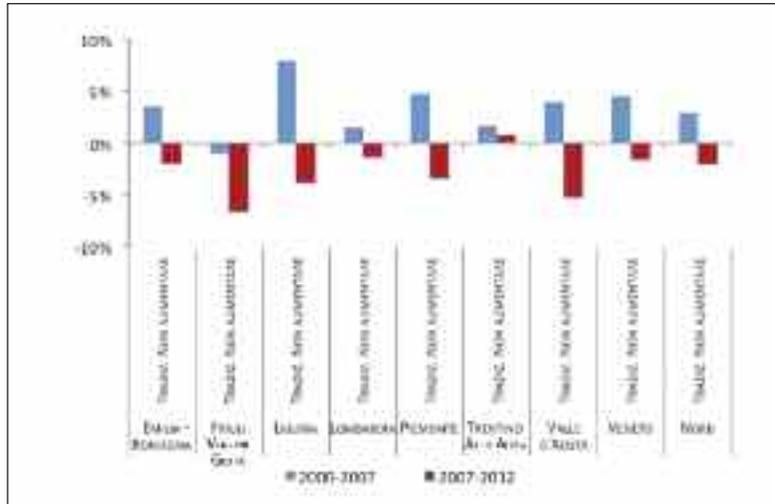


Figura 3.3.

Variatione percentuale della rete tradizionale non alimentare nelle regioni del Nord: 2000-2007 e 2007-2012.

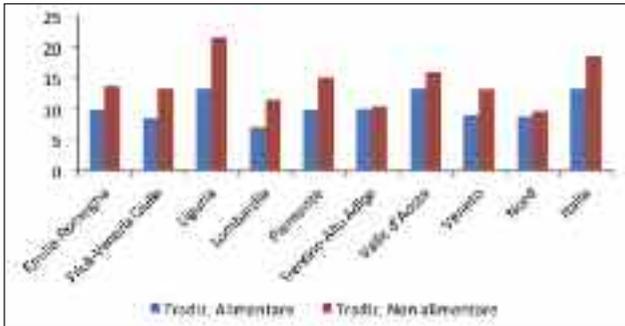


I dati sulla densità del tradizionale alimentare evidenziano condizioni strutturali differenti nelle regioni del Nord (Tavola 3.3 e Figura 3.4). La Lombardia presenta una densità in rapporto alla popolazione molto bassa (20,6) e inferiore alla media. Nella fascia media si collocano Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Piemonte, Trentino-Alto Adige e Veneto. Da sottolineare il dato relativo alla Liguria (44,2) e anche alla Valle d'Aosta (35,0), due regioni che presentano una capillarità di offerta disallineata rispetto alla macroarea di riferimento. È in parte l'effetto della particolare struttura insediativa e dell'importanza che in entrambe le regioni riveste il turismo, ma anche, specie nel caso della Liguria, di una politica commerciale molto restrittiva, che ha protetto il commercio tradizionale ritardandone la sostituzione con quello moderno. È così che la Liguria presenta una densità di offerta in rapporto alla popolazione più elevata della media delle regioni del Sud.

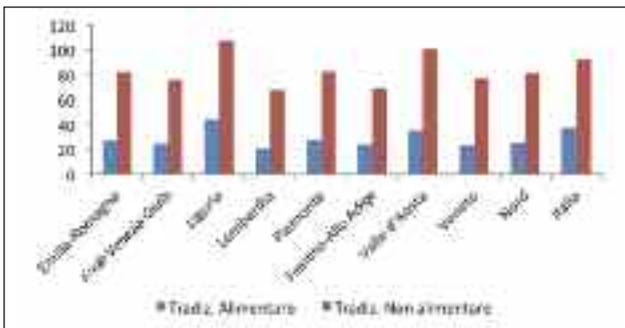
Figura 3.4.

Distribuzione tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Nord: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti

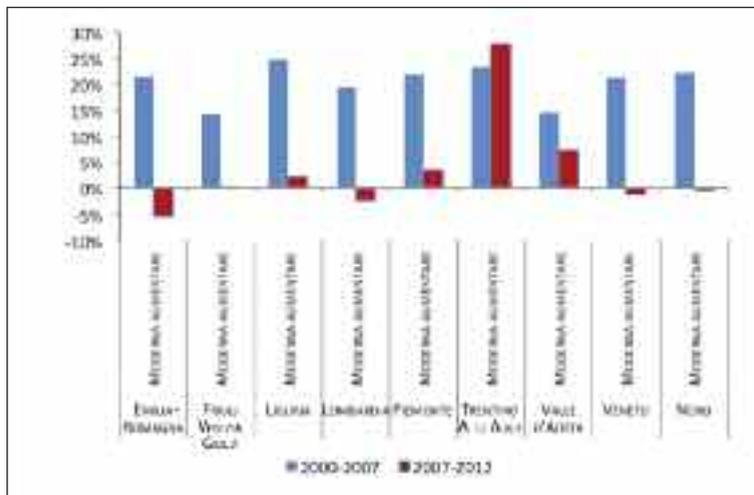


Il non alimentare tradizionale presenta densità paragonabili all'alimentare. Nel 2012, osservando la Figura 3.4 (b), Lombardia (67,6) e Trentino-Alto Adige (69,0) sono le regioni in cui si riscontrano le densità più basse in assoluto, mentre in Friuli-Venezia Giulia (76,1), Veneto (76,6), Emilia-Romagna (81,8) e Piemonte (82,6) esse sono più o meno allineate alla media del Nord. Per contro, Valle d'Aosta (100,1) e Liguria (106,8) presentano ancora una volta valori degli indicatori elevatissimi rispetto alla media del Nord e anche alla media nazionale, di fatto molto più simili a quelli delle regioni del Sud.

La situazione della distribuzione moderna, sia alimentare sia non alimentare, si presenta molto più regolare (Tavola 3.3). Prima della crisi c'è una crescita

generalizzata nel comparto alimentare (Figura 3.5) per tutte le regioni intorno alla media del Nord (+20,6%), ad eccezione del Friuli-Venezia Giulia (+14,3%) e della Valle d'Aosta (+14,6%) che sono leggermente sotto la media. Nel periodo successivo si osserva una battuta d'arresto in tutte le regioni, con variazioni che oscillano di poco intorno allo zero. In controtendenza la Valle d'Aosta (+7,3%), dove tuttavia le consistenze sono molto piccole, e il Trentino-Alto Adige (+27,6%), che presenta un aumento considerevole. Nell'alimentare moderno si osserva quindi un andamento piuttosto uniforme, sia in espansione sia in contrazione, del ciclo economico da parte di tutto il Nord e non si riscontrano dati particolarmente diversi rispetto alle regioni del Centro-Sud.

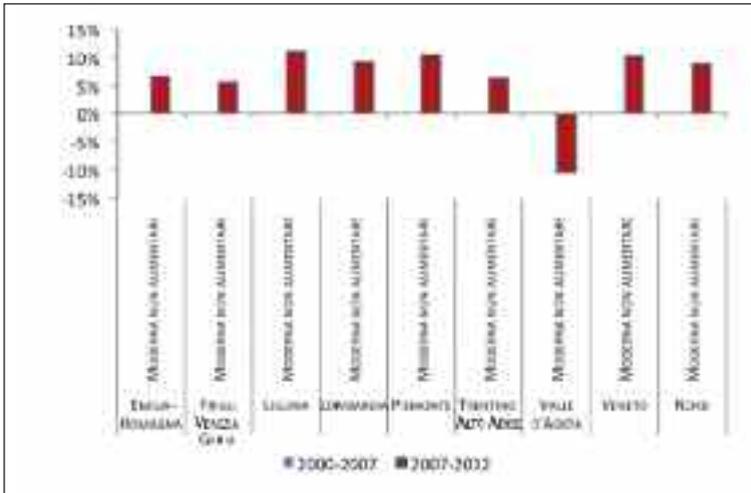
Figura 3.5.
Variatione percentuale della rete moderna alimentare nelle regioni del Nord: 2000-2007 e 2007-2012.



Il moderno non alimentare si presenta in crescita in tutte le regioni del Nord fra il 2007 e il 2012 (Tavola 3.4 e Figura 3.6). I dati sul precrisi non sono in questo caso disponibili, ma considerando il dato nazionale (33,8%), si può pensare che in tutte le regioni del Nord l'espansione del commercio moderno sia stata importante nel primo sottoperiodo. Le variazioni oscillano dal 5,6% del Friuli-Venezia Giulia all'11% della Liguria. Il dato della Liguria è interessante soprattutto alla luce della forte densità della distribuzione tradizionale presente nella regione. Il dato della Valle d'Aosta è, in questo caso, negativo, totalizzando una riduzione dell'11%, anche se si tratta di sole 7 unità in meno rispetto al 2007.

Figura 3.6.

Variazione percentuale della rete moderna non alimentare nelle regioni del Nord: 2000-2007 e 2007-2012.



Anche i dati sulla densità dell'alimentare moderno sono abbastanza allineati tra le regioni (Tavola 3.4 e Figura 3.7). La Lombardia presenta degli indicatori di densità per consumi e popolazione al di sotto della media delle altre regioni per il moderno alimentare (1 e 3), e per contro il Trentino-Alto Adige mostra una densità molto elevata (3,1 e 7,3), la più elevata riscontrata nel moderno alimentare in Italia. Le densità del non alimentare moderno tra le regioni del Nord sono nel complesso omogenee e si presentano anche allineate rispetto alle regioni del Centro-Sud (Figura 3.7).

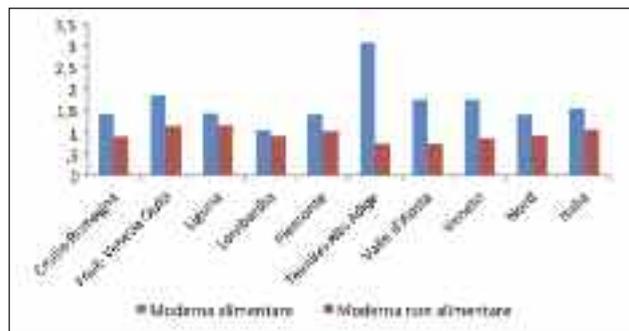
Infine, il commercio ambulante al Nord decresce nel comparto alimentare (-5,5%) e cresce al contrario in quello non alimentare (+11,7%). Sia la contrazione sia l'aumento sono più attenuati, rispettivamente in più e in meno, rispetto alla media nazionale (Tavola 3.5). Nel comparto alimentare si registrano meno ambulanti in tutte le regioni, mentre viceversa le variazioni sono ovunque positive nel non alimentare. Gli aumenti sono molto sopra la media per la Liguria (+17,2%), il Friuli-Venezia Giulia (+14,6%) e la Lombardia (+14,6%). Variazioni numericamente consistenti si registrano anche in Piemonte, Veneto ed Emilia-Romagna. Le densità si presentano abbastanza uniformi tra le regioni. Nell'alimentare il Friuli-Venezia Giulia si posiziona al di sotto della media con una densità per 10 mila abitanti di 2,3 unità, mentre il Piemonte presenta la densità più elevata con 7,9 unità. Le altre regioni si collocano in prossimità della media del Nord. Nel non alimentare le densità variano maggiormente, da un minimo di 8,6 unità in Trentino-Alto Adige, a 11,3

unità in Valle d'Aosta e a 11,8 unità in Friuli-Venezia Giulia, fino al massimo del Piemonte con 21,6 unità e della Liguria, con 25,7 unità.

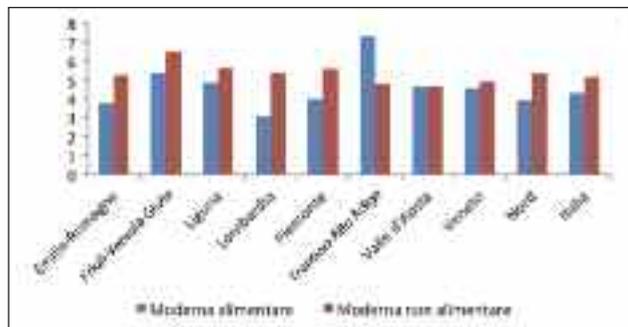
Figura 3.7.

Distribuzione moderna alimentare e non alimentare nelle regioni del Nord: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti



Le regioni del Centro

Nelle regioni del Centro il commercio tradizionale presenta un andamento disomogeneo. In particolare spicca l'andamento del Lazio, cresciuto in modo vistoso rispetto alle altre regioni (Tavola 3.6 e Figura 3.8). La crescita del commercio tradizionale alimentare nel Lazio è un dato anomalo, soprattutto se si considera che la densità rispetto alla popolazione nel 2012 (30,5) è più bassa

sia della media del Centro (31,8), sia di quella nazionale (36,5) (Tavola 3.6 e Figura 3.9). Se si valutano i valori assoluti, si vede chiaramente come la regione Lazio abbia contribuito in buona misura alle variazioni della macro area, ciò in parte anche per il suo elevato peso relativo. L'aumento registrato nel Lazio nel tradizionale alimentare (+8,3% vs. +8,4%) e anche in quello non alimentare (+22,0% vs. +2,7%) è perdurato in entrambi i periodi considerati. L'Umbria presenta una lieve variazione in entrambi i periodi nell'alimentare (-1,2% vs. +2,7%), ma ha un saldo positivo nel non alimentare (+7,5% vs. +0,4%). La Toscana, più similmente alla media del Nord, presenta una riduzione del tradizionale alimentare già nel precrisi (-4%) che poi continua, ma in modo più lieve, durante la crisi (-0,7%), mentre l'aumento del commercio tradizionale non alimentare nel precrisi (3,2%) si annulla fra il 2007 e il 2012 (-3%). Le Marche mostrano una situazione più vicina a quella della Toscana, e quindi del Nord, con una modesta e identica flessione del commercio alimentare nei due periodi (-1,9% in entrambi) e un andamento del non alimentare in espansione nel precrisi (+5,6%), seguito da una contrazione nella crisi (-2,7%).

Figura 3.8.

Variazione percentuale della rete tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro: 2000-2007 e 2007-2012.

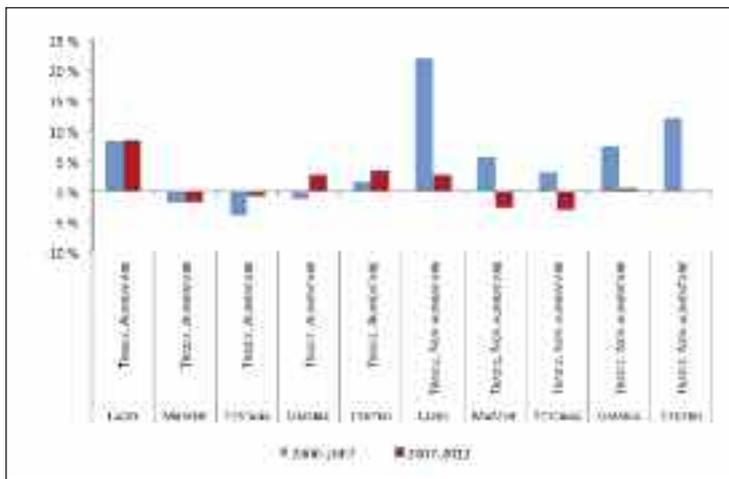
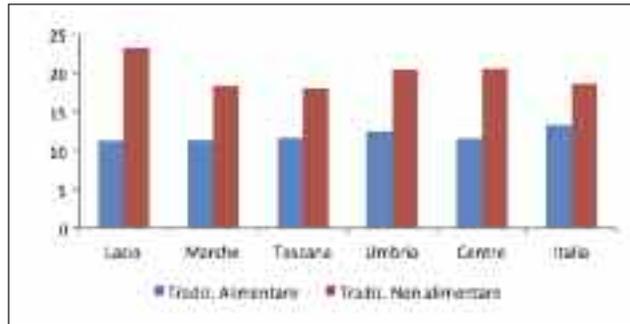


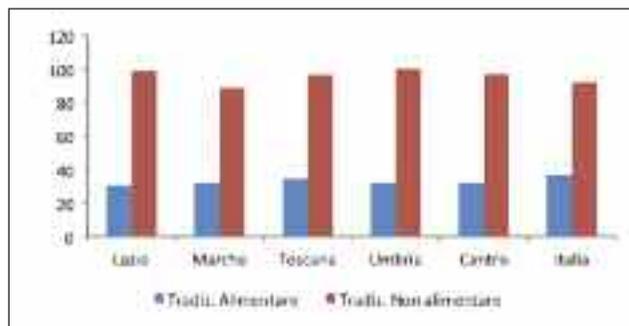
Figura 3.9.

Distribuzione moderna alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti

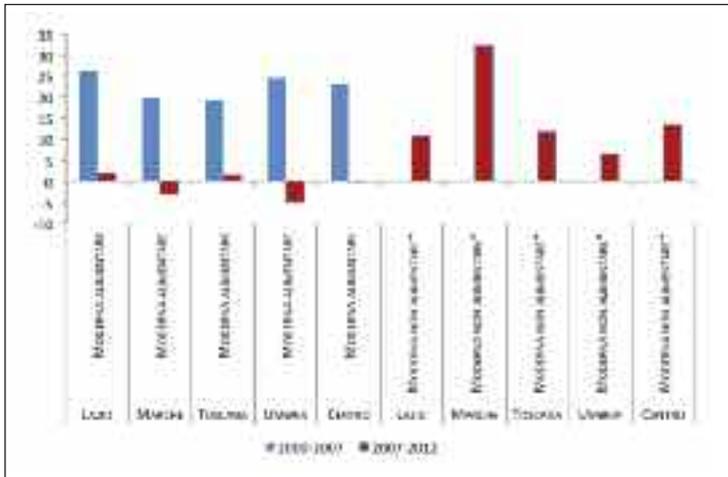


L'andamento della distribuzione moderna tra le regioni è più allineato (Tavola 3.7 e Figura 3.10). Nell'alimentare, in Lazio e in Umbria lo sviluppo precrisi è stato leggermente più alto, ma nel post crisi le variazioni risultano molto simili. Con riferimento agli indicatori di densità rilevati al 2012 (Tavola 3.7 e Figura 3.11), nell'alimentare l'Umbria e le Marche presentano livelli marcatamente più alti di Lazio e Toscana, e ciò spiega anche la maggior contrazione che si è avuta nella crisi sia per l'Umbria (-3,0%) sia per le Marche (-5,1%) relativamente a Lazio (+1,7%) e Toscana (+1,4%).

Nel non alimentare moderno le variazioni fra il 2007 e il 2012 sono tutte in positivo, in linea con la media nazionale (11,4%). In questo caso lo sviluppo è abbastanza uniforme tra le regioni, quantomeno con riferimento agli indicatori di densità che si presentano piuttosto omogenei rispetto a quelli dell'alimentare. Spicca, fra il 2007 e il 2012, uno sviluppo molto importante nelle Marche, con un aumento delle consistenze di 236 unità, numericamente simile a quello di Lazio (290) e Toscana (212), ma proporzionalmente maggiore.

Figura 3.10.

Variazione percentuale della rete moderna alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro: 2000-2007 e 2007-2012.

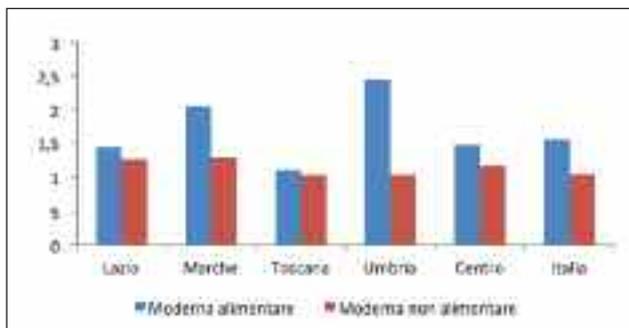


* Non disponibili i dati relativi al periodo 2000-2007.

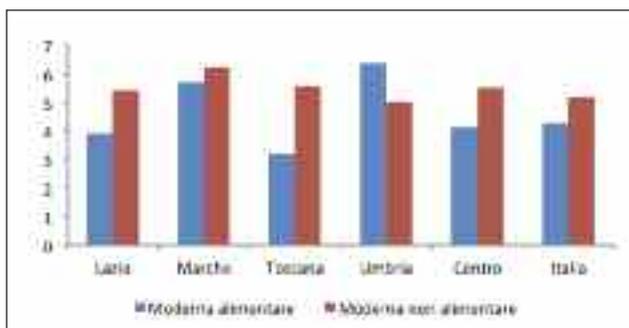
Figura 3.11.

Distribuzione moderna alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti



Il commercio ambulante nelle regioni del Centro (Tavola 3.8) presenta un andamento più favorevole rispetto alla media nazionale. Nell'alimentare si è registrata una leggera contrazione in Toscana (-3,7%), mentre Lazio e Umbria presentano variazioni molto modeste (+0,7% e -0,3%). Fanno eccezione le Marche in cui vi è stata un'espansione notevole con un aumento di 237 unità. Le regioni del Centro presentano comunque un dato in controtendenza rispetto a quello nazionale, in sostanziale contrazione (-6,3%).

Lo stesso trend, ma questa volta in espansione, si trova con riferimento al non alimentare. In questo caso il commercio ambulante cresce nelle regioni del Centro di una percentuale consistente (+21,8%), più elevata della media nazionale (+16,5%). La maggior parte di questo incremento è da attribuire alla regione Lazio, con ben 2.737 nuove unità nel periodo della crisi (+33,3%). Nonostante l'aumento, l'indicatore di densità per 10 mila abitanti al 2012 vede il Lazio (19,7)

all'ultimo posto tra le regioni del Centro, che presentano in media densità più elevate (23,8). Il commercio ambulante non alimentare presenta una densità molto elevata in Toscana (30,1), del tutto simile alle regioni del meridione. Nelle altre regioni la variazione si presenta abbastanza positiva, in particolare nell'Umbria (+23,4%). Più modesto invece l'aumento riscontrato nelle Marche (+7,4%); un dato che può essere inversamente correlato a quello del commercio moderno, che proprio nelle Marche ha avuto una forte espansione (Figura 3.10).

Le regioni del Sud

Al Sud l'andamento della distribuzione tradizionale alimentare è piuttosto disomogeneo nel primo periodo considerato, con alcune regioni in aumento e altre in contrazione, ma si presenta omogeneo in quello successivo (Tavola 3.9 e Figura 3.12). L'aumento è consistente soprattutto in Puglia (+7,5%), con un saldo di ben 1.102 unità in più, in Basilicata (+4,5%) e in Abruzzo (+3,7%). In Campania l'aumento è numericamente consistente, con 457 unità, ma basso in termini percentuali (+1,6%). Le altre regioni presentano saldi negativi, in particolare Sardegna (-7,2%) e Calabria (-5,4%) mostrano contrazioni consistenti, mentre sono più modeste le riduzioni in Molise (-1,6) e Sicilia (-0,9). Nel periodo della crisi tutte le regioni presentano un saldo negativo, in particolare la Sicilia, in cui si contano ben 1.521 unità in meno (-7,9%), e continuano le contrazioni in Sardegna (-4,4%) e Calabria (-3,1%), mentre la Campania cede le unità guadagnate nel precrisi (-1,7%) e le altre regioni riportano saldi intorno allo zero.

Figura 3.12.

Variazione percentuale della rete tradizionale alimentare nelle regioni del Sud: 2000-2007 e 2007-2012.

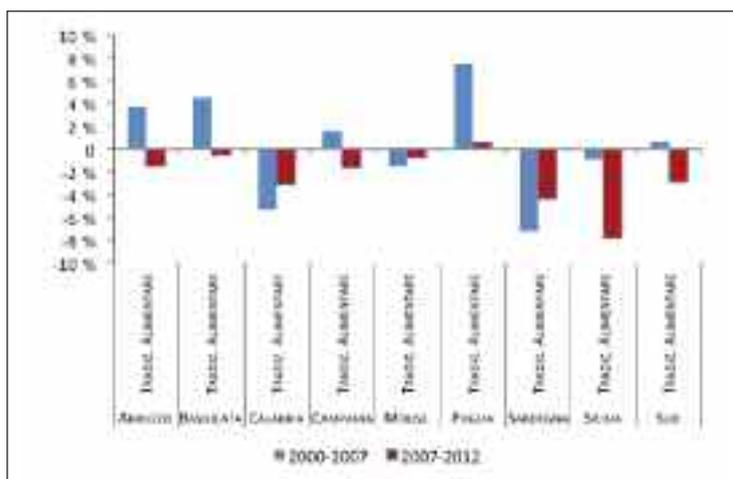
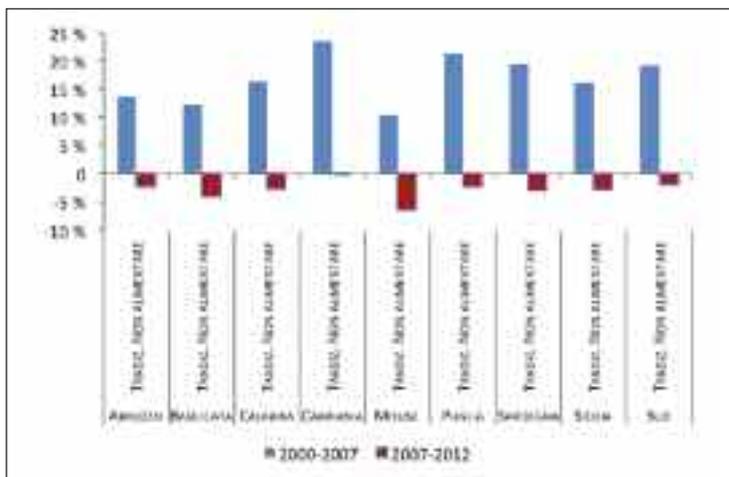


Figura 3.13.

Variatione percentuale della rete tradizionale non alimentare nelle regioni del Sud: 2000-2007 e 2007-2012.

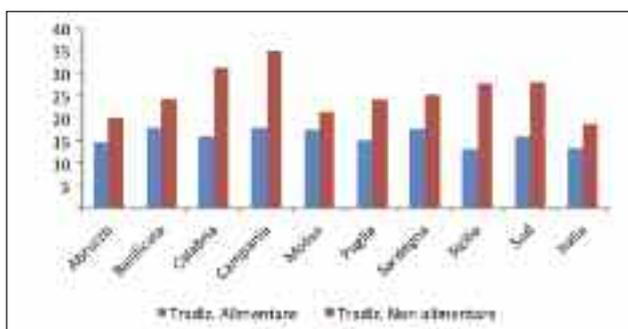


Il tradizionale non alimentare è cresciuto in modo uniforme in tutto il Sud nella fase che ha preceduto la crisi, ed è decresciuto altrettanto uniformemente in seguito alla crisi (Tavola 3.9 e Figura 3.13). I tassi di crescita precrisi sono molto elevati rispetto alle regioni del Centro-Nord (fatte salve Liguria e Lazio che rappresentano delle eccezioni nelle rispettive aree), con Campania (+23,4%) e Puglia (+21,3%) che superano il 20% e presentano variazioni della numerica molto significative. Infatti, Campania, Puglia e Sicilia concentrano ben l'80% dell'aumento delle consistenze del Sud e il 53% di quello in Italia.

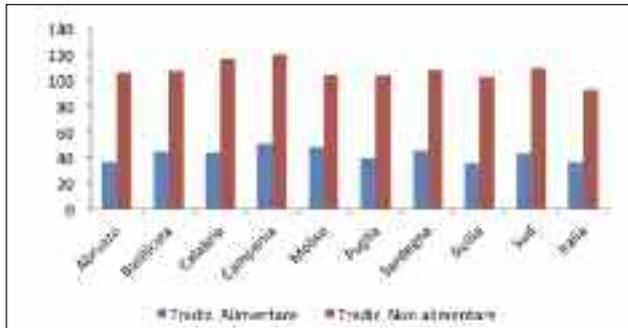
Figura 3.14.

Distribuzione tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Sud: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti



Le densità nel Sud sono particolarmente elevate per l'alimentare tradizionale (Tavola 3.9 e Figura 3.14), con valori medi al 2012 di 42,5 in rapporto alla popolazione e di 15,6 in rapporto ai consumi. Nel primo caso, la densità della rete alimentare tradizionale risulta più bassa della media della macroarea in Sicilia (35,6) e in Abruzzo (36,3). Il terzo dato in ordine di grandezza è quello della Puglia (39,4), dove nel periodo considerato la densità è aumentata di 2 unità per 10 mila abitanti. Un aumento della densità si è registrato anche in Basilicata, che passa da 41 a 44,9 unità. In Sardegna (45,5) e in Calabria (43,9) c'è stato un ridimensionamento della densità a seguito delle riduzioni nelle consistenze, rispettivamente di 6,5 e di 3 unità. Abbondantemente al di sopra della media si collocano il Molise (47,9) e soprattutto la Campania (50,1), che ad oggi conta più di 28 mila unità di commercio tradizionale alimentare, 8 mila unità in più rispetto alla Lombardia, che ha 9,8 milioni di abitanti contro i 5,8 della Campania. Se in Lombardia si avesse la stessa densità per abitanti della Campania, si conterebbero consistenze superiori a 49 mila unità, 29 mila in più di quante siano attualmente presenti.

Con riferimento alla densità del tradizionale non alimentare, ci troviamo ancora di fronte a indici molto più elevati di quelli del Centro-Nord. La Campania è di nuovo capofila in termini di densità del commercio tradizionale, con ben 119,3 esercizi per 10 mila abitanti. Il dato si presenta alto anche con riferimento alla densità rispetto ai consumi. Per proporre un termine di paragone con la Lombardia, che è la regione commercialmente più evoluta, la Campania presenta, per il commercio tradizionale non alimentare, una densità quasi doppia (119,3 vs. 67,6) rispetto alla popolazione, e addirittura tripla rispetto all'indicatore di spesa (34,8 vs. 11,4). Gli indicatori di densità riferiti alla popolazione superano la soglia di 100 per tutte le altre regioni.

La variazione delle consistenze relative alla distribuzione moderna al Sud, come riscontrato anche per il Centro e per il Nord, è abbastanza uniforme sia

nel periodo precrisi sia dopo la crisi, e i tassi di variazione, con qualche eccezione, sono comparabili alla media nazionale (Tavola 3.10 e Figura 3.15). In particolare, prima della crisi si collocano al di sopra della media la Calabria (+24,1%), la Campania (+24,5%), il Molise (+25,9%), la Sardegna (+25,1%) e la Sicilia (+22,3%), mentre sono sotto la media la Puglia (+18,4%), l'Abruzzo (+18,4%), e la Basilicata (+16,2%).

Da sottolineare come durante la crisi non si registri solo un rallentamento della crescita, ma in alcune regioni pure una riduzione delle superfici moderne. Se ciò è accaduto anche in alcune regioni del Nord e del Centro, per il Sud va tenuto conto del più basso livello di sviluppo della distribuzione moderna, livello che farebbe presumere spazi di mercato comunque ancora adeguati. La contrazione riguarda Sardegna (-13,4%), Molise (-8,8%) e Calabria (-5,3%), dove escono dal mercato piccole superfici a libero servizio di vicinato. In controtendenza la Campania, che continua a crescere quasi agli stessi ritmi del precrisi (+19,1%). Nel resto delle regioni la variazione del saldo dopo la crisi è leggermente negativa o prossima allo zero.

Figura 3.15.

Variazione percentuale della rete moderna alimentare nelle regioni del Sud: 2000-2007 e 2007-2012.

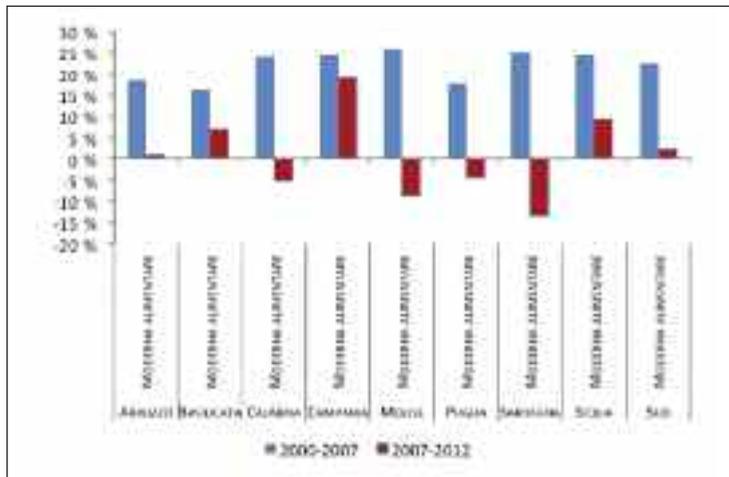
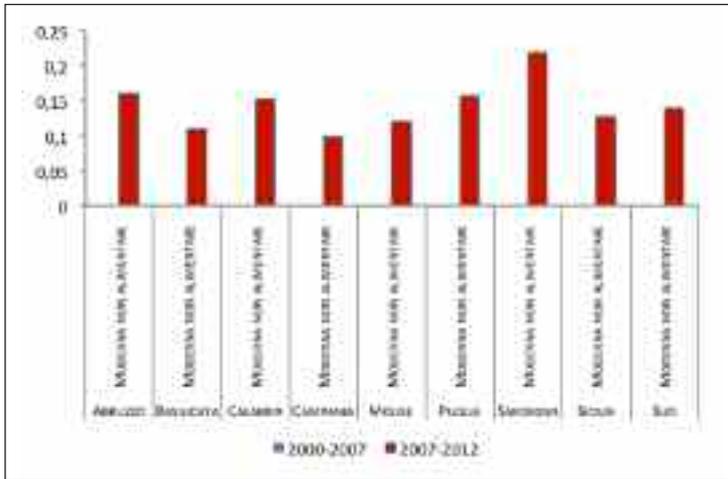


Figura 3.16.

Variatione percentuale della rete moderna non alimentare nelle regioni del Sud: 2000-2007 e 2007-2012.

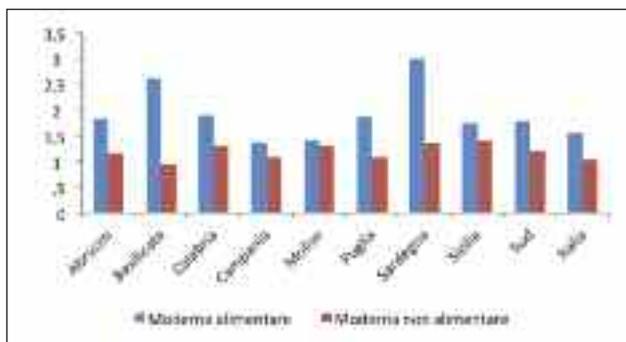


Nel periodo della crisi il commercio moderno non alimentare presenta tassi di variazione abbastanza uniformi tra le regioni del Sud (Tavola 3.10 e Figura 3.16), con una variazione in media più elevata per Sardegna (+21,9%), Abruzzo (+16,0%), Puglia (+15,6%) e Calabria (+15,2%). In Molise (+11,9%), Sicilia (+11,1%), Basilicata (+11,0%) e Campania (+9,9%) si riscontrano tassi di variazione più contenuti, ma non sono tuttavia trascurabili le variazioni numeriche di Sicilia (295) e Campania (192), che rappresentano rispettivamente la prima e la terza regione del Sud.

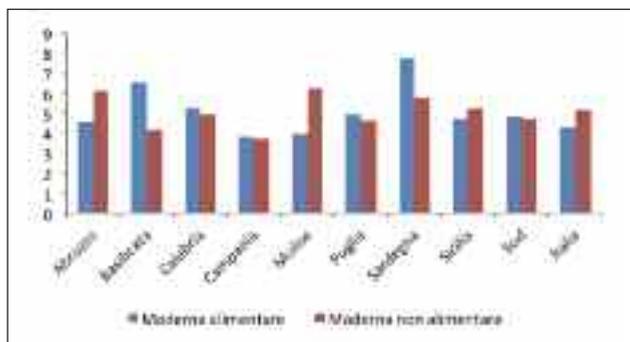
Figura 3.17.

Distribuzione moderna alimentare e non alimentare nelle regioni del Sud: indicatori di densità per 10 milioni di euro di spesa e per 10 mila abitanti - 2012.

(a) Densità per 10 milioni di euro di spesa



(b) Densità per 10 mila abitanti



Gli indicatori di densità, sia nell'alimentare, sia nel non alimentare, sono allineati alla media nazionale (Tavola 3.10 e Figura 3.17). Per più regioni del Sud, similmente a quanto riscontrato per il Trentino e per l'Umbria, che tuttavia sono casi anomali nelle rispettive aree, la densità dell'alimentare moderno supera quella del non alimentare. In particolare la Sardegna registra un'elevata densità per abitanti soprattutto nell'alimentare (7,7) ma è abbastanza elevata anche la densità del non alimentare (5,7). La Sardegna, così come il Trentino, sono casi interessanti in cui la densità è effettivamente molto elevata, soprattutto con riferimento ai consumi. Ma va ricordato che ciò segnala uno sviluppo della grande distribuzione moderna fondato principalmente su piccole e medie superfici a libero servizio (in particolare supermercati), piuttosto che grandi superfici come ipermercati e superstore, i formati che caratterizzano lo sviluppo del moderno in ragioni come Lombardia e Piemonte. All'elevatissima densità del commercio tradizionale in Campania fa da contrappeso, com'era ipotizzabile, il più basso livello di densità della distribuzione moderna nell'alimentare e nel non alimentare (3,8 vs. 3,7). Le altre regioni presentano densità allineate alla media nazionale.

Gli ambulanti al Sud sono molti e rappresentano in termini di consistenze il 50% del totale nazionale (Tavola 3.11). Nell'alimentare si è verificata una riduzione abbastanza importante degli ambulanti, in particolare in alcune regioni, come Sicilia (-15,9%), Basilicata (-15,1%), Calabria (-12,3%), Sardegna (-11,6%) e Puglia (-9,4%). In Campania, Abruzzo e Molise è il dato rimane negativo, ma più contenuto. Gli ambulanti non alimentari, per contro, crescono in tutte le regioni e in particolare in Campania (+25,8%), dove si contano ben 4.028 unità in più, praticamente metà della variazione della macroarea. Anche in Sicilia (+18,0%), in Calabria (+20,2%) e in Puglia (+10,8%), gli aumenti sono anche numericamente consistenti.

Viste le consistenze numeriche, gli indicatori di densità presentano medie

molto più elevate al Sud che nel resto dell'Italia. Con riferimento all'alimentare, le densità sono piuttosto allineate intorno alla media dell'area (7,8), con l'eccezione della Puglia che presenta un dato più elevato (10,4). Per il non alimentare le densità sono molto varie, decisamente basse in Basilicata, Abruzzo e Molise, e molto elevate nelle altre regioni, soprattutto se comparate alle densità del Centro-Nord.

Tavola 3.1 - Consistenze, variazioni e densità dei formati del commercio tradizionale e moderno nei comparti alimentare e non alimentare nelle macroaree Nord, Centro, Sud e per l'Italia (2000-2007-2012).

Macro- area	Categoria di commercio	Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Tradizionale	Sede Fissa alimentare	72.751	68.683	67.841	-4.068	-842	-5,6%	-1,2%	12	9,2	8,8	28,3	25,6	24,8
Nord	Tradizionale	Sede Fissa non alimentare	208.066	214.908	210.024	6.842	-4.884	3,3%	-2,3%	15,1	13,8	13,2	81	80,1	76,7
Nord	Tradizionale	TOTALE SEDE FISSA	280.817	283.591	277.865	2.774	-5.726	1%	-2%	15,9	5,3	11,8	109,3	105,6	101,5
Nord	DM	Distribuzione moderna alimentare	8.918	10.757	10.803	1.839	46	20,6%	0,4%	1,1	1,1	1,4	3,5	4	3,9
Nord	DM	Distribuzione moderna non alimentare	-	13.405	14.590	13.405	1.185	-	8,8%	0	0,9	0,9	-	5	5,3
Nord	DM	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	24.162	25.393	24.162	1.231	-	5,1%	0	4,8	1,1	-	9	9,3
Centro	Tradizionale	Sede Fissa alimentare	35.446	35.977	37.185	531	1.208	1,5%	3,4%	14	11,3	11,5	32,1	31,2	31,8
Centro	Tradizionale	Sede Fissa non alimentare	101.146	113.285	113.283	12.139	-2	12%	0%	18,4	17,8	20,5	91,5	98,2	97
Centro	Tradizionale	TOTALE SEDE FISSA	136.592	149.262	150.468	12.670	1.206	9,3%	0,8%	17	15,6	17,2	123,5	129,3	128,8
Centro	DM	Distribuzione moderna alimentare	3.890	4.789	4.785	899	-4	23,1%	-0,1%	1,5	1,5	1,5	3,5	4,1	4,1
Centro	DM	Distribuzione moderna non alimentare	-	5.689	6.454	5.689	765	-	13,4%	0	0,9	1,2	-	4,9	5,5
Centro	DM	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	10.478	11.239	10.478	761	-	7,3%	0	1,1	1,3	-	9,1	9,6
Sud	Tradizionale	Sede Fissa alimentare	89.684	90.210	87.573	526	-2.637	0,6%	-2,9%	20,7	16,9	15,8	43,9	43,5	42,5
Sud	Tradizionale	Sede Fissa non alimentare	193.273	230.197	225.372	36.924	-4.825	19,1%	-2,1%	25,5	26,7	27,8	94,5	110,9	109,3
Sud	Tradizionale	TOTALE SEDE FISSA	282.957	320.407	312.945	37.450	-7.462	13,2%	-2,3%	23,7	23	22,9	138,4	154,4	151,8
Sud	DM	Distribuzione moderna alimentare	7.952	9.728	9.955	1.776	227	22,3%	2,3%	1,8	1,8	1,8	3,9	4,7	4,8
Sud	DM	Distribuzione moderna non alimentare	-	8.561	9.754	8.561	1.193	-	13,9%	0	1	1,2	-	4,1	4,7
Sud	DM	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	18.289	19.709	18.289	1.420	-	7,8%	0	1,3	1,4	-	8,8	9,6
Italia	Tradizionale	Sede Fissa alimentare	218.641	220.144	218.142	1.503	-2.002	0,69%	-0,91%	16,87	13,78	13,23	38	37	37
Italia	Tradizionale	Sede Fissa non alimentare	502.485	588.390	548.679	55.905	-9.711	11,13%	-1,74%	18,71	18,27	18,58	88	94	92
Italia	Tradizionale	TOTALE SEDE FISSA	721.126	778.534	766.821	57.408	-11.713	7,96%	-1,50%	18,11	16,73	16,66	126	132	128
Italia	DM	Distribuzione moderna alimentare	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,74%	16%	1,60	1,58	1,55	4	4	4
Italia	DM	Distribuzione moderna non alimentare	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,81%	11,37%	0,77	0,90	1,4	4	5	5
Italia	DM	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	52.929	56.341	52.929	3.412	-	6,45%	0,00	1,14	1,22	-	108	106

Tavola 3.2 - Consistenze, variazioni e densità del commercio ambulante alimentare e non alimentare nelle macro-aree Nord, Centro, Sud e in Italia (2007-2012).

Area	Totale	2007	2012	Var 2000/07	Var 2007/12	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Miln Euro 2007	Pdv/ 10 Miln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Ambulanti alimentare	14.505	13.708	14.505	-797	-5,5%	1,9	1,8	5,4	5
Nord	Ambulanti non alimentare	43.189	48.253	43.189	5.064	11,7%	2,8	3	16,1	17,6
Nord	TOTALE AMBULANTI	57.694	61.961	57.694	4.267	7,4%	2,5	2,6	21,5	22,6
Centro	Ambulanti alimentare	6.968	7.153	6.968	185	2,7%	2,2	2,2	6	6,1
Centro	Ambulanti non alimentare	22.821	27.806	22.821	4.985	21,8%	3,6	5	19,8	23,8
Centro	TOTALE AMBULANTI	29.789	34.959	29.789	5.170	17,4%	3,1	4	25,8	29,9
Sud	Ambulanti alimentare	17.875	16.017	17.875	-1.858	-10,4%	3,4	2,9	8,6	7,8
Sud	Ambulanti non alimentare	56.508	66.702	56.508	10.194	18%	6,6	8,2	27,2	32,3
Sud	TOTALE AMBULANTI	74.383	82.719	74.383	8.336	11,2%	5,3	6,1	35,9	40,1
Italia	Ambulanti alimentare	39.348	36.878	39.348	-2.470	-6,3%	2,5	2,2	6,7	6,2
Italia	Ambulanti non alimentare	122.518	142.761	122.518	20.243	16,5%	4	4,8	20,7	23,9
Italia	TOTALE AMBULANTI	161.866	179.639	161.866	17.773	11%	3,5	3,9	27,4	30,1

Tavola 3.3 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Nord (2000-2007-2012).

Regione	Totale	2000	2007	2012	Var. 2000/07	Var. 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mla abitanti 2000	Pdv/ 10mla abitanti 2007	Pdv/ 10mla abitanti 2012
Emilia Romagna	Sede Fissa alimentare	11.720	11.280	11.392	-440	112	-3,8%	1%	12,4	9,8	9,8	29,4	26,7	26
Emilia Romagna	Sede Fissa non alimentare	35.318	36.545	35.825	1.227	-720	3,5%	-2%	16	14,5	13,6	88,7	86,5	81,8
Emilia Romagna	TOTALE SEDE FISSA	47.038	47.825	47.217	787	-608	1,7%	-1,3%	14,9	13	12,4	118,2	113,2	107,9
Friuli-Venezia Giulia	Sede Fissa alimentare	3.615	3.167	2.946	-448	-221	-12,4%	-7%	13,4	9,4	8,4	30,5	26,1	24,1
Friuli-Venezia Giulia	Sede Fissa non alimentare	10.073	9.964	9.295	-109	-669	-1,1%	-6,7%	16,7	14,5	13,3	85	82,2	76,1
Friuli-Venezia Giulia	TOTALE SEDE FISSA	13.688	13.131	12.241	-557	-890	-4,1%	-6,8%	15,7	13,3	11,7	115,5	108,3	100,2
Liguria	Sede Fissa alimentare	7.412	6.992	6.922	-420	-70	-5,7%	-1%	17,3	13,3	13,2	45,7	43,5	44,2
Liguria	Sede Fissa non alimentare	16.118	17.391	16.709	1.273	-682	7,9%	-3,9%	21,4	20,8	21,6	99,3	108,2	106,8
Liguria	TOTALE SEDE FISSA	23.530	24.383	23.631	853	-752	3,6%	-3,1%	19,9	18,2	18,2	145	151,6	151
Lombardia	Sede Fissa alimentare	21.998	19.837	20.155	-2.161	318	-9,8%	1,6%	9,8	7,2	7	24,3	20,8	20,6
Lombardia	Sede Fissa non alimentare	66.150	67.110	66.195	960	-915	1,5%	-1,4%	13,5	12,2	11,4	73,1	70,2	67,6
Lombardia	TOTALE SEDE FISSA	88.148	86.947	86.350	-1.201	-597	-1,4%	-0,7%	12,3	10,3	10,3	97,4	91	88,2
Piemonte	Sede Fissa alimentare	13.022	12.655	12.157	-367	-498	-2,8%	-3,9%	13	10,3	9,8	30,4	29,1	27,8
Piemonte	Sede Fissa non alimentare	35.738	37.426	36.151	1.688	-1.275	4,7%	-3,4%	15,5	14,4	15	83,4	85,9	82,6
Piemonte	TOTALE SEDE FISSA	48.760	50.081	48.308	1.321	-1.773	2,7%	-3,5%	14,7	13,2	13,2	113,8	115	110,4
Trentino-Alto Adige	Sede Fissa alimentare	2.446	2.684	2.470	238	-214	9,7%	-8%	13,1	11,6	10	26,1	27,1	23,8
Trentino-Alto Adige	Sede Fissa non alimentare	7.008	7.122	7.171	114	49	1,6%	0,7%	13,7	12,4	10,6	74,9	71,8	69
Trentino-Alto Adige	TOTALE SEDE FISSA	9.454	9.806	9.641	352	-165	3,7%	-1,7%	13,5	12,4	10,4	101	98,9	92,7
Valle d'Aosta	Sede Fissa alimentare	523	494	448	-29	-46	-5,5%	-9,3%	18,9	15,3	13,2	43,5	39,6	35
Valle d'Aosta	Sede Fissa non alimentare	1.298	1.350	1.280	52	-70	4%	-5,2%	15,7	13,3	16	107,9	108,2	100,1
Valle d'Aosta	TOTALE SEDE FISSA	1.821	1.844	1.728	23	-116	1,3%	-6,3%	16,5	15,2	15,2	151,3	147,7	135,2
Veneto	Sede Fissa alimentare	12.015	11.574	11.351	-441	-223	-3,7%	-1,9%	12,2	9,6	9	26,6	24,2	23,3
Veneto	Sede Fissa non alimentare	36.363	38.000	37.398	1.637	-602	4,5%	-1,6%	14,9	13,8	13,1	80,6	79,6	76,6
Veneto	TOTALE SEDE FISSA	48.378	49.574	48.749	1.196	-825	2,5%	-1,7%	14,2	13,1	11,8	107,2	103,9	99,9
Nord	Sede Fissa alimentare	72.751	68.683	67.841	-4.068	-842	-5,6%	-1,2%	12	9,2	8,8	28,3	25,6	24,8
Nord	Sede Fissa non alimentare	208.066	214.908	210.024	6.842	-4.884	3,3%	-2,3%	15,1	13,8	13,2	81	80,1	76,7
Nord	TOTALE SEDE FISSA	280.817	283.591	277.865	2.774	-5.726	1%	-2%	15,9	13,8	13,2	109,3	105,6	101,5
Italia	Sede Fissa alimentare	218.641	220.144	218.142	1.503	-2.002	0,7%	-0,9%	16,9	13,8	13,2	38,2	37,2	36,5
Italia	Sede Fissa non alimentare	502.485	558.390	548.679	55.905	-9.711	11,1%	-1,7%	18,7	18,3	18,6	87,9	94,4	91,9
Italia	TOTALE SEDE FISSA	721.126	778.534	766.821	57.408	-11.713	8%	-1,5%	18,1	16,7	16,7	126,1	131,7	128,5

Tavola 3.4 - Consistenze, variazioni e densità del commercio moderno alimentare e non alimentare nelle regioni del Nord (2000-2007-2012).

Regione	Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Emilia Romagna	Distribuzione moderna alimentare	1.441	1.748	1.651	307	-97	21,3%	-5,5%	1,5	1,5	1,4	3,6	4,1	3,8
Emilia Romagna	Distribuzione moderna non alimentare	-	2.155	2.297	2.155	142	-	6,6%	0	0,9	0,9	-	5,1	5,2
Emilia Romagna	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	3.903	3.948	3.903	45	-	1,2%	0	1,1	1	-	9,2	9
Friuli-Venezia Giulia	Distribuzione moderna alimentare	568	649	650	81	1	14,3%	0,2%	2,1	1,9	1,9	4,8	5,4	5,3
Friuli-Venezia Giulia	Distribuzione moderna non alimentare	-	751	793	751	42	-	5,5%	0	1,1	1,1	-	6,2	6,5
Friuli-Venezia Giulia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	1.400	1.443	1.400	43	-	3%	0	1,4	1,4	-	11,5	11,8
Liguria	Distribuzione moderna alimentare	594	741	758	147	17	24,7%	2,3%	1,4	1,4	1,4	3,7	4,6	4,8
Liguria	Distribuzione moderna non alimentare	-	791	879	791	88	-	11,1%	0	0,9	1,1	-	4,9	5,6
Liguria	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	1.532	1.637	1.532	105	-	6,8%	0	1,1	1,3	-	9,5	10,5
Lombardia	Distribuzione moderna alimentare	2.559	3.055	2.985	496	-70	19,4%	-2,3%	1,1	1,1	1	2,8	3,2	3
Lombardia	Distribuzione moderna non alimentare	-	4.808	5.248	4.808	440	-	9,2%	0	0,9	0,9	-	5	5,4
Lombardia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	7.863	8.233	7.863	370	-	4,7%	0	1	0,9	-	8,2	8,4
Piemonte	Distribuzione moderna alimentare	1.374	1.673	1.731	299	58	21,8%	3,5%	1,4	1,4	1,4	3,2	3,8	4
Piemonte	Distribuzione moderna non alimentare	-	2.205	2.435	2.205	230	-	10,5%	0	0,8	1	-	5,1	5,6
Piemonte	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	3.878	4.166	3.878	288	-	7,4%	0	1	1,1	-	8,9	9,5
Trentino-Alto Adige	Distribuzione moderna alimentare	482	594	758	112	164	23,2%	27,6%	2,6	2,6	3,1	5,1	6	7,3
Trentino-Alto Adige	Distribuzione moderna non alimentare	-	468	497	468	29	-	6,2%	0	0,8	0,7	-	4,7	4,8
Trentino-Alto Adige	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	1.062	1.255	1.062	193	-	18,2%	0	1,3	1,4	-	10,7	12,1
Valle d'Aosta	Distribuzione moderna alimentare	48	55	59	7	4	14,6%	7,3%	1,7	1,7	1,7	4	4,4	4,6
Valle d'Aosta	Distribuzione moderna non alimentare	-	66	59	66	-7	-	-10,6%	0	0,6	0,7	-	5,3	4,6
Valle d'Aosta	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	121	118	121	-3	-	-2,5%	0	0,9	1	-	9,7	9,2
Veneto	Distribuzione moderna alimentare	1.852	2.242	2.211	390	-31	21,1%	-1,4%	1,9	1,9	1,7	4,1	4,7	4,5
Veneto	Distribuzione moderna non alimentare	-	2.160	2.382	2.160	222	-	10,3%	0	0,8	0,8	-	4,5	4,9
Veneto	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	4.012	4.593	4.402	191	-	4,3%	0	1,1	1,1	-	9,2	9,4
Nord	Distribuzione moderna alimentare	8.918	10.757	10.803	1.839	46	20,6%	0,4%	1,5	1,4	1,4	3,5	4	3,9
Nord	Distribuzione moderna non alimentare	-	13.405	14.590	13.405	1.185	-	8,8%	0	0,9	0,9	-	5	5,3
Nord	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	24.162	25.393	24.162	1.231	-	5,1%	0	1	1,1	-	9	9,3
Italia	Distribuzione moderna alimentare	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,7%	1,1%	1,6	1,6	1,5	3,6	4,3	4,3
Italia	Distribuzione moderna non alimentare	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,8%	11,4%	0,8	0,9	1	3,6	4,7	5,2
Italia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	52.929	56.341	52.929	3.412	-	6,4%	0	1,1	1,2	-	9	9,4

Tavola 3.5 - Consistenze, variazioni e densità del commercio ambulante alimentare e non alimentare nelle regioni del Nord (2007-2012).

Regione	Totali	2007	2012	Var 2000/07	Var 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Emilia Romagna	Ambulanti alimentare	1.886	1.793	-93	-4,9%	1,6	1,5	4,5	4,1
Emilia Romagna	Ambulanti non alimentare	7.438	8.077	639	8,6%	3	3,1	17,6	18,5
Emilia Romagna	TOTALE AMBULANTI	9.324	9.870	546	5,9%	2,5	2,6	22,1	22,5
Friuli-Venezia Giulia	Ambulanti alimentare	305	283	-22	-7,2%	0,9	0,8	2,5	2,3
Friuli-Venezia Giulia	Ambulanti non alimentare	1.252	1.446	194	15,5%	1,8	2,1	10,3	11,8
Friuli-Venezia Giulia	TOTALE AMBULANTI	1.557	1.729	172	11%	1,5	1,6	12,8	14,2
Liguria	Ambulanti alimentare	940	857	-83	-8,8%	1,8	1,6	5,8	5,5
Liguria	Ambulanti non alimentare	3.435	4.027	592	17,2%	4,1	5,2	21,4	25,7
Liguria	TOTALE AMBULANTI	4.375	4.884	509	11,6%	3,2	3,8	27,2	31,2
Lombardia	Ambulanti alimentare	4.633	4.512	-121	-2,6%	1,7	1,6	4,8	4,6
Lombardia	Ambulanti non alimentare	13.955	15.991	2.036	14,6%	2,5	2,8	14,6	16,3
Lombardia	TOTALE AMBULANTI	18.588	20.503	1.915	10,3%	2,2	2,4	19,5	20,9
Piemonte	Ambulanti alimentare	3.688	3.465	-223	-6%	3	2,8	8,5	7,9
Piemonte	Ambulanti non alimentare	8.621	9.448	827	9,6%	3,3	3,9	19,8	21,6
Piemonte	TOTALE AMBULANTI	12.309	12.913	604	4,9%	3,2	3,5	28,3	29,5
Trentino-Alto Adige	Ambulanti alimentare	415	388	-27	-6,5%	1,8	1,6	4,2	3,7
Trentino-Alto Adige	Ambulanti non alimentare	881	890	9	1%	1,5	1,3	8,9	8,6
Trentino-Alto Adige	TOTALE AMBULANTI	1.296	1.278	-18	-1,4%	1,6	1,4	13,1	12,3
Valle d'Aosta	Ambulanti alimentare	43	31	-12	-27,9%	1,3	0,9	3,4	2,4
Valle d'Aosta	Ambulanti non alimentare	130	145	15	11,5%	1,3	1,8	10,4	11,3
Valle d'Aosta	TOTALE AMBULANTI	173	176	3	1,7%	1,3	1,5	13,9	13,8
Veneto	Ambulanti alimentare	2.595	2.379	-216	-8,3%	2,2	1,9	5,4	4,9
Veneto	Ambulanti non alimentare	7.477	8.229	752	10,1%	2,7	2,9	15,7	16,9
Veneto	TOTALE AMBULANTI	10.072	10.608	536	5,3%	2,5	2,6	21,1	21,7
Nord	Ambulanti alimentare	14.505	13.708	-797	-5,5%	1,9	1,8	5,4	5
Nord	Ambulanti non alimentare	43.189	48.253	5.064	11,7%	2,8	3	16,1	17,6
Nord	TOTALE AMBULANTI	57.694	61.961	4.267	7,4%	2,5	2,6	21,5	22,6
Italia	Ambulanti alimentare	39.348	36.878	-2.470	-6,3%	2,5	2,2	6,7	6,2
Italia	Ambulanti non alimentare	122.518	142.761	20.243	16,5%	4	4,8	20,7	23,9
Italia	TOTALE AMBULANTI	161.866	179.639	17.773	11%	3,5	3,9	27,4	30,1

Tavola 3.6 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro (2000-2007-2012).

Regione	Totale	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var% 2000/07	Var% 2007/12	Pdv/ 10Mln Euro 2000	Pdv/ 10Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Lazio	Sede Fissa alimentare	14.424	15.616	16.927	1.192	1.311	8,3%	8,4%	12,3	10,6	11,3	27,6	28,4	30,5
Lazio	Sede Fissa non alimentare	43.968	53.619	55.059	9.651	1.440	22%	2,7%	17,6	18	23,3	84,2	97,6	99,1
Lazio	TOTALE SEDE FISSA	58.392	69.235	71.986	10.843	2.751	18,6%	4%	15,9	15,5	18,7	111,8	129,9	133,4
Marche	Sede Fissa alimentare	5.115	5.017	4.923	-98	-94	-1,9%	-1,9%	15,2	12	11,5	35	38,6	37,6
Marche	Sede Fissa non alimentare	13.350	14.100	13.722	750	-378	5,6%	-2,7%	18,2	17,1	18,4	91,4	91,8	88,8
Marche	TOTALE SEDE FISSA	18.465	19.117	18.645	652	-472	3,5%	-2,5%	17,2	15,4	15,9	126,4	130,4	126,4
Toscana	Sede Fissa alimentare	13.095	12.567	12.483	-528	-84	-4%	-0,7%	15,4	11,9	11,6	37	37,7	37
Toscana	Sede Fissa non alimentare	35.631	36.756	35.653	1.125	-1.103	3,2%	-3%	19,3	17,4	18	100,8	101	96,5
Toscana	TOTALE SEDE FISSA	48.726	49.323	48.136	597	-1.187	1,2%	-2,4%	18	15,6	15,8	137,8	138,8	133,5
Umbria	Sede Fissa alimentare	2.812	2.777	2.852	-35	75	-1,2%	2,7%	15,9	12,5	12,5	33,7	38,6	38,5
Umbria	Sede Fissa non alimentare	8.197	8.810	8.849	613	39	7,5%	0,4%	20,5	19,4	20,5	98,1	100,9	99,8
Umbria	TOTALE SEDE FISSA	11.009	11.587	11.701	578	114	5,3%	1%	19,1	17,1	17,7	131,8	139,5	138,4
Centro	Sede Fissa alimentare	35.446	35.977	37.185	531	1.208	1,5%	3,4%	14	11,3	11,5	32,1	31,2	31,8
Centro	Sede Fissa non alimentare	101.146	113.285	113.283	12.139	-2	12%	0%	18,4	17,8	20,5	91,5	98,2	97
Centro	TOTALE SEDE FISSA	136.592	149.262	150.468	12.670	1.206	9,3%	0,8%	17	15,6	17,2	123,5	129,3	128,8
Italia	Sede Fissa alimentare	218.641	220.144	218.142	1.503	-2.002	0,69%	-0,91%	16,87	13,78	13,23	38,2	37,2	36,5
Italia	Sede Fissa non alimentare	502.485	558.390	548.679	55.905	-9.711	11,13%	-1,74%	18,71	18,27	18,58	87,9	94,4	91,9
Italia	TOTALE SEDE FISSA	721.126	778.534	766.821	57.408	-11.713	7,96%	-1,50%	18,11	16,73	16,66	126,1	131,7	128,5

Tavola 3.7 - Consistenze, variazioni e densità del commercio moderno alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro (2000-2007-2012).

Regione	Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Lazio	Distribuzione moderna alimentare	1.681	2.124	2.161	443	37	26,4%	1,7%	1,4	1,4	1,4	3,2	3,9	3,9
Lazio	Distribuzione moderna non alimentare		2.708	2.998	2.708	290	-	10,7%	0	0,9	1,3	-	4,9	5,4
Lazio	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		4.832	5.159	4.832	327	-	6,8%	0	1,1	1,3	-	8,8	9,3
Marche	Distribuzione moderna alimentare	758	909	882	151	-27	19,9%	-3%	2,2	2,2	2,1	5,2	5,9	5,7
Marche	Distribuzione moderna non alimentare		729	965	729	236	-	32,3%	0	0,9	1,3	-	4,8	6,2
Marche	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		1.638	1.847	1.638	209	-	12,7%	0	1,3	1,6	-	10,7	12
Toscana	Distribuzione moderna alimentare	976	1.164	1.180	188	16	19,3%	1,4%	1,1	1,1	1,1	2,8	3,2	3,2
Toscana	Distribuzione moderna non alimentare		1.835	2.047	1.835	212	-	11,6%	0	0,9	1	-	5	5,5
Toscana	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		2.999	3.227	2.999	228	-	7,6%	0	0,9	1,1	-	8,2	8,7
Umbria	Distribuzione moderna alimentare	475	592	562	117	-30	24,6%	-5,1%	2,7	2,7	2,5	5,7	6,8	6,3
Umbria	Distribuzione moderna non alimentare		417	444	417	27	-	6,4%	0	0,9	1	-	4,8	5
Umbria	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		1.009	1.006	1.009	-3	-	-0,3%	0	1,5	1,5	-	11,6	11,4
Centro	Distribuzione moderna alimentare	3.890	4.789	4.785	899	-4	23,1%	-0,1%	1,5	1,5	1,5	3,5	4,1	4,1
Centro	Distribuzione moderna non alimentare	-	5.689	6.454	5.689	765	-	13,4%	0	0,9	1,2	-	4,9	5,5
Centro	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		10.478	11.239	10.478	761	-	7,3%	0	1,1	1,3	-	9,1	9,6
Italia	Distribuzione moderna alimentare	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,7%	1,1%	1,6	1,6	1,5	3,6	4,3	4,3
Italia	Distribuzione moderna non alimentare	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,8%	11,4%	0,8	0,9	1	3,6	4,7	5,2
Italia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA		52.929	56.341	52.929	3.412	-	6,4%	0	1,1	1,2	-	9	9,4

Tavola 3.8 - Consistenze, variazioni e densità del commercio ambulante alimentare e non alimentare nelle regioni del Centro (2007-2012).

Regione	Totali	2007	2012	Var 2000/07	Var 2007/12	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Lazio	Ambulanti alimentare	3.832	3.858	3.832	26	0,7%	2,6	2,6	7,0	6,9
Lazio	Ambulanti non alimentare	8.228	10.965	8.228	2.737	33,3%	2,8	4,6	15,0	19,7
Lazio	TOTALE AMBULANTI	12.060	14.823	12.060	2.763	22,9%	2,7	3,8	22,0	26,7
Marche	Ambulanti alimentare	690	927	690	237	34,3%	1,6	2,2	4,5	6,0
Marche	Ambulanti non alimentare	3.691	3.964	3.691	273	7,4%	4,5	5,3	24,0	25,7
Marche	TOTALE AMBULANTI	4.381	4.891	4.381	510	11,6%	3,5	4,2	28,5	31,7
Toscana	Ambulanti alimentare	2.079	2.002	2.079	-77	-3,7%	2,0	1,9	5,7	5,4
Toscana	Ambulanti non alimentare	9.473	11.113	9.473	1.640	17,3%	4,5	5,6	26,0	30,1
Toscana	TOTALE AMBULANTI	11.552	13.115	11.552	1.563	13,5%	3,6	4,3	31,8	35,5
Umbria	Ambulanti alimentare	367	366	367	-1	-0,3%	1,6	1,6	4,2	4,1
Umbria	Ambulanti non alimentare	1.429	1.764	1.429	335	23,4%	3,1	4,1	16,4	19,9
Umbria	TOTALE AMBULANTI	1.796	2.130	1.796	334	18,6%	2,7	3,2	20,6	24,0
Centro	Ambulanti alimentare	6.968	7.153	6.968	185	2,7%	2,2	2,2	6,0	6,1
Centro	Ambulanti non alimentare	22.821	27.806	22.821	4.985	21,8%	3,6	5,0	19,8	23,8
Centro	TOTALE AMBULANTI	29.789	34.959	29.789	5.170	17,4%	3,1	4,0	25,8	29,9
Italia	Ambulanti alimentare	39.348	36.878	39.348	-2.470	-6,3%	2,5	2,2	6,7	6,2
Italia	Ambulanti non alimentare	122.518	142.761	122.518	20.243	16,5%	4,0	4,8	20,7	23,9
Italia	TOTALE AMBULANTI	161.866	179.639	161.866	17.773	11,0%	3,5	3,9	27,4	30,1

Tavola 3.9 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale alimentare e non alimentare nelle regioni del Sud (2000-2007-2012).

Regione	Totale	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10 Mln Euro 2000	Pdv/10 Mln Euro 2007	Pdv/10 Mln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Abruzzo	Sede Fissa alimentare	4.668	4.839	4.765	171	-74	3,7%	-1,5%	17,8	15	14,7	36,6	36,9	36,3
Abruzzo	Sede Fissa non alimentare	12.462	14.155	13.822	1.693	-333	13,6%	-2,4%	23	23,5	20,1	97,8	108,1	105,3
Abruzzo	TOTALE SEDE FISSA	17.130	18.994	18.587	1.864	-407	10,9%	-2,1%	21,3	20,5	18,3	134,4	145	141,6
Basilicata	Sede Fissa alimentare	2.485	2.598	2.585	113	-13	4,5%	-0,5%	21,1	18,3	17,9	41	43,9	44,9
Basilicata	Sede Fissa non alimentare	5.705	6.406	6.141	701	-265	12,3%	-4,1%	28,2	29	24,2	94,2	108,3	106,6
Basilicata	TOTALE SEDE FISSA	8.190	9.004	8.726	814	-278	9,9%	-3,1%	25,6	24,8	21,9	135,3	152,3	151,4
Calabria	Sede Fissa alimentare	9.381	8.877	8.600	-504	-277	-5,4%	-3,1%	22	17,1	15,9	47,3	44,4	43,9
Calabria	Sede Fissa non alimentare	20.147	23.441	22.805	3.294	-636	16,3%	-2,7%	27,3	27,6	31	101,5	117,3	116,5
Calabria	TOTALE SEDE FISSA	29.528	32.318	31.405	2.790	-913	9,4%	-2,8%	25,3	23,6	24,6	148,8	161,7	160,4
Campania	Sede Fissa alimentare	28.922	29.379	28.894	457	-485	1,6%	-1,7%	24,1	19,4	17,9	51,1	50,7	50,1
Campania	Sede Fissa non alimentare	55.932	69.021	68.828	13.089	-193	23,4%	-0,3%	28,7	30,4	34,8	98,8	119,2	119,3
Campania	TOTALE SEDE FISSA	84.854	98.400	97.722	13.546	-678	16%	-0,7%	26,9	26	27,2	149,8	169,9	169,4
Molise	Sede Fissa alimentare	1.538	1.514	1.502	-24	-12	-1,6%	-0,8%	23	18,3	17,3	47,3	47,3	47,9
Molise	Sede Fissa non alimentare	3.136	3.462	3.237	326	-225	10,4%	-6,5%	23,9	23,2	21,6	96,5	108,2	103,3
Molise	TOTALE SEDE FISSA	4.674	4.976	4.739	302	-237	6,5%	-4,8%	23,6	21,4	20	143,9	155,5	151,2
Puglia	Sede Fissa alimentare	14.757	15.859	15.947	1.102	88	7,5%	0,6%	17,3	15,2	15	37,5	39	39,4
Puglia	Sede Fissa non alimentare	35.280	42.797	41.732	7.517	-1.065	21,3%	-2,5%	23,3	24,9	24,1	89,7	105,2	103
Puglia	TOTALE SEDE FISSA	50.037	58.656	57.679	8.619	-977	17,2%	-1,7%	21,2	21,2	20,6	127,2	144,1	142,4
Sardegna	Sede Fissa alimentare	8.404	7.800	7.457	-604	-343	-7,2%	-4,4%	24,3	18,5	17,6	52	47	45,5
Sardegna	Sede Fissa non alimentare	15.185	18.136	17.585	2.951	-551	19,4%	-3%	22,6	24,1	25,2	94	109,3	107,2
Sardegna	TOTALE SEDE FISSA	23.589	25.936	25.042	2.347	-894	9,9%	-3,4%	23,2	22,1	22,3	146	156,3	152,7
Sicilia	Sede Fissa alimentare	19.529	19.344	17.823	-185	-1521	-0,9%	-7,9%	18,3	15,1	13,1	38,7	38,6	35,6
Sicilia	Sede Fissa non alimentare	45.426	52.779	51.222	7.353	-1.557	16,2%	-3%	24,9	25,7	27,5	90,1	105,4	102,4
Sicilia	TOTALE SEDE FISSA	64.955	72.123	69.045	7.168	-3.078	11%	-4,3%	22,4	21,6	21,5	128,8	144	138,1
Sud	Sede Fissa alimentare	89.684	90.210	87.573	526	-2.637	0,6%	-2,9%	20,7	16,9	15,8	43,9	43,5	42,5
Sud	Sede Fissa non alimentare	193.273	230.197	225.372	36.924	-4.825	19,1%	-2,1%	25,5	26,7	27,8	94,5	110,9	109,3
Sud	TOTALE SEDE FISSA	282.957	320.407	312.945	37.450	-7.462	13,2%	-2,3%	23,7	23	22,9	138,4	154,4	151,8
Italia	Sede Fissa alimentare	218.641	220.144	218.142	1.503	-2.002	0,7%	-0,9%	16,9	13,8	13,2	38,2	37,2	36,5
Italia	Sede Fissa non alimentare	502.485	558.390	548.679	55.905	-9.711	11,13%	-1,74%	18,7	18,3	18,6	87,9	94,4	91,9
Italia	TOTALE SEDE FISSA	721.126	778.534	766.821	57.408	-11.713	8%	-1,5%	55,6	48,7	46,5	126,1	131,7	128,5

Tavola 3.10 - Consistenze, variazioni e densità del commercio moderno alimentare e non alimentare nelle regioni del Sud (2000-2007-2012).

Regione	Totale	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var% 2000/07	Var% 2007/12	Pdv/ 10Mln Euro 2000	Pdv/ 10Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Abruzzo	Distribuzione moderna alimentare	499	591	596	92	5	18,4%	0,8%	1,9	1,8	1,8	3,9	4,5	4,5
Abruzzo	Distribuzione moderna non alimentare	-	687	797	687	110	-	16%	0	1,1	1,2	-	5,2	6,1
Abruzzo	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	1.278	1.393	1.278	115	-	9%	0	1,4	1,4	-	9,8	10,6
Basilicata	Distribuzione moderna alimentare	303	352	377	49	25	16,2%	7,1%	2,6	2,5	2,6	5	6	6,5
Basilicata	Distribuzione moderna non alimentare	-	214	238	214	24	-	11%	0	1	0,9	-	3,6	4,1
Basilicata	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	566	615	566	49	-	8,6%	0	1,6	1,5	-	9,6	10,7
Calabria	Distribuzione moderna alimentare	877	1.088	1.030	211	-58	24,1%	-5,3%	2,1	2,1	1,9	4,4	5,4	5,3
Calabria	Distribuzione moderna non alimentare	-	834	961	834	127	-	15,2%	0	1	1,3	-	4,2	4,9
Calabria	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	1.922	1.991	1.922	69	-	3,6%	0	1,4	1,6	-	9,6	10,2
Campania	Distribuzione moderna alimentare	1.489	1.854	2.208	365	354	24,5%	19,1%	1,2	1,2	1,4	2,6	3,2	3,8
Campania	Distribuzione moderna non alimentare	-	1.941	2.133	1.941	192	-	9,9%	0	0,9	1,1	-	3,4	3,7
Campania	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	3.795	4.341	3.795	546	-	14,4%	0	1	1,2	-	6,6	7,5
Molise	Distribuzione moderna alimentare	108	136	124	28	-12	25,9%	-8,8%	1,6	1,6	1,4	3,3	4,2	4
Molise	Distribuzione moderna non alimentare	-	174	195	174	21	-	11,9%	0	1,2	1,3	-	5,4	6,2
Molise	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	310	319	310	9	-	2,8%	0	1,3	1,3	-	9,7	10,2
Puglia	Distribuzione moderna alimentare	1.774	2.089	1.996	315	-93	17,8%	-4,5%	2,1	2	1,9	4,5	5,1	4,9
Puglia	Distribuzione moderna non alimentare	-	1.627	1.881	1.627	254	-	15,6%	0	0,9	1,1	-	4	4,6
Puglia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	3.716	3.877	3.716	161	-	4,3%	0	1,3	1,4	-	9,1	9,6
Sardegna	Distribuzione moderna alimentare	1.172	1.466	1.270	294	-196	25,1%	-13,4%	3,4	3,5	3	7,3	8,8	7,7
Sardegna	Distribuzione moderna non alimentare	-	773	943	773	170	-	21,9%	0	1	1,4	-	4,7	5,7
Sardegna	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	2.239	2.213	2.239	-26	-	-1,2%	0	1,9	2	-	13,5	13,5
Sicilia	Distribuzione moderna alimentare	1.730	2.152	2.354	422	202	24,4%	9,4%	1,6	1,7	1,7	3,4	4,3	4,7
Sicilia	Distribuzione moderna non alimentare	-	2311	2606	2.311	295	-	12,8%	0	1,1	1,4	-	4,6	5,2
Sicilia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	4.463	4.960	4.463	497	-	11,1%	0	1,3	1,5	-	8,9	9,9
Sud	Distribuzione moderna alimentare	7.952	9.728	9.955	1.776	227	22,3%	2,3%	1,8	1,8	1,8	3,9	4,7	4,8
Sud	Distribuzione moderna non alimentare	-	8.561	9.754	8.561	1.193	-	13,9%	0	1	1,2	-	4,1	4,7
Sud	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	18.289	19.709	18.289	1.420	-	7,8%	0	1,3	1,4	-	8,8	9,6
Italia	Distribuzione moderna alimentare	20.760	25.274	25.543	4.514	269	21,7%	1,1%	1,6	1,6	1,5	3,6	4,3	4,3
Italia	Distribuzione moderna non alimentare	20.667	27.655	30.798	6.988	3.143	33,8%	11,4%	0,8	0,9	1	3,6	4,7	5,2
Italia	TOTALE DISTRIBUZIONE MODERNA	-	52.929	56.341	52.929	3.412	-	6,4%	0	0,8	0,9	-	9	9,4

Tavola 3.11 - Consistenze, variazioni e densità del commercio ambulante alimentare e non alimentare nelle regioni del Sud (2007-2012).

Regione	Totale	2007	2012	Var 2007/12	Var % 2007/12	Pdv/10 Mln Euro 2007	Pdv/10 Mln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Abruzzo	Ambulanti alimentare	956	907	-49	-5,1%	3	2,8	7,3	6,9
Abruzzo	Ambulanti non alimentare	2.844	3.398	554	19,5%	4,7	4,9	21,7	25,9
Abruzzo	TOTALE AMBULANTI	3.800	4.305	505	13,3%	4,1	4,2	29	32,8
Basilicata	Ambulanti alimentare	476	404	-72	-15,1%	3,4	2,8	8	7
Basilicata	Ambulanti non alimentare	783	793	10	1,3%	3,5	3,1	13,2	13,8
Basilicata	TOTALE AMBULANTI	1.259	1.197	-62	-4,9%	3,5	3	21,3	20,8
Calabria	Ambulanti alimentare	1.492	1.308	-184	-12,3%	2,9	2,4	7,5	6,7
Calabria	Ambulanti non alimentare	6.492	7.802	1.310	20,2%	7,7	10,6	32,5	39,8
Calabria	TOTALE AMBULANTI	7.984	9.110	1.126	14,1%	5,8	7,1	40	46,5
Campania	Ambulanti alimentare	4.099	3.888	-211	-5,1%	2,7	2,4	7,1	6,7
Campania	Ambulanti non alimentare	15.638	19.666	4.028	25,8%	6,9	10	27	34,1
Campania	TOTALE AMBULANTI	19.737	23.554	3.817	19,3%	5,2	6,6	34,1	40,8
Molise	Ambulanti alimentare	212	203	-9	-4,2%	2,6	2,3	6,6	6,5
Molise	Ambulanti non alimentare	550	570	20	3,6%	3,7	3,8	17,2	18,2
Molise	TOTALE AMBULANTI	762	773	11	1,4%	3,3	3,3	23,8	24,7
Puglia	Ambulanti alimentare	4.663	4.227	-436	-9,4%	4,5	4	11,5	10,4
Puglia	Ambulanti non alimentare	10.702	11.860	1.158	10,8%	6,2	6,8	26,3	29,3
Puglia	TOTALE AMBULANTI	15.365	16.087	722	4,7%	5,6	5,8	37,8	39,7
Sardegna	Ambulanti alimentare	1.285	1.136	-149	-11,6%	3,1	2,7	7,7	6,9
Sardegna	Ambulanti non alimentare	5.225	5.771	546	10,4%	7	8,3	31,5	35,2
Sardegna	TOTALE AMBULANTI	6.510	6.907	397	6,1%	5,6	6,2	39,2	42,1
Sicilia	Ambulanti alimentare	4.692	3.944	-748	-15,9%	3,7	2,9	9,4	7,9
Sicilia	Ambulanti non alimentare	14.274	16.842	2.568	18%	6,9	9	28,5	33,7
Sicilia	TOTALE AMBULANTI	18.966	20.786	1.820	9,6%	5,7	6,5	37,9	41,6
Sud	Ambulanti alimentare	17.875	16.017	-1.858	-10,4%	3,4	2,9	8,6	7,8
Sud	Ambulanti non alimentare	56.508	66.702	10.194	18%	6,6	8,2	27,2	32,3
Sud	TOTALE AMBULANTI	74.383	82.719	8.336	11,2%	5,3	6,1	35,9	40,1
Italia	Ambulanti alimentare	39.348	36.878	-2.470	-6,3%	2,5	2,2	6,7	6,2
Italia	Ambulanti non alimentare	122.518	142.761	20.243	16,5%	4	4,8	20,7	23,9
Italia	TOTALE AMBULANTI	161.866	179.639	17.773	11%	3,5	3,9	27,4	30,1

4 - Le dinamiche della rete: un approfondimento regionale

Abruzzo

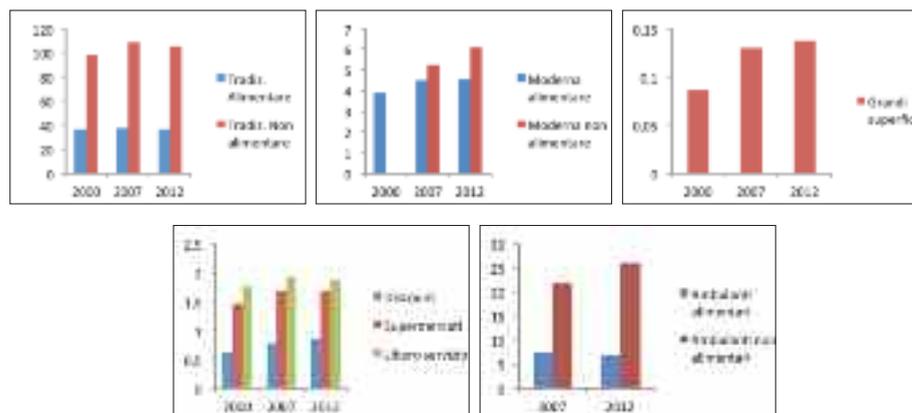
ABRUZZO		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	18,4%	0,8%
Moderno non alimentare	-	16%
Tradizionale alimentare	3,7%	-1,5%
Tradizionale non alimentare	13,6%	-2,4%
Ambulanti alimentare	-	-5,1%
Ambulanti non alimentare	-	-19,5%

L'Abruzzo presenta una struttura più allineata alle regioni del Centro che del Sud, condizione che sembra rispecchiare la prossimità geografica a tali regioni piuttosto che a quelle del meridione. Il numero di esercizi per 10 mila abitanti del non alimentare tradizionale è leggermente superiore a 100, che rappresenta una sorta di livello soglia che differenzia le regioni del Centro da quelle del Sud. La densità dell'alimentare è molto inferiore a 40, anche questa da considerarsi come soglia limite (Tavola 4.1 e Figura 4.1). Se si esclude un lieve aumento nel non alimentare, nel tradizionale la densità restano stazionarie nei due periodi.

67

Figura 4.1.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Abruzzo. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



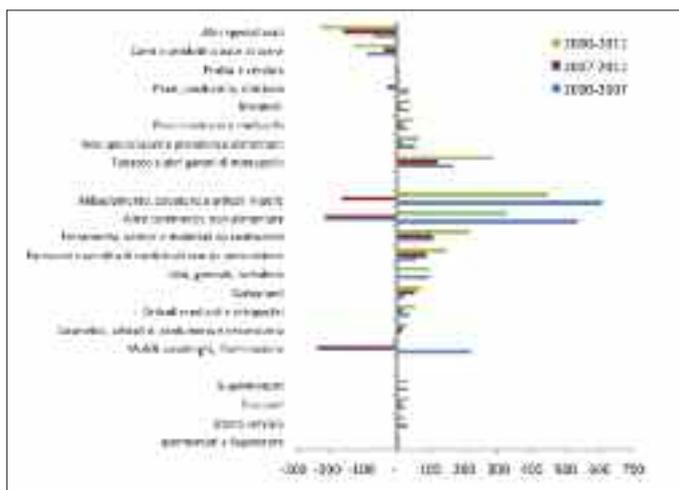
Al contrario nel commercio moderno è evidente un trend in forte aumento, la densità nell'alimentare (4,5) si trova a metà strada tra 5, che può essere considerato un valore soglia per il Sud e 4, che è il valore soglia per il Centro-Nord. La densità del non alimentare (6,1) è superiore alla media nazionale (5,2). La densità delle grandi superfici (ipermercati e superstore) è molto superiore alla media Sud, mentre quella delle piccole superfici è viceversa inferiore. Discount e supermercati sono allineati alla media della macroarea. La densità del commercio ambulante è parecchio inferiore rispetto alla media del Sud sia nell'alimentare sia nel non alimentare.

Tra le specializzazioni dell'alimentare tradizionale (Tavola 4.1 e Figura 4.2), le maggiori contrazioni nei due periodi riguardano le carni (-9,1% e -4,5%) e gli altri specializzati (-14,5% e -39,1%), mentre i maggiori aumenti sono relativi a bevande (54,7% e 8,1%) e tabacchi (+33,0% e +17,7%). Nel non alimentare si nota un saldo positivo consistente dell'abbigliamento nel precrisi (+16,9%), che diventa però negativo nel periodo successivo (-3,9%), e un aumento delle unità di articoli medicali in entrambi i periodi (+50,0% e +18,1%). Aumentano anche ferramenta (+11,1% e +9,5%) e farmacie (+13,2% e +17,2%), mentre per i mobili il saldo totale nell'arco temporale considerato è quasi nullo (+20,3% e -18,3%).

Per contro, cresce la distribuzione moderna alimentare e c'è anche un aumento consistente nel non alimentare nel periodo della crisi. Nell'alimentare aumentano le grandi superfici (+54,5% e +5,9%) e i discount (+29,5% e +8,9%), mentre sono in linea con la media i supermercati (+17,6% e +0,5%). Il libero servizio cresce più debolmente e decresce lievemente fra il 2007 e il 2012 (+13,5% vs. -2,4%).

Figura 4.2.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Abruzzo: 2000-2007; 2007-2012 e 2000-2012.

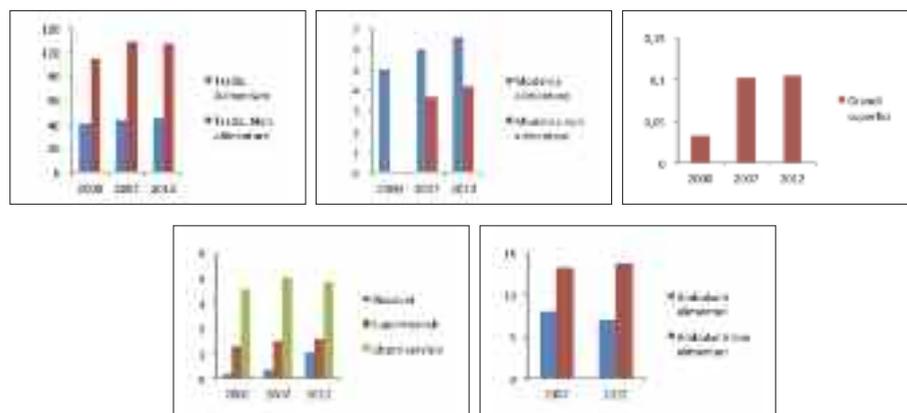


Basilicata

BASILICATA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	16,2%	7,1%
Moderno non alimentare	-	11%
Tradizionale alimentare	4,5%	-0,5%
Tradizionale non alimentare	12,3%	-4,1%
Ambulanti alimentare	-	-15,1%
Ambulanti non alimentare	-	1,3%

La Basilicata ha una struttura del commercio abbastanza allineata alle regioni del Sud (Tavola 4.2 e Figura 4.3). Per quanto riguarda il tradizionale alimentare presenta valori superiori alla soglia 40 e in aumento dal 2000 al 2012. La densità del tradizionale non alimentare è anche piuttosto elevata, anche se non supera di molto le 100 unità. Viceversa il commercio moderno alimentare è molto cresciuto e al 2012 presenta un indicatore di densità abbastanza elevato rispetto alla media del Sud (già di per sé elevata). Il trend sul non alimentare moderno appare più statico dal 2007 al 2012, e il valore si posiziona invece al di sotto della media del Sud. Come nelle altre regioni meridionali, la densità dell'alimentare moderno supera quella del non alimentare.

Figura 4.3.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Basilicata. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

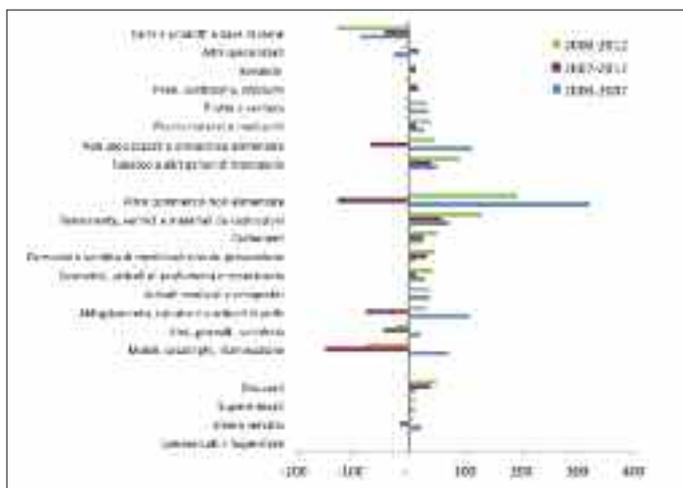


La densità delle grandi superfici è nella media rispetto alle altre regioni del Sud mentre appare elevatissima quella delle piccole superfici a libero servizio. Ciò probabilmente incide sulla densità del commercio ambulante, decisamente inferiore alla media del Sud e tra le più basse d'Italia. Discount e supermercati sono allineati alla media della macroarea.

Tra le specializzazioni dell'alimentare (Tavola 4.2 e Figura 4.4) si riscontra una contrazione per le carni (-12,7% e -7,1%) e per gli altri specializzati nel primo periodo (-20,5% e +16,8%) mentre il resto delle variazioni è tutto in positivo. In particolare, è cresciuta la specializzazione del pesce (+31,0% e +11,8%) e dei tabacchi (+19,7% e +13,2%). È aumentata in maniera considerevole, ma solo nel primo dei due periodi, la specializzazione frutta e verdura (+17,2% e -1,2%). Viceversa sono aumentate, ma solo fra il 2007 e il 2012 le specializzazioni pane (-1,3% e +20,3%) e bevande (+8,0% e +44,4%). Per il non alimentare tradizionale gli aumenti sono tutti abbastanza nella media, eccetto per gli articoli medicali (+135,7% e -1,5%) che esplodono nel primo dei due periodi, e i cosmetici (+16,1% e +6,0%). L'abbigliamento (+6,6% e -4,3%) presenta un andamento in linea con il ciclo economico, mentre si riducono gli specializzati nei mobili (+11,6% e -21,2%) e nei libri (+5,6% e -10,6%).

Figura 4.4.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Basilicata: 2000-2007; 2007-2012 e 2000-2012.



Come già evidente dall'analisi delle densità, l'alimentare moderno cresce significativamente. Aumentano nel primo periodo le grandi superfici (+200% e +0%) mentre i discount crescono si può dire esponenzialmente nei 12 anni considerati (+133,3% e +181).

Calabria

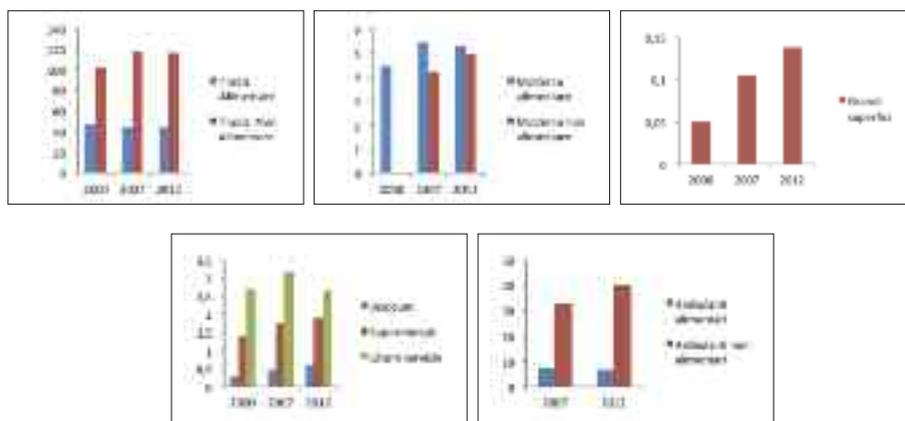
CALABRIA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	24,1%	-5,3%
Moderno non alimentare	-	15,2%
Tradizionale alimentare	-5,4%	-3,1%
Tradizionale non alimentare	16,3%	-2,7%
Ambulanti alimentare	-	-12,3%
Ambulanti non alimentare	-	20,2%

La Calabria ha una struttura distributiva allineata alle regioni del Sud (Tavola 4.3 e Figura 4.5). L'indicatore di densità rispetto alla popolazione è al di sopra della soglia delle 40 unità per il tradizionale alimentare, che risulta tuttavia in calo. Quello del non alimentare tradizionale supera di molto la soglia delle 100 unità. Nell'alimentare moderno l'indicatore supera la soglia del 5 e il non alimentare si trova in linea con la media del Sud. Come nelle altre regioni del Sud, la densità dell'alimentare moderno supera quella del non alimentare.

Figura 4.5.

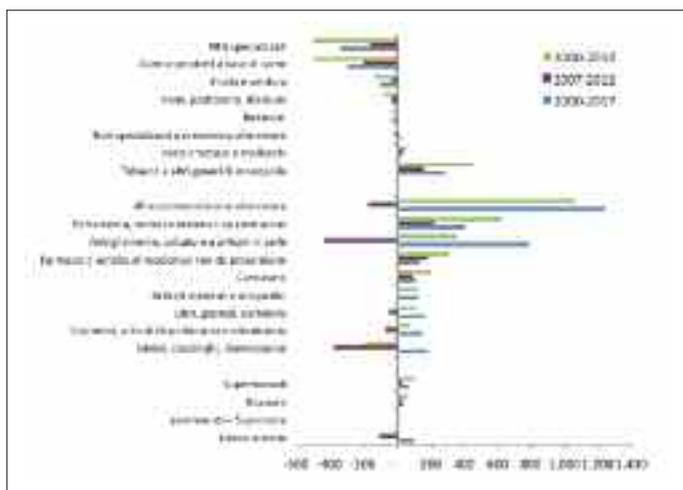
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Calabria. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



La densità delle grandi superfici è superiore alla media rispetto alle altre regioni del Sud, mentre appaiono abbastanza fitte sia le piccole superfici a libero servizio, queste ultime in calo dopo il 2007, sia il commercio ambulante. Discount e supermercati sono allineati alla media della macroarea.

Figura 4.6.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Calabria: 2000-2007; 2007-2012 e 2000-2012.



In Calabria il tradizionale alimentare mostra un trend in forte decrescita (Tabella 4.3 e Figura 4.6). Tutte le specializzazioni ad eccezione dei tabacchi (+45,6% e +16,7%) e del pesce (+5,5% e +7,7%) presentano saldi molto negativi. Variazioni negative importanti per carni (-14,3% e -11,2%), frutta e verdura (-10,0% e -3,8%) e panificati (-8,9% e -8,4%), mentre decrescono considerevolmente anche le bevande (-27,5% e -1,1%), in crescita quasi ovunque nelle altre regioni, e gli altri specializzati (-40,7% e -32,1%).

Con riferimento al non alimentare aumentano, soprattutto nel primo periodo, articoli medicali (+92,7% e +0,4%), ferramenta (+20,9% e +9,2%), farmacie (+19,0% e +21,4%) e anche i carburanti (+15,9% e +10,9%). Le altre specializzazioni si muovono in linea con il ciclo economico, segnando saldi positivi nel primo settennio e negativi nel secondo.

La distribuzione moderna è cresciuta parecchio con le grandi superfici (+110,0% e +28,6%) e i discount (+66,1% e +26,9%). I supermercati sono allineati al ciclo mentre si azzerava la crescita del primo periodo relativa al libero servizio (+17,5% e -17,5%).

Campania

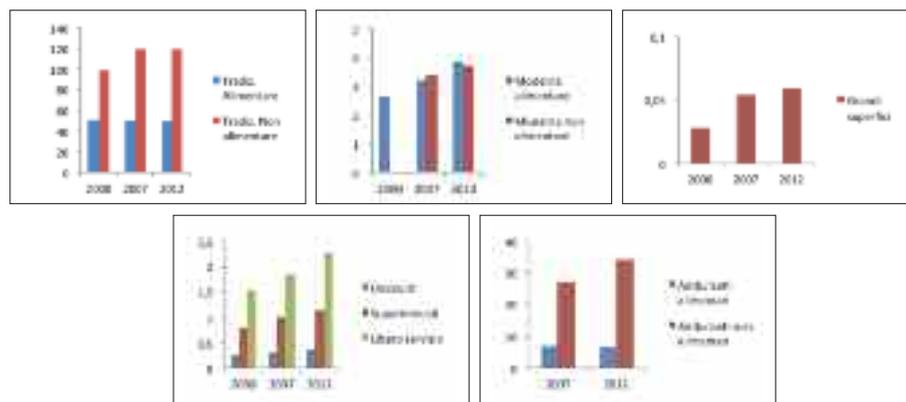
CAMPANIA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	24,5%	19,1%
Moderno non alimentare	-	9,9%
Tradizionale alimentare	1,6%	-1,7%
Tradizionale non alimentare	23,4%	-0,3%
Ambulanti alimentare	-	-5,1%
Ambulanti non alimentare	-	25,8%

La Campania presenta una struttura commerciale allineata alle regioni del Sud (Tavola 4.4 e Figura 4.7). L'indicatore di densità del tradizionale alimentare è abbondantemente superiore alla soglia di 40 e quello del tradizionale non alimentare è molto superiore alla soglia di 100. Le densità del commercio tradizionale in Campania sono infatti le più elevate d'Italia. Se le densità del tradizionale alimentare sembrano stabili, quelle del non alimentare sono in crescita, ma a tassi inferiori alla media delle altre regioni del Sud. Anche in Campania, come nelle altre regioni del Sud, la densità dell'alimentare moderno supera, anche se di poco, quella del non alimentare.

La densità delle grandi superfici è inferiore alla media delle altre regioni del Sud, infatti è tra le più basse del Paese. È molto fitta la rete di piccole superfici e appare anche molto elevata la densità del commercio ambulante. Sia le piccole superfici a libero servizio sia il commercio ambulante mostrano un trend in crescita dopo il 2007. Discount e supermercati sono invece allineati alla media della macroarea.

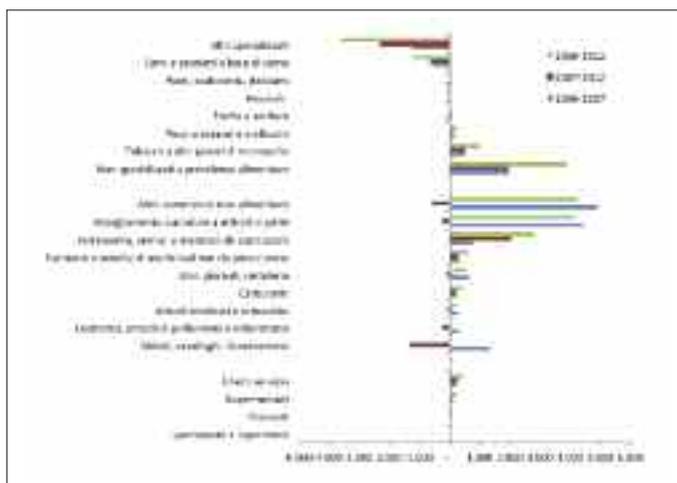
Figura 4.7.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Campania. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



Tra le specializzazioni dell'alimentare (Tavola 4.4 e Figura 4.8) presentano un saldo negativo le carni (-8,1% e -10,7%) e gli altri specializzati (-22,8% e -54,1%). Decrescono, ma solo nella prima parte del periodo considerato, le bevande (-13,8% e +1,4%) e i panificati (-9,0% e +1,4%). Crescono invece i non specializzati alimentari (+26,7% e +20,2%), i tabacchi (+21,9% e +18,2%) e il pesce (+11,5% e +3,6%). Nel commercio non alimentare aumentano sia nella prima fase sia nella seconda le ferramenta (+18,5% e +42,5%), le farmacie (+23,5% e +14,4%) e i carburanti (+11,4% e +8,5%). Aumentano, ma solo nella prima fase del ciclo, gli articoli medicali (+69,5% e -11,7%), l'abbigliamento (+26,3% e -1,3%) e i libri (+16,5% e -2,3%). Infine, presentano un saldo nullo sui dodici anni i cosmetici (+10,3% e -8,7%) e i mobili (+22,0% e -18,7%).

Figura 4.8.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Campania: 2000-2007; 2007-2012 e 2000-2012.



L'alimentare moderno presenta una crescita molto consistente. Le grandi superfici raddoppiano tra il primo e il secondo periodo, con una crescita tutta concentrata nel primo (+93,8% e +9,7%), aumentano i supermercati (+30,4% e +10,9%) i discount, anche se meno proporzionalmente che altrove (+15,9% e +24,6%). Crescono anche le unità del libero servizio che tuttavia presentavano delle densità molto ridotte (+21,7% e +23,0%). Da notare che, nonostante la crescita, la densità del commercio moderno è ancora molto bassa.

Emilia-Romagna

L'Emilia-Romagna presenta una struttura del commercio allineata alle regioni del Nord (Tavola 4.5 e Figura 4.9). La densità per abitante della distribuzione tradizionale alimentare è al di sotto del valore di 30 unità e il non alimentare è abbondantemente sotto le 100 unità, attestandosi intorno a 80. Inoltre entrambi gli indicatori di densità evidenziano un trend in decrescita.

EMILIA-ROMAGNA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	21,3%	-5,5%
Moderno non alimentare	-	6,6%
Tradizionale alimentare	-3,8%	1%
Tradizionale non alimentare	3,5%	-2%
Ambulanti alimentare	-	-4,9%
Ambulanti non alimentare	-	8,6%

Figura 4.9.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Emilia-Romagna. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

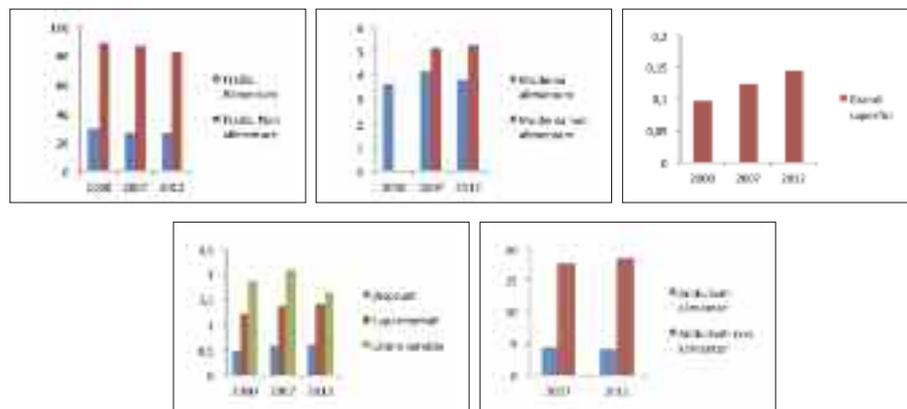
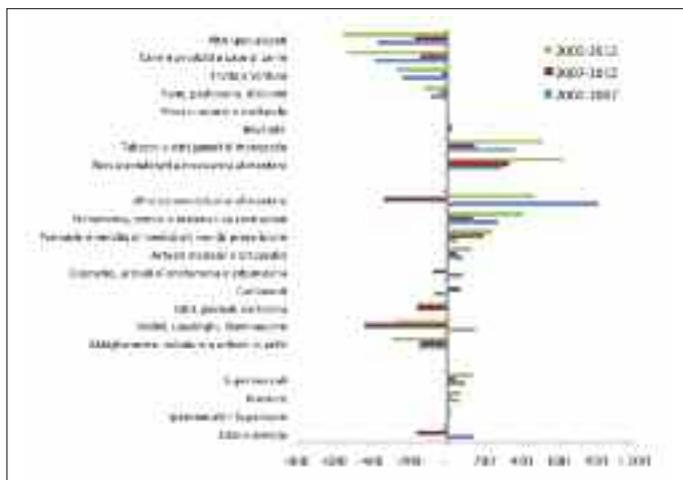


Figura 4.10.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Emilia-Romagna: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



La densità delle grandi superfici è un po' inferiore alla media del Nord, mentre quella delle piccole superfici moderne è allineata e mostra un trend in decrescita. Similmente commercio ambulante, discount e supermercati sono allineati alla media della macro-area.

All'opposto la distribuzione moderna alimentare è in aumento e al 2012 presenta una densità inferiore a 4 unità. Anche la distribuzione moderna non alimentare mostra un trend in crescita e una densità di poco superiore a 5 unità. Entrambi questi valori sono perfettamente allineati alla media delle regioni del Nord.

Le specializzazioni alimentari (Tavola 4.5 e Figura 4.10) che decrescono nettamente in entrambi i periodi sono le carni (-19,5% e -9,0%) e gli altri specializzati (-30,5% e -20,4%). Decrescono anche la frutta e verdura (-15,2% e -2,3%) e il pane (-10,4% e -4,3%). Il pesce resta grossomodo invariato mentre aumentano bevande (+3,7% e +9,3%), despecializzati alimentari (+9,0% e +9,4%) e tabacchi (+16,6% e +5,7%).

Le specializzazioni non alimentari mostrano un lieve incremento nel primo periodo e una riduzione nel secondo. Aumentano gli articoli medicali (+25,0% e +10,7%), i ferramenta (+13,4% e +5,8%) e le farmacie (+4,4% e +16,1%). Nel primo periodo aumentano anche le altre specializzazioni (+7,1% e -2,8%), mentre per cosmetici (+4,9% e -4,4%) e carburanti (-3,7 e +3,8) il saldo sul periodo complessivo è prossimo allo zero. Mobili (+5,7% e -15,7%) e libri (+0,2% e -4,9%) presentano invece una variazione complessiva negativa.

La distribuzione alimentare moderna cresce in tutti i formati fra il primo e il

secondo periodo: le grandi superfici in particolare (+36,8% e +21,2%), i supermercati (+20,0% e +7,2%) e i discount (+31,4% e +6,9%). Le unità a libero servizio presentano invece un saldo prossimo a zero.

Friuli-Venezia Giulia

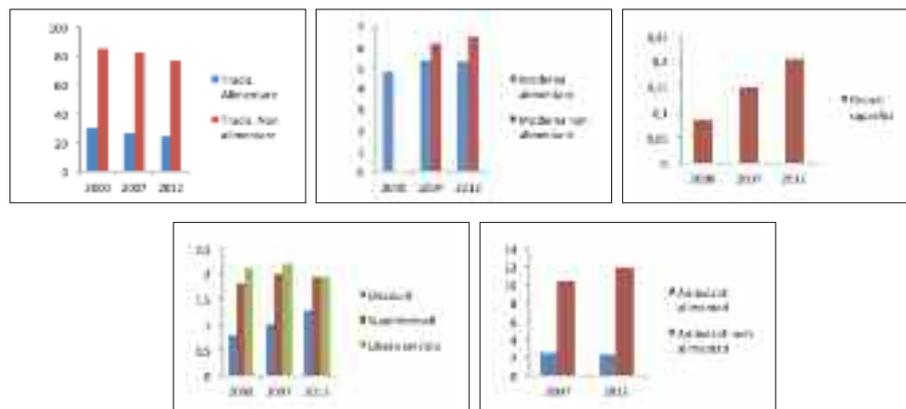
FRIULI-VENEZIA GIULIA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	14,3%	0,2%
Moderno non alimentare	-	5,5%
Tradizionale alimentare	-12,4%	-7%
Tradizionale non alimentare	-1,1%	-6,7%
Ambulanti alimentare	-	-7,2%
Ambulanti non alimentare	-	15,5%

Il Friuli-Venezia Giulia ha una struttura distributiva allineata alle regioni del Nord (Tavola 4.6 e Figura 4.11). Gli indicatori di densità del commercio alimentare tradizionale sono nettamente al di sotto delle soglie delle regioni del Centro (30) e del Sud (40). Il tradizionale non alimentare presenta un indicatore addirittura inferiore alle 80 unità, abbondantemente al di sotto della soglia di 100 identificata per le regioni del Centro-Sud. Inoltre il trend appare in diminuzione. Le densità del commercio moderno sono, per contro, in ascesa e più elevate di una unità rispetto alla media del Nord, sia per l'alimentare sia per il non alimentare.

Figura 4.11.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Friuli-Venezia Giulia. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



Le specializzazioni dell'alimentare sono in calo (Tavola 4.6 e Figura 4.12). Nei due periodi diminuiscono carni (-26,0% e -14,5%), frutta e verdura (-30,5% e -7,1%) e gli altri specializzati (-34,5% e -18,7%), comparti dove si concentrano le maggiori riduzioni.

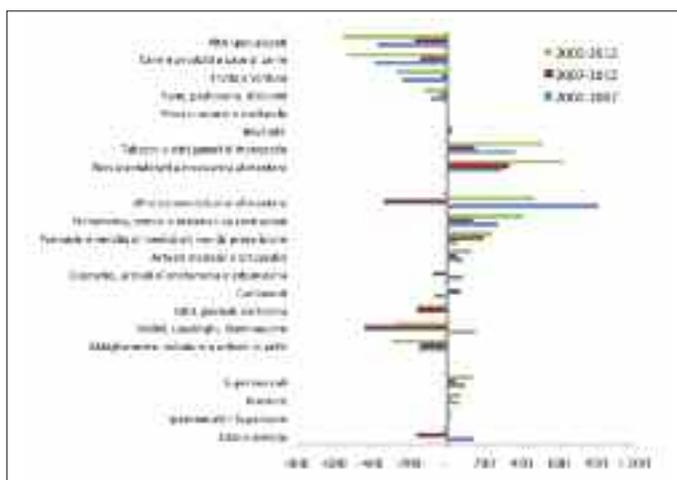
La densità delle grandi superfici è alta, così come risulta superiore alla media dell'area quella dei discount, dei supermercati e delle superfici a libero servizio. La densità del commercio ambulante è invece abbastanza bassa.

Si riducono poco, nel complesso, le unità specializzate nel pesce (-10,3% e +3,8%), nei panificati (-0,8% e -8,3%) e i despecializzati alimentari (-1,0% e -8,4%), mentre restano più o meno invariati o variano poco in positivo le bevande (+7,3% e +1,1%) e i tabacchi (0,0% e +1,8%). Tra le specializzazioni del non alimentare aumentano gli articoli medicali (+29,4% e +10,2%) e leggermente, dopo il 2007, i carburanti (+1,6% e +6,5%) e le farmacie (+1,9% e +9,7%), mentre si riducono fortemente l'abbigliamento (-9,3% e -7,9%) e i mobili (-6,1% e -14,0%); le categorie di libri (+0,9% e -12,3%) e altri specializzati nel non alimentare (+5,9% e -9,1%) decrescono solo nel periodo della crisi. Tutte le altre specializzazioni presentano saldi positivi trascurabili.

Il commercio moderno aumenta sia nell'alimentare sia nel non alimentare. I formati a crescita più elevata sono le grandi superfici (+80,0% e +38,9%) e i discount (+29,5% e +25,2%). I supermercati aumentano modestamente solo nel primo dei due periodi (+13,1% e -2,5%) mentre il libero servizio presenta un saldo complessivo negativo (+6,8% e -11,7%).

Figura 4.12.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Friuli-Venezia Giulia: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



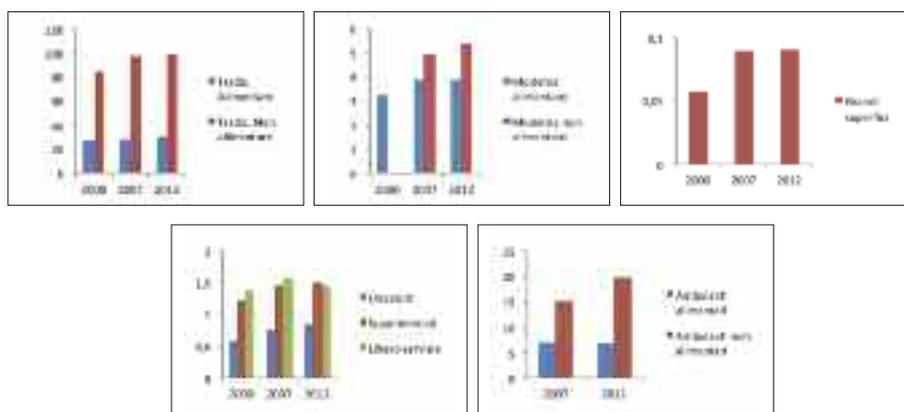
Lazio

LAZIO

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	26,4%	1,7%
Moderno non alimentare		10,7%
Tradizionale alimentare	8,3%	8,4%
Tradizionale non alimentare	22%	2,7%
Ambulanti alimentare	-	0,7%
Ambulanti non alimentare	-	33,3%

Il Lazio presenta una struttura del commercio tipica delle regioni del Centro, a metà strada, si può dire, tra Sud e Nord (Tavola 4.7 e Figura 4.13). La densità del tradizionale alimentare è molto inferiore alla soglia delle regioni del Sud (40), ma è più elevata della media del Nord. Inoltre nel tradizionale non alimentare si sfiora la soglia delle 100 unità, tipica delle regioni del Sud, mentre si è ben lontani dalle densità del Nord. I trend sia del tradizionale alimentare sia di quello non alimentare sono in crescita: anche questa una caratteristica delle regioni del Sud. Per contro le densità del commercio moderno si presentano in crescita in entrambi i comparti e allineate alle soglie del Nord per quanto riguarda sia l'alimentare sia il non alimentare.

Figura 4.13.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare nel Lazio. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



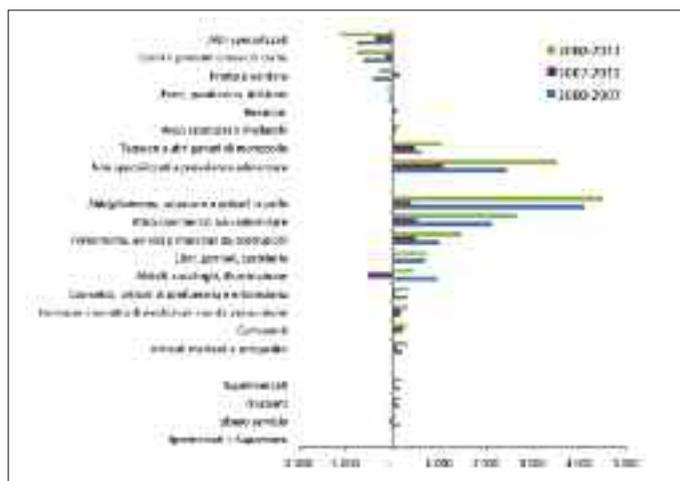
La densità delle grandi superfici è più bassa nel Lazio rispetto alla media dell'area, mentre risultano essere allineate tutte le altre.

Nel Lazio le specializzazioni del tradizionale alimentare presentano un saldo positivo, tuttavia esistono delle compensazioni interne (Tavola 4.7 e Figura 4.14). Tra le specializzazioni alimentari sono in calo le carni (-20% e -5,6%), gli altri specializzati (-37% e -27,2%) e la frutta e verdura (-15,9%, ma poi +6%). Si presentano in lieve crescita, ma solo nel secondo periodo, le bevande (-6,3% e +19,8%), mentre sono in crescita soprattutto i despecializzati a prevalenza alimentare (+86,5% e +20,3%), i tabacchi (+34,3% e +18,9%) e il pesce (+11% e +10,2%).

Le specializzazioni del non alimentare presentano quasi tutte un saldo molto positivo nei due periodi. La crescita non è ovviamente la medesima, soprattutto nelle categorie con numeriche più elevate, che sono l'abbigliamento (+38,9% e +2,7%) e gli altri specializzati non alimentari (+12,4% e +2,7%), ma perdura anche nel postcrisi. In particolare crescono i medicali (+90,7% e +17,1%), i ferramenta (+34,2% e +12,4%), i libri (+19,7% e +0,6%), i cosmetici (+15,7% e +2,5%), le farmacie (+11,9% e +12,1%) e i carburanti (+3% e +9%). L'unica categoria che nel secondo periodo presenta una flessione è quella dei mobili (+25,9% e -11,1%). Il commercio moderno si presenta anche in crescita, ma soprattutto nel primo dei due periodi. Le grandi superfici (+63,3% e +2%), i discount (+38,4% e +13,4%) e i supermercati (+26,3% e +4,5%) aumentano in entrambi i periodi. Il libero servizio è l'unico formato che decresce nel secondo periodo (+19,8% e -6,5%).

Figura 4.14.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno nel Lazio: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Liguria

LIGURIA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	24,7%	2,3%
Moderno non alimentare		11,1%
Tradizionale alimentare	-5,7%	-1%
Tradizionale non alimentare	7,9%	-3,9%
Ambulanti alimentare	-	-8,8%
Ambulanti non alimentare	-	17,2%

Come si è già avuto modo di sottolineare, pur essendo una regione del Nord, la Liguria presenta una struttura del commercio più simile alle regioni del Sud (Tavola 4.8 e Figura 4.15). Gli indicatori di densità del commercio tradizionale, sia alimentare sia non alimentare, sono entrambi al di sopra delle soglie identificate per le regioni del Sud, rispettivamente 40 e 100. Inoltre i trend del tradizionale sono in ascesa. In parallelo si è comunque sviluppato anche il commercio moderno. Con riferimento al moderno alimentare, le unità per 10 mila abitanti sono quasi 5: un dato più simile alle regioni del Sud. Mentre è nella norma la densità del moderno non alimentare.

La densità delle grandi superfici è bassissima per una regione del Nord, è invece ai livelli di una regione del Sud. Viceversa, appare molto elevata la densità delle piccole superfici a libero servizio e quella dei discount, mentre è più bassa quella dei supermercati. Il commercio ambulante è altresì molto elevato se comparato alle altre regioni del Nord.

Come è visibile dalla figura più in basso, nell'alimentare tradizionale esistono delle compensazioni (Tavola 4.8 e Figura 4.16). Tra le specializzazioni alimentari si riducono le carni (-13,3% e -9,3%), gli altri specializzati (-42,1% e -31,4%) e la frutta e verdura (-12,3% e +5,8%). Presentano un saldo positivo i tabacchi (+16,1% e +9%) e i despecializzati alimentari (+6,9% e +4%), e aumenta nel complesso il pane (+19,5% e -2,7%). Le bevande sembrano seguire un andamento anticiclico (-7,5% e +9,2%) e il saldo del pesce resta sostanzialmente invariato (+3,5% e -4,4%).

Le specializzazioni non alimentari in crescita sono i medicali (+65,3% e +12,7%), i ferramenta (+12,3% e +6,3%) e le farmacie (+8,7% e +11,6%). Presenta un saldo positivo nel complesso anche la voce altro commercio non alimentare (+9% e -2,2%). Abbigliamento (+5,1% e -4%), cosmetici (+4,2% e -7,1%) e carburanti (+5,4% e -6,7%) seguono il ciclo economico e presentano un saldo quasi nullo, mentre decrescono nel complesso i mobili (14,2% e -

20,3%) e i libri (+3,9 e -6,9%).

I formati del moderno alimentare sono tutti in crescita nel primo periodo, in particolare le grandi superfici (+37,5% e +9,1%), i discount (+30,3% e +5,0%), il libero servizio (+25,3% e +0,5%) e i supermercati (+18,1% e +3,5%), ma la corsa si arresta per tutti con la crisi.

Figura 4.15.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Liguria. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

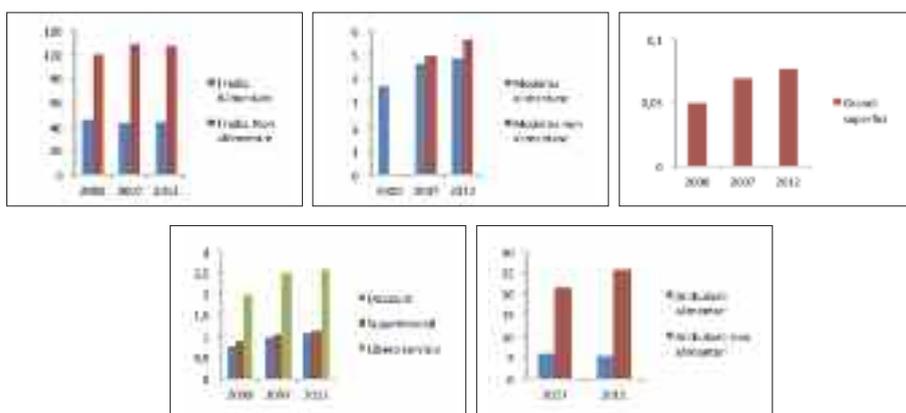
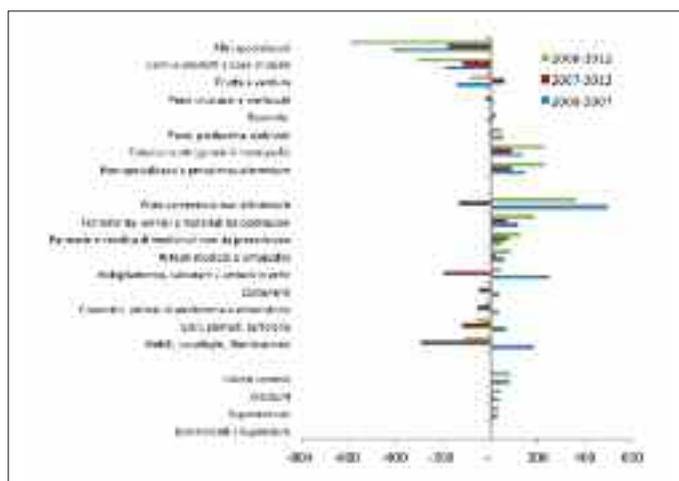


Figura 4.16.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Liguria: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Lombardia

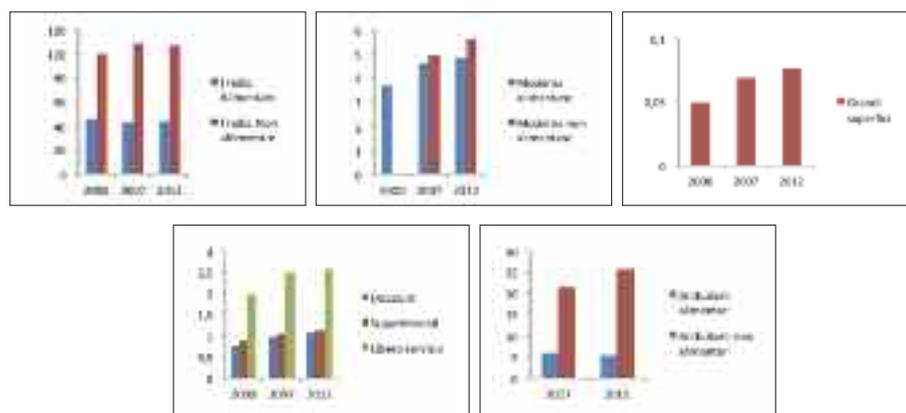
LOMBARDIA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	19,4%	-2,3%
Moderno non alimentare		9,2%
Tradizionale alimentare	-9,8%	1,6%
Tradizionale non alimentare	1,5%	-1,4%
Ambulanti alimentare	-	-2,6%
Ambulanti non alimentare	-	14,6%

La Lombardia presenta una struttura del commercio molto allineata alle regioni del Nord, e in effetti può esserne considerata la locomotiva (Tavola 4.9 e Figura 4.17). Le densità del commercio tradizionale sono a livelli minimi, sulla soglia delle 20 unità per l'alimentare e addirittura sotto le 70 unità per il non alimentare. I trend sono inoltre in calo. Per il moderno alimentare la densità non aumenta, nonostante la forte espansione. L'indicatore di densità è in linea con lo sviluppo nel Nord e più in generale non è diverso dal resto d'Italia.

Figura 4.17.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Lombardia. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

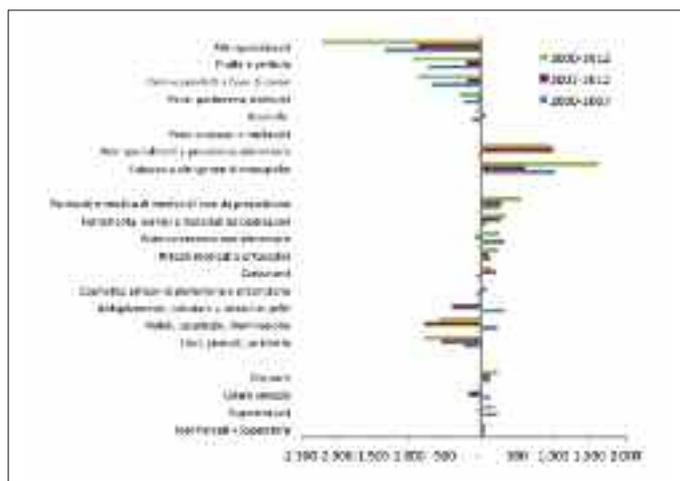


La densità delle grandi superfici è in Lombardia la più alta d'Italia, condizione che evidentemente deprime tutti gli altri formati e il commercio ambulante, che sono infatti inferiori alla media della macroarea in tutte le altre categorie. Le specializzazioni alimentari decrescono quasi tutte in modo marcato (Tavola 4.9 e Figura 4.18). I saldi più negativi si riscontrano per la frutta e verdura (-23,8% e -8,7%), le carni (-20,2% e -6,9%), il pane (-11,2% e -2,4%) e gli altri specializzati (-36,7% e -38,4%). Presentano un saldo negativo anche le bevande, che sono però cresciute in controtendenza durante la crisi (-15,6% e +7,3%), e il pesce varia poco anche in unità (-1,3% e -2,2%). Per contro crescono i tabacchi (+43,1% e +17,8%) e i despecializzati alimentari (-0,7% e +16,1%). Le specializzazioni non alimentari presentano un saldo pari quasi a zero. Con saldo positivo ci sono gli articoli medicali (+35,1% e +19,3%), le farmacie (+10,4% e +10,4%) e i ferramenta (+2,3% e +7,6%), i carburanti, che crescono nel secondo sottoperiodo (-2,2% e +6,5%), e la categoria altro commercio non alimentare (+1,4% e -0,3%). Le categorie a saldo zero sono l'abbigliamento (+1,8% e -2,1%) e i cosmetici (-2,3% e +2%), mentre decrescono fortemente i mobili (+3,6% e -13%) e i libri (-3,5% e -8,2%).

La distribuzione alimentare moderna cresce, soprattutto per le grandi superfici (+32,9% e +18,3%) e i discount (+30,8% e +20,5%). Crescono, ma soltanto nel primo periodo, anche i supermercati (+24,2% e -2,8%), mentre presentano un saldo complessivamente negativo le piccole unità a libero servizio (+10,0% e -14%).

Figura 4.18.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Lombardia: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



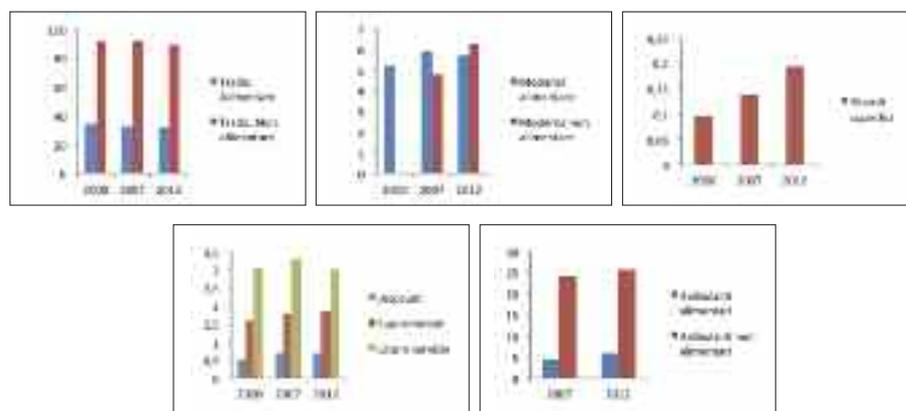
Marche

MARCHE		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	19,9%	-3%
Moderno non alimentare		32,3%
Tradizionale alimentare	-1,9%	-1,9%
Tradizionale non alimentare	5,6%	-2,7%
Ambulanti alimentare	-	34,6%
Ambulanti non alimentare	-	7,4%

Le Marche presentano una struttura distributiva tipica delle regioni del Centro (Tavola 4.10 e Figura 4.19), che può dirsi a metà strada tra i livelli del Sud e quelli del Nord. Le densità del commercio tradizionale alimentare sono abbondantemente sotto la soglia delle 40 unità considerata per le regioni meridionali, tuttavia sono anche di quasi 10 unità superiori alla media del Nord. Lo stesso può dirsi per il tradizionale non alimentare, che si colloca esattamente a metà strada tra Nord e Sud. Le densità nel commercio tradizionale presentano un trend in leggero calo. Per contro sono in aumento le densità del moderno, sia dell'alimentare sia del non alimentare. In entrambi i casi le densità sono elevate: per l'alimentare sono prossime alle 6 unità per 10 mila abitanti, quindi superiori di 1 unità rispetto alla soglia identificata per le regioni del Sud; per il non alimentare sono ancora superiori alle 6 unità, quindi 1 unità in più della media del Nord.

Figura 4.19.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare nelle Marche. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

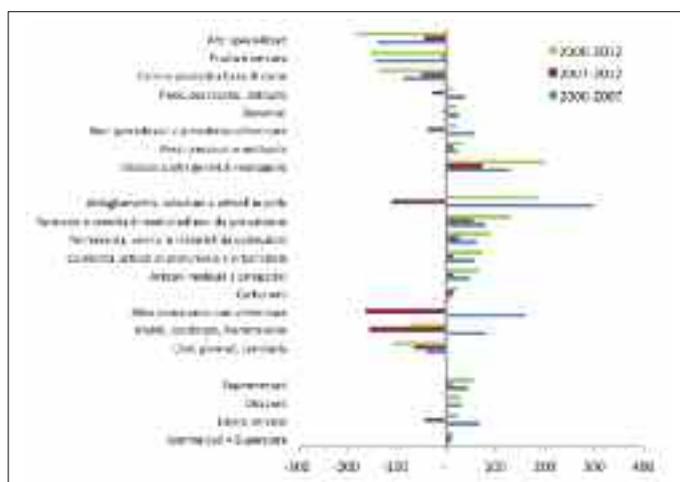


La densità delle grandi superfici è molto alta e tra le più alte d'Italia, ma è anche elevato il numero di piccole superfici a libero servizio. I discount si trovano in misura un po' inferiore mentre i supermercati e il commercio ambulante risultano in media rispetto alle altre regioni del Centro.

Anche per le Marche ci sono delle compensazioni nel tradizionale alimentare (Tabola 4.10 e Figura 4.20). Le specializzazioni che decrescono maggiormente nell'alimentare sono la frutta e verdura (-21% e -1,8%), le carni (-8,7% e -5,7%) e gli altri specializzati (-31,2% e -14,9%). Risultano a saldo quasi invariato i panificati (+12,7% e -8,2%) e i non specializzati alimentari (+3,9% e -2,4%). Variano in positivo le bevande, ma solo nel primo dei due periodi (+21,7% e -4,8%), mentre aumentano in entrambi i periodi i tabacchi (+16% e +7,6%), il pesce (+8,3% e +4,5%) e leggermente i carburanti (+1% e +1,7%). Nel non alimentare le variazioni sono quasi tutte positive. Aumentano i medicali (+58,3% e +11,3%), le farmacie (+17,4% e +9,8%), i cosmetici (+9,6% e +2%) e i ferramenta (+6,5% e +2,5%). A saldo complessivamente positivo anche l'abbigliamento (+7,8% e -2,7%), mentre per contro si riducono i mobili (+7% e -12,8%) e i libri (-3,5% e -5,7%).

Nel commercio moderno crescono molto le grandi superfici (+50% e +42,9%), mentre si arresta la crescita per discount (+44,6% e -1,9%) e supermercati (+19,2% e +3,7%). Il libero servizio evidenzia una forte riduzione nel secondo periodo (+15,2% e -8,7%).

Figura 4.20.
Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno nelle Marche: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.

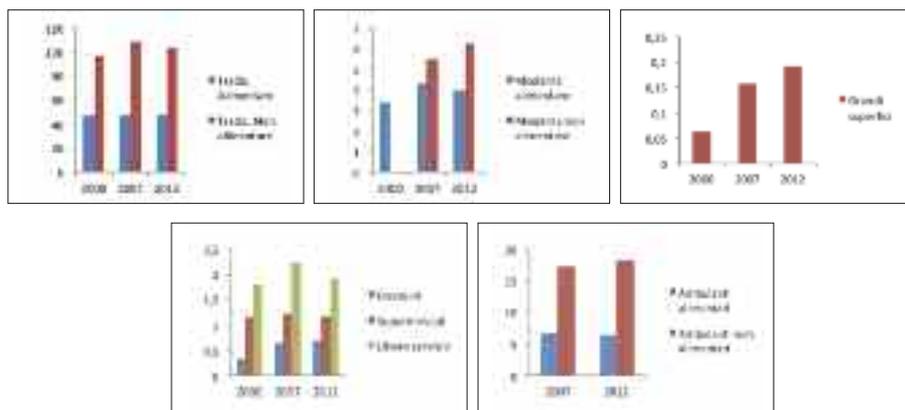


Molise

MOLISE		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	25,9%	-8,8%
Moderno non alimentare	-	11,9%
Tradizionale alimentare	-1,6%	-0,8%
Tradizionale non alimentare	10,4%	-6,5%
Ambulanti alimentare	-	-4,2%
Ambulanti non alimentare	-	3,6%

Il Molise presenta una struttura del commercio più simile alle regioni del Sud (Tavola 4.11 e Figura 4.21). Le densità per il commercio tradizionale sono sopra la soglia delle 40 unità per 10 mila abitanti per l'alimentare, e superano anche le 100 unità per il non alimentare. Il trend è piuttosto stazionario. Il commercio moderno è in crescita e presenta dei valori più simili alle regioni del Centro-Nord. La densità del moderno alimentare è sotto la media rispetto alle regioni del Sud, ma ciò è spiegabile anche per la densità del tradizionale, mentre quello del non alimentare è nella media delle regioni del Nord.

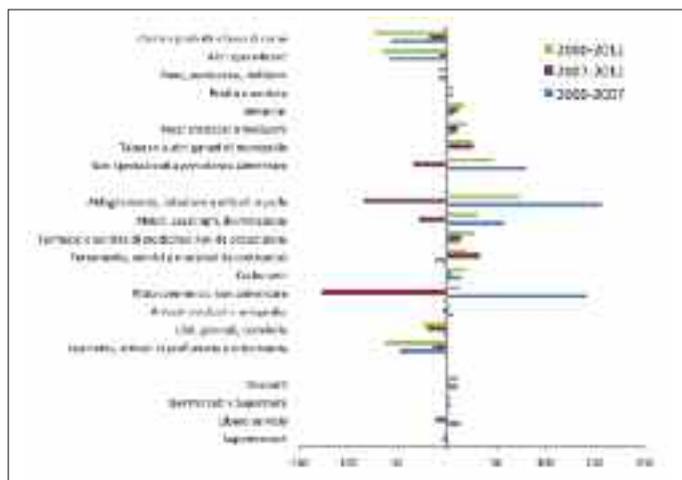
Figura 4.21.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare nel Molise. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



La densità delle grandi superfici è elevata in Molise, condizione che come in altre regioni ha un effetto depressivo sugli altri formati e sul commercio ambulante. Di certo è una circostanza particolare, dato che si tratta di una realtà del Sud Italia.

Figura 4.22.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno nel Molise: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Tra le specializzazioni dell'alimentare (Tavola 4.11 e Figura 4.22) risultano in perdita il pane (-21,4% e -3%), le carni (-16,1% e -5,7%) e gli altri specializzati (-44,7% e -9,6%). Nel complesso dei due periodi aumentano i tabacchi (-0,6% e +16,7%), i non specializzati alimentari (+12,3% e -4,7%) e la frutta e verdura (+6% e -0,8%). Infine sono in aumento le bevande (+30% e +42,3%) e il pesce (+14,1% e +15,1%). Tra le specializzazioni del non alimentare aumentano carburanti (+10,1% e +2,4%) e farmacie (+8,9% e +9,4%), mentre presentano un saldo comunque positivo i medicali (+38,9% e -16%), i mobili (+23,7% e -9,2%), l'abbigliamento (+20,7% e -9,2%) e i ferramenta (-4,2% e +11,2%). Diminuiscono invece i cosmetici (-24,9% e -9,7%) e i libri (-2% e -10,2%).

Tra i formati del moderno si rileva una crescita delle grandi superfici (+150% e +20%), dei discount (+90,9% e +4,8%) e nel complesso anche del libero servizio (+22,4% e -15,5%) mentre non aumentano i supermercati (+5,4% e -7,7%).

Piemonte

PIEMONTE

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	21,8%	3,5%
Moderno non alimentare	-	10,5%
Tradizionale alimentare	-2,8%	-3,9%
Tradizionale non alimentare	4,7%	-3,4%
Ambulanti alimentare	-	-6%
Ambulanti non alimentare	-	9,6%

Il Piemonte ha una struttura del commercio tipica delle regioni del Nord (Tavola 4.12 e Figura 4.23). La densità del commercio tradizionale è molto al di sotto della soglia delle 40 unità per 10 mila abitanti per il tradizionale alimentare e inferiore alle 100 unità per il tradizionale non alimentare. Il trend per il commercio tradizionale è stazionario, mentre cresce il commercio moderno. Le densità risultano in questo caso allineate alle medie del Nord, con 4 unità per 10 mila abitanti per il moderno alimentare e 5,5 per il moderno non alimentare.

Figura 4.23.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare nel Piemonte. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

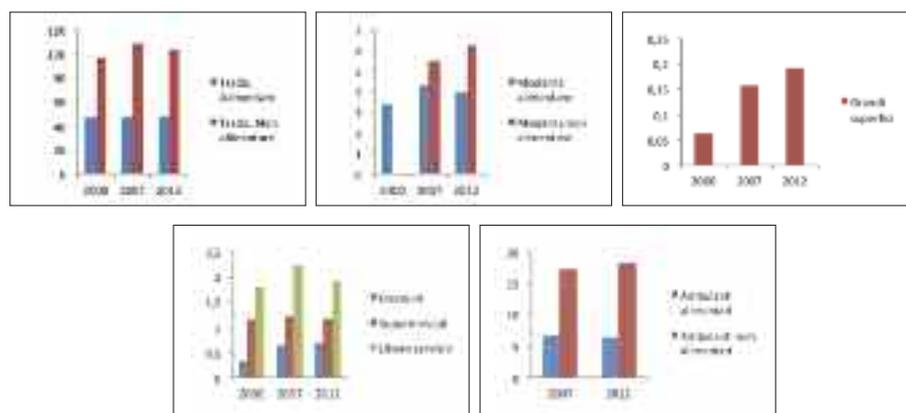
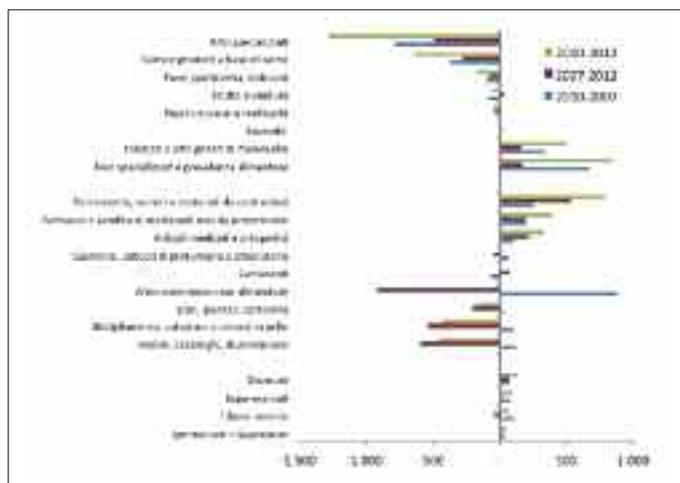


Figura 4.24.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno nel Piemonte: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



La densità delle grandi superfici è decisamente elevata, quasi come in Lombardia. Restano nella media gli altri formati, mentre il commercio ambulante rappresenta una peculiarità della regione, con una densità decisamente sopra la media della macro area di riferimento.

Le specializzazioni nell'alimentare sono fortemente in calo (Tavola 4.12 e Figura 4.24). Diminuiscono le carni (-13,6% e -11,4%), il pesce (-8,4% e -22,4%), il pane (-7,6% e -6,7%) e gli altri specializzati (-39,6% e -40,5%). Presenta un saldo negativo anche la specializzazione frutta e verdura (-11,5% e +4,6%). Nel complesso la variazione è positiva per le bevande, anche se di poche unità (-1,8% e +3,4%), mentre variano in positivo i tabacchi (+20,7% e +8%) e i despecializzati alimentari (+17,3% e +3,7%).

Nel complesso, le specializzazioni nel non alimentare presentano una variazione quasi prossima allo zero. Gli aumenti riguardano in questo caso i medicinali (+57,8% e +70,6%), i ferramenta (+10,7% e +20,3%) e le farmacie (+13,6% e +11,2%). Aumentano nel saldo fra i due periodi anche i cosmetici (+3,9% e -2,6%) e presentano saldi negativi i mobili (+4% e -18%), i libri (+1% e -6,4%), l'abbigliamento (+1,1% e -5,5%), i carburanti (-4,2% e +3,9%) e la categoria altro commercio non alimentare (+7,2% e -6,9%).

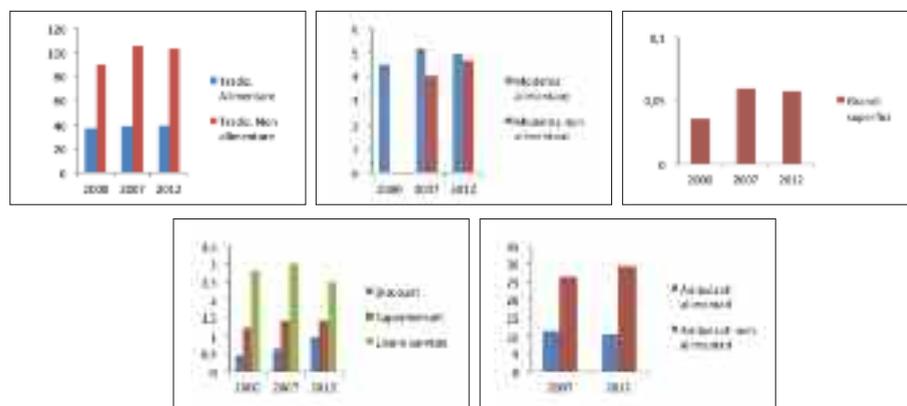
Nel commercio moderno aumentano le grandi superfici (+72% e +19,8%), i discount (+32,7% e +23,6%), i supermercati (+20,2% e +2,6%) e anche le piccole unità a libero servizio cedono dopo il 2007 (+15,6% e -5%).

Puglia

PUGLIA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	17,8%	-4,5%
Moderno non alimentare	-	15,6%
Tradizionale alimentare	7,5%	0,6%
Tradizionale non alimentare	21,3%	-2,5%
Ambulanti alimentare	-	-9,4%
Ambulanti non alimentare	-	10,8%

La Puglia presenta una struttura distributiva allineata alle altre regioni meridionali (Tavola 4.13 e Figura 4.25). La densità del commercio alimentare tradizionale approssica la soglia delle 40 unità ogni 10 mila abitanti e quella del non alimentare supera le 100 unità. I trend si presentano inoltre in leggero aumento. Con riferimento alla distribuzione moderna, la densità è in linea con le regioni del Sud, mentre la densità del non alimentare è inferiore alla media.

Figura 4.25.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Puglia. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



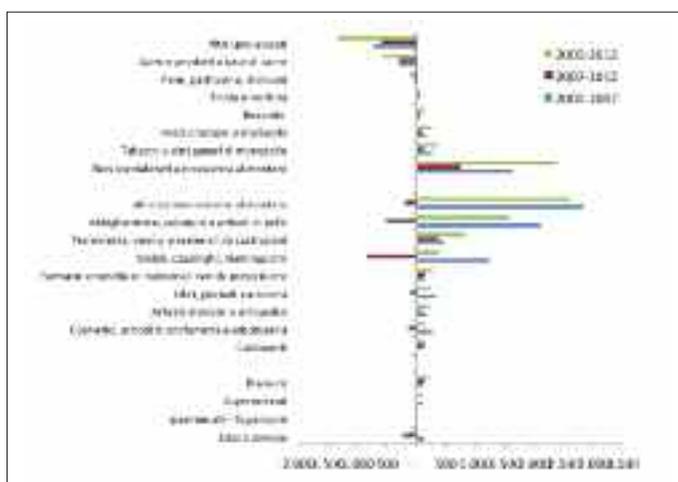
Per quanto riguarda i formati del moderno a base alimentare, la densità delle grandi superfici è in Puglia tra le più basse del Paese. Le piccole superfici a libero servizio sono invece molto numerose, mentre restano nella media gli altri formati. Il commercio ambulante presenta una densità leggermente inferiore alla media delle regioni del Sud.

Le specializzazioni dell'alimentare presentano andamenti differenziati (Tavola 4.13 e Figura 4.26). Diminuiscono le carni (-7,3% e -7,3%), il pane (-3,3% e -8,8%) e gli altri specializzati (-30,7% e -36,6%). Per contro aumentano le bevande (+23,7% e +13,5%), il pesce (+18,8% e +7%), i tabacchi (+16,8% e +6,3%), la frutta e verdura (+0,6% e +2,6%) e i non specializzati alimentari (+57,7% e +16,6%). Tutte le specializzazioni del non alimentare presentano saldi positivi. Aumentano i medicali (+64,4% e +10,7%), i ferramenta (+15,7% e +10,3%) e le farmacie (+13,6% e +12,9%). Compensando tra la crescita nel periodo 2000-2007 e il successivo calo fra il 2007 e il 2012, presentano saldi nel complesso positivi anche l'abbigliamento (+20,9% e -4,1%), i mobili (+38,8% e -19,1%), i cosmetici (+16,1% e -6,5%), i libri (+11,8% e -2,6%), comparto altrove assai più penalizzato dalla crisi, e infine anche i carburanti (+1,4% e +7,7%).

Tra i format del moderno alimentare crescono le grandi superfici (+71,4% e -4,2%) e i supermercati (+20% e +0,2%). I discount aumentano a ritmi crescenti anche nel periodo di crisi (+47,2% e +48,1%). Infine le piccole unità a libero servizio subiscono un netto ridimensionamento negli anni della crisi (+11,3% e -17,9%).

Figura 4.26.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Puglia: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Sardegna

SARDEGNA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	25,1%	-13,4%
Moderno non alimentare	-	21,9%
Tradizionale alimentare	-7,2%	-4,4%
Tradizionale non alimentare	19,4%	-3%
Ambulanti alimentare	-	-11,6%
Ambulanti non alimentare	-	10,4%

La Sardegna ha una struttura del commercio allineata alle regioni del Sud (Tabola 4.14 e Figura 4.27). Le densità del tradizionale sono molto elevate, sopra la soglia delle 40 unità per 10 mila abitanti quella dell'alimentare e sopra la soglia dei 100 per il non alimentare: ciò pur a fronte di un trend per il commercio tradizionale non in crescita. La densità del commercio moderno è un po' atipica per l'alimentare, con quasi 8 unità per 10 mila abitanti, ben al di sopra della media del meridione, così come è comparativamente elevata la soglia per il non alimentare moderno.

Figura 4.27.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Sardegna. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

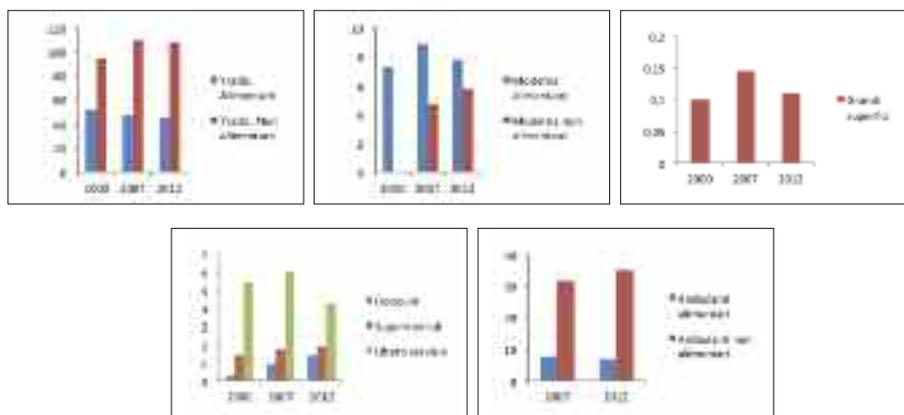
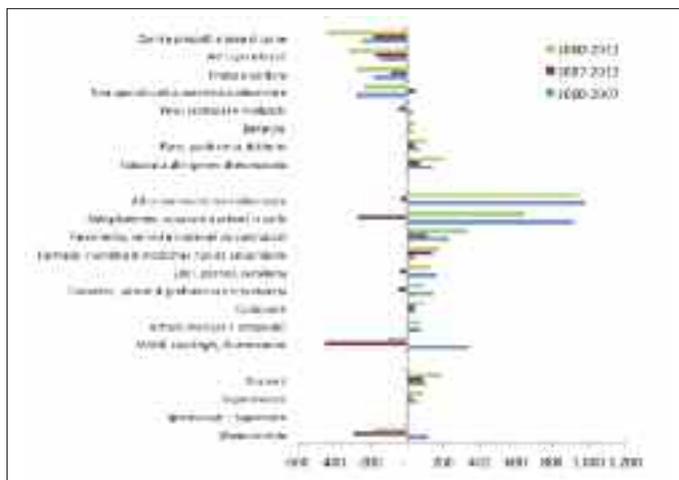


Figura 4.28.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Sardegna: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



La densità delle grandi superfici è nella media delle altre regioni del Sud, anche se ha subito una contrazione dopo il 2007. Le piccole superfici a libero servizio sono moltissime rispetto alla popolazione e anche in questo caso si nota un trend decrescente causato dalla crisi. Infine, mentre i supermercati sono nella media, i discount sono leggermente più diffusi in Sardegna rispetto al Sud in generale. Il commercio ambulante è invece allineato alla media.

Molte specializzazioni dell'alimentare sono in decrescita (Tavola 4.14 e Figura 4.28). In particolare decrescono frutta e verdura (-18,8% e -11,2%), le carni (-13,1% e -11%), i non specializzati (-27,2% e -43,3%) e nel complesso anche i non specializzati a prevalenza alimentare (-9,7% e +1,6%). Diminuisce anche nel complesso il pesce (+4,2% e -7%), mentre con il segno positivo troviamo i tabacchi (+19,2% e +7,9%), il pane (+17,9% e +9%) e le bevande (+16,7% e +2,6%). Tra le specializzazioni del non alimentare crescono soprattutto nel primo periodo i medicali (+102,6% e +1,4%), le ferramenta (+14,9% e +6,1%) e i carburanti (+8,3% e +6,2%), mentre crescono di più nel secondo periodo le farmacie (+8,3% e +23,6%). In generale presentano un saldo positivo, anche se realizzano delle perdite dopo il 2007, i cosmetici (+28,9% e -7,4%), l'abbigliamento (+24,1% e -5,7%), i libri (+12,7% e -2,7%) e la categoria altro commercio alimentare (+18,4% e -0,5%). Presentano un saldo complessivamente negativo i mobili (+23,4% e -24,8%).

Nel moderno alimentare proliferano i discount (+240,9% e +55,3%) e aumentano i supermercati (+27,6% e +7,9%). Presentano un saldo complessivamente

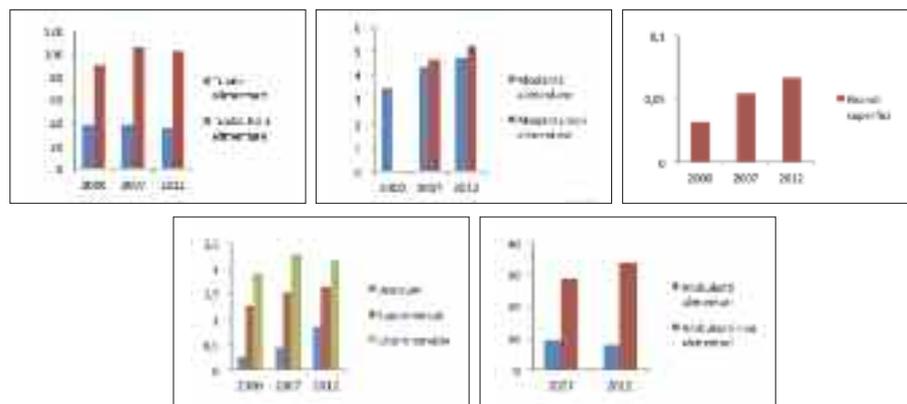
positivo, ma soffrono molto nel periodo della crisi, le grandi superfici (+50,0% e -25,0%), mentre il saldo è nettamente negativo per le piccole unità a libero servizio (+13,2% e -29,6%).

Sicilia

SICILIA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	24,4%	9,4%
Moderno non alimentare	-	12,8%
Tradizionale alimentare	-0,9%	-7,9%
Tradizionale non alimentare	16,2%	-3%
Ambulanti alimentare	-	-15,9%
Ambulanti non alimentare	-	18%

La Sicilia presenta la struttura del commercio più moderna tra le regioni del Sud (Tavola 4.15 e Figura 4.29). La densità del commercio tradizionale alimentare si presenta al di sotto della soglia delle 40 unità e quella del non alimentare appena sopra la soglia delle 100 unità. Inoltre il trend per l'alimentare è in decrescita, anche se sembra stabile quello relativo al non alimentare. La distribuzione moderna è in crescita e gli indicatori di densità sia per l'alimentare sia per il non alimentare sembrano più allineati alle regioni del Nord piuttosto che a quelle del Centro-Sud.

Figura 4.29.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Sicilia. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

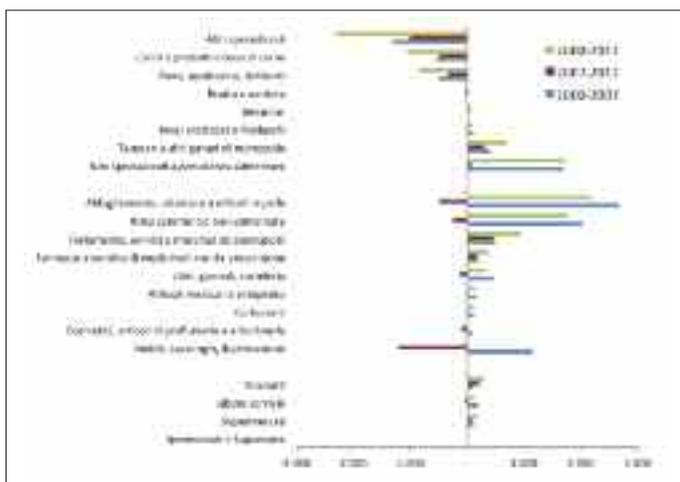


La densità delle grandi superfici moderne è piuttosto bassa in Sicilia, mentre quella degli altri formati e anche del commercio ambulante risulta in media con le altre regioni del Sud.

In Sicilia il tradizionale alimentare presenta una variazione nel complesso negativa, ma esistono compensazioni tra le specializzazioni (Tavola 4.15 e Figura 4.30). Diminuiscono il pane (+27,4% e -25,8%), le carni (-12,3% e -12,2%) e gli altri specializzati (-40,1% e -51,5%). Diminuiscono lievemente anche le unità di frutta e verdura (-1% e -2,4%) mentre presentano un saldo positivo le unità del pesce (+11,1% e -2,4%). Crescono per contro i tabacchi (+18,6% e +11,9%), le bevande (+3,8% e +10,5%) e i non specializzati a prevalenza alimentare (+36% e +0,9%).

Figura 4.30.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Sicilia: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Nelle specializzazioni del non alimentare aumentano in entrambi i periodi considerati solo i ferramenta (+12,3% e +10,5%) e le farmacie (+13,5% e +10,8%). Presentano un saldo abbondantemente positivo, nonostante la decrescita successiva al 2007, anche gli articoli medicali (+37% e -2%), l'abbigliamento (+23,1% e -3,4%), i libri (+15,8% e -3,5%), i carburanti (+5,7% e -0,1%) e l'altro commercio alimentare (+12,3% e -1,4%). Diminuiscono nel complesso i mobili (+25,0% e -21%) e i cosmetici (+3,9% e -4,8%).

Tra i formati del commercio moderno crescono fortemente i discount (77,8% e 90,2%) e le grandi superfici (68,8% e 22,2%). Aumentano anche i supermercati (19,7% e 8,6%) e nel complesso anche le unità a libero servizio (19,7% e -6,2%).

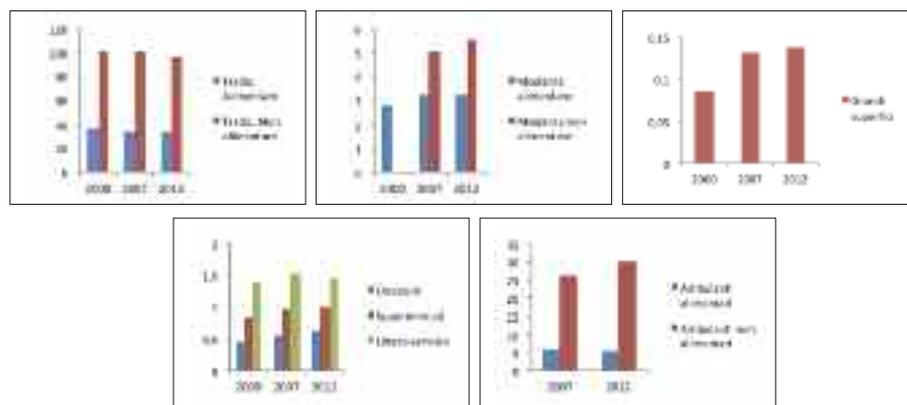
Toscana

TOSCANA		
Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	19,3%	1,4%
Moderno non alimentare		11,6%
Tradizionale alimentare	-4%	-0,7%
Tradizionale non alimentare	3,2%	-3%
Ambulanti alimentare	-	-3,7%
Ambulanti non alimentare	-	17,3%

La Toscana presenta una struttura distributiva tipica delle regioni del Centro, quindi a metà strada tra le caratteristiche del Sud e quelle del Nord (Tavola 4.16 e Figura 4.31). La densità del commercio tradizionale alimentare è al di sotto della soglia delle 40 unità identificata per le regioni del Sud, ma è abbondantemente superiore alla media delle regioni del Nord. La densità del tradizionale non alimentare è altresì inferiore alle 100 unità per 10 mila abitanti, ma molto superiore alle 80 unità che rappresentano la media per le regioni del Nord. Le densità della distribuzione moderna alimentare sono molto basse in Toscana, anche rispetto alla media del Nord, mentre è allineata la densità nel moderno non alimentare.

97

Figura 4.31.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Toscana. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



Trentino-Alto Adige

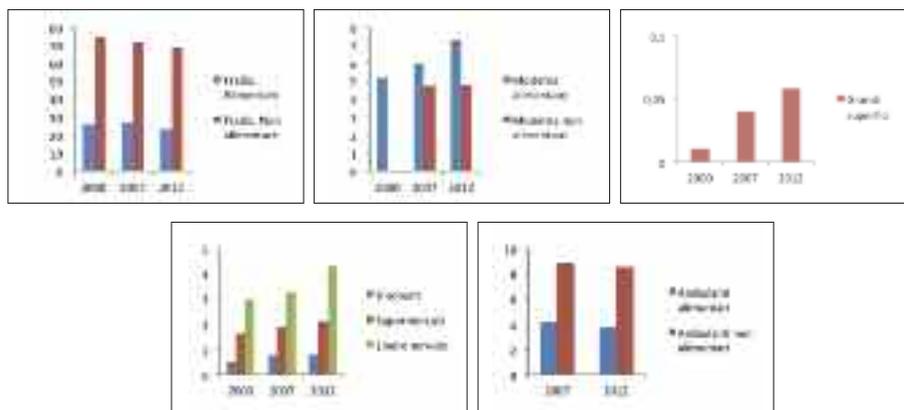
TRENTINO-ALTO ADIGE

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	23,2%	27,6%
Moderno non alimentare		6,2%
Tradizionale alimentare	9,7%	-8%
Tradizionale non alimentare	1,6%	0,7%
Ambulanti alimentare	-	-6,5%
Ambulanti non alimentare	-	1%

Il Trentino-Alto Adige presenta una struttura del commercio molto evoluta, assimilabile alle regioni del Nord (Tavola 4.17 e Figura 4.33). Le densità del commercio tradizionale sono al di sotto della media del Nord, sia nell'alimentare sia nel non alimentare. Esse risultano oltretutto in calo nel periodo considerato. Le densità del commercio alimentare moderno sono abbastanza elevate per una regione del Nord, dove la media è di 4 unità per 10 mila abitanti. Infine il commercio moderno non alimentare è in linea con le altre regioni del Nord, anche se la densità nell'ultimo periodo è rimasta di fatto invariata.

Figura 4.33.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Trentino-Alto Adige. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



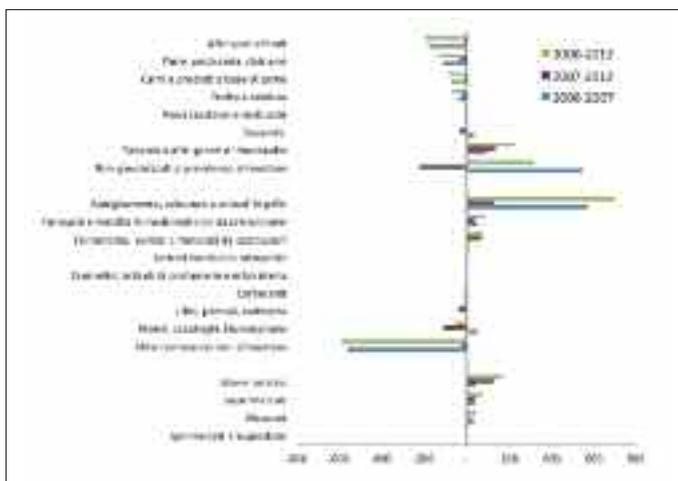
La densità delle grandi superfici moderne è bassissima in Trentino-Alto Adige, soprattutto se si considera che è parte della macroarea territoriale dove esse sono più presenti. È altresì basso l'indicatore di densità del commercio ambulante. Risulta per contro molto diffusa la rete di supermercati e piccole superfici a libero servizio, mentre sono nella media i discount.

Le specializzazioni dell'alimentare presentano nel complesso una variazione a saldo zero, tuttavia ci sono alcune compensazioni (Tavola 4.17 e Figura 4.34). Sono diminuite le unità che trattano il pesce (-44,4% e -6,7%), le carni (-29,1% e -6,3%), il pane (-26% e -9,3%), la frutta e verdura (-17,4% e -12,6%), e gli altri specializzati (-50,7% e -8,4%). Sono invece aumentati parecchio i tabacchi (+26,8% e +29,7%) e nel complesso i non specializzati a prevalenza alimentare (+84,3% e -19%). Resta invece invariato il saldo delle bevande (+27,6% e -22,3%). Con riferimento alle specializzazioni del non alimentare, aumentano l'abbigliamento (+35% e +5,8%), le farmacie (+23,7% e +11,9%), i medicali (+21,1% e +4,3%) e i ferramenta (+2,6% e +14,9%). Restano quasi invariati i cosmetici (+1,1% e 0%), mentre perdono i mobili (+9,7% e -20%), i libri (+1,8% e -9,4%) e i carburanti (-4,6% e -0,9%). Negativo anche il saldo per la categoria altro commercio alimentare (-17,9% e -1%).

Crescono tutti i formati del commercio alimentare moderno, sia nel primo sia nel secondo periodo. In particolare le grandi superfici, che di fatto iniziano a svilupparsi (+300% e +50%), i discount (+60,4% e +7,8%), i supermercati (+22,7% e +17,5%) e le unità a libero servizio (+16,1% e +38%).

Figura 4.34.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Trentino-Alto Adige: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



Umbria

UMBRIA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	24,6%	-5,1%
Moderno non alimentare		6,4%
Tradizionale alimentare	-1,2%	2,7%
Tradizionale non alimentare	7,5%	0,4%
Ambulanti alimentare	-	-0,3%
Ambulanti non alimentare	-	23,4%

Figura 4.35. Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Umbria. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

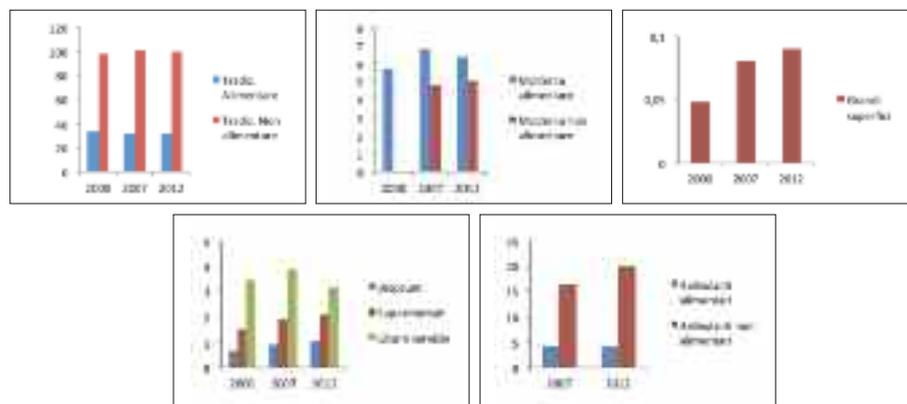
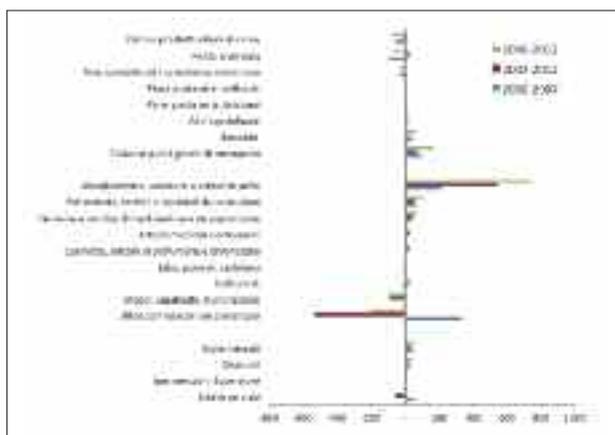


Figura 4.36. Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Umbria: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



L'Umbria presenta una struttura del commercio assimilabile alle altre regioni del Centro (Tavola 4.18 e Figura 4.35). La distribuzione tradizionale alimentare presenta una densità abbastanza elevata, inferiore alle 40 unità, ma abbondantemente superiore alla media delle regioni del Nord. Nel non alimentare il dato è di circa 100 unità per 10 mila abitanti. I valori di entrambi questi indicatori sono molto simili a quelli delle regioni del Sud commercialmente più evolute, come la Sicilia. Il trend del commercio tradizionale sembra essere piuttosto stazionario, mentre è altalenante quello del commercio moderno alimentare. La densità del commercio alimentare moderno è piuttosto elevata, viceversa è sotto la media delle altre regioni del Centro la densità del moderno non alimentare.

La densità delle grandi superfici è un po' più bassa rispetto alle altre regioni del Centro. Sono invece più fitti sul territorio le piccole superfici a libero servizio e i supermercati. È nella media l'indicatore di densità del commercio ambulante. In complesso l'alimentare tradizionale aumenta, ma di qualche decina di unità (Tavola 4.18 e Figura 4.36). Decrescono in particolare la frutta e verdura (-28,9% e +7,5%), le carni (-11,8% e -3,6%) e i non specializzati a prevalenza alimentare (-3,4% e -0,8%). Modeste variazioni positive presentano invece il pesce (-1,1% e +6,4%) e il pane (+6% e -1,3%), mentre crescono molto le bevande (+104,8% e +16,3%) e i tabacchi (+19,8% e +10,5%). Nel non alimentare il bilancio complessivo è negativo. Guadagnano i medicali (+16,9% e +23,7%), l'abbigliamento, uno dei pochi casi in cui questo comparto aumenta dopo il 2007 (+9,4 e +21,9%), le farmacie (+11,3% e +16%), i ferramenta (+10,5% e +7,2%) e nel complesso i cosmetici (-0,7% e +7%). Presentano un saldo prossimo allo zero i libri (+1,1% e -1,5%), mentre perdono nel complesso i mobili (-0,6% e -13,7%) e i carburanti (-5,6% e +4%).

Nell'alimentare moderno aumentano le grandi superfici (+75% e +14,3%), i discount (+46,3% e +16,5%) e i supermercati (+31,3% e +9,5%), mentre diminuiscono nel complesso le piccole unità a libero servizio (+17% e -17,8%).

Valle d'Aosta

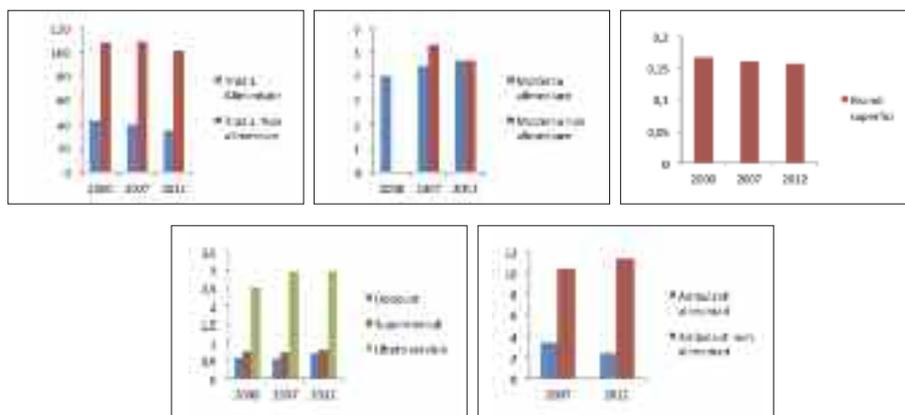
VALLE D'AOSTA

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	14,6%	7,3%
Moderno non alimentare	-	-10,6%
Tradizionale alimentare	-5,5%	-9,3%
Tradizionale non alimentare	4%	-5,2%
Ambulanti alimentare	-	-10,6%
Ambulanti non alimentare	-	-27,9%

La Valle d'Aosta presenta una struttura del commercio anomala per essere una regione del Nord (Tavola 4.19 e Figura 4.37). Essa è infatti assimilabile a una regione del Centro-Sud. La densità distributiva del tradizionale alimentare resta molto alta rispetto alla media del Nord, mentre quella del non alimentare approssima il livello soglia di 100 unità per 10 mila abitanti. Per contro, il trend è in calo per entrambi i comparti del commercio tradizionale. La distribuzione moderna alimentare presenta una densità vicina alla media delle regioni del Nord, mentre quella relativa al non alimentare è un po' al di sotto della media. La densità delle grandi superfici, dei supermercati e dei discount è un po' inferiore alle altre regioni del Nord. È invece molto fitta la rete di piccole superfici mentre risulta abbastanza basso l'indicatore di densità del commercio ambulante.

Figura 4.37.

Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Valle d'Aosta. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.



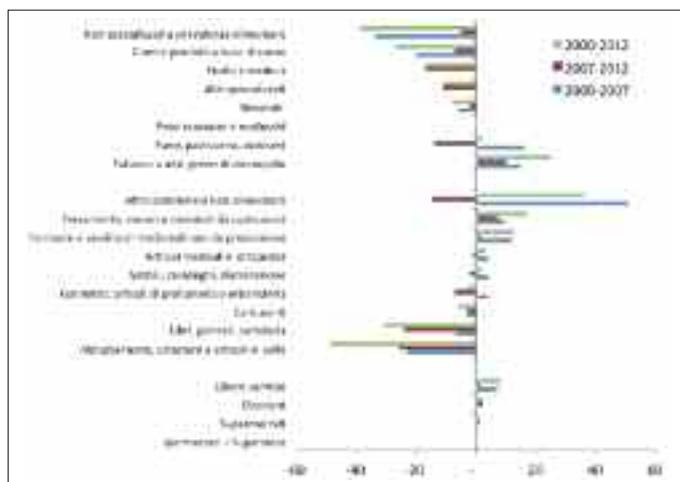
Le specializzazioni dell'alimentare risultano in calo (Tavola 4.19 e Figura 4.38). Diminuiscono le bevande (-26,1% e -11,8%), le carni (-22,7% e -10,3%), i non specializzati a prevalenza alimentare (-13,5% e -2,3%) e nel secondo periodo anche la frutta e verdura (0% e -38,6%) e gli altri specializzati (0% e -27,5%). Il pane presenta variazioni significative, ma di fatto un saldo prossimo allo zero fra il primo e il secondo periodo (+76,2% e -37,8%), mentre l'unica categoria a saldo positivo è quella dei tabacchi (+30,6% e +15,6%). Nel non alimentare tradizionale si misura nel complesso una modesta riduzione delle unità. Nello specifico, aumentano le ferramenta (+10,8% e +6,8%), le farmacie (+32,4% e +2%), i medicali (+50% e -8,3%) e la categoria altro commercio non alimentare

(+12% e -3,1%). Resta più o meno invariato il saldo dei mobili (+3,8% e -1,8%), mentre presentano un saldo negativo i cosmetici (+7,8% e -12,7%), l'abbigliamento (-6,2% e -7,4%) e i libri (-6,0% e -22%).

Il commercio alimentare moderno si presenta in lieve crescita, anche se numericamente si parla di cifre molto ridotte. Le grandi superfici sono invariate, e dopo il 2007 si conta un nuovo supermercato e due nuovi discount. Infine si contano alcune piccole unità a libero servizio in più, queste ultime aumentate soprattutto nel precrisi (+23,3% e +2,7%).

Figura 4.38.

Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Valle d'Aosta: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012



Veneto

VENETO

Comparti	2000-2007	2007-2012
Moderno alimentare	21,1%	-1,4%
Moderno non alimentare		10,3%
Tradizionale alimentare	-3,7%	-1,9%
Tradizionale non alimentare	4,5%	-1,6%
Ambulanti alimentare	-	-8,3%
Ambulanti non alimentare	-	-10,1%

Il Veneto presenta una struttura del commercio allineata alle regioni del Nord (Tavola 4.20 e Figura 4.39). L'indicatore di densità del tradizionale alimentare è al di sotto delle 25 unità per 10 mila abitanti, mentre quello del non alimentare è al sotto delle 80 unità. I trend del commercio tradizionale sono entrambi in decrescita. La distribuzione moderna è per contro in aumento. Il livello dell'alimentare moderno è allineato alle regioni del Nord, quello del non alimentare si presenta lievemente più basso.

Figura 4.39.
Distribuzione tradizionale, moderna (totali e formati) e ambulanti nei comparti alimentare e non alimentare in Veneto. Densità per 10 mila abitanti: 2000-2007-2012.

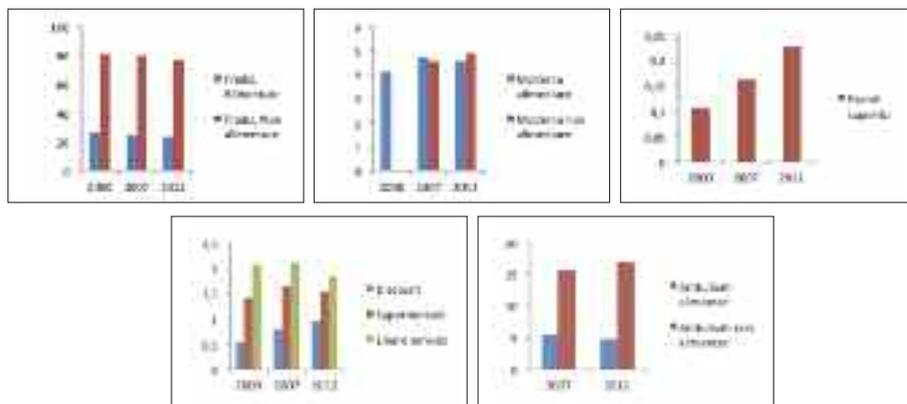
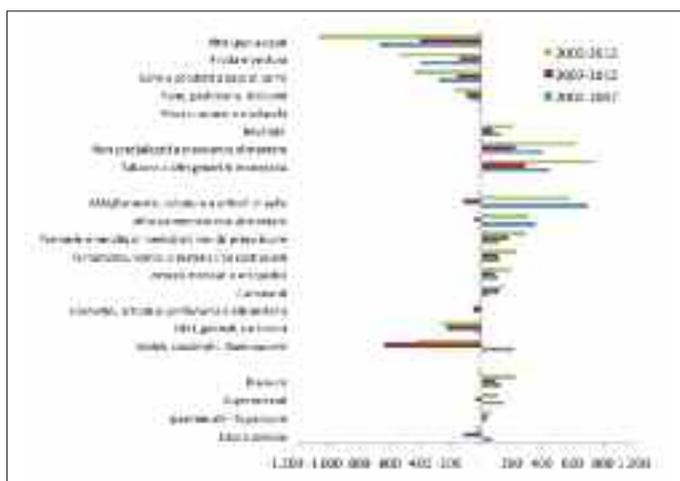


Figura 4.40.
Variazioni in valore assoluto della rete specializzata tradizionale alimentare e non alimentare, e del commercio alimentare moderno in Veneto: 2000-2007, 2007-2012 e 2000-2012.



In Veneto la densità delle grandi superfici moderne è molto alta, mentre risultano nella media dell'area tutti gli altri indicatori di densità, incluso quello degli ambulanti.

Le specializzazioni nell'alimentare mostrano lievi flessioni nei due periodi, le quali in verità celano diverse compensazioni (Tavola 4.20 e Figura 4.40). Diminuiscono frutta e verdura (-19,4% e -8,8%), le carni (-12,9% e -8,3%), il pane (-6,6% e -9,5%) e gli altri specializzati (-39,5% e -38,8%). Si riducono leggermente anche le unità che trattano pesce (-0,3% e -2,6%), mentre aumentano considerevolmente le bevande (+38,4% e +16,6%), i tabacchi (+25,6% e +13%) e i non specializzati a prevalenza alimentare (+15,6% e +7,3%). Nel non alimentare aumentano i medicali (+49,6% e +23,8%), le farmacie (+10% e +13,1%), i ferramenta (+5,1% e +4%) e i carburanti (+2,4% e +6,1%). Presentano un saldo moderatamente positivo anche l'abbigliamento (+7% e -1,1%) e la categoria altro commercio alimentare (+2,9% e -0,4%). In riduzione i mobili (+6,7% e -18,3%), i libri (-1,4% e -7,1%) e i cosmetici (0,3% e -3,1%).

Nella distribuzione moderna aumentano le grandi superfici (+60,4% e +44,2%) e i discount (+54,9% e +23,8%). Crescono, ma solo nel primo dei due periodi, i supermercati (+23,9% e -5,1%) e decrescono nel complesso le piccole unità a libero servizio (+8,2% e -11,5%).

Tavola 4.1 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Abruzzo (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Abruzzo	Frutta e verdura	493	501	495	8	-6	1,6%	-1,2%	1,88	1,56	1,52	3,9	3,8	3,8
Sud	Abruzzo	Carni e prodotti a base di carne	978	889	849	-89	-40	-9,1%	-4,5%	3,74	2,76	2,61	7,7	6,8	6,5
Sud	Abruzzo	Pesci crostacei e molluschi	206	237	252	31	15	15,0%	6,3%	0,79	0,74	0,78	1,6	1,8	1,9
Sud	Abruzzo	Pane, pasticceria, dolciumi	280	316	290	36	-26	12,9%	-8,2%	1,07	0,98	0,89	2,2	2,4	2,2
Sud	Abruzzo	Bevande	64	99	107	35	8	54,7%	8,1%	0,31	0,31	0,33	0,5	0,8	0,8
Sud	Abruzzo	Altri specializzati	476	407	248	-69	-159	-14,5%	-39,1%	1,82	1,26	0,76	3,7	3,1	1,9
Sud	Abruzzo	Tabacco e altri generi di monopolio	506	673	792	167	119	33,0%	17,7%	1,93	2,09	2,44	4,0	5,1	6,0
Sud	Abruzzo	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.665	1.717	1.732	52	15	3,1%	0,9%	6,36	5,34	5,33	13,1	13,1	13,2
Sud	Abruzzo	Totale alimentare tradizionale	4.668	4.839	4.765	171	-74	3,7%	-1,5%	17,83	15,04	14,66	36,6	36,9	36,3
Sud	Abruzzo	Ipermercati + Superstore	11	17	18	6	1	54,5%	5,9%	0,04	0,05	0,06	0,1	0,1	0,1
Sud	Abruzzo	Supermercati	187	220	221	33	1	17,6%	0,5%	0,71	0,68	0,68	1,5	1,7	1,7
Sud	Abruzzo	Libero servizio	223	253	247	30	-6	13,5%	-2,4%	0,85	0,79	0,76	1,8	1,9	1,9
Sud	Abruzzo	Discount	78	101	110	23	9	29,5%	8,9%	0,30	0,31	0,34	0,6	0,8	0,8
Sud	Abruzzo	DM alimentare	499	591	596	92	5	18,4%	0,8%	1,91	1,84	1,83	3,9	4,5	4,5
Sud	Abruzzo	Totale alimentare	5.167	5.430	5.361	263	-69	5,1%	-1,3%	19,74	16,88	16,50	40,6	41,5	40,8
Sud	Abruzzo	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	3597	4206	4042	609	-164	16,9%	-3,9%	6,64	6,98	5,87	28,2	32,1	30,8
Sud	Abruzzo	Articoli medicali e ortopedici	70	105	124	35	19	50,0%	18,1%	0,13	0,17	0,18	0,5	0,8	0,9
Sud	Abruzzo	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	471	481	498	10	17	2,1%	3,5%	0,87	0,80	0,72	3,7	3,7	3,8
Sud	Abruzzo	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	992	1102	1207	110	105	11,1%	9,5%	1,83	1,83	1,75	7,8	8,4	9,2
Sud	Abruzzo	Mobili, casalinghi, illuminazione	1072	1.290	1054	218	-236	20,3%	-18,3%	1,98	2,14	1,53	8,4	9,8	8,0
Sud	Abruzzo	Libri, giornali, cartoleria	938	1033	1033	95	-	10,1%	0,0%	1,73	1,71	1,50	7,4	7,9	7,9
Sud	Abruzzo	Carburanti	613	634	685	21	51	3,4%	8,0%	1,13	1,05	0,99	4,8	4,8	5,2
Sud	Abruzzo	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	447	506	593	59	87	13,2%	17,2%	0,82	0,84	0,86	3,5	3,9	4,5
Sud	Abruzzo	Altro commercio non alimentare	4262	4.798	4586	536	-212	12,6%	-4,4%	7,86	7,96	6,66	33,4	36,6	34,9
Sud	Abruzzo	Totale non alimentare	12.462	14.155	13.822	1.693	-333	13,6%	-2,4%	22,99	23,48	20,06	97,8	108,1	105,3
Sud	Abruzzo	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	17.629	19.585	19.183	1.956	-402	11,1%	-2,1%	21,94	21,18	18,92	138,4	149,5	146,2
Sud	Abruzzo	DM non alimentare		687	797		110		16,0%	0,00	1,14	1,16	0,0	5,2	6,1
Sud	Abruzzo	Ambulanti alimentari		956	907		-49		-5,1%	0,00	2,97	2,79	0,0	7,3	6,9
Sud	Abruzzo	Ambulanti non alimentari		2.844	3.398		554		19,5%	0,00	4,72	4,93	0,0	21,7	25,9
Sud	Abruzzo	Ambulanti totali		3.800	4.305		505		13,3%	0,00	4,11	4,25	0,0	29,0	32,8

Tavola 4.2 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Basilicata (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Basilicata	Frutta e verdura	209	245	242	36	-3	17,2%	-1,2%	1,73	1,68	3,5	4,1	4,2
Sud	Basilicata	Carni e prodotti a base di carne	678	592	550	-86	-42	-12,7%	-7,1%	4,17	3,82	11,2	10,0	9,5
Sud	Basilicata	Pesci crostacei e molluschi	84	110	123	26	13	31,0%	11,8%	0,78	0,85	1,4	1,9	2,1
Sud	Basilicata	Pane, pasticceria, dolciumi	80	79	95	-1	16	-1,3%	20,3%	0,68	0,66	1,3	1,3	1,6
Sud	Basilicata	Bevande	25	27	39	2	12	8,0%	44,4%	0,21	0,27	0,4	0,5	0,7
Sud	Basilicata	Altri specializzati	127	101	118	-26	17	-20,5%	16,8%	1,08	0,71	0,82	2,1	2,0
Sud	Basilicata	Tabacco e altri generi di monopolio	254	304	344	50	40	19,7%	13,2%	2,14	2,39	4,2	5,1	6,0
Sud	Basilicata	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.028	1.140	1.074	112	-66	10,9%	-5,8%	8,74	8,04	17,0	19,3	18,6
Sud	Basilicata	Totale alimentare tradizionale	2.485	2.598	2.585	113	-13	4,5%	-0,5%	21,13	18,32	41,0	43,9	44,9
Sud	Basilicata	Ipermercati + Superstore	2	6	6	4	-	200,0%	0,0%	0,02	0,04	0,0	0,1	0,1
Sud	Basilicata	Supermercati	78	88	90	10	2	12,8%	2,3%	0,66	0,62	1,3	1,5	1,6
Sud	Basilicata	Libero servizio	214	237	222	23	-15	10,7%	-6,3%	1,82	1,67	3,5	4,0	3,9
Sud	Basilicata	Discount	9	21	59	12	38	133,3%	181,0%	0,15	0,41	0,1	0,4	1,0
Sud	Basilicata	DM alimentare	303	352	377	49	25	16,2%	7,1%	2,58	2,48	5,0	6,0	6,5
Sud	Basilicata	Totale alimentare	2.788	2.950	2.962	162	12	5,8%	0,4%	23,71	20,80	46,0	49,9	51,4
Sud	Basilicata	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	1.635	1.743	1.668	108	-75	6,6%	-4,3%	8,07	7,88	27,0	29,5	28,9
Sud	Basilicata	Articoli medicali e ortopedici	28	66	65	38	-1	135,7%	-1,5%	0,14	0,30	0,5	1,1	1,1
Sud	Basilicata	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	186	216	229	30	13	16,1%	6,0%	0,92	0,98	3,1	3,7	4,0
Sud	Basilicata	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	590	662	720	72	58	12,2%	8,8%	2,91	2,99	9,7	11,2	12,5
Sud	Basilicata	Mobili, casalinghi, illuminazione	620	692	545	72	-147	11,6%	-21,2%	3,06	3,13	10,2	11,7	9,5
Sud	Basilicata	Libri, giornali, cartoleria	394	416	372	22	-44	5,6%	-10,6%	1,95	1,88	6,5	7,0	6,5
Sud	Basilicata	Carburanti	238	263	288	25	25	10,5%	9,5%	1,17	1,19	3,9	4,4	5,0
Sud	Basilicata	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	200	214	246	14	32	7,0%	15,0%	0,97	0,97	3,3	3,6	4,3
Sud	Basilicata	Altro commercio non alimentare	1814	2134	2.008	320	-126	17,6%	-5,9%	9,65	7,91	30,0	36,1	34,8
Sud	Basilicata	Totale non alimentare	5.705	6.406	6.141	701	-265	12,3%	-4,1%	28,16	28,97	94,2	108,3	106,6
Sud	Basilicata	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	8.493	9.356	9.103	863	-253	10,2%	-2,7%	26,53	25,78	140,3	158,2	158,0
Sud	Basilicata	DM non alimentare	214	214	238	24	24	11,0%	11,0%	0,97	0,94	0,0	3,6	4,1
Sud	Basilicata	Ambulanti alimentari	476	476	404	404	-72	-15,1%	-15,1%	3,36	2,81	0,0	8,0	7,0
Sud	Basilicata	Ambulanti non alimentari	783	783	793	793	10	1,3%	1,3%	3,54	3,12	0,0	13,2	13,8
Sud	Basilicata	Ambulanti totali	1.259	1.259	1.197	1.197	-62	-4,9%	-4,9%	3,47	3,01	0,0	21,3	20,8

Tavola 4.3 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Calabria (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Miln Euro 2000	Pdv/ 10 Miln Euro 2007	Pdv/ 10Mln 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Calabria	Frutta e verdura	1091	982	945	-109	-37	-10,0%	-3,8%	2,56	1,89	1,75	5,5	4,9	4,8
Sud	Calabria	Carni e prodotti a base di carne	2144	1838	1632	-306	-206	-14,3%	-11,2%	5,03	3,53	3,02	10,8	9,2	8,3
Sud	Calabria	Pesci crostacei e molluschi	381	402	433	21	31	5,5%	7,7%	0,89	0,77	0,80	1,9	2,0	2,2
Sud	Calabria	Pane, pasticceria, dolciumi	494	450	412	-44	-38	-8,9%	-8,4%	1,16	0,86	0,76	2,5	2,3	2,1
Sud	Calabria	Bevande	120	87	86	-33	-1	-27,5%	-1,1%	0,28	0,17	0,16	0,6	0,4	0,4
Sud	Calabria	Altri specializzati	857	508	345	-349	-163	-40,7%	-32,1%	2,01	0,98	0,64	4,3	2,5	1,8
Sud	Calabria	Tabacco e altri generi di monopolio	634	923	1077	289	154	45,6%	16,7%	1,49	1,77	1,99	3,2	4,6	5,5
Sud	Calabria	Non specializzati a prevalenza alimentare	3.660	3.687	3.670	27	-17	0,7%	-0,5%	8,58	7,09	6,79	18,4	18,5	18,7
Sud	Calabria	Totale alimentare tradizionale	9.381	8.877	8.600	-504	-277	-5,4%	-3,1%	21,99	17,06	15,92	47,3	44,4	43,9
Sud	Calabria	Ipermercati + Superstore	10	21	27	11	6	110,0%	28,6%	0,02	0,04	0,05	0,1	0,1	0,1
Sud	Calabria	Supermercati	275	344	367	69	23	25,1%	6,7%	0,64	0,66	0,68	1,4	1,7	1,9
Sud	Calabria	Libero servizio	536	630	518	94	-112	17,5%	-17,8%	1,26	1,21	0,96	2,7	3,2	2,6
Sud	Calabria	Discount	56	93	118	37	25	66,1%	26,9%	0,13	0,18	0,22	0,3	0,5	0,6
Sud	Calabria	DM alimentare	877	1.088	1.030	211	-58	24,1%	-5,3%	2,06	2,09	1,91	4,4	5,4	5,3
Sud	Calabria	Totale alimentare	10.258	9.965	9.630	-293	-335	-2,9%	-3,4%	24,05	19,15	17,83	51,7	49,9	49,2
Sud	Calabria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	5501	6289	5851	788	-438	14,3%	-7,0%	7,44	7,42	7,95	27,7	31,5	29,9
Sud	Calabria	Articoli medicinali e ortopedici	137	264	265	127	1	92,7%	0,4%	0,19	0,31	0,36	0,7	1,3	1,4
Sud	Calabria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	765	909	838	144	-71	18,8%	-7,8%	1,03	1,07	1,14	3,9	4,5	4,3
Sud	Calabria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1938	2343	2558	405	215	20,9%	9,2%	2,62	2,76	3,47	9,8	11,7	13,1
Sud	Calabria	Mobili, casalinghi, illuminazione	2255	2437	2056	182	-381	8,1%	-15,6%	3,05	2,87	2,79	11,4	12,2	10,5
Sud	Calabria	Libri, giornali, cartoleria	1295	1463	1412	168	-51	13,0%	-3,5%	1,75	1,73	1,92	6,5	7,3	7,2
Sud	Calabria	Carburanti	697	808	896	111	88	15,9%	10,9%	0,94	0,95	1,22	3,5	4,0	4,6
Sud	Calabria	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	696	828	1005	132	177	19,0%	21,4%	0,94	0,98	1,36	3,5	4,1	5,1
Sud	Calabria	Altro commercio non alimentare	6863	8100	7924	1.237	-176	18,0%	-2,2%	9,28	9,55	10,76	34,6	40,5	40,5
Sud	Calabria	Totale non alimentare	20.147	23.441	22.805	3.294	-636	16,3%	-2,7%	27,26	27,65	30,97	101,5	117,3	116,5
Sud	Calabria	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	30.405	33.406	32.435	3.001	-971	9,9%	-2,9%	26,08	24,42	25,41	153,2	167,2	165,6
Sud	Calabria	DM non alimentare	834	961	961	127	127	15,2%	15,2%	0,00	0,98	1,30	0,0	4,2	4,9
Sud	Calabria	Ambulanti alimentari	1.492	1.308	1.308	-184	-184	-12,3%	-12,3%	0,00	2,87	2,42	0,0	7,5	6,7
Sud	Calabria	Ambulanti non alimentari	6.492	7.802	7.802	1.310	1.310	20,2%	20,2%	0,00	7,66	10,59	0,0	32,5	39,8
Sud	Calabria	Ambulanti totali	7.984	9.110	9.110	1.126	1.126	14,1%	14,1%	0,00	5,84	7,14	0,0	40,0	46,5

Tavola 4.4 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Campania (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Min Euro 2000	Pdv/ 10 Min Euro 2007	Pdv/ 10Min Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Campania	Frutta e verdura	3193	3074	3124	-119	50	-3,7%	1,6%	2,66	2,03	1,94	5,6	5,3	5,4
Sud	Campania	Carni e prodotti a base di carne	6917	6355	5677	-562	-678	-8,1%	-10,7%	5,75	4,19	3,53	12,2	11,0	9,8
Sud	Campania	Pesci crostacei e molluschi	1464	1633	1691	169	58	11,5%	3,6%	1,22	1,08	1,05	2,6	2,8	2,9
Sud	Campania	Pane, pasticceria, dolciumi	1293	1176	1192	-117	16	-9,0%	1,4%	1,08	0,78	0,74	2,3	2,0	2,1
Sud	Campania	Bevande	800	690	700	-110	10	-13,8%	1,4%	0,67	0,46	0,43	1,4	1,2	1,2
Sud	Campania	Altri specializzati	5593	4315	1981	-1.278	-2.334	-22,8%	-54,1%	4,65	2,85	1,23	9,9	7,5	3,4
Sud	Campania	Tabacco e altri generi di monopolio	2206	2690	3179	484	489	21,9%	18,2%	1,84	1,77	1,97	3,9	4,6	5,5
Sud	Campania	Non specializzati a prevalenza alimentare	7.456	9.446	11.350	1.990	1.904	26,7%	20,2%	6,20	6,23	7,05	13,2	16,3	19,7
Sud	Campania	Totale alimentare tradizionale	28.922	29.379	28.894	457	-485	1,6%	-1,7%	24,06	19,38	17,94	51,1	50,7	50,1
Sud	Campania	Ipermercati + Superstore	16	31	34	15	3	93,8%	9,7%	0,01	0,02	0,02	0,0	0,1	0,1
Sud	Campania	Supermercati	450	587	651	137	64	30,4%	10,9%	0,37	0,39	0,40	0,8	1,0	1,1
Sud	Campania	Libero servizio	872	1.061	1.305	189	244	21,7%	23,0%	0,73	0,70	0,81	1,5	1,8	2,3
Sud	Campania	Discount	151	175	218	24	43	15,9%	24,6%	0,13	0,12	0,14	0,3	0,3	0,4
Sud	Campania	DM alimentare	1.489	1.854	2.208	365	354	24,5%	19,1%	1,24	1,22	1,37	2,6	3,2	3,8
Sud	Campania	Totale alimentare	30.411	31.233	31.102	822	-131	2,7%	-0,4%	25,30	20,60	19,31	53,7	53,9	53,9
Sud	Campania	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	16631	21009	20746	4.378	-263	26,3%	-1,3%	8,52	9,27	10,50	29,4	36,3	36,0
Sud	Campania	Articoli medicali e ortopedici	410	695	614	285	-81	69,5%	-11,7%	0,21	0,31	0,31	0,7	1,2	1,1
Sud	Campania	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	2786	3073	2805	287	-268	10,3%	-8,7%	1,43	1,36	1,42	4,9	5,3	4,9
Sud	Campania	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	4031	4775	6802	744	2.027	18,5%	42,5%	2,07	2,11	3,44	7,1	8,2	11,8
Sud	Campania	Mobili, casalinghi, illuminazione	5904	7204	5860	1.300	-1.344	22,0%	-18,7%	3,03	3,18	2,97	10,4	12,4	10,2
Sud	Campania	Libri, giornali, cartoleria	3916	4562	4458	646	-104	16,5%	-2,3%	2,01	2,01	2,26	6,9	7,9	7,7
Sud	Campania	Carburanti	2039	2272	2464	233	192	11,4%	8,5%	1,04	1,00	1,25	3,6	3,9	4,3
Sud	Campania	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1437	1774	2029	337	255	23,5%	14,4%	0,74	0,78	1,03	2,5	3,1	3,5
Sud	Campania	Altro commercio non alimentare	18778	23657	23050	4.879	-607	26,0%	-2,6%	9,62	10,43	11,66	33,2	40,9	39,9
Sud	Campania	Totale non alimentare	55.932	69.021	68.828	13.089	-193	23,4%	-0,3%	28,66	30,44	34,83	98,8	119,2	119,3
Sud	Campania	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	86.343	100.254	99.930	13.911	-324	16,1%	-0,3%	27,38	26,50	27,86	152,5	173,1	173,2
Sud	Campania	DM non alimentare		1941	2133		192		9,9%	0,00	0,86	1,08	0,0	3,4	3,7
Sud	Campania	Ambulanti alimentari		4.099	3.888		-211		-5,1%	0,00	2,70	2,41	0,0	7,1	6,7
Sud	Campania	Ambulanti non alimentari		15.638	19.666		4.028		25,8%	0,00	6,90	9,95	0,0	27,0	34,1
Sud	Campania	Ambulanti totali		19.737	23.554		3.817		19,3%	0,00	5,22	6,57	0,0	34,1	40,8

Tavola 4.5 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Emilia Romagna (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10Mln Euro 2000	Pdv/10Mln Euro 2007	Pdv/10Mln abitanti 2000	Pdv/10Mln abitanti 2007	Pdv/10Mln abitanti 2012
Nord	Emilia Romagna	Frutta e verdura	1589	1348	1317	-241	-31	-15,2%	-2,3%	1,69	1,17	4,0	3,2	3,0
Nord	Emilia Romagna	Carni e prodotti a base di carne	2019	1626	1479	-393	-147	-19,5%	-9,0%	2,14	1,41	5,1	3,9	3,4
Nord	Emilia Romagna	Pesci crostacei e molluschi	321	317	318	-4	1	-1,2%	0,3%	0,34	0,28	0,8	0,8	0,7
Nord	Emilia Romagna	Pane, pasticceria, dolciumi	874	783	749	-91	-34	-10,4%	-4,3%	0,93	0,68	2,2	1,9	1,7
Nord	Emilia Romagna	Bevande	241	250	273	9	23	3,7%	9,2%	0,26	0,22	0,6	0,6	0,6
Nord	Emilia Romagna	Altri specializzati	1240	862	686	-378	-176	-30,5%	-20,4%	1,32	0,75	3,1	2,0	1,6
Nord	Emilia Romagna	Tabacco e altri generi di monopolio	2216	2583	2729	367	146	16,6%	5,7%	2,35	2,24	5,6	6,1	6,2
Nord	Emilia Romagna	Non specializzati a prevalenza alimentare	3.220	3.511	3.841	291	330	9,0%	9,4%	3,42	3,05	8,1	8,3	8,8
Nord	Emilia Romagna	Totale alimentare tradizionale	11.720	11.280	11.392	-440	112	-3,8%	1,0%	12,45	9,80	29,4	26,7	26,0
Nord	Emilia Romagna	Ipermercati + Superstore	38	52	63	14	11	36,8%	21,2%	0,04	0,05	0,1	0,1	0,1
Nord	Emilia Romagna	Supermercati	475	570	611	95	41	20,0%	7,2%	0,50	0,50	1,2	1,3	1,4
Nord	Emilia Romagna	Libero servizio	740	879	713	139	-166	18,8%	-18,9%	0,79	0,76	1,9	2,1	1,6
Nord	Emilia Romagna	Discount	188	247	264	59	17	31,4%	6,9%	0,20	0,21	0,5	0,6	0,6
Nord	Emilia Romagna	DM alimentare	1.441	1.748	1.651	307	-97	21,3%	-5,5%	1,53	1,52	3,6	4,1	3,8
Nord	Emilia Romagna	Totale alimentare	13.161	13.028	13.043	-133	15	-1,0%	0,1%	13,98	11,32	33,1	30,8	29,8
Nord	Emilia Romagna	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10944	10791	10646	-153	-145	-1,4%	-1,3%	4,95	4,28	27,5	25,6	24,3
Nord	Emilia Romagna	Articoli medicali e ortopedici	336	420	465	84	45	25,0%	10,7%	0,15	0,17	0,8	1,0	1,1
Nord	Emilia Romagna	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1665	1747	1670	82	-77	4,9%	-4,4%	0,75	0,69	4,2	4,1	3,8
Nord	Emilia Romagna	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2026	2297	2430	271	133	13,4%	5,8%	0,92	0,91	5,1	5,4	5,6
Nord	Emilia Romagna	Mobili, casalinghi, illuminazione	2652	2802	2362	150	-440	5,7%	-15,7%	1,20	1,11	6,7	6,6	5,4
Nord	Emilia Romagna	Libri, giornali, cartoleria	3318	3326	3163	8	-163	0,2%	-4,9%	1,50	1,32	8,3	7,9	7,2
Nord	Emilia Romagna	Carburanti	1936	1865	1936	-71	71	-3,7%	3,8%	0,88	0,74	4,9	4,4	4,4
Nord	Emilia Romagna	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1149	1199	1392	50	193	4,4%	16,1%	0,52	0,48	2,9	2,8	3,2
Nord	Emilia Romagna	Altro commercio non alimentare	11292	12098	11761	806	-337	7,1%	-2,8%	5,11	4,80	28,4	28,6	26,9
Nord	Emilia Romagna	Totale non alimentare	35.318	36.545	35.825	1.227	-720	3,5%	-2,0%	15,97	14,50	13,63	88,7	81,8
Nord	Emilia Romagna	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	48.479	49.573	48.868	1.094	-705	2,3%	-1,4%	15,38	13,51	12,88	117,4	111,6
Nord	Emilia Romagna	DM non alimentare	2155	2297	2297	142	142	6,6%	6,6%	0,00	0,86	0,0	5,1	5,2
Nord	Emilia Romagna	Ambulanti alimentari	1.886	1.793	1.793	-93	-93	-4,9%	-4,9%	0,00	1,64	0,0	4,5	4,1
Nord	Emilia Romagna	Ambulanti non alimentari	7.438	8.077	8.077	7438	639	8,6%	8,6%	0,00	2,95	3,07	17,6	18,5
Nord	Emilia Romagna	Ambulanti totali	9.324	9.870	9.870	9.324	546	5,9%	5,9%	0,00	2,54	2,60	22,1	22,5

Tavola 4.6 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Friuli-Venezia Giulia (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Frutta e verdura	548	381	354	-167	-27	-30,5%	-7,1%	2,03	1,13	1,02	4,6	3,1	2,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Carni e prodotti a base di carne	530	392	335	-138	-57	-26,0%	-14,5%	1,96	1,17	0,96	4,5	3,2	2,7
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Pesci crostacei e molluschi	117	105	109	-12	4	-10,3%	3,8%	0,43	0,31	0,31	1,0	0,9	0,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Pane, pasticceria, dolciumi	254	252	231	-2	-21	-0,8%	-8,3%	0,94	0,75	0,66	2,1	2,1	1,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Bevande	82	88	89	6	1	7,3%	1,1%	0,30	0,26	0,26	0,7	0,7	0,7
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Altri specializzati	359	235	191	-124	-44	-34,5%	-18,7%	1,33	0,70	0,55	3,0	1,9	1,6
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Tabacco e altri generi di monopolio	658	658	670	-	12	0,0%	1,8%	2,44	1,96	1,92	5,6	5,4	5,5
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.067	1.056	967	-11	-89	-1,0%	-8,4%	3,95	3,14	2,77	9,0	8,7	7,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Totale alimentare tradizionale	3.615	3.167	2.946	-448	-221	-12,4%	-7,0%	13,40	9,43	8,45	30,5	26,1	24,1
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Ipermercati + Superstore	10	18	25	8	7	80,0%	38,9%	0,04	0,05	0,07	0,1	0,1	0,2
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Supermercati	214	242	236	28	-6	13,1%	-2,5%	0,79	0,72	0,68	1,8	2,0	1,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Libero servizio	249	266	235	17	-31	6,8%	-11,7%	0,92	0,79	0,67	2,1	2,2	1,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Discount	95	123	154	28	31	29,5%	25,2%	0,35	0,37	0,44	0,8	1,0	1,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	DM alimentare	568	649	650	81	1	14,3%	0,2%	2,10	1,93	1,86	4,8	5,4	5,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Totale alimentare	4.183	3.816	3.596	-367	-220	-8,8%	-5,8%	15,50	11,36	10,31	35,3	31,5	29,4
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	3126	2835	2612	-291	-223	-9,3%	-7,9%	5,19	4,14	3,73	26,4	23,4	21,4
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Articoli medicali e ortopedici	68	88	97	20	9	29,4%	10,2%	0,11	0,13	0,14	0,6	0,7	0,8
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	395	395	405	-	10	0,0%	2,5%	0,66	0,58	0,58	3,3	3,3	3,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	615	607	611	-8	4	-1,3%	0,7%	1,02	0,89	0,87	5,2	5,0	5,0
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Mobili, casalinghi, illuminazione	784	736	633	-48	-103	-6,1%	-14,0%	1,30	1,07	0,90	6,6	6,1	5,2
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Libri, giornali, cartoleria	949	958	840	9	-118	0,9%	-12,3%	1,57	1,40	1,20	8,0	7,9	6,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Carburanti	488	496	528	8	32	1,6%	6,5%	0,81	0,72	0,75	4,1	4,1	4,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	363	370	406	7	36	1,9%	9,7%	0,60	0,54	0,58	3,1	3,1	3,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Altro commercio non alimentare	3285	3479	3163	194	-316	5,9%	-9,1%	5,45	5,08	4,52	27,7	28,7	25,9
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Totale non alimentare	10.073	9.964	9.295	-109	-669	-1,1%	-6,7%	16,71	14,54	13,28	85,0	82,2	76,1
Nord	Friuli-Venezia Giulia	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	14.256	13.780	12.891	-476	-889	-3,3%	-6,5%	16,34	13,49	12,29	120,3	113,6	105,5
Nord	Friuli-Venezia Giulia	DM non alimentare	751	793	793	751	42	5,5%	5,5%	0,00	1,10	1,13	0,0	6,2	6,5
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Ambulanti alimentari	305	283	283	305	-22	-7,2%	-7,2%	0,00	0,91	0,81	0,0	2,5	2,3
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Ambulanti non alimentari	1.252	1.446	1.446	1.252	194	15,5%	15,5%	0,00	1,83	2,07	0,0	10,3	11,8
Nord	Friuli-Venezia Giulia	Ambulanti totali	1.557	1.729	1.729	1.557	172	11,0%	11,0%	0,00	1,52	1,65	0,0	12,8	14,2

Tavola 4.7 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante nel Lazio (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Centro	Lazio	Frutta e verdura	2714	2283	2420	-431	137	-15,9%	6,0%	2,31	1,55	1,62	5,2	4,2	4,4
Centro	Lazio	Carni e prodotti a base di carne	3136	2510	2369	-626	-141	-20,0%	-5,6%	2,67	1,70	1,59	6,0	4,6	4,3
Centro	Lazio	Pesci crostacei e molluschi	610	677	746	67	69	11,0%	10,2%	0,52	0,46	0,50	1,2	1,2	1,3
Centro	Lazio	Pane, pasticceria, dolciumi	797	718	710	-79	-8	-9,9%	-1,1%	0,68	0,49	0,48	1,5	1,3	1,3
Centro	Lazio	Bevande	463	434	520	-29	86	-6,3%	19,8%	0,39	0,29	0,35	0,9	0,8	0,9
Centro	Lazio	Altri specializzati	2091	1318	960	-773	-358	-37,0%	-27,2%	1,78	0,89	0,64	4,0	2,4	1,7
Centro	Lazio	Tabacco e altri generi di monopolio	1777	2387	2837	610	450	34,3%	18,9%	1,51	1,62	1,90	3,4	4,3	5,1
Centro	Lazio	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.886	5.289	6.365	2.453	1.076	86,5%	20,3%	2,42	3,58	4,26	5,4	9,6	11,5
Centro	Lazio	Totale alimentare tradizionale	14.424	15.616	16.927	1.192	1.311	8,3%	8,4%	12,28	10,57	11,33	27,6	28,4	30,5
Centro	Lazio	Ipermercati + Superstore	30	49	50	19	1	63,3%	2,0%	0,03	0,03	0,03	0,1	0,1	0,1
Centro	Lazio	Supermercati	632	798	834	166	36	26,3%	4,5%	0,54	0,54	0,56	1,2	1,5	1,5
Centro	Lazio	Libero servizio	717	859	803	142	-56	19,8%	-6,5%	0,61	0,58	0,54	1,4	1,6	1,4
Centro	Lazio	Discount	302	418	474	116	56	38,4%	13,4%	0,26	0,28	0,32	0,6	0,8	0,9
Centro	Lazio	DM alimentare	1.681	2.124	2.161	443	37	26,4%	1,7%	1,43	1,44	1,45	3,2	3,9	3,9
Centro	Lazio	Totale alimentare	16.105	17.740	19.088	1.635	1.348	10,2%	7,6%	13,72	12,01	12,77	30,8	32,3	34,3
Centro	Lazio	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10566	14673	15071	4107	398	38,9%	2,7%	4,22	4,93	6,38	20,2	26,7	27,1
Centro	Lazio	Articoli medicali e ortopedici	236	450	527	214	77	90,7%	17,1%	0,09	0,15	0,22	0,5	0,8	0,9
Centro	Lazio	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1899	2198	2254	299	56	15,7%	2,5%	0,76	0,74	0,95	3,6	4,0	4,1
Centro	Lazio	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2899	3891	4374	992	483	34,2%	12,4%	1,16	1,31	1,85	5,5	7,1	7,9
Centro	Lazio	Mobili, casalinghi, illuminazione	3711	4673	4156	962	-517	25,9%	-11,1%	1,48	1,57	1,76	7,1	8,5	7,5
Centro	Lazio	Libri, giornali, cartoleria	3623	4336	4361	713	25	19,7%	0,6%	1,45	1,46	1,85	6,9	7,9	7,8
Centro	Lazio	Carburanti	2430	2502	2726	72	224	3,0%	9,0%	0,97	0,84	1,15	4,7	4,6	4,9
Centro	Lazio	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1326	1484	1663	158	179	11,9%	12,1%	0,53	0,50	0,70	2,5	2,7	3,0
Centro	Lazio	Altro commercio non alimentare	17278	19412	19927	2134	515	12,4%	2,7%	6,90	6,52	8,44	33,1	35,3	35,9
Centro	Lazio	Totale non alimentare	43.968	53.619	55.059	9.651	1.440	22,0%	2,7%	17,56	18,00	23,31	84,2	97,6	99,1
Centro	Lazio	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	60.073	71.359	74.147	11.286	2.788	18,8%	3,9%	16,33	16,01	19,23	115,0	129,9	133,4
Centro	Lazio	DM non alimentare	2708	2998	2998	2708	290	10,7%	0,0%	0,00	0,91	1,27	0,0	4,9	5,4
Centro	Lazio	Ambulanti alimentari	3.832	3.858	3.858	3.832	26	0,7%	0,0%	0,00	2,59	2,58	0,0	7,0	6,9
Centro	Lazio	Ambulanti non alimentari	8.228	10.965	10.965	8.228	2.737	33,3%	0,0%	0,00	2,76	4,64	0,0	15,0	19,7
Centro	Lazio	Ambulanti totali	12.060	14.823	14.823	12.060	2.763	22,9%	0,0%	0,00	2,71	3,84	0,0	22,0	26,7

Tavola 4.8 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Liguria (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Liguria	Frutta e verdura	1168	1024	1083	-144	59	-12,3%	5,8%	2,72	1,96	2,06	7,2	6,9
Nord	Liguria	Carni e prodotti a base di carne	1447	1254	1138	-193	-116	-13,3%	-9,3%	3,37	2,39	2,17	8,9	7,3
Nord	Liguria	Pesci crostacei e molluschi	398	412	394	14	-18	3,5%	-4,4%	0,93	0,79	0,75	2,5	2,5
Nord	Liguria	Pane, pasticceria, dolciumi	282	337	328	55	-9	19,5%	-2,7%	0,66	0,64	0,62	1,7	2,1
Nord	Liguria	Bevande	200	185	202	-15	17	-7,5%	9,2%	0,47	0,39	0,38	1,2	1,3
Nord	Liguria	Altri specializzati	985	570	391	-415	-179	-42,1%	-31,4%	2,29	1,09	0,74	6,1	3,5
Nord	Liguria	Tabacco e altri generi di monopolio	832	966	1053	134	87	16,1%	9,0%	1,94	1,84	2,01	5,1	6,0
Nord	Liguria	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.100	2.244	2.333	144	89	6,9%	4,0%	4,89	4,28	4,44	12,9	14,0
Nord	Liguria	Totale alimentare tradizionale	7.412	6.992	6.922	-420	-70	-5,7%	-1,0%	17,26	13,35	13,19	45,7	44,2
Nord	Liguria	Ipermercati + Superstore	8	11	12	3	1	37,5%	9,1%	0,02	0,02	0,02	0,0	0,1
Nord	Liguria	Supermercati	144	170	176	26	6	18,1%	3,5%	0,34	0,32	0,34	0,9	1,1
Nord	Liguria	Libero servizio	320	401	403	81	2	25,3%	0,5%	0,75	0,77	0,77	2,0	2,5
Nord	Liguria	Discount	122	159	167	37	8	30,3%	5,0%	0,28	0,30	0,32	0,8	1,0
Nord	Liguria	DM alimentare	594	741	758	147	17	24,7%	2,3%	1,38	1,41	1,44	3,7	4,6
Nord	Liguria	Totale alimentare	8.006	7.733	7.680	-273	-53	-3,4%	-0,7%	18,65	14,76	14,63	49,3	49,1
Nord	Liguria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	4766	5010	4812	244	-198	5,1%	-4,0%	6,32	6,00	6,23	29,4	30,7
Nord	Liguria	Articoli medicali e ortopedici	95	157	177	62	20	65,3%	12,7%	0,13	0,19	0,23	0,6	1,0
Nord	Liguria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	716	746	693	30	-53	4,2%	-7,1%	0,95	0,89	0,90	4,4	4,4
Nord	Liguria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	954	1071	1139	117	68	12,3%	6,3%	1,26	1,28	1,48	5,9	7,3
Nord	Liguria	Mobili, casalinghi, illuminazione	1269	1449	1155	180	-294	14,2%	-20,3%	1,68	1,74	1,50	7,8	7,4
Nord	Liguria	Libri, giornali, cartoleria	1651	1715	1597	64	-118	3,9%	-6,9%	2,19	2,06	2,07	10,2	10,2
Nord	Liguria	Carburanti	649	684	638	35	-46	5,4%	-6,7%	0,86	0,82	0,83	4,0	4,1
Nord	Liguria	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	562	611	682	49	71	8,7%	11,6%	0,74	0,73	0,88	3,5	4,4
Nord	Liguria	Altro commercio non alimentare	5456	5948	5816	492	-132	9,0%	-2,2%	7,23	7,13	7,54	33,6	37,2
Nord	Liguria	Totale non alimentare	16.118	17.391	16.709	1.273	-682	7,9%	-3,9%	21,37	20,84	21,65	99,3	106,8
Nord	Liguria	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	24.124	25.124	24.389	1.000	-735	4,1%	-2,9%	20,38	19,50	18,81	148,6	155,8
Nord	Liguria	DM non alimentare	791	879	791	88	88	11,1%	11,1%	0,00	0,00	1,14	0,0	4,9
Nord	Liguria	Ambulanti alimentari	940	940	857	940	-83	-8,8%	-8,8%	0,00	1,79	1,63	0,0	5,8
Nord	Liguria	Ambulanti non alimentari	3.435	3.435	4.027	3.435	592	17,2%	17,2%	0,00	4,12	5,22	0,0	25,7
Nord	Liguria	Ambulanti totali	4.375	4.375	4.884	4.375	509	11,6%	11,6%	0,00	3,22	3,77	0,0	31,2

Tavola 4.9 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Lombardia (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10 Milin Euro 2000	Pdv/10 Milin Euro 2007	Pdv/10 Milin Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Nord	Lombardia	Frutta e verdura	3114	2373	2166	-741	-207	-23,8%	-8,7%	1,39	0,86	0,75	3,4	2,5	2,2
Nord	Lombardia	Carni e prodotti a base di carne	3439	2744	2554	-695	-190	-20,2%	-6,9%	1,53	0,99	0,89	3,8	2,9	2,6
Nord	Lombardia	Pesci crostacei e molluschi	230	227	222	-3	-5	-1,3%	-2,2%	0,10	0,08	0,08	0,3	0,2	0,2
Nord	Lombardia	Pane, pasticceria, dolciumi	2167	1925	1878	-242	-47	-11,2%	-2,4%	0,97	0,70	0,65	2,4	2,0	1,9
Nord	Lombardia	Bevande	812	685	735	-127	50	-15,6%	7,3%	0,36	0,25	0,26	0,9	0,7	0,8
Nord	Lombardia	Altri specializzati	3626	2295	1413	-1331	-882	-36,7%	-38,4%	1,62	0,83	0,49	4,0	2,4	1,4
Nord	Lombardia	Tabacco e altri generi di monopolio	2369	3391	3993	1022	602	43,1%	17,8%	1,06	1,23	1,39	2,6	3,5	4,1
Nord	Lombardia	Non specializzati a prevalenza alimentare	6.241	6.197	7.194	-44	997	-0,7%	16,1%	2,78	2,25	2,50	6,9	6,5	7,3
Nord	Lombardia	Totale alimentare tradizionale	21.998	19.837	20.155	-2.161	318	-9,8%	1,6%	9,80	7,19	7,00	24,3	20,8	20,6
Nord	Lombardia	Ipermercati + Superstore	152	202	239	50	37	32,9%	18,3%	0,07	0,07	0,08	0,2	0,2	0,2
Nord	Lombardia	Supermercati	902	1.120	1.089	218	-31	24,2%	-2,8%	0,40	0,41	0,38	1,0	1,2	1,1
Nord	Lombardia	Libero servizio	1.135	1.249	1.074	114	-175	10,0%	-14,0%	0,51	0,45	0,37	1,3	1,3	1,1
Nord	Lombardia	Discount	370	484	583	114	99	30,8%	20,5%	0,16	0,18	0,20	0,4	0,5	0,6
Nord	Lombardia	DM alimentare	2.559	3.055	2.985	496	-70	19,4%	-2,3%	1,14	1,11	1,04	2,8	3,2	3,0
Nord	Lombardia	Totale alimentare	24.557	22.892	23.140	-1.665	248	-6,8%	1,1%	10,94	8,30	8,04	27,1	24,0	23,6
Nord	Lombardia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	18232	18565	18171	333	-394	1,8%	-2,1%	3,72	3,37	3,14	20,1	19,4	18,6
Nord	Lombardia	Articoli medicali e ortopedici	368	497	593	129	96	35,1%	19,3%	0,08	0,09	0,10	0,4	0,5	0,6
Nord	Lombardia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	2775	2712	2767	-63	55	-2,3%	2,0%	0,57	0,49	0,48	3,1	2,8	2,8
Nord	Lombardia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	3416	3493	3759	77	266	2,3%	7,6%	0,70	0,63	0,65	3,8	3,7	3,8
Nord	Lombardia	Mobili, casalinghi, illuminazione	5868	6081	5289	213	-792	3,6%	-13,0%	1,20	1,10	0,91	6,5	6,4	5,4
Nord	Lombardia	Libri, giornali, cartoleria	7002	6757	6204	-245	-553	-3,5%	-8,2%	1,43	1,23	1,07	7,7	7,1	6,3
Nord	Lombardia	Carburanti	3054	2986	3181	-68	195	-2,2%	6,5%	0,62	0,54	0,55	3,4	3,1	3,2
Nord	Lombardia	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	2503	2764	3051	261	287	10,4%	10,4%	0,51	0,50	0,53	2,8	2,9	3,1
Nord	Lombardia	Altro commercio non alimentare	22932	23255	23180	323	-75	1,4%	-0,3%	4,68	4,22	4,00	25,3	24,3	23,7
Nord	Lombardia	Totale non alimentare	66.150	67.110	66.195	960	-915	1,5%	-1,4%	13,51	12,19	11,43	73,1	70,2	67,6
Nord	Lombardia	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	90.707	90.002	89.335	-705	-667	-0,8%	-0,7%	12,70	10,89	10,30	100,2	94,2	91,2
Nord	Lombardia	DM non alimentare	4808	4808	5248	4808	440	9,2%	9,2%	0,00	0,07	0,09	0,0	0,0	0,0
Nord	Lombardia	Ambulanti alimentari	4.633	4.633	4.633	4.633	-121	-2,6%	-2,6%	0,00	1,68	1,57	0,0	4,8	4,6
Nord	Lombardia	Ambulanti non alimentari	13.955	13.955	15.991	13.955	2.036	14,6%	14,6%	0,00	2,53	2,76	0,0	14,6	16,3
Nord	Lombardia	Ambulanti totali	18.588	18.588	20.503	18.588	1.915	10,3%	10,3%	0,00	2,25	2,36	0,0	19,5	20,9

Tavola 4.10 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante nelle Marche (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10 Miln Euro 2000	Pdv/10 Miln Euro 2007	Pdv/10 Miln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Centro	Marche	Frutta e verdura	690	545	535	-145	-10	-21,0%	-1,8%	2,05	1,30	1,25	4,7	3,5	3,5
Centro	Marche	Carni e prodotti a base di carne	984	898	847	-86	-51	-8,7%	-5,7%	2,92	2,14	1,97	6,7	5,8	5,5
Centro	Marche	Pesci crostacei e molluschi	265	287	300	22	13	8,3%	4,5%	0,79	0,68	0,70	1,8	1,9	1,9
Centro	Marche	Pane, pasticceria, dolciumi	292	329	302	37	-27	12,7%	-8,2%	0,87	0,78	0,70	2,0	2,1	2,0
Centro	Marche	Bevande	120	146	139	26	-7	21,7%	-4,8%	0,36	0,35	0,32	0,8	1,0	0,9
Centro	Marche	Altri specializzati	449	309	263	-140	-46	-31,2%	-14,9%	1,33	0,74	0,61	3,1	2,0	1,7
Centro	Marche	Tabacco e altri generi di monopolio	815	945	1017	130	72	16,0%	7,6%	2,42	2,25	2,37	5,6	6,2	6,6
Centro	Marche	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.500	1.558	1.520	58	-38	3,9%	-2,4%	4,45	3,71	3,54	10,3	10,1	9,8
Centro	Marche	Totale alimentare tradizionale	5.115	5.017	4.923	-98	-94	-1,9%	-1,9%	15,17	11,95	11,48	35,0	32,7	31,9
Centro	Marche	Ipermercati + Superstore	14	21	30	7	9	50,0%	42,9%	0,04	0,05	0,07	0,1	0,1	0,2
Centro	Marche	Supermercati	229	273	283	44	10	19,2%	3,7%	0,68	0,65	0,66	1,6	1,8	1,8
Centro	Marche	Libero servizio	441	508	464	67	-44	15,2%	-8,7%	1,31	1,21	1,08	3,0	3,3	3,0
Centro	Marche	Discount	74	107	105	33	-2	44,6%	-1,9%	0,22	0,25	0,24	0,5	0,7	0,7
Centro	Marche	DM alimentare	758	909	882	151	-27	19,9%	-3,0%	2,25	2,17	2,06	5,2	5,9	5,7
Centro	Marche	Totale alimentare	5.873	5.926	5.805	53	-121	0,9%	-2,0%	17,42	14,12	13,53	40,2	38,6	37,6
Centro	Marche	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	3816	4114	4002	298	-112	7,8%	-2,7%	5,20	4,99	5,36	26,1	26,8	25,9
Centro	Marche	Articoli medicali e ortopedici	84	133	148	49	15	58,3%	11,3%	0,11	0,16	0,20	0,6	0,9	1,0
Centro	Marche	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	591	648	661	57	13	9,6%	2,0%	0,80	0,79	0,89	4,0	4,2	4,3
Centro	Marche	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	958	1020	1046	62	26	6,5%	2,5%	1,30	1,24	1,40	6,6	6,6	6,8
Centro	Marche	Mobili, casalinghi, illuminazione	1136	1216	1060	80	-156	7,0%	-12,8%	1,55	1,48	1,42	7,8	7,9	6,9
Centro	Marche	Libri, giornali, cartoleria	1191	1149	1083	-42	-66	-3,5%	-5,7%	1,62	1,39	1,45	8,2	7,5	7,0
Centro	Marche	Carburanti	814	822	836	8	14	1,0%	1,7%	1,11	1,00	1,12	5,6	5,4	5,4
Centro	Marche	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	454	533	585	79	52	17,4%	9,8%	0,62	0,65	0,78	3,1	3,5	3,8
Centro	Marche	Altro commercio non alimentare	4306	4465	4301	159	-164	3,7%	-3,7%	5,86	5,42	5,76	29,5	29,1	27,8
Centro	Marche	Totale non alimentare	13.350	14.100	13.722	750	-378	5,6%	-2,7%	18,18	17,12	18,39	91,4	91,8	88,8
Centro	Marche	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	19.223	20.026	19.527	803	-499	4,2%	-2,5%	17,94	16,11	16,62	131,6	130,4	126,4
Centro	Marche	DM non alimentare		729	965	729	236		32,3%	0,00	0,89	1,29	0,0	4,8	6,2
Centro	Marche	Ambulanti alimentari		690	927	690	237		34,3%	0,00	1,64	2,16	0,0	4,5	6,0
Centro	Marche	Ambulanti non alimentari		3.691	3.964	3.691	273		7,4%	0,00	4,48	5,31	0,0	24,0	25,7
Centro	Marche	Ambulanti totali		4.381	4.891	4.381	510		11,6%	0,00	3,52	4,16	0,0	28,5	31,7

Tavola 4.11 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Molise (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Min Euro 2000	Pdv/ 10 Min Euro 2007	Pdv/ 10Min Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Molise	Frutta e verdura	117	124	123	7	-1	6,0%	-0,8%	1,75	1,50	1,41	3,6	3,9
Sud	Molise	Carni e prodotti a base di carne	355	298	281	-57	-17	-16,1%	-5,7%	5,30	3,60	3,23	10,9	9,3
Sud	Molise	Pesci crostacei e molluschi	64	73	84	9	11	14,1%	15,1%	0,96	0,88	0,96	2,0	2,3
Sud	Molise	Pane, pasticceria, dolciumi	42	33	32	-9	-1	-21,4%	-3,0%	0,63	0,40	0,37	1,3	1,0
Sud	Molise	Bevande	20	26	37	6	11	30,0%	42,3%	0,30	0,31	0,42	0,6	0,8
Sud	Molise	Altri specializzati	132	73	66	-59	-7	-44,7%	-9,6%	1,97	0,88	0,76	4,1	2,3
Sud	Molise	Tabacco e altri generi di monopolio	157	156	182	-1	26	-0,6%	16,7%	2,35	1,88	2,09	4,8	5,8
Sud	Molise	Non specializzati a prevalenza alimentare	651	731	697	80	-34	12,3%	-4,7%	9,72	8,83	8,01	20,0	22,2
Sud	Molise	Totale alimentare tradizionale	1.538	1.514	1.502	-24	-12	-1,6%	-0,8%	22,97	18,29	17,25	47,3	47,9
Sud	Molise	Ipermercati + Superstore	2	5	6	3	1	150,0%	20,0%	0,03	0,06	0,07	0,1	0,2
Sud	Molise	Supermercati	37	39	36	2	-3	5,4%	-7,7%	0,55	0,47	0,41	1,1	1,1
Sud	Molise	Libero servizio	58	71	60	13	-11	22,4%	-15,5%	0,87	0,86	0,69	1,8	2,2
Sud	Molise	Discount	11	21	22	10	1	90,9%	4,8%	0,16	0,25	0,25	0,3	0,7
Sud	Molise	DM alimentare	108	136	124	28	-12	25,9%	-8,8%	1,61	1,64	1,42	3,3	4,2
Sud	Molise	Totale alimentare	1.646	1.650	1.626	4	-24	0,2%	-1,5%	24,59	19,94	18,68	50,7	51,9
Sud	Molise	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	758	915	831	157	-84	20,7%	-9,2%	5,78	6,13	5,54	23,3	28,6
Sud	Molise	Articoli medicali e ortopedici	18	25	21	7	-4	38,9%	-16,0%	0,14	0,17	0,14	0,6	0,8
Sud	Molise	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	193	145	131	-48	-14	-24,9%	-9,7%	1,47	0,97	0,87	5,9	4,5
Sud	Molise	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	308	295	328	-13	33	-4,2%	11,2%	2,35	1,98	2,19	9,5	9,2
Sud	Molise	Mobili, casalinghi, illuminazione	245	303	275	58	-28	23,7%	-9,2%	1,87	2,03	1,83	7,5	9,5
Sud	Molise	Libri, giornali, cartoleria	200	196	176	-4	-20	-2,0%	-10,2%	1,52	1,31	1,17	6,2	6,1
Sud	Molise	Carburanti	149	164	168	15	4	10,1%	2,4%	1,14	1,10	1,12	4,6	5,1
Sud	Molise	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	146	159	174	13	15	8,9%	9,4%	1,11	1,07	1,16	4,5	5,0
Sud	Molise	Altro commercio non alimentare	1119	1260	1133	141	-127	12,6%	-10,1%	8,53	8,44	7,56	34,4	36,2
Sud	Molise	Totale non alimentare	3.136	3.462	3.237	326	-225	10,4%	-6,5%	23,90	23,20	21,60	96,5	103,3
Sud	Molise	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	4.782	5.112	4.863	330	-249	6,9%	-4,9%	24,13	22,03	20,52	147,2	155,2
Sud	Molise	DM non alimentare	174	174	195	174	21	11,9%	11,9%	0,00	1,17	1,30	0,0	5,4
Sud	Molise	Ambulanti alimentari	212	212	203	212	-9	-4,2%	-4,2%	0,00	2,56	2,33	0,0	6,6
Sud	Molise	Ambulanti non alimentari	550	550	570	550	20	3,6%	3,6%	0,00	3,69	3,80	0,0	17,2
Sud	Molise	Ambulanti totali	762	762	773	762	11	1,4%	1,4%	0,00	3,28	3,26	0,0	23,8

Tavola 4.12 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Piemonte (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Ver % 2007/12	Pdv/10Mln Euro 2000	Pdv/10Mln Euro 2007	Pdv/10Mln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Nord	Piemonte	Frutta e verdura	819	725	758	-94	33	-11,5%	4,6%	0,82	0,59	0,61	1,9	1,7	1,7
Nord	Piemonte	Carni e prodotti a base di carne	2773	2396	2122	-377	-274	-13,6%	-11,4%	2,78	1,94	1,71	6,5	5,5	4,9
Nord	Piemonte	Pesci crostacei e molluschi	166	152	118	-14	-34	-8,4%	-22,4%	0,17	0,12	0,09	0,4	0,3	0,3
Nord	Piemonte	Pane, pasticceria, dolciumi	1283	1186	1107	-97	-79	-7,6%	-6,7%	1,28	0,96	0,89	3,0	2,7	2,5
Nord	Piemonte	Bevande	453	445	460	-8	15	-1,8%	3,4%	0,45	0,36	0,37	1,1	1,0	1,1
Nord	Piemonte	Altri specializzati	1997	1206	717	-791	-489	-39,6%	-40,5%	2,00	0,98	0,58	4,7	2,8	1,6
Nord	Piemonte	Tabacco e altri generi di monopolio	1642	1982	2141	340	159	20,7%	8,0%	1,64	1,61	1,72	3,8	4,6	4,9
Nord	Piemonte	Non specializzati a prevalenza alimentare	3889	4563	4734	674	171	17,3%	3,7%	3,89	3,70	3,81	9,1	10,5	10,8
Nord	Piemonte	Totale alimentare tradizionale	13.022	12.655	12.157	-367	-498	-2,8%	-3,9%	13,03	10,26	9,77	30,4	29,1	27,8
Nord	Piemonte	Ipermercati + Superstore	50	86	103	36	17	72,0%	19,8%	0,05	0,07	0,08	0,1	0,2	0,2
Nord	Piemonte	Supermercati	415	499	512	84	13	20,2%	2,6%	0,42	0,40	0,41	1,0	1,1	1,2
Nord	Piemonte	Libero servizio	692	800	760	108	-40	15,6%	-5,0%	0,69	0,65	0,61	1,6	1,8	1,7
Nord	Piemonte	Discount	217	288	356	71	68	32,7%	23,6%	0,22	0,23	0,29	0,5	0,7	0,8
Nord	Piemonte	DM alimentare	1.374	1.673	1.731	299	58	21,8%	3,5%	1,38	1,36	1,39	3,2	3,8	4,0
Nord	Piemonte	Totale alimentare	14.396	14.328	13.888	-68	-440	-0,5%	-3,1%	14,41	11,62	11,16	33,6	32,9	31,8
Nord	Piemonte	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	9719	9823	9286	104	-537	1,1%	-5,5%	4,21	3,78	3,86	22,7	22,6	21,2
Nord	Piemonte	Articoli medicali e ortopedici	192	303	517	111	214	57,8%	70,6%	0,08	0,12	0,21	0,4	0,7	1,2
Nord	Piemonte	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1499	1558	1517	59	-41	3,9%	-2,6%	0,65	0,60	0,63	3,5	3,6	3,5
Nord	Piemonte	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2374	2629	3162	255	533	10,7%	20,3%	1,03	1,01	1,31	5,5	6,0	7,2
Nord	Piemonte	Mobili, casalinghi, illuminazione	3140	3265	2676	125	-589	4,0%	-18,0%	1,36	1,26	1,11	7,3	7,5	6,1
Nord	Piemonte	Libri, giornali, cartoleria	3150	3182	2979	32	-203	1,0%	-6,4%	1,37	1,22	1,24	7,4	7,3	6,8
Nord	Piemonte	Carburanti	1925	1845	1917	-80	72	-4,2%	3,9%	0,83	0,71	0,80	4,5	4,2	4,4
Nord	Piemonte	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1475	1676	1864	201	188	13,6%	11,2%	0,64	0,64	0,77	3,4	3,8	4,3
Nord	Piemonte	Altro commercio non alimentare	12264	13145	12233	881	-912	7,2%	-6,9%	5,32	5,05	5,08	28,6	30,2	28,0
Nord	Piemonte	Totale non alimentare	35.738	37.426	36.151	1.688	-1.275	4,7%	-3,4%	15,49	14,39	15,02	83,4	85,9	82,6
Nord	Piemonte	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	50.134	51.754	50.039	1.620	-1.715	3,2%	-3,3%	15,16	13,50	13,71	117,0	118,8	114,4
Nord	Piemonte	DM non alimentare	2205	2435	2435	230	230	10,5%	10,5%	0,00	0,85	1,01	0,0	5,1	5,6
Nord	Piemonte	Ambulanti alimentari	3.688	3.688	3.465	3.688	-223	-6,0%	-6,0%	0,00	2,99	2,79	0,0	8,5	7,9
Nord	Piemonte	Ambulanti non alimentari	8.621	8.621	9.448	8.621	827	9,6%	9,6%	0,00	3,31	3,93	0,0	19,8	21,6
Nord	Piemonte	Ambulanti totali	12.309	12.309	12.913	12.309	604	4,9%	4,9%	0,00	3,21	3,54	0,0	28,3	29,5

Tavola 4.13 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Puglia (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10 Mln Euro 2000	Pdv/10 Mln Euro 2007	Pdv/10 Mln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Sud	Puglia	Frutta e verdura	1848	1860	1908	12	48	0,6%	2,6%	2,17	1,78	1,79	4,7	4,6	4,7
Sud	Puglia	Carni e prodotti a base di carne	4121	3822	3543	-299	-279	-7,3%	-7,3%	4,84	3,66	3,33	10,5	9,4	8,7
Sud	Puglia	Pesci crostacei e molluschi	884	1050	1124	166	74	18,8%	7,0%	1,04	1,00	1,06	2,2	2,6	2,8
Sud	Puglia	Pane, pasticceria, dolciumi	799	773	705	-26	-68	-3,3%	-8,8%	0,94	0,74	0,66	2,0	1,9	1,7
Sud	Puglia	Bevande	329	407	462	78	55	23,7%	13,5%	0,39	0,39	0,43	0,8	1,0	1,1
Sud	Puglia	Altri specializzati	2369	1641	1040	-728	-601	-30,7%	-36,6%	2,78	1,57	0,98	6,0	4,0	2,6
Sud	Puglia	Tabacco e altri generi di monopolio	1573	1837	1953	264	116	16,8%	6,3%	1,85	1,76	1,83	4,0	4,5	4,8
Sud	Puglia	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.834	4.469	5.212	1.635	743	57,7%	16,6%	3,33	4,28	4,89	7,2	11,0	12,9
Sud	Puglia	Totale alimentare tradizionale	14.757	15.859	15.947	1.102	88	7,5%	0,6%	17,33	15,17	14,97	37,5	39,0	39,4
Sud	Puglia	Ipermercati + Superstore	14	24	23	10	-1	71,4%	-4,2%	0,02	0,02	0,02	0,0	0,1	0,1
Sud	Puglia	Supermercati	485	582	583	97	1	20,0%	0,2%	0,57	0,56	0,55	1,2	1,4	1,4
Sud	Puglia	Libero servizio	1.097	1.221	1.002	124	-219	11,3%	-17,9%	1,29	1,17	0,94	2,8	3,0	2,5
Sud	Puglia	Discount	178	262	388	84	126	47,2%	48,1%	0,21	0,25	0,36	0,5	0,6	1,0
Sud	Puglia	DM alimentare	1.774	2.089	1.996	315	-93	17,8%	-4,5%	2,08	2,00	1,87	4,5	5,1	4,9
Sud	Puglia	Totale alimentare	16.531	17.948	17.943	1.417	-5	8,6%	0,0%	19,42	17,17	16,85	42,0	44,1	44,3
Sud	Puglia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	9964	12048	11550	2.084	-498	20,9%	-4,1%	6,59	7,00	6,67	25,3	29,6	28,5
Sud	Puglia	Articoli medicali e ortopedici	278	457	506	179	49	64,4%	10,7%	0,18	0,27	0,29	0,7	1,1	1,2
Sud	Puglia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1681	1952	1826	271	-126	16,1%	-6,5%	1,11	1,13	1,05	4,3	4,8	4,5
Sud	Puglia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2989	3458	3814	469	356	15,7%	10,3%	1,98	2,01	2,20	7,6	8,5	9,4
Sud	Puglia	Mobili, casalinghi, illuminazione	3166	4395	3555	1.229	-840	38,8%	-19,1%	2,09	2,55	2,05	8,0	10,8	8,8
Sud	Puglia	Libri, giornali, cartoleria	2735	3058	2979	323	-79	11,8%	-2,6%	1,81	1,78	1,72	7,0	7,5	7,4
Sud	Puglia	Carburanti	1546	1568	1689	22	121	1,4%	7,7%	1,02	0,91	0,98	3,9	3,9	4,2
Sud	Puglia	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	973	1105	1247	132	142	13,6%	12,9%	0,64	0,64	0,72	2,5	2,7	3,1
Sud	Puglia	Altro commercio non alimentare	11948	14756	14566	2.808	-190	23,5%	-1,3%	7,91	8,58	8,41	30,4	36,3	36,0
Sud	Puglia	Totale non alimentare	35.280	42.797	41.732	7.517	-1.065	21,3%	-2,5%	23,34	24,88	24,09	89,7	105,2	103,0
Sud	Puglia	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	51.811	60.745	59.675	8.934	-1.070	17,2%	-1,8%	21,93	21,96	21,33	131,7	149,3	147,3
Sud	Puglia	DM non alimentare	1627	1881	1627	1627	254	15,6%	15,6%	0,00	0,95	1,09	0,0	4,0	4,6
Sud	Puglia	Ambulanti alimentari	4.663	4.227	4.663	4.663	-436	-9,4%	-9,4%	0,00	4,46	3,97	0,0	11,5	10,4
Sud	Puglia	Ambulanti non alimentari	10.702	11.860	10.702	10.702	1.158	10,8%	10,8%	0,00	6,22	6,85	0,0	26,3	29,3
Sud	Puglia	Ambulanti totali	15.365	16.087	15.365	15.365	722	4,7%	4,7%	0,00	5,56	5,75	0,0	37,8	39,7

Tavola 4.14 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Sardegna (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Sud	Sardegna	Frutta e verdura	988	802	712	-186	-90	-18,8%	-11,2%	2,86	1,90	1,68	6,1	4,8	4,3
Sud	Sardegna	Carni e prodotti a base di carne	1942	1688	1503	-254	-185	-13,1%	-11,0%	5,61	4,01	3,54	12,0	10,2	9,2
Sud	Sardegna	Pesci crostacei e molluschi	715	745	693	30	-52	4,2%	-7,0%	2,07	1,77	1,63	4,4	4,5	4,2
Sud	Sardegna	Pane, pasticceria, dolciumi	385	454	495	69	41	17,9%	9,0%	1,11	1,08	1,17	2,4	2,7	3,0
Sud	Sardegna	Bevande	186	217	223	31	6	16,7%	2,8%	0,54	0,52	0,53	1,2	1,3	1,4
Sud	Sardegna	Altri specializzati	552	402	228	-150	-174	-27,2%	-43,3%	1,60	0,95	0,54	3,4	2,4	1,4
Sud	Sardegna	Tabacco e altri generi di monopolio	718	856	924	138	68	19,2%	7,9%	2,08	2,03	2,18	4,4	5,2	5,6
Sud	Sardegna	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.918	2.636	2.679	-282	43	-9,7%	1,6%	8,43	6,26	6,31	18,1	15,9	16,3
Sud	Sardegna	Totale alimentare tradizionale	8.404	7.800	7.457	-604	-343	-7,2%	-4,4%	24,29	18,52	17,57	52,0	47,0	45,5
Sud	Sardegna	Ipermercati + Superstore	16	24	18	8	-6	50,0%	-25,0%	0,05	0,06	0,04	0,1	0,1	0,1
Sud	Sardegna	Supermercati	228	291	314	63	23	27,6%	7,9%	0,66	0,69	0,74	1,4	1,8	1,9
Sud	Sardegna	Libero servizio	884	1.001	705	117	-296	13,2%	-29,6%	2,55	2,38	1,66	5,5	6,0	4,3
Sud	Sardegna	Discount	44	150	233	106	83	240,9%	55,3%	0,13	0,36	0,55	0,3	0,9	1,4
Sud	Sardegna	DM alimentare	1.172	1.466	1.270	294	-196	25,1%	-13,4%	3,39	3,48	2,99	7,3	8,8	7,7
Sud	Sardegna	Totale alimentare	9.576	9.266	8.727	-310	-539	-3,2%	-5,8%	27,68	22,00	20,56	59,3	55,8	53,2
Sud	Sardegna	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	3805	4721	4453	916	-268	24,1%	-5,7%	5,67	6,28	6,38	23,5	28,4	27,1
Sud	Sardegna	Articoli medicali e ortopedici	72	146	148	74	2	102,8%	1,4%	0,11	0,19	0,21	0,4	0,9	0,9
Sud	Sardegna	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	515	664	615	149	-49	28,9%	-7,4%	0,77	0,88	0,88	3,2	4,0	3,7
Sud	Sardegna	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1557	1789	1898	232	109	14,9%	6,1%	2,32	2,38	2,72	9,6	10,8	11,6
Sud	Sardegna	Mobili, casalinghi, illuminazione	1467	1810	1361	343	-449	23,4%	-24,8%	2,19	2,41	1,95	9,1	10,9	8,3
Sud	Sardegna	Libri, giornali, cartoleria	1274	1436	1397	162	-39	12,7%	-2,7%	1,90	1,91	2,00	7,9	8,7	8,5
Sud	Sardegna	Carburanti	615	664	705	49	41	8,0%	6,2%	0,92	0,88	1,01	3,8	4,0	4,3
Sud	Sardegna	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	532	576	712	44	136	8,3%	23,6%	0,79	0,77	1,02	3,3	3,5	4,3
Sud	Sardegna	Altro commercio non alimentare	5348	6330	6296	982	-34	18,4%	-0,5%	7,97	8,42	9,03	33,1	38,1	38,4
Sud	Sardegna	Totale non alimentare	15.185	18.136	17.585	2.951	-551	19,4%	-3,0%	22,63	24,13	25,21	94,0	109,3	107,2
Sud	Sardegna	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	24.761	27.402	26.312	2.641	-1.090	10,7%	-4,0%	24,34	23,36	23,45	153,2	165,1	160,4
Sud	Sardegna	DM non alimentare	773	773	943	773	170	0,0%	21,9%	0,00	1,03	1,35	0,0	4,7	5,7
Sud	Sardegna	Ambulanti alimentari	1.285	1.285	1.136	1.285	-149	0,0%	-11,6%	0,00	3,05	2,68	0,0	7,7	6,9
Sud	Sardegna	Ambulanti non alimentari	5.225	5.225	5.771	5.225	546	0,0%	10,4%	0,00	6,95	8,27	0,0	31,5	35,2
Sud	Sardegna	Ambulanti totali	6.510	6.510	6.907	6.510	397	0,0%	6,1%	0,00	5,55	6,16	0,0	39,2	42,1

Tavola 4.15 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Sicilia (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/10 Mln Euro 2000	Pdv/10 Mln Euro 2007	Pdv/10 Mln Euro 2012	Pdv/10mila abitanti 2000	Pdv/10mila abitanti 2007	Pdv/10mila abitanti 2012
Sud	Sicilia	Frutta e verdura	1601	1585	1547	-16	-38	-1,0%	-2,4%	1,50	1,23	1,14	3,2	3,2	3,1
Sud	Sicilia	Carni e prodotti a base di carne	4663	4090	3593	-573	-497	-12,3%	-12,2%	4,36	3,19	2,65	9,2	8,2	7,2
Sud	Sicilia	Pesci crostacei e molluschi	1047	1163	1135	116	-28	11,1%	-2,4%	0,98	0,91	0,84	2,1	2,3	2,3
Sud	Sicilia	Pane, pasticceria, dolciumi	1834	1331	988	-503	-343	-27,4%	-25,8%	1,72	1,04	0,73	3,6	2,7	2,0
Sud	Sicilia	Bevande	320	332	367	12	35	3,8%	10,5%	0,30	0,26	0,27	0,6	0,7	0,7
Sud	Sicilia	Altri specializzati	3255	1950	946	-1,305	-1,004	-40,1%	-51,5%	3,04	1,52	0,70	6,5	3,9	1,9
Sud	Sicilia	Tabacco e altri generi di monopolio	2102	2493	2790	391	297	18,6%	11,9%	1,97	1,94	2,06	4,2	5,0	5,6
Sud	Sicilia	Non specializzati a prevalenza alimentare	4.707	6.400	6.457	1.693	57	36,0%	0,9%	4,40	4,99	4,76	9,3	12,8	12,9
Sud	Sicilia	Totale alimentare tradizionale	19.529	19.344	17.823	-185	-1.521	-0,9%	-7,9%	18,27	15,07	13,13	38,7	38,6	35,6
Sud	Sicilia	Ipermercati + Superstore	16	27	33	11	6	68,8%	22,2%	0,01	0,02	0,02	0,0	0,1	0,1
Sud	Sicilia	Supermercati	633	758	823	125	65	19,7%	8,6%	0,59	0,59	0,61	1,3	1,5	1,6
Sud	Sicilia	Libero servizio	955	1.143	1.072	188	-71	19,7%	-6,2%	0,89	0,89	0,79	1,9	2,3	2,1
Sud	Sicilia	Discount	126	224	426	98	202	77,8%	90,2%	0,12	0,17	0,31	0,2	0,4	0,9
Sud	Sicilia	DM alimentare	1.730	2.152	2.354	422	202	24,4%	9,4%	1,62	1,68	1,73	3,4	4,3	4,7
Sud	Sicilia	Totale alimentare	21.259	21.496	20.177	237	-1.319	1,1%	-6,1%	19,89	16,75	14,87	42,2	42,9	40,4
Sud	Sicilia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	1.1624	14307	13816	2.683	-491	23,1%	-3,4%	6,36	6,96	7,42	23,1	28,6	27,6
Sud	Sicilia	Articoli medicali e ortopedici	433	593	581	160	-12	37,0%	-2,0%	0,24	0,29	0,31	0,9	1,2	1,2
Sud	Sicilia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1941	2017	1921	76	-96	3,9%	-4,8%	1,06	0,98	1,03	3,8	4,0	3,8
Sud	Sicilia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	3896	4376	4835	480	459	12,3%	10,5%	2,13	2,13	2,60	7,7	8,7	9,7
Sud	Sicilia	Mobili, casalinghi, illuminazione	4620	5774	4562	1.154	-1.212	25,0%	-21,0%	2,53	2,81	2,45	9,2	11,5	9,1
Sud	Sicilia	Libri, giornali, cartoleria	2948	3413	3292	465	-121	15,8%	-3,5%	1,61	1,66	1,77	5,8	6,8	6,6
Sud	Sicilia	Carburanti	2170	2294	2292	124	-2	5,7%	-0,1%	1,19	1,12	1,23	4,3	4,6	4,6
Sud	Sicilia	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1396	1584	1755	188	171	13,5%	10,8%	0,76	0,77	0,94	2,8	3,2	3,5
Sud	Sicilia	Altro commercio non alimentare	16398	18421	18168	2023	-253	12,3%	-1,4%	8,97	8,96	9,76	32,5	36,8	36,3
Sud	Sicilia	Totale non alimentare	45.426	52.779	51.222	7.353	-1.557	16,2%	-3,0%	24,85	25,67	27,52	90,1	105,4	102,4
Sud	Sicilia	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	66.685	74.275	71.399	7.590	-2.876	11,4%	-3,9%	23,02	22,24	22,19	132,3	148,3	142,8
Sud	Sicilia	DM non alimentare	2311	2606	2606	2311	295	100,0%	12,8%	0,00	1,12	1,40	0,0	4,6	5,2
Sud	Sicilia	Ambulanti alimentari	4.692	3.944	4.692	4.692	-748	100,0%	-15,9%	0,00	3,66	2,91	0,0	9,4	7,9
Sud	Sicilia	Ambulanti non alimentari	14.274	16.842	16.842	14.274	2.568	100,0%	18,0%	0,00	6,94	9,05	0,0	28,5	33,7
Sud	Sicilia	Ambulanti totali	18.966	20.786	20.786	18.966	1.820	100,0%	9,6%	0,00	5,68	6,46	0,0	37,9	41,6

Tavola 4.16 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Toscana (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Centro	Toscana	Frutta e verdura	1638	1215	1068	-423	-147	-25,8%	-12,1%	1,92	1,15	1,00	4,6	3,3	2,9
Centro	Toscana	Carni e prodotti a base di carne	2559	1952	1708	-607	-244	-23,7%	-12,5%	3,00	1,85	1,59	7,2	5,4	4,6
Centro	Toscana	Pesci crostacei e molluschi	446	396	361	-50	-35	-11,2%	-8,8%	0,52	0,38	0,34	1,3	1,1	1,0
Centro	Toscana	Pane, pasticceria, dolciumi	864	899	921	35	22	4,1%	2,4%	1,01	0,85	0,86	2,4	2,5	2,5
Centro	Toscana	Bevande	367	536	641	169	105	46,0%	19,6%	0,43	0,51	0,60	1,0	1,5	1,7
Centro	Toscana	Altri specializzati	1497	913	829	-584	-84	-39,0%	-9,2%	1,76	0,87	0,77	4,2	2,5	2,2
Centro	Toscana	Tabacco e altri generi di monopolio	1624	2090	2275	466	185	28,7%	8,9%	1,90	1,99	2,12	4,6	5,7	6,2
Centro	Toscana	Non specializzati a prevalenza alimentare	4.100	4.566	4.680	466	114	11,4%	2,5%	4,81	4,34	4,37	11,6	12,6	12,7
Centro	Toscana	Totale alimentare tradizionale	13.095	12.567	12.483	-528	-84	-4,0%	-0,7%	15,36	11,94	11,65	37,0	34,5	33,8
Centro	Toscana	Ipermercati + Superstore	30	48	51	18	3	60,0%	6,3%	0,04	0,05	0,05	0,1	0,1	0,1
Centro	Toscana	Supermercati	298	356	366	58	10	19,5%	2,8%	0,35	0,34	0,34	0,8	1,0	1,0
Centro	Toscana	Libero servizio	491	555	532	64	-23	13,0%	-4,1%	0,58	0,53	0,50	1,4	1,5	1,4
Centro	Toscana	Discount	157	205	231	48	26	30,6%	12,7%	0,18	0,19	0,22	0,4	0,6	0,6
Centro	Toscana	DM alimentare	976	1.164	1.180	188	16	19,3%	1,4%	1,14	1,11	1,10	2,8	3,2	3,2
Centro	Toscana	Totale alimentare	14.071	13.731	13.663	-340	-68	-2,4%	-0,5%	16,51	13,04	12,75	39,8	37,7	37,0
Centro	Toscana	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10146	10457	10273	311	-184	3,1%	-1,8%	5,49	4,94	5,20	28,7	28,7	27,8
Centro	Toscana	Articoli medicali e ortopedici	192	283	318	91	35	47,4%	12,4%	0,10	0,13	0,16	0,5	0,8	0,9
Centro	Toscana	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1507	1434	1385	-73	-49	-4,8%	-3,4%	0,82	0,68	0,70	4,3	3,9	3,8
Centro	Toscana	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2286	2394	2504	108	110	4,7%	4,6%	1,24	1,13	1,27	6,5	6,6	6,8
Centro	Toscana	Mobili, casalinghi, illuminazione	3085	3071	2491	-14	-580	-0,5%	-18,9%	1,67	1,45	1,26	8,7	8,4	6,7
Centro	Toscana	Libri, giornali, cartoleria	3565	3479	3280	-86	-199	-2,4%	-5,7%	1,93	1,64	1,66	10,1	9,6	8,9
Centro	Toscana	Carburanti	1635	1616	1657	-19	41	-1,2%	2,5%	0,88	0,76	0,84	4,6	4,4	4,5
Centro	Toscana	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1000	1108	1259	108	151	10,8%	13,6%	0,54	0,52	0,64	2,8	3,0	3,4
Centro	Toscana	Altro commercio non alimentare	12215	12914	12486	699	-428	5,7%	-3,3%	6,61	6,10	6,32	34,5	35,5	33,8
Centro	Toscana	Totale non alimentare	35.631	36.756	35.653	1.125	-1.103	3,2%	-3,0%	19,28	17,37	18,03	100,8	101,0	96,5
Centro	Toscana	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	49.702	50.487	49.316	785	-1.171	1,6%	-2,3%	18,41	15,93	16,18	140,5	138,8	133,5
Centro	Toscana	DM non alimentare	1835	2047	2047	1835	212	100,0%	11,6%	0,00	0,87	1,04	0,0	5,0	5,5
Centro	Toscana	Ambulanti alimentari	9.479	9.073	2.002	2.079	-77	-2,3%	-3,7%	0,00	1,97	1,87	0,0	5,7	5,4
Centro	Toscana	Ambulanti non alimentari	2.073	2.473	11.113	9.479	1.640	460,0%	17,3%	0,00	4,48	5,62	0,0	26,0	30,1
Centro	Toscana	Ambulanti totali	11.552	11.552	13.115	11.552	1.563	100,0%	13,5%	0,00	3,65	4,30	0,0	31,8	35,5

Tavola 4.17 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Trentino-Alto Adige (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Trentino-Alto Adige	Frutta e verdura	241	199	174	-42	-25	-17,4%	-12,6%	1,29	0,86	0,70	2,6	2,0	1,7
Nord	Trentino-Alto Adige	Carni e prodotti a base di carne	268	190	178	-78	-12	-29,1%	-6,3%	1,43	0,82	0,72	2,9	1,9	1,7
Nord	Trentino-Alto Adige	Pesci crostacei e molluschi	27	15	14	-12	-1	-44,4%	-6,7%	0,14	0,06	0,06	0,3	0,2	0,1
Nord	Trentino-Alto Adige	Pane, pasticceria, dolciumi	438	324	294	-114	-30	-26,0%	-9,3%	2,34	1,40	1,19	4,7	3,3	2,8
Nord	Trentino-Alto Adige	Bevande	123	157	122	34	-35	27,6%	-22,3%	0,66	0,68	0,49	1,3	1,6	1,2
Nord	Trentino-Alto Adige	Altri specializzati	363	179	164	-184	-15	-50,7%	-8,4%	1,94	0,77	0,66	3,9	1,8	1,6
Nord	Trentino-Alto Adige	Tabacco e altri generi di monopolio	343	435	564	92	129	26,8%	29,7%	1,83	1,88	2,28	3,7	4,4	5,4
Nord	Trentino-Alto Adige	Non specializzati a prevalenza alimentare	643	1.185	960	542	-225	84,3%	-19,0%	3,43	5,12	3,87	6,9	11,9	9,2
Nord	Trentino-Alto Adige	Totale alimentare tradizionale	2.446	2.684	2.470	238	-214	9,7%	-8,0%	13,06	11,61	9,96	26,1	27,1	23,8
Nord	Trentino-Alto Adige	Ipermercati + Superstore	1	4	6	3	2	300,0%	50,0%	0,01	0,02	0,02	0,0	0,0	0,1
Nord	Trentino-Alto Adige	Supermercati	154	189	222	35	33	22,7%	17,5%	0,82	0,82	0,90	1,6	1,9	2,1
Nord	Trentino-Alto Adige	Libero servizio	279	324	447	45	123	16,1%	38,0%	1,49	1,40	1,80	3,0	3,3	4,3
Nord	Trentino-Alto Adige	Discount	48	77	83	29	6	60,4%	7,8%	0,26	0,33	0,33	0,5	0,8	0,8
Nord	Trentino-Alto Adige	DM alimentare	482	594	758	112	164	23,2%	27,6%	2,57	2,57	3,06	5,1	6,0	7,3
Nord	Trentino-Alto Adige	Totale alimentare	2.928	3.278	3.228	350	-50	12,0%	-1,5%	15,63	14,17	13,02	31,3	33,1	31,0
Nord	Trentino-Alto Adige	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	1624	2192	2319	568	127	35,0%	5,8%	3,17	3,82	3,42	17,3	22,1	22,3
Nord	Trentino-Alto Adige	Articoli medicali e ortopedici	38	46	48	8	2	21,1%	4,3%	0,07	0,08	0,07	0,4	0,5	0,5
Nord	Trentino-Alto Adige	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	266	269	269	3	-	1,1%	0,0%	0,52	0,47	0,40	2,8	2,7	2,6
Nord	Trentino-Alto Adige	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	418	429	493	11	64	2,6%	14,9%	0,82	0,75	0,73	4,5	4,3	4,7
Nord	Trentino-Alto Adige	Mobili, casalinghi, illuminazione	506	555	444	49	-111	9,7%	-20,0%	0,99	0,97	0,65	5,4	5,6	4,3
Nord	Trentino-Alto Adige	Libri, giornali, cartoleria	397	404	366	7	-38	1,8%	-9,4%	0,78	0,70	0,54	4,2	4,1	3,5
Nord	Trentino-Alto Adige	Carburanti	351	335	332	-16	-3	-4,6%	-0,9%	0,69	0,58	0,49	3,7	3,4	3,2
Nord	Trentino-Alto Adige	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	224	277	310	53	33	23,7%	11,9%	0,44	0,48	0,46	2,4	2,8	3,0
Nord	Trentino-Alto Adige	Altro commercio non alimentare	3184	2615	2590	-569	-25	-17,9%	-1,0%	6,22	4,56	3,81	34,0	26,4	24,9
Nord	Trentino-Alto Adige	Totale non alimentare	7.008	7.122	7.171	114	49	1,6%	0,7%	13,70	12,41	10,56	74,9	71,8	69,0
Nord	Trentino-Alto Adige	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	9.936	10.400	10.399	464	-1	4,7%	0,0%	14,22	12,92	11,22	106,1	104,9	100,0
Nord	Trentino-Alto Adige	DM non alimentare	468	497	468	29	29	6,2%	6,2%	0,00	0,82	0,73	0,0	0,7	0,8
Nord	Trentino-Alto Adige	Ambulanti alimentari	415	388	388	415	-27	-6,5%	-6,5%	0,00	1,79	1,57	0,0	4,2	3,7
Nord	Trentino-Alto Adige	Ambulanti non alimentari	881	890	881	881	9	1,0%	1,0%	0,00	1,54	1,31	0,0	8,9	8,6
Nord	Trentino-Alto Adige	Ambulanti totali	1.296	1.278	1.278	1.296	-18	-1,4%	-1,4%	0,00	1,61	1,38	0,0	13,1	12,3

Tavola 4.18 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Umbria (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Centro	Umbria	Frutta e verdura	339	241	259	-98	18	-28,9%	7,5%	1,92	1,08	1,13	4,1	2,8	2,9
Centro	Umbria	Carni e prodotti a base di carne	532	469	452	-63	-17	-11,8%	-3,6%	3,01	2,11	1,98	6,4	5,4	5,1
Centro	Umbria	Pesci crostacei e molluschi	95	94	100	-1	6	-1,1%	6,4%	0,54	0,42	0,44	1,1	1,1	1,1
Centro	Umbria	Pane, pasticceria, dolciumi	149	158	156	9	-2	6,0%	-1,3%	0,84	0,71	0,68	1,8	1,8	1,8
Centro	Umbria	Bevande	42	86	100	44	14	104,8%	16,3%	0,24	0,39	0,44	0,5	1,0	1,1
Centro	Umbria	Altri specializzati	143	156	159	13	3	9,1%	1,9%	0,81	0,70	0,70	1,7	1,8	1,8
Centro	Umbria	Tabacco e altri generi di monopolio	486	582	643	96	61	19,8%	10,5%	2,75	2,61	2,81	5,8	6,7	7,3
Centro	Umbria	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.026	991	983	-35	-8	-3,4%	-0,8%	5,80	4,45	4,30	12,3	11,4	11,1
Centro	Umbria	Totale alimentare tradizionale	2.812	2.777	2.852	-35	75	-1,2%	2,7%	15,89	12,46	12,47	33,7	31,8	32,2
Centro	Umbria	Ipermercati + Superstore	4	7	8	3	1	75,0%	14,3%	0,02	0,03	0,03	0,0	0,1	0,1
Centro	Umbria	Supermercati	128	168	184	40	16	31,3%	9,5%	0,72	0,75	0,80	1,5	1,9	2,1
Centro	Umbria	Libero servizio	289	338	278	49	-60	17,0%	-17,8%	1,63	1,52	1,22	3,5	3,9	3,1
Centro	Umbria	Discount	54	79	92	25	13	46,3%	16,5%	0,31	0,35	0,40	0,6	0,9	1,0
Centro	Umbria	DM alimentare	475	592	562	117	-30	24,6%	-5,1%	2,68	2,66	2,46	5,7	6,8	6,3
Centro	Umbria	Totale alimentare	3.287	3.369	3.414	82	45	2,5%	1,3%	18,57	15,12	14,93	39,3	38,6	38,5
Centro	Umbria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	2236	2447	2983	211	536	9,4%	21,9%	5,59	5,39	6,90	26,8	28,0	33,7
Centro	Umbria	Articoli medicali e ortopedici	65	76	94	11	18	16,9%	23,7%	0,16	0,17	0,22	0,8	0,9	1,1
Centro	Umbria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	286	284	304	-2	20	-0,7%	7,0%	0,71	0,63	0,70	3,4	3,3	3,4
Centro	Umbria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	582	643	689	61	46	10,5%	7,2%	1,45	1,42	1,59	7,0	7,4	7,8
Centro	Umbria	Mobili, casalinghi, illuminazione	699	695	600	-4	-95	-0,6%	-13,7%	1,75	1,53	1,39	8,4	8,0	6,8
Centro	Umbria	Libri, giornali, cartoleria	644	651	641	7	-10	1,1%	-1,5%	1,61	1,43	1,48	7,7	7,5	7,2
Centro	Umbria	Carburanti	501	473	492	-28	19	-5,6%	4,0%	1,25	1,04	1,14	6,0	5,4	5,6
Centro	Umbria	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	230	256	297	26	41	11,3%	16,0%	0,57	0,56	0,69	2,8	2,9	3,4
Centro	Umbria	Altro commercio non alimentare	2954	3285	2749	331	-536	11,2%	-16,3%	7,38	7,23	6,36	35,4	37,6	31,0
Centro	Umbria	Totale non alimentare	8.197	8.810	8.849	613	39	7,5%	0,4%	20,48	19,39	20,48	98,1	100,9	99,8
Centro	Umbria	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	11.484	12.179	12.263	695	84	6,1%	0,7%	19,90	17,99	18,56	137,5	139,5	138,4
Centro	Umbria	DM non alimentare		417	444	417	27		6,4%	0,00	0,92	1,03	0,0	4,8	5,0
Centro	Umbria	Ambulanti alimentari		367	366	367	-1		-0,3%	0,00	1,65	1,60	0,0	4,2	4,1
Centro	Umbria	Ambulanti non alimentari		1.429	1.764	1.429	335		23,4%	0,00	3,15	4,08	0,0	16,4	19,9
Centro	Umbria	Ambulanti totali		1.796	2.130	1.796	334		18,6%	0,00	2,65	3,22	0,0	20,6	24,0

Tavola 4.19 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante nella Valle d'Aosta (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Valle d'Aosta	Frutta e verdura	44	44	27	-	-17	0,0%	-38,6%	1,59	1,36	0,80	3,7	3,5	2,1
Nord	Valle d'Aosta	Carni e prodotti a base di carne	88	68	61	-20	-7	-22,7%	-10,3%	3,18	2,11	1,80	7,3	5,4	4,8
Nord	Valle d'Aosta	Pesci crostacei e molluschi	7	7	7	-	-	0,0%	0,0%	0,25	0,22	0,21	0,6	0,6	0,5
Nord	Valle d'Aosta	Pane, pasticceria, dolciumi	21	37	23	16	-14	76,2%	-37,8%	0,76	1,15	0,68	1,7	3,0	1,8
Nord	Valle d'Aosta	Bevande	23	17	15	-6	-2	-26,1%	-11,8%	0,83	0,53	0,44	1,9	1,4	1,2
Nord	Valle d'Aosta	Altri specializzati	40	40	29	-	-11	0,0%	-27,5%	1,45	1,24	0,86	3,3	3,2	2,3
Nord	Valle d'Aosta	Tabacco e altri generi di monopolio	49	64	74	15	10	30,6%	15,6%	1,77	1,98	2,19	4,1	5,1	5,8
Nord	Valle d'Aosta	Non specializzati a prevalenza alimentare	251	217	212	-34	-5	-13,5%	-2,3%	9,08	6,72	6,26	20,9	17,4	16,6
Nord	Valle d'Aosta	Totale alimentare tradizionale	523	494	448	-29	-46	-5,5%	-9,3%	18,91	15,30	13,23	43,5	39,6	35,0
Nord	Valle d'Aosta	Ipermercati + Superstore	2	2	2	-	-	0,0%	0,0%	0,07	0,06	0,06	0,2	0,2	0,2
Nord	Valle d'Aosta	Supermercati	9	9	10	-	1	0,0%	11,1%	0,33	0,28	0,30	0,7	0,7	0,8
Nord	Valle d'Aosta	Libero servizio	30	37	38	7	1	23,3%	2,7%	1,08	1,15	1,12	2,5	3,0	3,0
Nord	Valle d'Aosta	Discount	7	7	9	-	2	0,0%	28,6%	0,25	0,22	0,27	0,6	0,6	0,7
Nord	Valle d'Aosta	DM alimentare	48	55	59	7	4	14,6%	7,3%	1,74	1,70	1,74	4,0	4,4	4,6
Nord	Valle d'Aosta	Totale alimentare	571	549	507	-22	-42	-3,9%	-7,7%	20,65	17,01	14,98	47,4	44,0	39,7
Nord	Valle d'Aosta	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	372	349	323	-23	-26	-6,2%	-7,4%	4,50	3,43	4,03	30,9	28,0	25,3
Nord	Valle d'Aosta	Articoli medicali e ortopedici	8	12	11	4	-1	50,0%	-8,3%	0,10	0,12	0,14	0,7	1,0	0,9
Nord	Valle d'Aosta	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	51	55	48	4	-7	7,8%	-12,7%	0,62	0,54	0,60	4,2	4,4	3,8
Nord	Valle d'Aosta	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	93	103	110	10	7	10,8%	6,8%	1,12	1,01	1,37	7,7	8,3	8,6
Nord	Valle d'Aosta	Mobili, casalinghi, illuminazione	105	109	107	4	-2	3,8%	-1,8%	1,27	1,07	1,33	8,7	8,7	8,4
Nord	Valle d'Aosta	Libri, giornali, cartoleria	116	109	85	-7	-24	-6,0%	-22,0%	1,40	1,07	1,06	9,6	8,7	6,6
Nord	Valle d'Aosta	Carburanti	90	87	84	-3	-3	-3,3%	-3,4%	1,09	0,85	1,05	7,5	7,0	6,6
Nord	Valle d'Aosta	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	37	49	50	12	1	32,4%	2,0%	0,45	0,48	0,62	3,1	3,9	3,9
Nord	Valle d'Aosta	Altro commercio non alimentare	426	477	462	51	-15	12,0%	-3,1%	5,15	4,69	5,76	35,4	38,2	36,1
Nord	Valle d'Aosta	Totale non alimentare	1.298	1.350	1.280	52	-70	4,0%	-5,2%	15,70	13,26	15,96	107,9	108,2	100,1
Nord	Valle d'Aosta	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	1.869	1.899	1.787	30	-112	1,6%	-5,9%	16,94	14,17	15,67	155,3	152,1	139,8
Nord	Valle d'Aosta	DM non alimentare	66	66	59	66	-7	0,0%	-10,6%	0,00	0,65	0,74	0,0	5,3	4,6
Nord	Valle d'Aosta	Ambulanti alimentari	43	43	31	43	-12	0,0%	-27,9%	0,00	1,33	0,92	0,0	3,4	2,4
Nord	Valle d'Aosta	Ambulanti non alimentari	130	145	145	130	15	11,5%	11,5%	0,00	1,28	1,81	0,0	10,4	11,3
Nord	Valle d'Aosta	Ambulanti totali	173	173	176	173	3	1,7%	1,7%	0,00	1,29	1,54	0,0	13,9	13,8

Tavola 4.20 - Consistenze, variazioni e densità del commercio tradizionale, moderno e ambulante in Veneto (2000-2007-2012).

Area	Regione	Specializzazioni/Totali	2000	2007	2012	Var 2000/07	Var 2000/12	Var % 2000/07	Var % 2007/12	Pdv/ 10 Mln Euro 2000	Pdv/ 10 Mln Euro 2007	Pdv/ 10 Mln Euro 2012	Pdv/ 10mila abitanti 2000	Pdv/ 10mila abitanti 2007	Pdv/ 10mila abitanti 2012
Nord	Veneto	Frutta e verdura	2058	1658	1512	-400	-146	-19,4%	-8,8%	2,10	1,38	1,19	4,6	3,5	3,1
Nord	Veneto	Carni e prodotti a base di carne	2156	1878	1723	-278	-155	-12,9%	-8,3%	2,20	1,56	1,36	4,8	3,9	3,5
Nord	Veneto	Pesci crostacei e molluschi	303	302	294	-1	-8	-0,3%	-2,6%	0,31	0,25	0,23	0,7	0,6	0,6
Nord	Veneto	Pane, pasticceria, dolciumi	1123	1049	949	-74	-100	-6,6%	-9,5%	1,14	0,87	0,75	2,5	2,2	1,9
Nord	Veneto	Bevande	344	476	555	132	79	38,4%	16,6%	0,35	0,40	0,44	0,8	1,0	1,1
Nord	Veneto	Altri specializzati	1700	1028	629	-672	-399	-39,5%	-38,8%	1,73	0,86	0,50	3,8	2,2	1,3
Nord	Veneto	Tabacco e altri generi di monopolio	1752	2201	2488	449	287	25,6%	13,0%	1,79	1,83	1,97	3,9	4,6	5,1
Nord	Veneto	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.579	2.982	3.201	403	219	15,6%	7,3%	2,63	2,48	2,53	5,7	6,2	6,6
Nord	Veneto	Totale alimentare tradizionale	12.015	11.574	11.351	-441	-223	-3,7%	-1,9%	12,25	9,64	8,97	26,6	24,2	23,3
Nord	Veneto	Ipermercati + Superstore	48	77	111	29	34	60,4%	44,2%	0,05	0,06	0,09	0,1	0,2	0,2
Nord	Veneto	Supermercati	632	783	743	151	-40	23,9%	-5,1%	0,64	0,65	0,59	1,4	1,6	1,5
Nord	Veneto	Libero servizio	928	1.004	889	76	-115	8,2%	-11,5%	0,95	0,84	0,70	2,1	2,1	1,8
Nord	Veneto	Discount	244	378	468	134	90	54,9%	23,8%	0,25	0,31	0,37	0,5	0,8	1,0
Nord	Veneto	DM alimentare	1.852	2.242	2.211	390	-31	21,1%	-1,4%	1,89	1,87	1,75	4,1	4,7	4,5
Nord	Veneto	Totale alimentare	13.867	13.816	13.562	-51	-254	-0,4%	-1,8%	14,13	11,50	10,71	30,7	28,9	27,8
Nord	Veneto	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10015	10715	10598	700	-117	7,0%	-1,1%	4,11	3,89	3,71	22,2	22,4	21,7
Nord	Veneto	Articoli medicali e ortopedici	228	341	422	113	81	49,6%	23,8%	0,09	0,12	0,15	0,5	0,7	0,9
Nord	Veneto	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1707	1712	1659	5	-53	0,3%	-3,1%	0,70	0,62	0,58	3,8	3,6	3,4
Nord	Veneto	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2453	2577	2680	124	103	5,1%	4,0%	1,01	0,94	0,94	5,4	5,4	5,5
Nord	Veneto	Mobili, casalinghi, illuminazione	3238	3454	2822	216	-632	6,7%	-18,3%	1,33	1,25	0,99	7,2	7,2	5,8
Nord	Veneto	Libri, giornali, cartoleria	3248	3204	2978	-44	-226	-1,4%	-7,1%	1,33	1,16	1,04	7,2	6,7	6,1
Nord	Veneto	Carburanti	1804	1848	1961	44	113	2,4%	6,1%	0,74	0,67	0,69	4,0	3,9	4,0
Nord	Veneto	Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	1204	1324	1498	120	174	10,0%	13,1%	0,49	0,48	0,52	2,7	2,8	3,1
Nord	Veneto	Altro commercio non alimentare	12466	12825	12780	359	-45	2,9%	-0,4%	5,12	4,66	4,47	27,6	26,9	26,2
Nord	Veneto	Totale non alimentare	36.363	38.000	37.398	1.637	-602	4,5%	-1,6%	14,94	13,79	13,09	80,6	79,6	76,6
Nord	Veneto	TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	50.230	51.861	50.960	1.586	-856	3,2%	-1,7%	14,71	13,10	12,36	111,3	108,5	104,4
Nord	Veneto	DM non alimentare	2160	2160	2382	2160	222	10,3%	10,3%	0,00	0,78	0,83	0,0	4,5	4,9
Nord	Veneto	Ambulanti alimentari	2.595	2.595	2.379	2.595	-216	-8,3%	-8,3%	0,00	2,16	1,88	0,0	5,4	4,9
Nord	Veneto	Ambulanti non alimentari	7.477	7.477	8.229	7.477	752	10,1%	10,1%	0,00	2,71	2,88	0,0	15,7	16,9
Nord	Veneto	Ambulanti totali	10.072	10.072	10.608	10.072	536	5,3%	5,3%	0,00	2,55	2,57	0,0	21,1	21,7

5 - Sedi e unità locali: l'evoluzione del succursalismo

I dati dell'Osservatorio nazionale sul commercio consentono di distinguere tra punti vendita sedi di impresa e punti vendita che sono unità locali di altre imprese. Questa distinzione permette quindi di valutare la diffusione del succursalismo. È l'analisi a cui è dedicato questo capitolo, con l'obiettivo di valutare se e in che misura il succursalismo, al di là della diffusione della distribuzione moderna, si sia consolidato nel periodo preso in considerazione, fra il 2000 e il 2012 e, in particolare fra il 2007 e il 2012.

La Figura 5.1 riporta l'incidenza percentuale sul totale dei punti vendita in essere di sedi d'impresa e unità locali (succursali) per le diverse specializzazioni del commercio al dettaglio. L'analisi si concentra sul periodo 2007-2012. Come è facile rilevare, anche a prescindere dalla distribuzione moderna, in cui il numero di sedi è trascurabile in rapporto al numero di succursali, l'incidenza del succursalismo nei diversi comparti è molto diseguale, ma più elevato, almeno in alcuni di essi, di quanto sia normalmente percepito. La diffusa percezione del commercio italiano come un settore in cui esiste una netta dicotomia tra la distribuzione moderna e una componente tradizionale costituita da piccole imprese che operano con un singolo punto vendita evidentemente non corrisponde alla realtà.

Il succursalismo è un effetto della concorrenza: le piccole imprese commerciali che vogliono svilupparsi, una volta saturato il mercato dell'intorno fisico del primo punto vendita, possono farlo solo aprendo nuovi punti vendita. Il succursalismo quindi è la forma che assume la crescita d'impresa nella distribuzione, quella che caratterizza la componente di offerta "industrializzata". Valutarne la diffusione è dunque un modo per misurare il grado di consolidamento del settore.

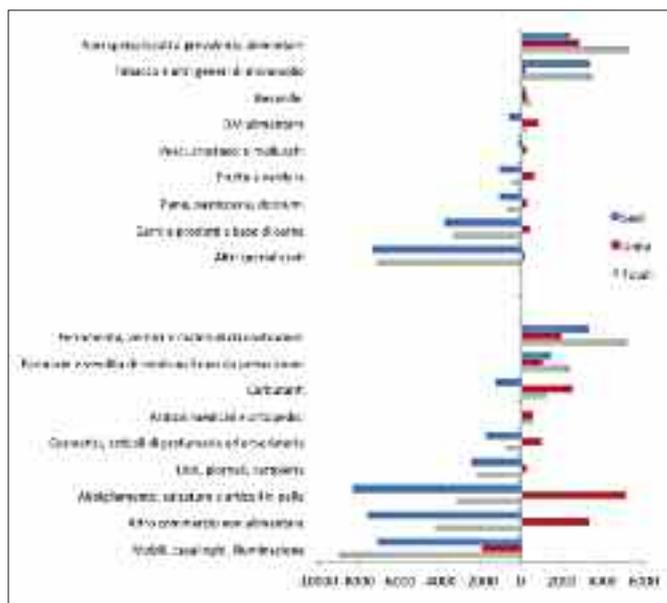
Facendo riferimento al 2012, nell'alimentare le specializzazioni in cui sono maggiormente presenti forme di succursalismo sono il pane (38,2%), le bevande (32,9%), il pesce (27,2%) e gli altri specializzati (31,2%). Con percentuali nettamente inferiori si hanno la frutta e verdura (21,2%), le carni (15,1%) e i non specializzati a prevalenza alimentare (7,6%). È poi molto bassa la percentuale di succursali per i tabacchi e gli altri generi di monopolio (3,1%).

Nel non alimentare si ha una maggiore diffusione del fenomeno per l'abbigliamento (37,9%), per il medicale (39,8%) e i cosmetici (34,2%). Le percentuali sono ancora più alte in media rispetto a quelle dell'alimentare per carburanti (28,3%), mobili (27,4%), altro commercio non alimentare (25,3%) e ferramenta (23,8%). Con percentuali più basse gli altri due settori regolamentati, cioè quello dei libri (in cui rientrano le edicole) (13,3%) e le farmacie (14,9%), dove

perché la riduzione totale di punti vendita durante la crisi (11.700 esercizi) sia stata nel complesso così contenuta. Nello specifico potrebbe trattarsi: di acquisizioni di sedi che cessano e sono rilevate dai nuovi proprietari che si ingrandiscono; oppure più semplicemente di nuove aperture a seguito di vuoti di offerta lasciati da chi per la crisi ha cessato l'attività. Data la capillare presenza di punti vendita in Italia, è molto probabile che la gran parte delle sostituzioni avvenute negli ultimi anni sia riconducibile al primo caso. Le imprese indipendenti sono sì uscite dal mercato, riducendo l'occupazione indipendente del commercio, ma i punti vendita che gestivano sono stati rilevati da altre imprese che hanno così sviluppato la loro rete di vendita. Un fenomeno che è solo in piccola parte riconducibile allo sviluppo della grande distribuzione e invece in prevalenza da attribuire a imprese medio-piccole, attive in tutti i comparti del commercio italiano, anche in quelli specializzati e anche in quelli, come ad esempio la panificazione, che più sono identificati con attività artigianali.

Figura 5.2.

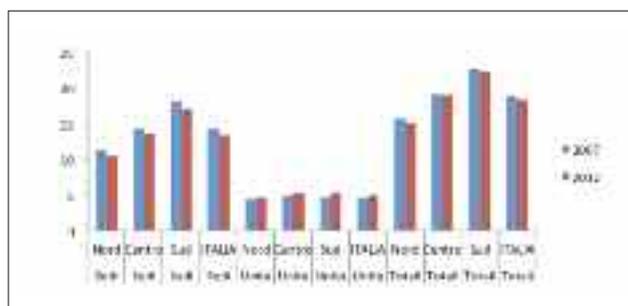
Variazioni in valore assoluto della numerica di sedi e unità locali nelle specializzazioni del commercio al dettaglio: 2007-2012.



Nell'alimentare l'aumento più importante sia in termini assoluti sia in proporzione a quelli avuti dal resto dei comparti riguarda i punti vendita non specializzati a prevalenza alimentare, formula verso la quale si sono convertiti esercizi che si basavano su specializzazioni obsolete (drogherie) e che corrisponde alla

diffusione di piccoli esercizi a parziale libero servizio attivi in nicchie di mercato territoriali poco servite dalla distribuzione moderna. L'aumento della numerica è importante rispetto agli altri, poiché si tratta di 2.833 unità in più su un totale di 5.828 unità in aumento per l'intero comparto alimentare (cfr. anche la Tavola 5.1). Altre specializzazioni dove è cresciuto il succursalismo fra il 2007 e il 2012 sono la frutta e verdura e le bevande, ma crescono anche le carni e via via gli altri. C'è stato un aumento delle unità succursali persino nei tabacchi (163 unità), anche se molto piccolo rispetto all'incremento delle sedi (3.346 unità). Com'è visibile in Figura 5.3, la crescita del succursalismo ha riguardato in varia misura tutte le aree del Paese. La stessa dinamica dell'indicatore di densità (riduzione della densità per le sedi e aumento della densità per le unità succursali) è infatti visibile per il Nord, così come per il Centro e per il Sud. Si analizzerà nel seguito l'andamento del succursalismo nei comparti alimentare e non alimentare e all'interno delle singole specializzazioni per le macroaree Nord, Centro e Sud e per le regioni italiane, in modo da avere un quadro più dettagliato sull'andamento del fenomeno.

Figura 5.3.
Sedi e unità succursali nelle macroaree Centro, Nord e Sud: densità per 10 mila abitanti, 2007 e 2012.



Il succursalismo nel comparto alimentare

COMPARTO ALIMENTARE			
Area	Rapporto Unità/Sedi 2007	Rapporto Unità/Sedi 2012	Variazione
Nord	0,34	0,39	+0,05
Centro	0,28	0,34	+0,06
Sud	0,22	0,27	+0,05
ITALIA	0,27	0,32	+0,05

Nell'alimentare il rapporto unità/sedi è a livello nazionale di 0,32. Ciò significa che una sede ha in media 0,32 succursali, quindi un numero inferiore a 1. Il rapporto è aumentato di 0,05 dal 2007 e la variazione è stata più o meno uniforme tra le macroaree. Il rapporto è tuttavia molto più alto al Nord (0,39) rispetto al Centro (0,34) e al Sud (0,27). Il fatto che il fenomeno sia cresciuto relativamente di più al Sud, che presenta una struttura del commercio sicuramente meno evoluta rispetto al Centro e soprattutto al Nord, è coerente con l'ipotesi del succursalismo come indicatore dello sviluppo del commercio e misura del grado di maturità della competizione nel settore.

Da un'analisi delle variazioni (Figura 5.4 e Tavola 5.2) è evidente che il numero di sedi è diminuito in tutte le regioni eccetto che nel Lazio, mentre il numero di succursali è aumentato ovunque eccetto che in Valle d'Aosta. In percentuale gli aumenti di unità sono stati maggiori al Centro (+18%), in particolare nel Lazio (+29,1%), e al Sud (+13,5%), in particolare in Basilicata (+29,1%), Campania (+17,9%), Calabria (+17,4%), Puglia (+14,9%) e Sicilia (+12%). Minori le variazioni al Nord (+8,6%), che tuttavia presenta in proporzione dei rapporti tra unità/sedi più alti. La variazione nelle regioni del Nord è particolarmente bassa in Veneto (+2,7%), nel Friuli (+2,8%) e nel Trentino (+3,8%), ma è bassa anche in Sardegna (+2%). Non si tratta probabilmente di un caso che queste quattro regioni siano quelle in cui l'incidenza delle succursali è comparativamente più alta rispetto alle altre regioni (Figura 5.5), così come non è un caso che nelle regioni in cui essa è più bassa ci sia stato uno sviluppo maggiore.

È da notare, infatti, come la Figura 5.4 presenti una classifica praticamente a specchio rispetto a quella di Figura 5.5, con un grado di correlazione non parametrica tra i due elenchi molto forte (-0,74). Ciò conferma come il succursalismo sia un naturale fenomeno evolutivo del commercio, che presenta tassi di crescita più elevati laddove esso è ancora nei primi stadi di sviluppo e tassi di crescita più bassi laddove il fenomeno è già più consolidato. Ciò fa anche pensare che il fenomeno ha probabilmente dei limiti strutturali, via via che si riducono le possibilità di crescita dimensionale delle imprese che guadagnano quote di mercato grazie a una standardizzazione dell'offerta, che consente maggiore efficienza e prezzi più bassi. Oltre un certo limite, con riferimento alle moltissime specializzazioni commerciali che vivono entro nicchie di mercato, assortimentali e territoriali, questo processo si arresta, lasciando uno spazio ampio per la sopravvivenza di indipendenti. Uno stadio, è bene sottolinearlo, che è ben lungi dall'essere stato raggiunto nel commercio italiano.

Figura 5.4.
Variazioni percentuali delle consistenze di sedi e unità succursali nel comparto alimentare nelle macroaree Nord, Centro e Sud e nelle regioni italiane: 2007 e 2012.

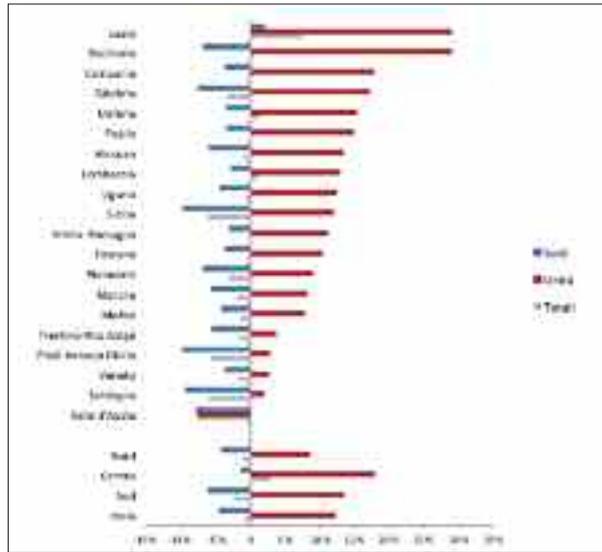
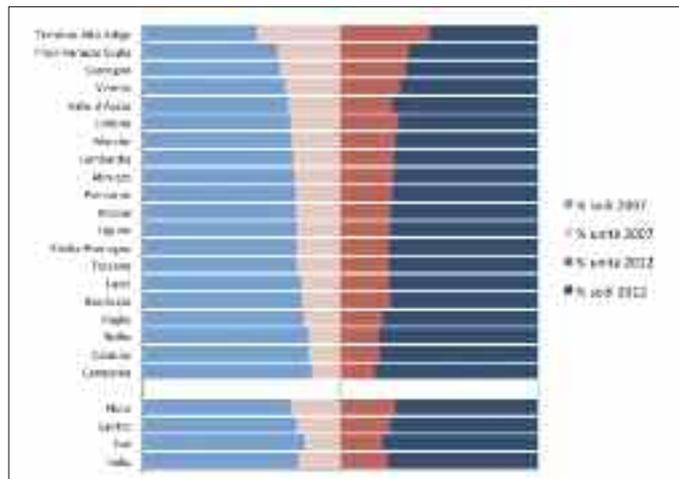


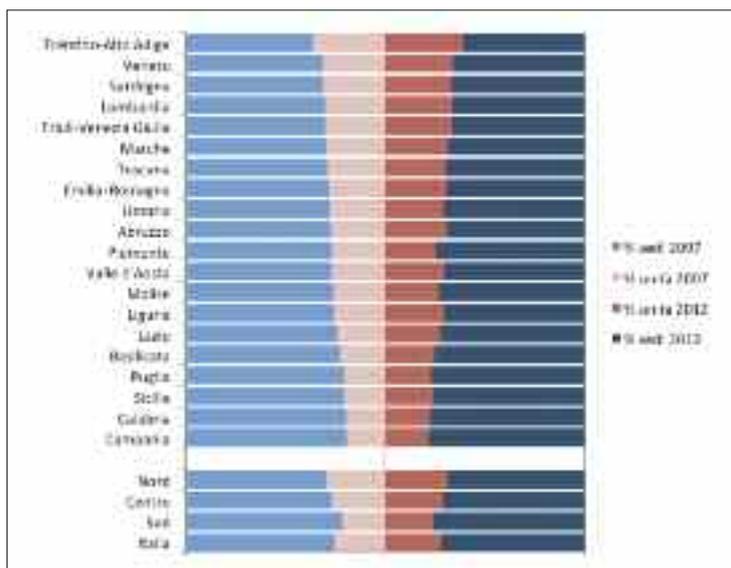
Figura 5.5.
Incidenza percentuale di sedi e succursali nel comparto alimentare nelle macroaree Nord, Centro e Sud e nelle regioni italiane: 2007 e 2012.



Gli aumenti più forti del succursalismo sono ancora una volta registrati nelle regioni del Sud (+12,8%) rispetto al Centro (+9,7%) e al Nord (+7,1%). In particolare, la crescita è elevata nel Lazio (+20%) e nel gruppo di regioni del Sud dove il fenomeno era stato già rilevato per l'alimentare: Campania (+18%), Sicilia (+15%), Calabria (+13,4%) e Puglia (+11,7). Tra le regioni del Nord sono relativamente elevati anche i tassi di crescita in Lombardia (+11,3%) e in Trentino Alto Adige (10,7%). Per contro Piemonte (-5,9%), e Molise (-1,8%), fanno registrare una riduzione delle unità succursali.

Anche in questo caso il paragone tra l'ordinamento delle regioni in Figura 5.6 e Figura 5.7 porta in rilievo una relazione tra l'entità della variazione e il rapporto unità/sedi, anche se questa volta l'effetto è meno eclatante e sembra esserci qualche eccezione in più: infatti calcolando l'indice non parametrico di correlazione si ottiene un valore più modesto, tuttavia comunque rilevante (-0,47).

Figura 5.7.
Incidenza percentuale di sedi e unità succursali nel comparto alimentare nelle macroaree Centro, Nord e Sud e nelle regioni italiane: 2007 e 2012.



Tutta l'evidenza disponibile, sia relativa alle singole specializzazioni assortimentali sia alla struttura territoriale del commercio italiano, conferma dunque che dietro un'apparente immobilità il sistema distributivo ha vissuto consistenti mutamenti. Oltre a quelli commentati nei capitoli precedenti, che riguardano

le variazioni nelle numeriche dei singoli comparti e le diverse dinamiche territoriali, molto rilevante, e forse la più rilevante, è la progressiva crescita del succursalismo. È infatti il fenomeno che consente di riconciliare il forte impatto che la crisi ha avuto sul settore, così come misurato dalla riduzione di occupati indipendenti e così come affermato da coloro che li rappresentano, e l'apparente stabilità che ha invece mostrato la numerica della rete.

Tavola 5.1 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali del commercio tradizionale in Italia (2007-2012).

	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
Frutta e verdura	21209	17432	3777	20769	16372	4397	-440	-1060	620	-2,1%	-6,1%	16,4%	3,59	2,95	0,64	3,48	2,74	0,74
Carni e prodotti a base di carne	35949	31459	4490	32594	27685	4909	-3355	-3774	419	-9,3%	-12,0%	9,3%	6,08	5,32	0,76	5,46	4,64	0,82
Pesci, crostacei e molluschi	8404	6324	2080	8518	6204	2314	114	-120	234	1,4%	-1,9%	11,2%	1,42	1,07	0,35	1,43	1,04	0,39
Pane, pasticceria e dolciumi	12609	8371	4238	11857	7330	4527	-752	-1041	289	-6,0%	-12,4%	6,8%	2,13	1,42	0,72	1,99	1,23	0,76
Bevande	5390	3750	1640	5872	3940	1932	482	190	292	8,9%	5,1%	17,8%	0,91	0,63	0,28	0,98	0,66	0,32
Altri specializzati	18508	15093	3415	11403	7848	3555	-7105	-7245	140	-38,4%	-48,0%	4,1%	3,13	2,55	0,58	1,91	1,31	0,60
Tabacco e altri generi di monopolio	28216	27393	823	31725	30739	986	3509	3346	163	12,4%	12,2%	19,8%	4,77	4,63	0,14	5,32	5,15	0,17
Non specializzati a prevalenza alimentare	64585	62111	2474	69861	64554	5307	5276	2443	2833	8,2%	3,9%	114,5%	10,92	10,50	0,42	11,70	10,82	0,89
DM alimentare	25274	766	24508	25543	188	25355	269	-578	847	1,1%	-75,5%	3,5%	4,27	0,13	4,14	4,28	0,03	4,25
Totale alimentare	220144	172699	47445	218142	164869	53273	-2002	-7830	5828	-0,9%	-4,5%	12,3%	37,23	29,21	8,02	36,55	27,62	8,93
Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	157209	103956	53253	154053	95682	58371	-3156	-8274	5118	-2,0%	-8,0%	9,6%	26,59	17,58	9,01	25,81	16,03	9,78
Articoli medicali e ortopedici	5157	3432	1725	5741	3456	2285	584	24	560	11,3%	0,7%	32,5%	0,87	0,58	0,29	0,96	0,58	0,38
Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	23215	16480	6735	22495	14794	7701	-720	-1686	966	-3,1%	-10,2%	14,3%	3,93	2,79	1,14	3,77	2,48	1,29
Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	39954	31164	8790	45159	34432	10727	5205	3268	1937	13,0%	10,5%	22,0%	6,76	5,27	1,49	7,57	5,77	1,80
Mobili, casalinghi, illuminazione	52011	38304	13707	43063	31255	11808	-8948	-7049	-1899	-17,2%	-18,4%	-13,9%	8,80	6,48	2,32	7,22	5,24	1,98
Libri, giornali, cartoleria	44847	39414	5433	42696	37016	5680	-2151	-2398	247	-4,8%	-6,1%	4,5%	7,58	6,67	0,92	7,15	6,20	0,95
Carburanti	24226	19544	4682	25475	18278	7197	1249	-1266	2515	5,2%	-6,5%	53,7%	4,10	3,31	0,79	4,27	3,06	1,21
Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione	18397	16276	2121	20818	17706	3112	2421	1430	991	13,2%	8,8%	46,7%	3,11	2,75	0,36	3,49	2,97	0,52
Altro commercio non alimentare	193374	148848	44526	189179	141352	47827	-4195	-7496	3301	-2,2%	-5,0%	7,4%	32,70	25,17	7,53	31,70	23,68	8,01
Totale non alimentare	558390	417414	140976	548679	399959	154720	-9711	-23455	13744	-1,7%	-5,6%	9,7%	94,43	70,59	23,84	91,93	66,01	25,92
TOTALE COMMERCIO IN SEDE FISSA	778534	590113	188421	766821	557431	209390	-11713	-32682	20969	-1,5%	-5,5%	11,1%	131,66	99,80	31,86	128,48	93,40	35,08

Tavola 5.2 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali del commercio tradizionale alimentare nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	2007		2012	
		2007	sede	unità	PVD/10.000 Abitanti									Sedi/10.000 Abitanti	Unità/10.000 Abitanti	PVD/10.000 Abitanti	Sedi/10.000 Abitanti
Emilia-Romagna	Comparto alimentare	13.028	10.129	2.899	13.043	9820	3223	15	-309	324	0,1%	-3,1%	11,2%	30,85	23,98	6,86	22,43
	Comparto alimentare	3.816	2.611	1.205	3.596	2357	1239	-220	-254	34	-5,8%	-9,7%	2,8%	31,47	21,53	9,94	19,29
Friuli-Venezia Giulia	Comparto alimentare	7.733	6.006	1.727	7.680	5738	1942	-53	-268	215	-0,7%	-4,5%	12,4%	48,09	37,35	10,74	29,43
	Comparto alimentare	22.892	17.347	5.545	23.140	16876	6264	248	-471	719	1,1%	-2,7%	13,0%	23,96	18,16	5,80	17,23
Liguria	Comparto alimentare	14.328	11.005	3.323	13.888	10266	3.622	-440	-739	299	-3,1%	-6,7%	9,0%	32,90	25,27	7,63	23,47
Lombardia	Comparto alimentare	3.278	1.889	1.389	3.228	1.786	1.442	-50	-103	53	-1,5%	-5,5%	3,8%	33,05	19,05	14,00	31,04
Piemonte	Comparto alimentare	549	403	146	507	372	135	-42	-31	-11	-7,7%	-7,7%	-7,5%	43,99	32,29	11,70	39,66
Trentino-Alto Adige	Comparto alimentare	13.816	9.856	3.960	13.562	9496	4066	-254	-360	106	-1,8%	-3,7%	2,7%	28,94	20,65	8,30	27,78
Valle d'Aosta	Comparto alimentare	79440	59246	20194	78644	56711	21933	-796	-2535	1739	-1,0%	-4,3%	8,6%	29,59	22,07	7,52	28,72
Veneto	Comparto alimentare	17.740	14.130	3.610	19.088	14426	4662	1348	296	1052	7,6%	2,1%	29,1%	32,29	25,72	6,57	34,35
Nord	Comparto alimentare	5.926	4.439	1.487	5.805	4194	1611	-121	-245	124	-2,0%	-5,5%	8,3%	38,60	28,91	9,68	37,57
Lazio	Comparto alimentare	13.731	10.677	3.054	13.663	10295	3368	-68	-382	314	-0,5%	-3,6%	10,3%	37,74	29,35	8,39	37,00
Marche	Comparto alimentare	3.369	2.501	868	3.414	2413	1001	45	-88	133	1,3%	-3,5%	15,3%	38,59	28,65	9,94	38,52
Toscana	Comparto alimentare	40766	31747	9019	41970	31328	10642	1204	-419	1623	3,0%	-1,3%	18,0%	35,33	27,51	7,82	35,93
Umbria	Comparto alimentare	5.430	4.162	1.268	5.361	3923	1438	-69	-239	170	-1,3%	-5,7%	13,4%	41,46	31,78	9,68	40,85
Centro	Comparto alimentare	2.950	2.366	584	2.962	2208	754	12	-158	170	0,4%	-6,7%	29,1%	49,89	40,01	9,88	51,41
Abruzzo	Comparto alimentare	9.965	8.329	1.636	9.630	7710	1920	-335	-619	284	-3,4%	-7,4%	17,4%	49,87	41,69	8,19	49,18
Basilicata	Comparto alimentare	31.233	26.605	4.628	31.102	25646	5456	-131	-959	828	-0,4%	-3,6%	17,9%	53,94	45,95	7,99	53,91
Basilicata	Comparto alimentare	1.650	1.269	381	1.626	1215	411	-24	-54	30	-1,5%	-4,3%	7,9%	51,55	39,65	11,90	51,89
Calabria	Comparto alimentare	17.948	14.592	3.356	17.943	14086	3857	-5	-506	501	0,0%	-3,5%	14,9%	44,10	35,85	8,25	44,29
Campania	Comparto alimentare	9.266	6.422	2.844	8.727	5825	2902	-539	-597	58	-5,8%	-9,3%	2,0%	55,84	38,70	17,14	53,20
Campania	Comparto alimentare	21.496	17.961	3.535	20.177	16217	3960	-1319	-1744	425	-6,1%	-9,7%	12,0%	42,91	35,86	7,06	40,35
Molise	Comparto alimentare	99938	81706	18232	97528	76830	20698	-2410	-4876	2466	-2,4%	-6,0%	13,5%	48,17	39,38	8,79	47,30
Molise	Comparto alimentare	220144	172699	47445	218142	164869	53273	-2002	-7830	5828	-0,9%	-4,5%	12,3%	37,23	29,21	8,02	36,55
Puglia	Comparto alimentare	21.496	17.961	3.535	20.177	16217	3960	-1319	-1744	425	-6,1%	-9,7%	12,0%	42,91	35,86	7,06	40,35
Puglia	Comparto alimentare	9.266	6.422	2.844	8.727	5825	2902	-539	-597	58	-5,8%	-9,3%	2,0%	55,84	38,70	17,14	53,20
Sardegna	Comparto alimentare	21.496	17.961	3.535	20.177	16217	3960	-1319	-1744	425	-6,1%	-9,7%	12,0%	42,91	35,86	7,06	40,35
Sardegna	Comparto alimentare	99938	81706	18232	97528	76830	20698	-2410	-4876	2466	-2,4%	-6,0%	13,5%	48,17	39,38	8,79	47,30
Sicilia	Comparto alimentare	220144	172699	47445	218142	164869	53273	-2002	-7830	5828	-0,9%	-4,5%	12,3%	37,23	29,21	8,02	36,55
Sicilia	Comparto alimentare	9.266	6.422	2.844	8.727	5825	2902	-539	-597	58	-5,8%	-9,3%	2,0%	55,84	38,70	17,14	53,20
Sud	Comparto alimentare	21.496	17.961	3.535	20.177	16217	3960	-1319	-1744	425	-6,1%	-9,7%	12,0%	42,91	35,86	7,06	40,35
Sud	Comparto alimentare	99938	81706	18232	97528	76830	20698	-2410	-4876	2466	-2,4%	-6,0%	13,5%	48,17	39,38	8,79	47,30
Italia	Comparto alimentare	220144	172699	47445	218142	164869	53273	-2002	-7830	5828	-0,9%	-4,5%	12,3%	37,23	29,21	8,02	36,55

Tavola 5.3 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali del commercio tradizionale non alimentare nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		unità	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
		sede	unità	sede	unità															
Emilia-Romagna	Comparto non alimentare	36.545	26.328	10.217	35.825	24733	11092	-720	-1595	875	-2,0%	-6,1%	-6,1%	8,6%	62,34	24,19	81,84	62,34	24,19	81,84
Friuli-Venezia Giulia	Comparto non alimentare	9.964	7.000	2.964	9.295	6199	3096	-669	-801	132	-6,7%	-11,4%	-11,4%	4,5%	57,73	24,44	76,07	57,73	24,44	76,07
Liguria	Comparto non alimentare	17.391	12.927	4.464	16.709	11781	4928	-682	-1146	464	-3,9%	-8,9%	-8,9%	10,4%	80,40	27,76	106,76	80,40	27,76	106,76
Lombardia	Comparto non alimentare	67.110	47.101	20.009	66.195	43848	22347	-915	-3253	2338	-1,4%	-6,9%	-6,9%	11,7%	70,24	20,94	67,58	70,24	20,94	67,58
Piemonte	Comparto non alimentare	37.426	27.547	9.879	36.151	26859	9.292	-1275	-688	-587	-3,4%	-2,5%	-2,5%	-5,9%	85,94	22,69	82,65	85,94	22,69	82,65
Trentino-Alto Adige	Comparto non alimentare	7.122	4.578	2.544	7.171	4.355	2.816	49	-223	272	0,7%	-4,9%	-4,9%	10,7%	71,81	25,65	68,96	71,81	25,65	68,96
Valle d'Aosta	Comparto non alimentare	1.350	996	354	1.280	896	384	-70	-100	30	-5,2%	-10,0%	-10,0%	8,5%	79,80	28,36	100,12	79,80	28,36	100,12
Veneto	Comparto non alimentare	38.000	26.168	11.832	37.398	24679	12719	-602	-1489	887	-1,6%	-5,7%	-5,7%	7,5%	54,82	24,79	76,61	54,82	24,79	76,61
Nord	Comparto non alimentare	214908	152645	62263	210024	143350	66674	-4884	-9295	4411	-2,3%	-6,1%	-6,1%	7,1%	80,06	23,19	76,70	80,06	23,19	76,70
Lazio	Comparto non alimentare	53.619	41.021	12.598	55.059	39947	15112	1440	-1074	2514	2,7%	-2,6%	-2,6%	20,0%	97,61	22,93	99,08	97,61	22,93	99,08
Marche	Comparto non alimentare	14.100	9.942	4.158	13.722	9378	4344	-378	-564	186	-2,7%	-5,7%	-5,7%	4,5%	91,83	27,08	88,81	91,83	27,08	88,81
Toscana	Comparto non alimentare	36.756	26.126	10.630	35.653	24803	10850	-1103	-1323	220	-3,0%	-5,1%	-5,1%	2,1%	101,03	29,22	96,55	101,03	29,22	96,55
Umbria	Comparto non alimentare	8.810	6.386	2.424	8.849	6258	2591	39	-128	167	0,4%	-2,0%	-2,0%	6,9%	100,92	27,77	99,85	100,92	27,77	99,85
Centro	Comparto non alimentare	113285	83475	29810	113283	80386	32897	-2	-3089	3087	0,0%	-3,7%	-3,7%	10,4%	98,17	25,83	96,98	98,17	25,83	96,98
Abruzzo	Comparto non alimentare	14.155	10.306	3.849	13.822	9551	4271	-333	-755	422	-2,4%	-7,3%	-7,3%	11,0%	108,07	29,39	105,31	108,07	29,39	105,31
Basilicata	Comparto non alimentare	6.406	4.990	1.416	6.141	4625	1516	-265	-365	100	-4,1%	-7,3%	-7,3%	7,1%	108,33	23,95	106,58	108,33	23,95	106,58
Calabria	Comparto non alimentare	23.441	18.915	4.526	22.805	17671	5134	-636	-1244	608	-2,7%	-6,6%	-6,6%	13,4%	117,32	22,65	116,46	117,32	22,65	116,46
Campania	Comparto non alimentare	69.021	55.973	13.048	68.828	53430	15398	-193	-2543	2350	-0,3%	-4,5%	-4,5%	18,0%	119,20	22,53	119,29	119,20	22,53	119,29
Molise	Comparto non alimentare	3.462	2.563	899	3.237	2354	883	-225	-209	-16	-6,5%	-8,2%	-8,2%	-1,8%	108,16	28,09	103,31	108,16	28,09	103,31
Puglia	Comparto non alimentare	42.797	34.024	8.773	41.732	31967	9765	-1065	-2057	992	-2,5%	-6,0%	-6,0%	11,3%	105,16	21,56	103,02	105,16	21,56	103,02
Sardegna	Comparto non alimentare	18.136	12.497	5.639	17.585	11764	5821	-551	-733	182	-3,0%	-5,9%	-5,9%	3,2%	109,29	23,98	107,20	109,29	23,98	107,20
Sicilia	Comparto non alimentare	52.779	42.026	10.753	51.222	38861	12361	-1557	-3165	1608	-3,0%	-7,5%	-7,5%	15,0%	105,36	21,47	102,45	105,36	21,47	102,45
Sud	Comparto non alimentare	230197	181294	48903	225372	170223	55149	-4825	-11071	6246	-2,1%	-6,1%	-6,1%	12,8%	110,95	23,57	109,29	110,95	23,57	109,29
Italia	Comparto non alimentare	558390	417414	140976	548679	393959	154720	-9711	-23455	13744	-1,7%	-5,6%	-5,6%	9,7%	94,43	23,84	91,93	94,43	23,84	91,93

Tavola 5.4 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Frutta e verdura" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var Sedi % 2007/12	Var Unità % 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
Emilia-Romagna	Frutta e verdura	1348	1066	282	1317	991	326	-31	-75	44	-2,3%	-7,0%	15,6%	3,19	2,52	0,67	3,01	2,26	0,74
	Frutta e verdura	381	272	109	354	225	129	-27	-47	20	-7,1%	-17,3%	18,3%	3,14	2,24	0,90	2,90	1,84	1,06
Friuli-Venezia Giulia	Frutta e verdura	1024	875	149	1083	851	232	59	-24	83	5,8%	-2,7%	55,7%	6,37	5,44	0,93	6,92	5,44	1,48
	Frutta e verdura	2373	1936	437	2166	1695	471	-207	-241	34	-8,7%	-12,4%	7,8%	2,48	2,03	0,46	2,21	1,73	0,48
Lombardia	Frutta e verdura	725	557	168	758	537	221	33	-20	53	4,6%	-3,6%	31,5%	1,66	1,28	0,39	1,73	1,23	0,51
	Frutta e verdura	199	105	94	174	89	85	-25	-16	-9	-12,6%	-15,2%	-9,6%	2,01	1,06	0,95	1,67	0,86	0,82
Trentino-Alto Adige	Frutta e verdura	44	25	19	27	17	10	-17	-8	-9	-38,6%	-32,0%	-47,4%	3,53	2,00	1,52	2,11	1,33	0,78
	Frutta e verdura	1658	1208	450	1512	1075	437	-146	-133	-13	-8,8%	-11,0%	-2,9%	3,47	2,53	0,94	3,10	2,20	0,90
Valle d'Aosta	Frutta e verdura	7752	6044	1708	7391	5480	1911	-361	-564	203	-4,7%	-9,3%	11,9%	2,89	2,25	0,64	2,70	2,00	0,70
	Frutta e verdura	2283	1951	332	2420	1937	483	137	-14	151	6,0%	-0,7%	45,5%	4,16	3,55	0,60	4,35	3,49	0,87
Lazio	Frutta e verdura	545	438	107	535	397	138	-10	-41	31	-1,8%	-9,4%	29,0%	3,55	2,85	0,70	3,46	2,57	0,89
	Frutta e verdura	1215	1012	203	1068	863	205	-147	-149	2	-12,1%	-14,7%	0,8%	3,34	2,78	0,56	2,89	2,34	0,55
Toscana	Frutta e verdura	241	198	43	259	191	68	18	-7	25	7,5%	-3,5%	58,1%	2,76	2,27	0,49	2,92	2,16	0,77
	Frutta e verdura	4284	3599	685	4282	3388	894	-2	-211	209	0,0%	-5,9%	30,5%	3,71	3,12	0,59	3,67	2,90	0,77
Umbria	Frutta e verdura	501	392	109	495	367	128	-6	-25	19	-1,2%	-6,4%	17,4%	3,83	2,99	0,83	3,77	2,80	0,98
	Frutta e verdura	245	190	55	242	181	61	-3	-9	6	-1,2%	-4,7%	10,9%	4,14	3,21	0,93	4,20	3,14	1,06
Basilicata	Frutta e verdura	982	833	149	945	772	173	-37	-61	24	-3,8%	-7,3%	16,1%	4,91	4,17	0,75	4,83	3,94	0,88
	Frutta e verdura	3074	2711	363	3124	2700	424	50	-11	61	1,6%	-0,4%	16,8%	5,31	4,68	0,63	5,41	4,68	0,73
Campania	Frutta e verdura	124	91	33	123	89	34	-1	-2	1	-0,8%	-2,2%	3,0%	3,87	2,84	1,03	3,93	2,84	1,09
	Frutta e verdura	1860	1601	259	1908	1589	319	48	-12	60	2,6%	-0,7%	23,2%	4,57	3,93	0,64	4,71	3,92	0,79
Molise	Frutta e verdura	802	593	209	712	493	219	-90	-100	10	-11,2%	-16,9%	4,8%	4,83	3,57	1,26	4,34	3,01	1,34
	Frutta e verdura	1585	1378	207	1547	1313	234	-38	-65	27	-2,4%	-4,7%	13,0%	3,16	2,75	0,41	3,09	2,63	0,47
Puglia	Frutta e verdura	9173	7789	1384	9096	7504	1592	-77	-285	208	-0,8%	-3,7%	15,0%	4,42	3,75	0,67	4,41	3,64	0,77
	Frutta e verdura	21209	17432	3777	20769	16372	4397	-440	-1060	620	-2,1%	-6,1%	16,4%	3,59	2,95	0,64	3,48	2,74	0,74
Sardegna	Frutta e verdura	802	593	209	712	493	219	-90	-100	10	-11,2%	-16,9%	4,8%	4,83	3,57	1,26	4,34	3,01	1,34
	Frutta e verdura	1585	1378	207	1547	1313	234	-38	-65	27	-2,4%	-4,7%	13,0%	3,16	2,75	0,41	3,09	2,63	0,47
Sicilia	Frutta e verdura	9173	7789	1384	9096	7504	1592	-77	-285	208	-0,8%	-3,7%	15,0%	4,42	3,75	0,67	4,41	3,64	0,77
	Frutta e verdura	21209	17432	3777	20769	16372	4397	-440	-1060	620	-2,1%	-6,1%	16,4%	3,59	2,95	0,64	3,48	2,74	0,74
Sud	Frutta e verdura	802	593	209	712	493	219	-90	-100	10	-11,2%	-16,9%	4,8%	4,83	3,57	1,26	4,34	3,01	1,34
	Frutta e verdura	1585	1378	207	1547	1313	234	-38	-65	27	-2,4%	-4,7%	13,0%	3,16	2,75	0,41	3,09	2,63	0,47
Italia	Frutta e verdura	9173	7789	1384	9096	7504	1592	-77	-285	208	-0,8%	-3,7%	15,0%	4,42	3,75	0,67	4,41	3,64	0,77
	Frutta e verdura	21209	17432	3777	20769	16372	4397	-440	-1060	620	-2,1%	-6,1%	16,4%	3,59	2,95	0,64	3,48	2,74	0,74

Tavola 5.5 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Carni e prodotti a base di carne" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/totali	2007		2012		sede		unità		2007/12		Var		PVD %		Var		Sedi/10.000		PVD/10.000		Unità/10.000		Sedi/10.000		Unità/10.000		
		sedesede	unità	sedesede	unità	Var PVD	Var Sedi	Var Unità	Var PVD %	Var % Sedi	Var % Unità	Sedi/10.000	PVD/10.000	Sedi/10.000	PVD/10.000	Unità/10.000	PVD/10.000	Sedi/10.000	Unità/10.000	Sedi/10.000	PVD/10.000	Unità/10.000	Sedi/10.000	PVD/10.000	Unità/10.000	Sedi/10.000	PVD/10.000	Unità/10.000
Emilia-Romagna	Carni e prodotti a base di carne	1626	1446	180	1479	1264	215	-147	-182	35	-9,0%	-12,6%	3,85	3,42	0,43	3,38	2,89	0,49	3,42	0,43	3,38	2,89	0,49	3,42	0,43	3,38	2,89	0,49
Friuli-Venezia Giulia	Carni e prodotti a base di carne	392	326	66	335	271	64	-57	-55	-2	-14,5%	-16,9%	3,23	2,69	0,54	2,74	2,22	0,52	2,69	0,54	2,74	2,22	0,52	2,69	0,54	2,74	2,22	0,52
Liguria	Carni e prodotti a base di carne	1254	1030	224	1138	910	228	-116	-120	4	-9,3%	-11,7%	7,80	6,41	1,39	7,27	5,81	1,46	6,41	1,39	7,27	5,81	1,46	6,41	1,39	7,27	5,81	1,46
Lombardia	Carni e prodotti a base di carne	2744	2386	358	2554	2132	422	-190	-254	64	-6,9%	-10,6%	2,87	2,50	0,37	2,61	2,18	0,43	2,50	0,37	2,61	2,18	0,43	2,50	0,37	2,61	2,18	0,43
Piemonte	Carni e prodotti a base di carne	2396	2044	352	2122	1759	363	-274	-285	11	-11,4%	-13,9%	5,50	4,69	0,81	4,85	4,02	0,83	4,69	0,81	4,85	4,02	0,83	4,69	0,81	4,85	4,02	0,83
Trentino-Alto Adige	Carni e prodotti a base di carne	190	139	51	178	120	58	-12	-19	7	-6,3%	-13,7%	1,92	1,40	0,51	1,71	1,15	0,56	1,40	0,51	1,71	1,15	0,56	1,40	0,51	1,71	1,15	0,56
Valle d'Aosta	Carni e prodotti a base di carne	68	58	10	61	50	11	-7	-8	1	-10,3%	-13,8%	5,45	4,65	0,80	4,77	3,91	0,86	4,65	0,80	4,77	3,91	0,86	4,65	0,80	4,77	3,91	0,86
Veneto	Carni e prodotti a base di carne	1878	1566	312	1723	1406	317	-155	-160	5	-8,3%	-10,2%	3,93	3,28	0,65	3,53	2,88	0,65	3,28	0,65	3,53	2,88	0,65	3,28	0,65	3,53	2,88	0,65
Nord	Carni e prodotti a base di carne	10548	8995	1553	9590	7912	1678	-958	-1083	125	-9,1%	-12,0%	3,93	3,35	0,58	3,50	2,89	0,61	3,35	0,58	3,50	2,89	0,61	3,35	0,58	3,50	2,89	0,61
Lazio	Carni e prodotti a base di carne	2510	2204	306	2369	1958	411	-141	-246	105	-5,6%	-11,2%	4,57	4,01	0,56	4,26	3,52	0,74	4,01	0,56	4,26	3,52	0,74	4,01	0,56	4,26	3,52	0,74
Marche	Carni e prodotti a base di carne	898	694	204	847	622	225	-51	-72	21	-5,7%	-10,4%	5,85	4,52	1,33	5,48	4,03	1,46	4,52	1,33	5,48	4,03	1,46	4,52	1,33	5,48	4,03	1,46
Toscana	Carni e prodotti a base di carne	1952	1677	275	1708	1438	270	-244	-239	-5	-12,5%	-14,2%	5,37	4,61	0,76	4,63	3,90	0,73	4,61	0,76	4,63	3,90	0,73	4,61	0,76	4,63	3,90	0,73
Umbria	Carni e prodotti a base di carne	469	356	113	452	329	123	-17	-27	10	-3,6%	-7,6%	5,37	4,08	1,29	5,10	3,71	1,39	4,08	1,29	5,10	3,71	1,39	4,08	1,29	5,10	3,71	1,39
Centro	Carni e prodotti a base di carne	5829	4931	898	5376	4347	1029	-453	-584	131	-7,8%	-11,8%	5,05	4,27	0,78	4,60	3,72	0,88	4,27	0,78	4,60	3,72	0,88	4,27	0,78	4,60	3,72	0,88
Abruzzo	Carni e prodotti a base di carne	889	735	154	849	656	193	-40	-79	39	-4,5%	-10,7%	6,79	5,61	1,18	6,47	5,00	1,47	5,61	1,18	6,47	5,00	1,47	5,61	1,18	6,47	5,00	1,47
Basilicata	Carni e prodotti a base di carne	592	515	77	550	453	97	-42	-62	20	-7,1%	-12,0%	10,01	8,71	1,30	9,55	7,86	1,68	8,71	1,30	9,55	7,86	1,68	8,71	1,30	9,55	7,86	1,68
Calabria	Carni e prodotti a base di carne	1838	1664	174	1632	1429	203	-206	-235	29	-11,2%	-14,1%	9,20	8,33	0,87	8,33	7,30	1,04	8,33	0,87	8,33	7,30	1,04	8,33	0,87	8,33	7,30	1,04
Campania	Carni e prodotti a base di carne	6355	5712	643	5677	5041	636	-678	-671	-7	-10,7%	-11,7%	10,98	9,86	1,11	9,84	8,74	1,10	9,86	1,11	9,84	8,74	1,10	9,86	1,11	9,84	8,74	1,10
Molise	Carni e prodotti a base di carne	298	240	58	281	214	67	-17	-26	9	-5,7%	-10,8%	9,31	7,50	1,81	8,97	6,83	2,14	7,50	1,81	8,97	6,83	2,14	7,50	1,81	8,97	6,83	2,14
Puglia	Carni e prodotti a base di carne	3822	3520	302	3543	3206	337	-279	-314	35	-7,3%	-8,9%	9,39	8,65	0,74	8,75	7,91	0,83	8,65	0,74	8,75	7,91	0,83	8,65	0,74	8,75	7,91	0,83
Sardegna	Carni e prodotti a base di carne	1688	1391	297	1503	1210	293	-185	-181	-4	-11,0%	-13,4%	10,17	8,38	1,79	9,16	7,38	1,79	8,38	1,79	9,16	7,38	1,79	8,38	1,79	9,16	7,38	1,79
Sicilia	Carni e prodotti a base di carne	4090	3756	334	3593	3217	376	-497	-539	42	-12,2%	-14,4%	8,16	7,50	0,67	7,19	6,43	0,75	7,50	0,67	7,19	6,43	0,75	7,50	0,67	7,19	6,43	0,75
Sud	Carni e prodotti a base di carne	19572	17533	2039	17628	15426	2202	-1944	-2107	163	-9,9%	-12,0%	9,43	8,45	0,98	8,55	7,48	1,07	8,45	0,98	8,55	7,48	1,07	8,45	0,98	8,55	7,48	1,07
Italia	Carni e prodotti a base di carne	35949	31459	4490	32594	27685	4909	-3355	-3774	419	-9,3%	-12,0%	6,08	5,32	0,76	5,46	4,64	0,82	5,32	0,76	5,46	4,64	0,82	5,32	0,76	5,46	4,64	0,82

Tavola 5.6 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Pesci, crostacei e molluschi" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007	sedesede	unità	2012	sedesede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/ 10.000 Abitanti 2007	Sedi/ 10.000 Abitanti 2007	Unità/ 10.000 Abitanti 2007	PVD/ 10.000 Abitanti 2012	Sedi/ 10.000 Abitanti 2012	Unità/ 10.000 Abitanti 2012
Lazio	Pesci crostacei e molluschi	677	509	168	746	537	209	69	28	41	10,2%	5,5%	24,4%	1,23	0,93	0,31	1,34	0,97	0,38
Marche	Pesci crostacei e molluschi	287	179	108	300	177	123	13	-2	15	4,5%	-1,1%	13,9%	1,87	1,17	0,70	1,94	1,15	0,80
Toscana	Pesci crostacei e molluschi	396	285	111	361	240	121	-35	-45	10	-8,8%	-15,8%	9,0%	1,09	0,78	0,31	0,98	0,65	0,33
Umbria	Pesci crostacei e molluschi	94	55	39	100	51	49	6	-4	10	6,4%	-7,3%	25,6%	1,08	0,63	0,45	1,13	0,58	0,55
Centro	Pesci crostacei e molluschi	1454	1028	426	1507	1005	502	53	-23	76	3,6%	-2,2%	17,8%	1,26	0,89	0,37	1,29	0,86	0,43
Emilia-Romagna	Pesci crostacei e molluschi	317	226	91	318	208	110	1	-18	19	0,3%	-8,0%	20,9%	0,75	0,54	0,22	0,73	0,48	0,25
Friuli-Venezia Giulia	Pesci crostacei e molluschi	105	73	32	109	70	39	4	-3	7	3,8%	-4,1%	21,9%	0,87	0,60	0,26	0,89	0,57	0,32
Liguria	Pesci crostacei e molluschi	412	315	97	394	289	105	-18	-26	8	-4,4%	-8,3%	8,2%	2,56	1,96	0,60	2,52	1,85	0,67
Lombardia	Pesci crostacei e molluschi	227	171	56	222	156	66	-5	-15	10	-2,2%	-8,8%	17,9%	0,24	0,18	0,06	0,23	0,16	0,07
Piemonte	Pesci crostacei e molluschi	152	104	48	118	82	36	-34	-22	-12	-22,4%	-21,2%	-25,0%	0,35	0,24	0,11	0,27	0,19	0,08
Trentino-Alto Adige	Pesci crostacei e molluschi	15	11	4	14	11	3	-1	0	-1	-6,7%	0,0%	-25,0%	0,15	0,11	0,04	0,13	0,11	0,03
Valle d'Aosta	Pesci crostacei e molluschi	7	5	2	7	5	2	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,56	0,40	0,16	0,55	0,39	0,16
Veneto	Pesci crostacei e molluschi	302	200	102	294	180	114	-8	-20	12	-2,6%	-10,0%	11,8%	0,63	0,42	0,21	0,60	0,37	0,23
Nord	Pesci crostacei e molluschi	1537	1105	432	1476	1001	475	-61	-104	43	-4,0%	-9,4%	10,0%	0,57	0,41	0,16	0,54	0,37	0,17
Abruzzo	Pesci crostacei e molluschi	237	126	111	252	133	119	15	7	8	6,3%	5,6%	7,2%	1,81	0,96	0,85	1,92	1,01	0,91
Basilicata	Pesci crostacei e molluschi	110	66	44	123	69	54	13	3	10	11,8%	4,5%	22,7%	1,86	1,12	0,74	2,13	1,20	0,94
Calabria	Pesci crostacei e molluschi	402	330	72	433	355	78	31	25	6	7,7%	7,6%	8,3%	2,01	1,65	0,36	2,21	1,81	0,40
Campania	Pesci crostacei e molluschi	1633	1381	252	1691	1391	300	58	10	48	3,6%	0,7%	19,0%	2,82	2,39	0,44	2,93	2,41	0,52
Molise	Pesci crostacei e molluschi	73	44	29	84	50	34	11	6	5	15,1%	13,6%	17,2%	2,28	1,37	0,91	2,68	1,60	1,09
Puglia	Pesci crostacei e molluschi	1050	838	212	1124	881	243	74	43	31	7,0%	5,1%	14,6%	2,58	2,06	0,52	2,77	2,17	0,60
Sardegna	Pesci crostacei e molluschi	745	432	313	693	395	298	-52	-37	-15	-7,0%	-8,6%	-4,8%	4,49	2,60	1,89	4,22	2,41	1,82
Sicilia	Pesci crostacei e molluschi	1163	974	189	1135	924	211	-28	-50	22	-2,4%	-5,1%	11,6%	2,32	1,94	0,38	2,27	1,85	0,42
Sud	Pesci crostacei e molluschi	5413	4191	1222	5535	4198	1337	122	7	115	2,3%	0,2%	9,4%	2,61	2,02	0,59	2,68	2,04	0,65
Italia	Pesci crostacei e molluschi	8404	6324	2080	8518	6204	2314	114	-120	234	1,4%	-1,9%	11,2%	1,42	1,07	0,35	1,43	1,04	0,39

Tavola 5.7 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Bevande" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede	unità	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012	
		sede	unità	sede	unità																	
Lazio	Bevande	434	108	326	108	326	108	388	132	86	62	24	19,8%	19,0%	22,2%	0,79	0,59	0,20	0,94	0,70	0,24	
Marche	Bevande	146	67	79	67	79	67	139	70	-7	-9	2	-4,8%	-11,4%	3,0%	0,95	0,51	0,44	0,90	0,45	0,45	
Toscana	Bevande	536	230	306	230	306	230	641	275	105	60	45	19,6%	19,5%	19,8%	1,47	0,84	0,63	1,74	0,99	0,75	
Umbria	Bevande	86	54	32	54	32	54	100	64	14	4	10	16,3%	12,5%	18,5%	0,99	0,37	0,62	1,13	0,41	0,72	
Centro	Bevande	1202	459	743	459	743	459	1400	860	198	117	81	16,5%	15,7%	17,7%	1,04	0,64	0,40	1,20	0,74	0,46	
Emilia-Romagna	Bevande	250	71	179	71	179	71	273	188	85	9	14	9,2%	5,0%	19,7%	0,59	0,42	0,17	0,62	0,43	0,19	
Friuli-Venezia Giulia	Bevande	88	43	45	43	45	43	89	46	1	-2	3	1,1%	-4,4%	7,0%	0,73	0,37	0,35	0,73	0,35	0,38	
Liguria	Bevande	185	64	121	64	121	64	202	136	66	17	15	2	9,2%	12,4%	3,1%	1,15	0,75	0,40	1,29	0,87	0,42
Lombardia	Bevande	685	180	505	180	505	180	735	525	50	20	30	7,3%	4,0%	16,7%	0,72	0,53	0,19	0,75	0,54	0,21	
Piemonte	Bevande	445	116	329	116	329	116	460	333	127	15	4	3,4%	1,2%	9,5%	1,02	0,76	0,27	1,05	0,76	0,29	
Trentino-Alto Adige	Bevande	157	70	87	70	87	70	122	59	-35	-28	-7	-22,3%	-32,2%	-10,0%	1,58	0,88	0,71	1,17	0,57	0,61	
Valle d'Aosta	Bevande	17	7	10	7	10	7	15	4	-2	1	-3	-11,8%	10,0%	-42,9%	1,36	0,80	0,56	1,17	0,86	0,31	
Veneto	Bevande	476	177	299	177	299	177	555	358	197	59	20	16,6%	19,7%	11,3%	1,00	0,63	0,37	1,14	0,73	0,40	
Nord	Bevande	2303	728	1575	728	1575	728	2451	1653	798	78	70	6,4%	5,0%	9,6%	0,86	0,59	0,27	0,90	0,60	0,29	
Abruzzo	Bevande	99	33	66	33	66	33	107	65	42	-1	9	8,1%	-1,5%	27,3%	0,76	0,50	0,25	0,82	0,50	0,32	
Basilicata	Bevande	27	9	18	9	18	9	39	19	20	1	11	44,4%	5,6%	122,2%	0,46	0,30	0,15	0,68	0,33	0,35	
Calabria	Bevande	87	23	64	23	64	23	86	52	-34	-12	11	-1,1%	-18,8%	47,8%	0,44	0,32	0,12	0,44	0,27	0,17	
Campania	Bevande	690	103	587	103	587	103	700	564	136	10	-23	3,4%	-3,9%	32,0%	1,19	1,01	0,18	1,21	0,98	0,24	
Molise	Bevande	26	10	16	10	16	10	37	15	22	-1	12	42,3%	-6,3%	120,0%	0,81	0,50	0,31	1,18	0,48	0,70	
Puglia	Bevande	407	91	316	91	316	91	462	333	129	55	17	38	13,5%	5,4%	41,8%	1,00	0,78	0,22	1,14	0,82	0,32
Sardegna	Bevande	217	82	135	82	135	82	223	135	88	6	6	2,8%	0,0%	7,3%	1,31	0,81	0,49	1,36	0,82	0,54	
Sicilia	Bevande	332	102	230	102	230	102	367	244	123	35	14	10,5%	6,1%	20,6%	0,66	0,46	0,20	0,73	0,49	0,25	
Sud	Bevande	1885	453	1432	453	1432	453	2021	1427	594	-5	141	7,2%	-0,3%	31,1%	0,91	0,69	0,22	0,98	0,69	0,29	
Italia	Bevande	5390	1640	3750	1640	3750	1640	5872	3940	1932	190	292	8,9%	5,1%	17,8%	0,91	0,63	0,28	0,98	0,66	0,32	

Tavola 5.8 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Altri specializzati" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD% 2007/12	Var %Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
Lazio	Altri specializzati	1318	1086	232	960	709	251	-358	-377	19	-27,2%	-34,7%	8,2%	2,40	1,98	0,42	1,73	1,28	0,45
Marche	Altri specializzati	309	228	81	263	167	96	-46	-61	15	-14,9%	-26,8%	18,5%	2,01	1,48	0,53	1,70	1,08	0,62
Toscana	Altri specializzati	913	692	221	829	473	356	-84	-219	135	-9,2%	-31,7%	61,1%	2,51	1,90	0,61	2,24	1,28	0,96
Umbria	Altri specializzati	156	98	58	159	82	77	3	-16	19	1,9%	-16,3%	32,8%	1,79	1,12	0,66	1,79	0,93	0,87
Centro	Altri specializzati	2696	2104	592	2211	1431	780	-485	-673	188	-18,0%	-32,0%	31,8%	2,34	1,82	0,51	1,89	1,22	0,67
Emilia-Romagna	Altri specializzati	862	666	196	686	453	233	-176	-213	37	-20,4%	-32,0%	18,9%	2,04	1,58	0,46	1,57	1,03	0,53
Friuli-Venezia Giulia	Altri specializzati	235	138	97	191	80	111	-44	-58	14	-18,7%	-42,0%	14,4%	1,94	1,14	0,80	1,56	0,65	0,91
Liguria	Altri specializzati	570	458	112	391	269	122	-179	-189	10	-31,4%	-41,3%	8,9%	3,55	2,85	0,70	2,50	1,72	0,78
Lombardia	Altri specializzati	2295	1873	422	1413	998	415	-882	-875	-7	-38,4%	-46,7%	-1,7%	2,40	1,96	0,44	1,44	1,02	0,42
Piemonte	Altri specializzati	1206	987	219	717	525	192	-489	-462	-27	-40,5%	-46,8%	-12,3%	2,77	2,27	0,50	1,64	1,20	0,44
Trentino-Alto Adige	Altri specializzati	179	95	84	164	71	93	-15	-24	9	-8,4%	-25,3%	10,7%	1,80	0,96	0,85	1,58	0,68	0,89
Valle d'Aosta	Altri specializzati	40	26	14	29	19	10	-11	-7	-4	-27,5%	-26,9%	-28,6%	3,20	2,08	1,12	2,27	1,49	0,78
Veneto	Altri specializzati	1028	771	257	629	391	238	-399	-380	-19	-38,8%	-49,3%	-7,4%	2,15	1,62	0,54	1,29	0,80	0,49
Nord	Altri specializzati	6415	5014	1401	4220	2806	1414	-2195	-2208	13	-34,2%	-44,0%	0,9%	2,39	1,87	0,52	1,54	1,02	0,52
Abruzzo	Altri specializzati	407	328	79	248	167	81	-159	-161	2	-39,1%	-49,1%	2,5%	3,11	2,50	0,60	1,89	1,27	0,62
Basilicata	Altri specializzati	101	61	40	118	47	71	17	-14	31	16,8%	-25,0%	77,5%	1,71	1,03	0,68	2,05	0,82	1,23
Calabria	Altri specializzati	508	430	78	345	245	100	-163	-185	22	-32,1%	-43,0%	28,2%	2,54	2,15	0,39	1,76	1,25	0,51
Campania	Altri specializzati	4315	3745	570	1981	1506	475	-2334	-2239	-95	-54,1%	-59,8%	-16,7%	7,45	6,47	0,98	3,43	2,61	0,82
Molise	Altri specializzati	73	50	23	66	42	24	-7	-8	1	-9,6%	-16,0%	4,3%	2,28	1,56	0,72	2,11	1,34	0,77
Puglia	Altri specializzati	1641	1334	307	1040	741	299	-601	-593	-8	-36,6%	-44,5%	-2,6%	4,03	3,28	0,75	2,57	1,83	0,74
Sardegna	Altri specializzati	402	290	112	228	137	91	-174	-153	-21	-43,3%	-52,8%	-18,8%	2,42	1,75	0,67	1,39	0,84	0,55
Sicilia	Altri specializzati	1950	1737	213	946	726	220	-1004	-1011	7	-51,5%	-58,2%	3,3%	3,89	3,47	0,43	1,89	1,45	0,44
Sud	Altri specializzati	9397	7975	1422	4972	3611	1361	-4425	-4364	-61	-47,1%	-54,7%	-4,3%	4,53	3,84	0,69	2,41	1,75	0,66
Italia	Altri specializzati	18508	15093	3415	11403	7848	3555	-7105	-7245	140	-38,4%	-48,0%	4,1%	3,13	2,55	0,58	1,91	1,31	0,60

Tavola 5.9 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Tabacco e altri generi di monopolio" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/ 10.000 Abitanti 2007	Sedi/ 10.000 Abitanti 2007	Unità/ 10.000 Abitanti 2007	PVD/ 10.000 Abitanti 2012	Sedi/ 10.000 Abitanti 2012	Unità/ 10.000 Abitanti 2012
Lazio	Tabacco e altri generi di monopolio	2387	2304	83	2837	2724	113	450	420	30	18,9%	18,2%	36,1%	4,35	4,19	0,15	5,11	4,90	0,20
Marche	Tabacco e altri generi di monopolio	945	918	27	1017	974	43	72	56	16	7,6%	6,1%	59,3%	6,15	5,98	0,18	6,58	6,30	0,28
Toscana	Tabacco e altri generi di monopolio	2090	2031	59	2275	2213	62	185	182	3	8,9%	9,0%	4,4%	5,74	5,58	0,16	6,16	5,99	0,17
Umbria	Tabacco e altri generi di monopolio	582	565	17	643	619	24	61	54	7	10,5%	9,6%	41,2%	6,67	6,47	0,19	7,26	6,98	0,27
Centro	Tabacco e altri generi di monopolio	6004	5818	186	6772	6530	242	768	712	56	12,8%	12,2%	29,9%	5,20	5,04	0,16	5,80	5,59	0,21
Emilia-Romagna	Tabacco e altri generi di monopolio	2583	2517	66	2729	2668	61	146	151	-5	5,7%	6,0%	-7,6%	6,12	5,96	0,16	6,23	6,09	0,14
Friuli-Venezia Giulia	Tabacco e altri generi di monopolio	658	645	13	670	655	15	12	10	2	1,8%	1,6%	15,4%	5,43	5,32	0,11	5,48	5,36	0,12
Liguria	Tabacco e altri generi di monopolio	966	951	15	1053	1041	12	87	90	-3	9,0%	9,5%	-20,0%	6,01	5,91	0,09	6,73	6,65	0,08
Lombardia	Tabacco e altri generi di monopolio	3391	3295	96	3993	3876	117	602	581	21	17,8%	17,6%	21,9%	3,55	3,45	0,10	4,08	3,96	0,12
Piemonte	Tabacco e altri generi di monopolio	1982	1937	45	2141	2103	38	159	166	-7	8,0%	8,6%	-15,6%	4,55	4,45	0,10	4,89	4,81	0,09
Trentino-Alto Adige	Tabacco e altri generi di monopolio	435	415	20	564	536	28	129	121	8	29,7%	29,2%	40,0%	4,39	4,18	0,20	5,42	5,15	0,27
Valle d'Aosta	Tabacco e altri generi di monopolio	64	63	1	74	72	2	10	9	1	15,6%	14,3%	100,0%	5,13	5,05	0,08	5,79	5,63	0,16
Veneto	Tabacco e altri generi di monopolio	2201	2133	68	2488	2428	60	287	295	-8	13,0%	13,8%	-11,8%	4,61	4,47	0,14	5,10	4,97	0,12
Nord	Tabacco e altri generi di monopolio	12280	11956	324	13712	13379	333	1432	1423	9	11,7%	11,9%	2,8%	4,57	4,45	0,12	5,01	4,89	0,12
Abruzzo	Tabacco e altri generi di monopolio	673	652	21	792	760	32	119	108	11	17,7%	16,6%	52,4%	5,14	4,98	0,16	6,03	5,79	0,24
Basilicata	Tabacco e altri generi di monopolio	304	287	17	344	332	12	40	45	-5	13,2%	15,7%	-29,4%	5,14	4,85	0,29	5,97	5,76	0,21
Calabria	Tabacco e altri generi di monopolio	923	876	47	1077	1020	57	154	144	10	16,7%	16,4%	21,3%	4,62	4,38	0,24	5,50	5,21	0,29
Campania	Tabacco e altri generi di monopolio	2690	2625	65	3179	3086	93	489	461	28	18,2%	17,6%	43,1%	4,65	4,53	0,11	5,51	5,35	0,16
Molise	Tabacco e altri generi di monopolio	156	148	8	182	171	11	26	23	3	16,7%	15,5%	37,5%	4,87	4,62	0,25	5,81	5,46	0,35
Puglia	Tabacco e altri generi di monopolio	1837	1791	46	1953	1892	61	116	101	15	6,3%	5,6%	32,6%	4,51	4,40	0,11	4,82	4,67	0,15
Sardegna	Tabacco e altri generi di monopolio	856	820	36	924	887	37	68	67	1	7,9%	8,2%	2,8%	5,16	4,94	0,22	5,63	5,41	0,23
Sicilia	Tabacco e altri generi di monopolio	2493	2420	73	2790	2682	108	297	262	35	11,9%	10,8%	47,9%	4,98	4,83	0,15	5,58	5,36	0,22
Sud	Tabacco e altri generi di monopolio	9932	9619	313	11241	10830	411	1309	1211	98	13,2%	12,6%	31,3%	4,79	4,64	0,15	5,45	5,25	0,20
Italia	Tabacco e altri generi di monopolio	28216	27393	823	31725	30739	986	3509	3346	163	12,4%	12,2%	19,8%	4,77	4,63	0,14	5,32	5,15	0,17

Tavola 5.10 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Non specializzati a prevalenza alimentare" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		unità sede	unità	Var PVD 2007 /12	Var Unità 2007 /12	Var PVD % Sedi 2007 /12	Var % Sedi 2007 /12	Var % Unità 2007 /12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012	
		2007	2012	2007	2012														
Lazio	Non specializzati a prevalenza alimentare	5.289	5.234	55	6.365	5719	646	1076	485	20,3%	9,3%	1074,5%	9,63	9,53	0,10	11,45	10,29	1,16	
Marche	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.558	1.558	-	1.520	1320	0	-38	-38	-2,4%	-2,4%	-	10,15	10,15	0,00	9,84	9,84	0,00	
Toscana	Non specializzati a prevalenza alimentare	4.566	4.142	424	4.680	4165	515	114	23	2,5%	0,6%	21,4%	12,55	11,38	1,17	12,67	11,28	1,39	
Umbria	Non specializzati a prevalenza alimentare	991	991	-	983	983	0	-8	-8	-0,8%	-0,8%	-	11,35	11,35	0,00	11,09	11,09	0,00	
Centro	Non specializzati a prevalenza alimentare	12.404	11.925	479	13.548	12.387	1161	1144	462	9,2%	3,9%	142,3%	10,75	10,33	0,42	11,60	10,60	0,99	
Emilia-Romagna	Non specializzati a prevalenza alimentare	3.511	3.511	-	3.841	3616	225	330	105	9,4%	3,0%	-	8,31	8,31	0,00	8,77	8,26	0,51	
Friuli-Venezia Giulia	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.056	980	76	967	906	61	-89	-74	-8,4%	-7,6%	-19,7%	8,71	8,08	0,63	7,91	7,41	0,50	
Liguria	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.244	2.054	190	2.333	2044	289	89	-10	4,0%	-0,5%	52,1%	13,96	12,77	1,18	14,91	13,06	1,85	
Lombardia	Non specializzati a prevalenza alimentare	6.197	5.873	324	7.194	6299	895	997	426	571	16,1%	7,3%	176,2%	6,49	6,15	0,34	7,34	6,43	0,91
Piemonte	Non specializzati a prevalenza alimentare	4.563	4.236	327	4.734	4199	535	171	-37	208	3,7%	-0,9%	10,48	9,73	0,75	10,82	9,60	1,22	
Trentino-Alto Adige	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.185	909	276	960	785	175	-225	-124	-101	-19,0%	-13,6%	11,95	9,17	2,78	9,23	7,55	1,68	
Valle d'Aosta	Non specializzati a prevalenza alimentare	217	196	21	212	185	27	-5	-11	6	-2,3%	-5,6%	17,39	15,70	1,68	16,58	14,47	2,11	
Veneto	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.982	2.982	-	3.201	3107	94	219	125	94	7,3%	4,2%	6,25	6,25	0,00	6,56	6,36	0,19	
Nord	Non specializzati a prevalenza alimentare	21.955	20.741	1.214	23.442	21.141	2.301	1.487	400	1087	6,8%	1,9%	89,5%	8,18	7,73	0,45	8,56	7,72	0,84
Abruzzo	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.717	1.694	23	1.732	1.641	91	15	-53	68	0,9%	-3,1%	13,11	12,93	0,18	13,20	12,50	0,69	
Basilicata	Non specializzati a prevalenza alimentare	1.140	1.140	-	1.074	1.061	13	-66	-79	13	-5,8%	-6,9%	19,28	19,28	0,00	18,64	18,41	0,23	
Calabria	Non specializzati a prevalenza alimentare	3.687	3.687	-	3.670	3.578	92	-17	-109	92	-0,5%	-3,0%	18,45	18,45	0,00	18,74	18,27	0,47	
Campania	Non specializzati a prevalenza alimentare	9.446	8.887	559	11.350	10.461	889	1.904	1.574	330	20,2%	17,7%	16,31	15,35	0,97	19,67	18,13	1,54	
Molise	Non specializzati a prevalenza alimentare	731	663	68	697	619	78	-34	-44	10	-4,7%	-6,6%	22,84	20,71	2,12	22,24	19,75	2,49	
Puglia	Non specializzati a prevalenza alimentare	4.469	4.469	-	5.212	4.948	264	743	479	264	16,6%	10,7%	10,98	10,98	0,00	12,87	12,21	0,65	
Sardegna	Non specializzati a prevalenza alimentare	2.636	2.589	47	2.679	2.402	277	43	-187	230	1,6%	-7,2%	15,88	15,60	0,28	16,33	14,64	1,69	
Sicilia	Non specializzati a prevalenza alimentare	6.400	6.316	84	6.457	6.316	141	57	0	57	0,9%	0,0%	12,78	12,61	0,17	12,91	12,63	0,28	
Sud	Non specializzati a prevalenza alimentare	30.226	29.445	781	32.871	31.026	1.845	2.645	1.581	1.064	8,8%	5,4%	14,57	14,19	0,38	15,94	15,05	0,89	
Italia	Non specializzati a prevalenza alimentare	64.585	62.111	2.474	69.861	64.554	5.307	5.276	2.443	2.833	8,2%	3,9%	114,5%	10,50	10,50	0,42	11,70	10,82	0,89

Tavola 5.11 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della distribuzione moderna alimentare nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/totali	2007		2012		sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
		sede	unità	sede	unità														
Lazio	DM alimentare	2.124	2.124	0	2.161	0	2161	37	0	37	1,7%		1,7%	3,87	0,00	3,87	3,89	0,00	3,89
Marche	DM alimentare	909	208	208	882	137	745	-27	-71	44	-3,0%	-34,1%	6,3%	5,92	1,35	4,57	5,71	0,89	4,82
Toscana	DM alimentare	1.164	-	1.164	1.180	0	1180	16	0	16	1,4%		1,4%	3,20	0,00	3,20	3,20	0,00	3,20
Umbria	DM alimentare	592	131	461	562	51	511	-30	-80	50	-5,1%	-61,1%	10,8%	6,78	1,50	5,28	6,34	0,58	5,77
Centro	DM alimentare	4789	339	4450	4785	188	4597	-4	-151	147	-0,1%	-44,5%	3,3%	4,15	0,29	3,86	4,10	0,16	3,94
Emilia-Romagna	DM alimentare	1.748	61	1.687	1.651		1651	-97	-61	-36	-5,5%	-100,0%	-2,1%	4,14	0,14	3,99	3,77	0,00	3,77
Friuli-Venezia Giulia	DM alimentare	649	-	649	650	1	650	1	0	1	0,2%		0,2%	5,35	0,00	5,35	5,32	0,00	5,32
Liguria	DM alimentare	741	-	741	758	0	758	17	0	17	2,3%		2,3%	4,61	0,00	4,61	4,84	0,00	4,84
Lombardia	DM alimentare	3.055	-	3.055	2.985	0	2985	-70	0	-70	-2,3%		-2,3%	3,20	0,00	3,20	3,05	0,00	3,05
Piemonte	DM alimentare	1.673	-	1.673	1.731	0	1731	58	0	58	3,5%		3,5%	3,84	0,00	3,84	3,96	0,00	3,96
Trentino-Alto Adige	DM alimentare	594	-	594	758	164	758	164	0	164	27,6%		27,6%	5,99	0,00	5,99	7,29	0,00	7,29
Valle d'Aosta	DM alimentare	55	-	55	59	4	59	4	0	4	7,3%		7,3%	4,41	0,00	4,41	4,61	0,00	4,61
Veneto	DM alimentare	2.242	76	2.166	2.211		2211	-31	-76	45	-1,4%	-100,0%	2,1%	4,70	0,16	4,54	4,53	0,00	4,53
Nord	DM alimentare	10757	137	10620	10803	0	10803	46	-137	183	0,4%	-100,0%	1,7%	4,01	0,05	3,96	3,95	0,00	3,95
Abruzzo	DM alimentare	591	-	591	596	5	596	5	0	5	0,8%		0,8%	4,51	0,00	4,51	4,54	0,00	4,54
Basilicata	DM alimentare	352	46	306	377	25	377	25	-46	71	7,1%	-100,0%	23,2%	5,95	0,78	5,17	6,54	0,00	6,54
Catabria	DM alimentare	1.088	115	973	1.030		1030	-58	-115	57	-5,3%	-100,0%	5,9%	5,45	0,58	4,87	5,26	0,00	5,26
Campania	DM alimentare	1.854	-	1.854	2.208	354	2208	354	0	354	19,1%		19,1%	3,20	0,00	3,20	3,83	0,00	3,83
Molise	DM alimentare	136	-	136	124	-12	124	-12	0	-12	-8,8%		-8,8%	4,25	0,00	4,25	3,96	0,00	3,96
Puglia	DM alimentare	2.089	129	1.960	1.996		1996	-93	-129	36	-4,5%	-100,0%	1,8%	5,13	0,32	4,82	4,93	0,00	4,93
Sardegna	DM alimentare	1.466	-	1.466	1.270		1270	-196	0	-196	-13,4%		-13,4%	8,83	0,00	8,83	7,74	0,00	7,74
Sicilia	DM alimentare	2.152	-	2.152	2.354	202	2354	202	0	202	9,4%		9,4%	4,30	0,00	4,30	4,71	0,00	4,71
Sud	DM alimentare	9728	290	9438	9955	0	9955	227	-290	517	2,3%	-100,0%	5,5%	4,69	0,14	4,55	4,83	0,00	4,83
Italia	DM alimentare	25274	766	24508	25543	188	25355	269	-578	847	1,1%	-75,5%	3,5%	4,27	0,13	4,14	4,28	0,03	4,25

Tavola 5.12 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Abbigliamento, calzature e articoli in pelle" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Seel/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
Lazio	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	14673	10129	4544	15071	9630	5441	398	-499	887	2,7%	-4,9%	19,7%	26,71	18,44	8,27	27,12	17,33	9,79
Marche	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	4114	2489	1625	4002	2334	1668	-112	-155	43	-2,7%	-6,2%	2,6%	26,79	16,21	10,58	25,90	15,11	10,80
Toscana	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10457	6396	4061	10273	6063	4220	-184	-343	159	-1,8%	-5,4%	3,9%	28,74	17,58	11,16	27,82	16,39	11,43
Umbria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	2447	1581	866	2983	2058	925	536	477	59	21,9%	30,2%	6,8%	28,03	18,11	9,92	33,66	23,22	10,44
Centro	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	31691	20595	11096	32329	20075	12254	638	-520	1158	2,0%	-2,5%	10,4%	27,46	17,85	9,62	27,68	17,19	10,49
Emilia-Romagna	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10791	6798	3993	10646	6331	4315	-145	-467	322	-1,3%	-6,9%	8,1%	25,55	16,10	9,45	24,32	14,46	9,86
Friuli-Venezia Giulia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	2835	1613	1222	2612	1338	1274	-223	-275	52	-7,9%	-17,0%	4,3%	23,38	13,30	10,08	21,38	10,95	10,43
Liguria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	5010	3423	1587	4812	3036	1776	-198	-387	189	-4,0%	-11,3%	11,9%	31,16	21,29	9,87	30,75	19,40	11,35
Lombardia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	18565	11022	7543	18171	9953	8218	-394	-1069	675	-2,1%	-9,7%	8,9%	19,43	11,54	7,89	18,55	10,16	8,39
Piemonte	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	9823	6314	3509	9286	5628	3658	-537	-686	149	-10,9%	-10,9%	4,2%	22,56	14,50	8,06	21,23	12,87	8,36
Trentino-Alto Adige	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	2192	1257	935	2319	1237	1082	127	-20	147	5,8%	-1,6%	15,7%	22,10	12,67	9,43	22,30	11,89	10,40
Valle d'Aosta	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	349	237	112	323	197	126	-26	-40	14	-7,4%	-16,9%	12,5%	27,96	18,99	8,97	25,27	15,41	9,86
Veneto	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	10715	6036	4679	10598	5687	4911	-117	-349	232	-1,1%	-5,8%	5,0%	22,45	12,64	9,80	21,71	11,65	10,06
Nord	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	60280	36700	23580	58767	33407	25360	-1513	-3293	1780	-2,5%	-9,0%	7,5%	22,46	13,67	8,78	21,46	12,20	9,26
Abruzzo	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	4206	2665	1541	4042	2407	1635	-164	-258	94	-3,9%	-9,7%	6,1%	32,11	20,35	11,77	30,80	18,34	12,46
Basilicata	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	1743	1299	444	1.668	1166	502	-75	-133	58	-4,3%	-10,2%	13,1%	29,48	21,97	7,51	28,95	20,24	8,71
Calabria	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	6289	4710	1579	5851	4096	1755	-438	-614	176	-7,0%	-13,0%	11,1%	31,48	23,57	7,90	29,88	20,92	8,96
Campania	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	21009	15498	5511	20746	14430	6316	-263	-1068	805	-1,3%	-6,9%	14,6%	36,28	26,77	9,52	35,96	25,01	10,95
Molise	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	915	586	329	831	543	288	-84	-43	-41	-9,2%	-7,3%	-12,5%	28,59	18,31	10,28	26,52	17,33	9,19
Puglia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	12048	8662	3386	11550	7831	3719	-498	-831	333	-4,1%	-9,6%	9,8%	29,60	21,28	8,32	28,51	19,33	9,18
Sardegna	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	4721	2828	1893	4453	2563	1890	-268	-265	-3	-5,7%	-9,4%	-0,2%	28,45	17,04	11,41	27,15	15,62	11,52
Sicilia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	14307	10413	3894	13816	9164	4652	-491	-1249	758	-3,7%	-12,0%	19,5%	28,56	20,79	7,77	27,63	18,33	10,30
Sud	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	65238	46661	18577	62957	42200	20757	-2281	-4461	2180	-3,5%	-9,6%	11,7%	31,44	22,49	8,95	30,53	20,46	9,07
Italia	Abbigliamento, calzature e articoli in pelle	157209	103956	53253	154053	95682	58371	-3156	-8274	5118	-2,0%	-8,0%	9,6%	26,59	17,58	9,01	25,81	16,03	9,78

Tavola 5.13 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Articoli medicali e ortopedici" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali		2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
	2007	2012																		
Lazio	Articoli medicali e ortopedici	450	284	166	527	311	216	77	27	50	17,1%	9,5%	30,1%	0,82	0,52	0,30	0,95	0,56	0,39	
Marche	Articoli medicali e ortopedici	133	88	45	148	89	59	15	1	14	11,3%	1,1%	31,1%	0,87	0,57	0,29	0,96	0,58	0,38	
Toscana	Articoli medicali e ortopedici	283	164	119	318	183	135	35	19	16	12,4%	11,4%	13,6%	0,78	0,45	0,33	0,86	0,49	0,37	
Umbria	Articoli medicali e ortopedici	76	49	27	94	54	40	18	5	13	23,7%	10,2%	48,1%	0,87	0,56	0,31	1,06	0,61	0,45	
Centro	Articoli medicali e ortopedici	942	585	357	1087	637	450	145	52	93	15,4%	8,8%	26,1%	0,82	0,51	0,31	0,93	0,55	0,39	
Emilia-Romagna	Articoli medicali e ortopedici	420	259	161	465	258	207	45	-1	46	10,7%	-0,4%	28,6%	0,99	0,61	0,38	1,06	0,59	0,47	
Friuli-Venezia Giulia	Articoli medicali e ortopedici	88	42	46	97	44	53	9	2	7	10,2%	4,8%	15,2%	0,73	0,35	0,38	0,79	0,36	0,43	
Liguria	Articoli medicali e ortopedici	157	86	71	177	89	88	20	3	17	12,7%	3,5%	23,9%	0,98	0,53	0,44	1,13	0,57	0,56	
Lombardia	Articoli medicali e ortopedici	497	302	195	593	335	258	96	33	63	19,3%	10,9%	32,3%	0,52	0,32	0,20	0,61	0,34	0,26	
Piemonte	Articoli medicali e ortopedici	303	170	133	517	288	229	214	118	96	70,6%	69,4%	72,2%	0,70	0,39	0,31	1,18	0,66	0,52	
Trentino-Alto Adige	Articoli medicali e ortopedici	46	25	21	48	28	20	2	3	-1	4,3%	12,0%	-4,8%	0,46	0,25	0,21	0,46	0,27	0,19	
Valle d'Aosta	Articoli medicali e ortopedici	12	10	2	11	8	3	-1	-2	1	-8,3%	-20,0%	50,0%	0,96	0,80	0,16	0,86	0,63	0,23	
Veneto	Articoli medicali e ortopedici	341	227	114	422	227	195	81	0	81	23,8%	0,0%	71,1%	0,71	0,48	0,24	0,86	0,46	0,40	
Nord	Articoli medicali e ortopedici	1864	1121	743	2330	1277	1053	466	156	310	25,0%	13,9%	41,7%	0,69	0,42	0,28	0,85	0,47	0,38	
Abruzzo	Articoli medicali e ortopedici	105	61	44	124	62	62	19	1	18	18,1%	1,6%	40,9%	0,80	0,47	0,34	0,94	0,47	0,47	
Basilicata	Articoli medicali e ortopedici	66	48	18	65	43	22	-1	-5	4	-1,5%	-10,4%	22,2%	1,12	0,81	0,30	1,13	0,75	0,38	
Calabria	Articoli medicali e ortopedici	264	197	67	265	181	84	1	-16	17	0,4%	-8,1%	25,4%	1,32	0,99	0,34	1,35	0,92	0,43	
Campania	Articoli medicali e ortopedici	695	522	173	614	411	203	-81	-111	30	-11,7%	-21,3%	17,3%	1,20	0,90	0,30	1,06	0,71	0,35	
Molise	Articoli medicali e ortopedici	25	15	10	21	10	11	-4	-5	1	-16,0%	-33,3%	10,0%	0,78	0,47	0,31	0,67	0,32	0,35	
Puglia	Articoli medicali e ortopedici	457	352	105	506	351	155	49	-1	50	10,7%	-0,3%	47,6%	1,12	0,86	0,26	1,25	0,87	0,38	
Sardegna	Articoli medicali e ortopedici	146	89	57	148	85	63	2	-4	6	1,4%	-4,5%	10,5%	0,88	0,54	0,34	0,90	0,52	0,38	
Sicilia	Articoli medicali e ortopedici	593	442	151	581	399	182	-12	-43	31	-2,0%	-9,7%	20,5%	1,18	0,88	0,30	1,16	0,80	0,36	
Sud	Articoli medicali e ortopedici	2351	1726	625	2324	1542	782	-27	-184	157	-1,1%	-10,7%	25,1%	1,13	0,83	0,30	1,13	0,75	0,38	
Italia	Articoli medicali e ortopedici	5157	3432	1725	5741	3456	2285	584	24	560	11,3%	0,7%	32,5%	0,87	0,58	0,29	0,96	0,58	0,38	

Tavola 5.14 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede		unità		PVD		Var		PVD %		Var % Sedi		Var % Unità		PVD/10.000 Abitanti		Sedi/10.000 Abitanti		Unità/10.000 Abitanti	
		2007	2012	sede	unità	2007	2012	sede	unità	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012
Lazio	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	2198	600	1508	746	56	-90	146	2,5%	-5,6%	24,3%	4,00	2,91	1,09	4,06	2,71	1,34								
Marche	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	648	255	378	283	13	-15	28	2,0%	-3,8%	11,0%	4,22	2,56	1,66	4,28	2,45	1,83								
Toscana	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1434	509	884	501	-49	-41	-8	-3,4%	-4,4%	-1,7%	3,94	2,54	1,40	3,75	2,40	1,36								
Umbria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	284	103	304	184	20	3	17	7,0%	16,5%	3,25	2,07	1,18	3,43	2,08	1,35									
Centro	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	4564	3097	2954	1650	40	-143	183	0,9%	-4,6%	12,4%	3,95	2,68	1,27	3,94	2,53	1,41								
Emilia-Romagna	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1747	1131	1007	663	-77	-124	47	-4,4%	-11,0%	7,6%	4,14	2,68	1,46	3,81	2,30	1,51								
Friuli-Venezia Giulia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	395	248	227	178	10	-21	31	2,5%	-8,5%	21,1%	3,26	2,05	1,21	3,31	1,86	1,46								
Liguria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	746	505	429	264	-53	-76	23	-7,1%	-15,0%	9,5%	4,64	3,14	1,50	4,43	2,74	1,69								
Lombardia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	2712	1744	1563	1204	55	-181	236	2,0%	-10,4%	24,4%	2,84	1,83	1,01	2,83	1,60	1,23								
Piemonte	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1558	1058	957	560	-41	-101	60	-2,6%	-9,5%	12,0%	3,58	2,43	1,15	3,47	2,19	1,28								
Trentino-Alto Adige	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	269	163	147	122	0	-16	16	0,0%	-9,8%	15,1%	2,71	1,64	1,07	2,59	1,41	1,17								
Valle d'Aosta	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	55	37	36	12	-7	-1	-6	-12,7%	-2,7%	-33,3%	4,41	2,96	1,44	3,75	2,82	0,94								
Veneto	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1712	1105	971	688	-53	-134	81	-3,1%	-12,1%	13,3%	3,59	2,31	1,27	3,40	1,99	1,41								
Nord	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	9194	3203	5337	3691	-166	-654	488	-1,8%	-10,9%	15,2%	3,43	2,23	1,19	3,30	1,95	1,35								
Abruzzo	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	481	171	276	222	17	-34	51	3,5%	-11,0%	29,8%	3,67	2,37	1,31	3,79	2,10	1,69								
Basilicata	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	216	167	168	61	13	1	12	6,0%	0,6%	24,5%	3,65	2,82	0,83	3,97	2,92	1,06								
Calabria	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	909	727	628	210	-71	-99	28	-7,8%	-13,6%	15,4%	4,55	3,64	0,91	4,28	3,21	1,07								
Campania	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	3073	2576	2234	571	-268	-342	74	-8,7%	-13,3%	14,9%	5,31	4,45	0,86	4,86	3,87	0,99								
Molise	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	145	103	83	48	-14	-20	6	-9,7%	-19,4%	14,3%	4,53	3,22	1,31	4,18	2,65	1,53								
Puglia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	1952	1527	1392	434	-126	-135	9	-6,5%	-8,8%	2,1%	4,80	3,75	1,04	4,51	3,44	1,07								
Sardegna	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	664	390	356	259	-49	-34	-15	-7,4%	-8,7%	-5,5%	4,00	2,35	1,65	3,75	2,17	1,58								
Sicilia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	2017	1592	1366	555	-96	-226	130	-4,8%	-14,2%	30,6%	4,03	3,18	0,85	3,84	2,73	1,11								
Sud	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	9457	7392	6503	2360	-594	-889	295	-6,3%	-12,0%	14,3%	4,56	3,56	1,00	4,30	3,15	1,14								
Italia	Cosmetici, articoli di profumeria ed erboristeria	23215	16480	14794	7701	-720	-1686	966	-3,1%	-10,2%	14,3%	3,93	2,79	1,14	3,77	2,48	1,29								

Tavola 5.15 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede		unità		Var		Var		Var		PVD/		Sedi/		Unità/	
		2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012	2007	2012
Lazio	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	3891	4374	810	3353	1021	483	272	211	12,4%	8,8%	26,0%	7,08	5,61	1,47	7,87	6,03	1,84	1,84		
Marche	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1020	1046	273	760	286	26	13	13	2,5%	1,7%	4,8%	6,64	4,87	1,78	6,77	4,92	1,85	1,85		
Toscana	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2394	2504	1768	1833	671	110	65	45	4,6%	3,7%	7,2%	6,58	4,86	1,72	6,78	4,96	1,82	1,82		
Umbria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	643	689	145	518	171	46	20	26	7,2%	4,0%	17,9%	7,37	5,70	1,66	7,77	5,84	1,93	1,93		
Centro	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	7948	8613	1854	6464	2149	665	370	295	8,4%	6,1%	15,9%	6,89	5,28	1,61	7,37	5,53	1,84	1,84		
Emilia-Romagna	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2297	2430	602	1720	710	133	25	108	5,8%	1,5%	17,9%	5,44	4,01	1,43	5,55	3,93	1,62	1,62		
Friuli-Venezia Giulia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	607	611	132	466	145	4	-9	13	0,7%	-1,9%	9,8%	5,01	3,92	1,09	5,00	3,81	1,19	1,19		
Liguria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1071	1139	266	822	317	68	17	51	6,3%	2,1%	19,2%	6,66	5,01	1,65	7,28	5,25	2,03	2,03		
Lombardia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	3493	3759	961	2652	1107	266	120	146	7,6%	4,7%	15,2%	3,66	2,65	1,01	3,84	2,71	1,13	1,13		
Piemonte	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2629	1990	639	3162	2337	533	347	186	20,3%	17,4%	29,1%	6,04	4,57	1,47	7,23	5,34	1,89	1,89		
Trentino-Alto Adige	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	429	493	174	294	199	64	39	25	14,9%	15,3%	14,4%	4,33	2,57	1,75	4,74	2,83	1,91	1,91		
Valle d'Aosta	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	103	110	23	85	25	7	5	2	6,8%	6,3%	8,7%	8,25	6,41	1,84	8,60	6,65	1,96	1,96		
Veneto	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2577	1921	656	2680	1956	724	103	35	68	4,0%	1,8%	10,4%	5,40	4,02	1,37	5,49	4,01	1,48	1,48	
Nord	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	13206	3453	3453	14384	10332	4052	1178	579	8,9%	5,9%	17,3%	4,92	3,63	1,29	5,25	3,77	1,48	1,48		
Abruzzo	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1102	837	265	1207	861	346	105	24	81	9,5%	2,9%	30,6%	8,41	6,39	2,02	9,20	6,56	2,64	2,64	
Basilicata	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	662	524	138	720	539	181	58	15	43	8,8%	2,9%	11,9	8,86	2,33	12,50	9,35	3,14	3,14		
Calabria	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	2343	1958	385	2558	2078	480	215	120	95	9,2%	6,1%	24,7%	11,73	9,80	1,93	13,06	10,61	2,45	2,45	
Campania	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	4775	3982	793	6802	5610	1192	1628	399	42,5%	40,3%	50,3%	8,25	6,88	1,37	11,79	9,72	2,07	2,07		
Molise	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	295	227	68	328	238	90	33	11	22	11,2%	4,8%	32,4%	9,22	7,09	2,12	10,47	7,60	2,87	2,87	
Puglia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	3458	2897	561	3814	3056	758	356	159	197	10,3%	5,5%	35,1%	8,50	7,12	1,38	9,42	7,54	1,87	1,87	
Sardegna	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	1789	1291	498	1898	1315	583	109	24	85	6,1%	1,9%	17,1%	10,78	7,78	3,00	11,57	8,02	3,55	3,55	
Sicilia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	4376	3601	775	4835	3939	896	459	338	121	10,5%	9,4%	15,6%	8,74	7,19	1,55	9,67	7,88	1,79	1,79	
Sud	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	18800	15317	3483	22162	17636	4526	3362	2319	1043	17,9%	15,1%	29,9%	9,06	7,38	1,68	10,75	8,55	2,19	2,19	
Italia	Ferramenta, vernici e materiali da costruzioni	39954	31164	8790	45159	34432	10727	5205	3268	1937	13,0%	10,5%	22,0%	6,76	5,27	1,49	7,57	5,77	1,80	1,80	

Tavola 5.16 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Mobili, casalinghi, illuminazione" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede	unità	sede	unità	Var PVD 2007 /12	Var Sedi 2007 /12	Var Unità 2007 /12	Var PVD % 2007 /12	Var % Sedi 2007 /12	Var % Unità 2007 /12	PVD/ 10.000 Abitanti 2007	Sedi/ 10.000 Abitanti 2007	Unità/ 10.000 Abitanti 2007	PVD/ 10.000 Abitanti 2012	Sedi/ 10.000 Abitanti 2012	Unità/ 10.000 Abitanti 2012
		2007	2012	2007	2012																
Lazio	Mobili, casalinghi, illuminazione	4673	3577	1096	4156	3063	1093	-517	-514	-3	-11,1%	-14,4%	-0,3%	-14,4%	-0,3%	8,51	6,51	2,00	7,48	5,51	1,97
Marche	Mobili, casalinghi, illuminazione	1216	847	369	1060	712	348	-156	-135	-21	-12,8%	-15,9%	-5,7%	-15,9%	-5,7%	7,92	5,52	2,40	6,86	4,61	2,25
Toscana	Mobili, casalinghi, illuminazione	3071	2066	1005	2491	1688	803	-580	-378	-202	-18,9%	-18,3%	-20,1%	-18,3%	-20,1%	8,44	5,68	2,76	6,75	4,57	2,17
Umbria	Mobili, casalinghi, illuminazione	695	489	206	600	426	174	-95	-63	-32	-13,7%	-12,9%	-15,5%	-12,9%	-15,5%	7,96	5,60	2,36	6,77	4,81	1,96
Centro	Mobili, casalinghi, illuminazione	9655	6979	2676	8307	5889	2418	-1348	-1090	-258	-14,0%	-15,6%	-9,6%	-15,6%	-9,6%	8,37	6,05	2,32	7,11	5,04	2,07
Emilia-Romagna	Mobili, casalinghi, illuminazione	2802	1980	822	2362	1695	667	-440	-285	-155	-15,7%	-14,4%	-18,9%	-14,4%	-18,9%	6,63	4,69	1,95	5,40	3,87	1,52
Friuli-Venezia Giulia	Mobili, casalinghi, illuminazione	736	545	191	633	445	188	-103	-100	-3	-14,0%	-16,3%	-1,6%	-16,3%	-1,6%	6,07	4,49	1,58	5,18	3,64	1,54
Liguria	Mobili, casalinghi, illuminazione	1449	1012	437	1155	793	362	-294	-219	-75	-20,3%	-21,6%	-17,2%	-21,6%	-17,2%	9,01	6,29	2,72	7,38	5,07	2,31
Lombardia	Mobili, casalinghi, illuminazione	6081	3957	2124	5289	3438	1851	-792	-519	-273	-13,0%	-13,1%	-12,9%	-13,1%	-12,9%	6,36	4,14	2,22	5,40	3,51	1,89
Piemonte	Mobili, casalinghi, illuminazione	3265	2292	973	2676	1869	807	-589	-423	-166	-18,0%	-18,5%	-17,1%	-18,5%	-17,1%	7,50	5,26	2,23	6,12	4,27	1,84
Trentino-Alto Adige	Mobili, casalinghi, illuminazione	555	354	201	444	285	159	-111	-69	-42	-20,0%	-19,5%	-20,9%	-19,5%	-20,9%	5,60	3,57	2,03	4,27	2,74	1,53
Valle d'Aosta	Mobili, casalinghi, illuminazione	109	77	32	107	78	29	-2	1	-3	-1,8%	1,3%	-9,4%	1,3%	-9,4%	8,73	6,17	2,56	8,37	6,10	2,27
Veneto	Mobili, casalinghi, illuminazione	3454	2277	1177	2822	1883	939	-632	-394	-238	-18,3%	-17,3%	-20,2%	-17,3%	-20,2%	7,24	4,77	2,47	5,78	3,86	1,92
Nord	Mobili, casalinghi, illuminazione	18451	12494	5957	15488	10486	5002	-2963	-2008	-955	-16,1%	-16,1%	-16,0%	-16,1%	-16,0%	6,87	4,65	2,22	5,66	3,83	1,83
Abruzzo	Mobili, casalinghi, illuminazione	1290	904	386	1054	712	342	-236	-192	-44	-18,3%	-21,2%	-11,4%	-21,2%	-11,4%	9,85	6,90	2,95	8,03	5,42	2,61
Basilicata	Mobili, casalinghi, illuminazione	692	522	170	545	418	127	-147	-104	-43	-21,2%	-19,9%	-25,3%	-19,9%	-25,3%	11,70	8,83	2,87	9,46	7,25	2,20
Calabria	Mobili, casalinghi, illuminazione	2437	1968	469	2056	1621	435	-381	-347	-34	-15,6%	-17,6%	-7,2%	-17,6%	-7,2%	12,20	9,85	2,35	10,50	8,28	2,22
Campania	Mobili, casalinghi, illuminazione	7204	6017	1187	5860	4759	1101	-1344	-1258	-86	-18,7%	-20,9%	-7,2%	-20,9%	-7,2%	12,44	10,39	2,05	10,16	8,25	1,91
Molise	Mobili, casalinghi, illuminazione	303	217	86	275	194	81	-28	-23	-5	-9,2%	-10,6%	-5,8%	-10,6%	-5,8%	9,47	6,78	2,69	8,78	6,19	2,59
Puglia	Mobili, casalinghi, illuminazione	4395	3385	1010	3555	2719	836	-840	-666	-174	-19,1%	-19,7%	-17,2%	-19,7%	-17,2%	10,80	8,32	2,48	8,78	6,71	2,06
Sardegna	Mobili, casalinghi, illuminazione	1810	1244	566	1361	925	436	-449	-319	-130	-24,8%	-25,6%	-23,0%	-25,6%	-23,0%	10,91	7,50	3,41	8,30	5,64	2,66
Sicilia	Mobili, casalinghi, illuminazione	5774	4574	1200	4562	3532	1030	-1212	-1042	-170	-21,0%	-22,8%	-14,2%	-22,8%	-14,2%	11,53	9,13	2,40	9,12	7,06	2,06
Sud	Mobili, casalinghi, illuminazione	23905	18831	5074	19268	14880	4388	-4637	-3951	-686	-19,4%	-21,0%	-13,5%	-21,0%	-13,5%	11,52	9,08	2,45	9,34	7,22	2,13
Italia	Mobili, casalinghi, illuminazione	52011	38304	13707	43063	31255	11808	-8948	-7049	-1899	-17,2%	-18,4%	-13,9%	-18,4%	-13,9%	8,80	6,48	2,32	7,22	5,24	1,98

Tavola 5.17 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Libri, giornali, cartoleria" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali		2007		2012		unità	PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
	sede	unità	sede	unità															
Lazio	4336	518	3818	4361	3738	623	25	-80	105	0,6%	-2,1%	20,3%	7,89	6,95	0,94	7,85	6,73	1,12	
Marche	1149	173	976	1083	924	159	-66	-52	-14	-5,7%	-5,3%	-8,1%	7,48	6,36	1,13	7,01	5,98	1,03	
Toscana	3479	3038	441	3280	2854	426	-199	-184	-15	-5,7%	-6,0%	-3,5%	9,56	8,35	1,21	8,88	7,73	1,15	
Umbria	651	73	641	559	559	82	-10	-19	9	-1,5%	-3,3%	12,3%	7,46	6,62	0,84	7,23	6,31	0,93	
Centro	9615	8410	1205	9365	8075	1290	-250	-335	85	-2,6%	-4,0%	7,0%	8,33	7,29	1,04	8,02	6,91	1,10	
Emilia-Romagna	3326	2956	370	3163	2784	379	-163	-172	9	-4,9%	-5,8%	2,4%	7,88	7,00	0,88	7,23	6,36	0,87	
Friuli-Venezia Giulia	958	832	126	840	723	117	-118	-109	-9	-12,3%	-13,1%	-7,1%	7,90	6,86	1,04	6,87	5,92	0,96	
Liguria	1715	1514	201	1597	1377	220	-118	-137	19	-6,9%	-9,0%	9,5%	10,67	9,42	1,25	10,20	8,80	1,41	
Lombardia	6757	5891	866	6204	5297	907	-553	-594	41	-8,2%	-10,1%	4,7%	7,07	6,17	0,91	6,33	5,41	0,93	
Piemonte	3182	2841	341	2979	2627	352	-203	-214	11	-6,4%	-7,5%	3,2%	7,31	6,52	0,78	6,81	6,01	0,80	
Trentino-Alto Adige	404	308	96	366	264	102	-38	-44	6	-9,4%	-14,3%	6,3%	4,07	3,11	0,97	3,52	2,54	0,98	
Valle d'Aosta	109	94	15	85	69	16	-24	-25	1	-22,0%	-26,6%	6,7%	8,73	7,53	1,20	6,65	5,40	1,25	
Veneto	3204	2745	459	2978	2553	425	-226	-192	-34	-7,1%	-7,0%	-7,4%	6,71	5,75	0,96	6,10	5,23	0,87	
Nord	19655	17181	2474	18212	15694	2518	-1443	-1487	44	-7,3%	-8,7%	1,8%	7,32	6,40	0,92	6,65	5,73	0,92	
Abruzzo	1033	889	144	1033	874	159	0	-15	15	0,0%	-1,7%	10,4%	7,89	6,79	1,10	7,87	6,66	1,21	
Basilicata	416	359	57	372	317	55	-44	-42	-2	-10,6%	-11,7%	-3,5%	7,03	6,07	0,96	6,46	5,50	0,95	
Calabria	1463	1298	165	1412	1231	181	-51	-67	16	-3,5%	-5,2%	9,7%	7,32	6,50	0,83	7,21	6,29	0,92	
Campania	4562	4092	470	4458	3923	535	-104	-169	65	-2,3%	-4,1%	13,8%	7,88	7,07	0,81	7,73	6,80	0,93	
Molise	196	175	21	176	153	23	-20	-22	2	-10,2%	-12,6%	9,5%	6,12	5,47	0,66	5,62	4,88	0,73	
Puglia	3058	2798	260	2979	2695	284	-79	-103	24	-2,6%	-3,7%	9,2%	7,51	6,87	0,64	7,35	6,65	0,70	
Sardegna	1436	1196	240	1397	1138	259	-39	-58	19	-2,7%	-4,8%	7,9%	8,65	7,21	1,45	8,52	6,94	1,58	
Sicilia	3413	3016	397	3292	2916	376	-121	-100	-21	-3,5%	-3,3%	-5,3%	6,81	6,02	0,79	6,58	5,83	0,75	
Sud	15577	13823	1754	15119	13247	1872	-458	-576	118	-2,9%	-4,2%	6,7%	7,51	6,66	0,85	7,33	6,42	0,91	
Italia	44847	39414	5433	42696	37016	5680	-2151	-2398	247	-4,8%	-6,1%	4,5%	7,58	6,67	0,92	7,15	6,20	0,95	

Tavola 5.18 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Carburanti" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		unità	sede	PVD 2007/12	Var Sedi 2007/12	Var Unità 2007/12	Var PVD % 2007/12	Var % Sedi 2007/12	Var % Unità 2007/12	PVD/ 10.000 Abitanti 2007	Sedi/ 10.000 Abitanti 2007	Unità/ 10.000 Abitanti 2007	PVD/ 10.000 Abitanti 2012	Sedi/ 10.000 Abitanti 2012	Unità/ 10.000 Abitanti 2012
		2502	2006	496	2726														
Lazio	Carburanti	2502	2006	496	2726	1937	789	224	-69	293	9,0%	-3,4%	59,1%	4,55	3,65	0,90	4,91	3,49	1,42
Marche	Carburanti	822	683	139	836	614	222	14	-69	83	1,7%	-10,1%	59,7%	5,35	4,45	0,91	5,41	3,97	1,44
Toscana	Carburanti	1616	1304	312	1657	1263	394	41	-41	82	2,5%	-3,1%	26,3%	4,44	3,58	0,86	4,49	3,42	1,07
Umbria	Carburanti	473	380	93	492	360	132	19	-20	39	4,0%	-5,3%	41,9%	5,42	4,35	1,07	5,55	4,06	1,49
Centro	Carburanti	5413	4373	1040	5711	4174	1537	298	-199	497	5,5%	-4,6%	47,8%	4,69	3,79	0,90	4,89	3,57	1,32
Emilia-Romagna	Carburanti	1865	1483	382	1936	1339	597	71	-144	215	3,8%	-9,7%	56,3%	4,42	3,51	0,90	4,42	3,06	1,36
Friuli-Venezia Giulia	Carburanti	496	409	87	528	376	152	32	-33	65	6,5%	-8,1%	74,7%	4,09	3,37	0,72	4,32	3,08	1,24
Liguria	Carburanti	684	577	107	638	485	153	-46	-92	46	-6,7%	-15,9%	43,0%	4,25	3,59	0,67	4,08	3,10	0,98
Lombardia	Carburanti	2986	2424	562	3181	2264	917	195	-160	355	6,5%	-6,6%	63,2%	3,13	2,54	0,59	3,25	2,31	0,94
Piemonte	Carburanti	1845	1522	323	1917	1387	530	72	-135	207	3,9%	-8,9%	64,1%	4,24	3,50	0,74	4,38	3,17	1,21
Trentino-Alto Adige	Carburanti	335	267	68	332	246	86	-3	-21	18	-0,9%	-7,9%	26,5%	3,38	2,69	0,69	3,19	2,37	0,83
Valle d'Aosta	Carburanti	87	79	8	84	72	12	-3	-7	4	-3,4%	-8,9%	50,0%	6,97	6,33	0,64	6,57	5,63	0,94
Veneto	Carburanti	1848	1438	410	1961	1261	700	113	-177	290	6,1%	-12,3%	70,7%	3,87	3,01	0,86	4,02	2,58	1,43
Nord	Carburanti	10146	8199	1947	10577	7430	3147	431	-769	1200	4,2%	-9,4%	61,6%	3,78	3,05	0,73	3,86	2,71	1,15
Abruzzo	Carburanti	634	508	126	685	487	198	51	-21	72	8,0%	-4,1%	57,1%	4,84	3,88	0,96	5,22	3,71	1,51
Basilicata	Carburanti	263	203	60	288	213	75	25	10	15	9,5%	4,9%	25,0%	4,45	3,43	1,01	5,00	3,70	1,30
Calabria	Carburanti	808	666	142	896	698	198	88	32	56	10,9%	4,8%	39,4%	4,04	3,33	0,71	4,58	3,56	1,01
Campania	Carburanti	2272	1819	453	2464	1724	740	192	-95	287	8,5%	-5,2%	63,4%	3,92	3,14	0,78	4,27	2,99	1,28
Molise	Carburanti	164	124	40	168	119	49	4	-5	9	2,4%	-4,0%	22,5%	5,12	3,87	1,25	5,36	3,80	1,56
Puglia	Carburanti	1568	1290	278	1689	1229	460	121	-61	182	7,7%	-4,7%	65,5%	3,85	3,17	0,68	4,17	3,03	1,14
Sardegna	Carburanti	664	510	154	705	491	214	41	-19	60	6,2%	-3,7%	39,0%	4,00	3,07	0,93	4,30	2,99	1,30
Sicilia	Carburanti	2294	1852	442	2292	1713	579	-2	-139	137	-0,1%	-7,5%	31,0%	4,58	3,70	0,88	4,58	3,43	1,16
Sud	Carburanti	8667	6972	1695	9187	6674	2513	520	-298	818	6,0%	-4,3%	48,3%	4,18	3,36	0,82	4,46	3,24	1,22
Italia	Carburanti	24226	19544	4682	25475	18278	7197	1249	-1266	2515	5,2%	-6,5%	53,7%	4,10	3,31	0,79	4,27	3,06	1,21

Tavola 5.19 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Farmacie e vendita di medicinali non da prescrizione" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali																
	2007	sede	unità	2012	sede	unità	Var PVD 2007 /12	Var Sedi 2007 /12	Var PVD % 2007 /12	Var % Sedi 2007 /12	Var % Unità 2007 /12	PVD/10.000 Abitanti 2007	Sedi/10.000 Abitanti 2007	Unità/10.000 Abitanti 2007	PVD/10.000 Abitanti 2012	Sedi/10.000 Abitanti 2012	Unità/10.000 Abitanti 2012
Lazio	1484	1335	149	1663	1421	242	179	86	93	12,1%	6,4%	62,4%	2,70	2,43	2,99	2,56	0,44
Marche	533	452	81	585	477	108	52	25	27	9,8%	5,5%	33,3%	3,47	2,94	3,79	3,09	0,70
Toscana	1108	891	217	1259	963	296	151	72	79	13,6%	8,1%	36,2%	3,05	2,45	3,41	2,61	0,80
Umbria	256	217	39	297	241	56	41	24	17	16,0%	11,1%	43,6%	2,93	2,49	3,35	2,72	0,63
Centro	3381	2895	486	3804	3102	702	423	207	216	12,5%	7,2%	44,4%	2,93	2,51	3,26	2,66	0,60
Emilia-Romagna	1199	977	222	1392	1097	295	193	120	73	16,1%	12,3%	32,9%	2,84	2,31	3,18	2,51	0,67
Friuli-Venezia Giulia	370	345	25	406	362	44	36	17	19	9,7%	4,9%	76,0%	3,05	2,85	3,32	2,96	0,36
Liguria	611	569	42	682	611	71	71	42	29	11,6%	7,4%	69,0%	3,80	3,54	4,36	3,90	0,45
Lombardia	2764	2218	546	3051	2373	678	287	155	132	10,4%	7,0%	24,7%	2,89	2,32	3,12	2,42	0,69
Piemonte	1676	1378	298	1864	1481	383	188	103	85	11,2%	7,5%	28,5%	3,85	3,16	4,26	3,39	0,88
Trentino-Alto Adige	277	220	57	310	228	82	33	8	25	11,9%	3,6%	43,9%	2,79	2,22	2,98	2,19	0,79
Valle d'Aosta	49	35	14	50	36	14	1	1	0	2,0%	2,9%	0,0%	3,93	2,80	3,91	2,82	1,10
Veneto	1324	1180	144	1498	1280	218	174	100	74	13,1%	8,5%	51,4%	2,77	2,47	3,07	2,62	0,45
Nord	8270	6922	1348	9253	7468	1785	983	546	437	11,9%	7,9%	32,4%	3,08	2,58	3,38	2,73	0,65
Abruzzo	506	473	33	593	524	69	87	51	36	17,2%	10,8%	109,1%	3,86	3,61	4,52	3,99	0,53
Basilicata	214	205	9	246	231	15	32	26	6	15,0%	12,7%	66,7%	3,62	3,47	4,27	4,01	0,26
Calabria	828	805	23	1005	934	71	177	129	48	21,4%	16,0%	208,7%	4,14	4,03	5,13	4,77	0,36
Campania	1774	1687	87	2029	1817	212	255	130	125	14,4%	7,7%	143,7%	3,06	2,91	3,52	3,15	0,37
Molise	159	151	8	174	161	13	15	10	5	9,4%	6,6%	62,5%	4,97	4,72	5,55	5,14	0,41
Puglia	1105	1065	40	1247	1172	75	142	107	35	12,9%	10,0%	87,5%	2,72	2,62	3,08	2,89	0,19
Sardegna	576	537	39	712	636	76	136	99	37	23,6%	18,4%	94,9%	3,47	3,24	4,34	3,88	0,46
Sicilia	1584	1536	48	1755	1661	94	171	125	46	10,8%	8,1%	95,8%	3,16	3,07	3,51	3,32	0,19
Sud	6746	6459	287	7761	7136	625	1015	677	338	15,0%	10,5%	117,8%	3,25	3,11	3,76	3,46	0,30
Italia	18397	16276	2121	20818	17706	3112	2421	1430	991	13,2%	8,8%	46,7%	3,11	2,75	3,49	2,97	0,52

Tavola 5.20 - Consistenze, variazioni e densità per sedi e unità succursali della specializzazione "Altro commercio non alimentare" nelle regioni italiane (2007-2012).

Regione	Specializzazioni/Totali	2007		2012		sede	unità	Var PVD 2007 /12	Var Sedi 2007 /12	Var Unità 2007 /12	Var PVD % 2007 /12	Var % Sedi 2007 /12	Var % Unità 2007 /12	PVD/10.000 Abitanti		Sedi/10.000 Abitanti		Unità/10.000 Abitanti	
														2007	2012	2007	2012	2007	2012
Lazio	Altro commercio non alimentare	19412	15193	4219	19927	14986	4941	515	-207	722	-2,7%	-1,4%	17,1%	35,34	27,66	7,68	35,86	26,97	8,89
Marche	Altro commercio non alimentare	4465	3267	1198	4301	3090	1211	-164	-177	13	-3,7%	-5,4%	1,1%	29,08	21,28	7,80	27,84	20,00	7,84
Toscana	Altro commercio non alimentare	12914	9574	3340	12486	9094	3392	-428	-480	52	-3,3%	-5,0%	1,6%	35,50	26,32	9,18	33,81	24,63	9,19
Umbria	Altro commercio non alimentare	3285	2413	872	2749	1858	891	-536	-555	19	-16,3%	-23,0%	2,2%	37,63	27,64	9,99	31,02	20,96	10,05
Centro	Altro commercio non alimentare	40076	30447	9629	39463	29028	10435	-613	-1419	806	-1,5%	-4,7%	8,4%	34,73	26,38	8,34	33,78	24,85	8,93
Emilia-Romagna	Altro commercio non alimentare	12098	9049	3049	11761	8502	3259	-337	-547	210	-2,8%	-6,0%	6,9%	28,65	21,43	7,22	26,87	19,42	7,44
Friuli-Venezia Giulia	Altro commercio non alimentare	3479	2491	988	3163	2218	945	-316	-273	-43	-9,1%	-11,0%	-4,4%	28,69	20,54	8,15	25,89	18,15	7,73
Liguria	Altro commercio non alimentare	5948	4442	1506	5816	4139	1677	-132	-303	171	-2,2%	-6,8%	11,4%	36,99	27,63	9,37	37,16	26,45	10,71
Lombardia	Altro commercio non alimentare	23255	17011	6244	23180	15973	7207	-75	-1038	963	-0,3%	-6,1%	15,4%	24,34	17,80	6,53	23,67	16,31	7,36
Piemonte	Altro commercio non alimentare	13145	9982	3163	12233	10285	1948	-912	303	-1215	-6,9%	3,0%	-38,4%	30,19	22,92	7,26	27,97	23,51	4,45
Trentino-Alto Adige	Altro commercio non alimentare	2615	1729	886	2590	1626	964	-25	-103	78	-1,0%	-6,0%	8,8%	26,37	17,43	8,93	24,91	15,64	9,27
Valle d'Aosta	Altro commercio non alimentare	477	347	130	462	315	147	-15	-32	17	-3,1%	-9,2%	13,1%	38,22	27,80	10,42	36,14	24,64	11,50
Veneto	Altro commercio non alimentare	12825	9239	3586	12780	8861	3919	-45	-378	333	-0,4%	-4,1%	9,3%	26,87	19,35	7,51	26,18	18,15	8,03
Nord	Altro commercio non alimentare	73842	54290	19552	71985	51919	20066	-1857	-2371	514	-2,5%	-4,4%	2,6%	27,51	20,22	7,28	26,29	18,96	7,33
Abruzzo	Altro commercio non alimentare	4798	3657	1141	4586	3348	1238	-212	-309	97	-4,4%	-8,4%	8,5%	36,63	27,92	8,71	34,94	25,51	9,43
Basilicata	Altro commercio non alimentare	2134	1663	471	2008	1530	478	-126	-133	7	-5,9%	-8,0%	1,5%	36,09	28,12	7,96	34,85	26,55	8,30
Calabria	Altro commercio non alimentare	8100	6586	1514	7924	6204	1720	-176	-382	206	-2,2%	-5,8%	13,6%	40,54	32,96	7,58	40,46	31,68	8,78
Campania	Altro commercio non alimentare	23657	19780	3877	23050	18522	4528	-607	-1258	651	-2,6%	-6,4%	16,8%	40,86	34,16	6,70	39,95	32,10	7,85
Molise	Altro commercio non alimentare	1260	965	295	1133	853	280	-127	-112	-15	-10,1%	-11,6%	-5,1%	39,37	30,15	9,22	36,16	27,22	8,94
Puglia	Altro commercio non alimentare	14756	12048	2708	14566	11522	3044	-190	-526	336	-1,3%	-4,4%	12,4%	36,26	29,60	6,65	35,96	28,44	7,51
Sardegna	Altro commercio non alimentare	6330	4412	1918	6296	4255	2041	-34	-157	123	-0,5%	-3,6%	6,4%	38,15	26,59	11,56	38,38	25,94	12,44
Sicilia	Altro commercio non alimentare	18421	15000	3421	18168	14171	3997	-253	-829	576	-1,4%	-5,5%	16,8%	36,77	29,94	6,83	36,34	28,34	7,99
Sud	Altro commercio non alimentare	79456	64111	15345	77731	60405	17326	-1725	-3706	1981	-2,2%	-5,8%	12,9%	38,30	30,90	7,40	37,69	29,29	8,40
Italia	Altro commercio non alimentare	193374	148848	44526	189179	141352	47827	-4195	-7496	3301	-2,2%	-5,0%	7,4%	32,70	25,17	7,53	31,70	23,68	8,01

6 - Sintesi: una visione d'insieme

I dati analizzati nei capitoli precedenti hanno permesso un'analisi a fondo delle trasformazioni del commercio italiano negli anni della crisi economica ancora in corso. Per le diverse specializzazioni e per le diverse aree territoriali sono emerse molte differenze, spesso di dettaglio, ed è utile in chiusura recuperare un quadro d'insieme in grado di riportare tutte queste tendenze ad alcune principali dinamiche di cambiamento.

Con riferimento all'evoluzione della rete, l'evidenza raccolta si può riassumere nelle seguenti principali considerazioni.

- Nel suo complesso, e pur con differenze rilevanti a livello territoriale, la crisi non ha ridotto la capillarità del servizio offerto dal commercio italiano. La numerica della rete è ancora straordinariamente ampia se paragonata a quella di altri Paesi confrontabili. La paventata desertificazione commerciale non si è materializzata e chi l'ha evocata ha scambiato un forte ricambio interno con una diminuzione degli esercizi commerciali che non c'è stata. Un ricambio che certamente ha assunto anche dimensioni drammatiche per i tantissimi operatori indipendenti che sono usciti dal mercato (152mila fra il 2007 e il 2012), ma che nulla ha tolto alla varietà e alla prossimità d'offerta che il settore offre al consumatore.
- Durante gli anni della crisi la grande distribuzione, in particolare nell'alimentare, è stata solo in parte protagonista di questo ricambio di imprese. La sua crescita si è di fatto fermata e, anzi, il ricambio che ha interessato l'offerta tradizionale è visibile anche al suo interno. Gli ipermercati, sino a poco tempo fa ritenuti imbattibili e destinati a una continua espansione, sono oggi un formato in crisi. Gli unici formati che hanno mostrato capacità di crescita anche dopo il 2007 sono infatti il discount e, in misura minore, il superstore. Più in generale, la grande distribuzione ha capito di dover soddisfare una domanda di prossimità via via più ampia e ha iniziato un processo di rivisitazione e rilancio dei supermercati che ha messo in difficoltà le piccole unità a libero servizio. Si è infatti visto come queste ultime fra il 2007 e il 2012 siano diminuite, in alcuni contesti territoriali anche significativamente.
- La stasi e le difficoltà della grande distribuzione alimentare implicano anche, almeno dove il processo di modernizzazione della rete si è ormai compiuto, che la concorrenza tra offerta specializzata e despecializzata si è ridotta. Detto altrimenti, per il consumatore la sostituibilità tra prodotti commerciali appartenenti al primo e al secondo insieme è oggi bassa, mentre è aumentata quella interna ai due insiemi. In particolare nelle regioni del Nord, la riduzione degli esercizi specializzati tradizionali è avvenuta con maggiore forza prima della crisi piuttosto che durante la crisi e si è oggi arrivati a una nu-

merica fisiologica. Il caso della Lombardia, la regione più modernizzata del Paese, mostra bene questo fenomeno.

- Le dinamiche relative ai punti vendita specializzati nei prodotti freschi contribuiscono a chiarire anche meglio il rapporto di sostituzione tra moderno e tradizionale. Nel comparto delle carni, quello che ha subito la riduzione più consistente della numerica, esso anticipa il periodo della crisi. Anche nel secondo comparto che più ha visto diminuire gli esercizi specializzati, quello dell'ortofrutta, e dove la rete, almeno nel Centro-Sud, è ancora consistente, il saldo negativo si concentra fra il 2000 e il 2007. Il terzo comparto più rilevante, quello dei panificati, ha invece mostrato un arretramento assai modesto, di nuovo maggiore negli anni che precedono la crisi. Infine, il pesce mostra una sostanziale stabilità per tutto il periodo considerato. Sono andamenti che riflettono i limiti oltre i quali la grande distribuzione non è riuscita a sostituire l'offerta specializzata.
- Sempre nell'alimentare, l'uscita dal mercato più consistente si è concentrata negli "Altri specializzati", ma va letta in parallelo con la crescita dei "Non specializzati a prevalenza alimentare": in parte è l'effetto di riclassificazioni e in parte l'esito di riposizionamenti verso piccole superfici despecializzate di prossimità che hanno saputo anche intercettare la domanda di consumi fuori casa e di servizi *take away*. In definitiva, almeno per le aree commercialmente più evolute, quindi nel Nord, la riduzione del despecializzato sembra essersi compiuta e gli esercizi in essere svolgono ormai un ruolo complementare all'offerta delle grandi superfici moderne.
- La situazione si presenta diversa nel non alimentare. Fino al 2007 la dinamica della rete è positiva e si concentra, in particolare, nell'abbigliamento e nei punti vendita classificati come "Altro commercio non alimentare". Nel primo caso, la forte crescita va messa in relazione alla rapida espansione delle reti monomarca gestite direttamente o in franchising dalle grandi marche dell'industria. Nel secondo si correla alla moltiplicazione di nicchie di mercato nei segmenti di offerta più minuti, che hanno permesso nuove entrate nel mercato a operatori indipendenti. Questi due comparti sono anche quelli su cui la crisi ha avuto un forte impatto: il consolidamento delle reti monomarca, nell'abbigliamento, e la riduzione dei consumi, in entrambi, hanno portato a una riduzione degli esercizi.
- Le altre due specializzazioni non alimentari che più hanno risentito della crisi sono il mobile e quello dei "Libri, giornali e cartoleria". Nel caso del mobile, cresciuto significativamente fino al 2007, la caduta dei consumi è uno dei fattori che spiega la riduzione dei punti vendita; l'altro è il progressivo consolidamento delle reti della distribuzione moderna. Per libri, giornali e cartoleria, la riduzione della rete, che riguarda in particolare le edicole, va invece ascritta alla riduzione dei consumi e alle innovazioni tecnologiche

che stanno trasformando il settore dell'editoria.

- Nel valutare le dinamiche della rete distributiva non va dimenticato il ruolo dell'ambulantato. In Italia ha avuto e continua ad avere una presenza importante: al 2012, sono ancora 180 mila esercizi. Come si è visto, la sua dinamica è però diversa per i due grandi comparti del commercio al dettaglio: nell'alimentare vi è stata, fra il 2007 e il 2012, una riduzione (-6,3%); nel non alimentare una forte crescita (+16,5%). Due andamenti opposti da riconnettere al ruolo che in questi anni ha avuto l'entrata nell'ambulantato di operatori extracomunitari. Data la natura dei prodotti alimentari, fortemente legati a dimensioni locali dei consumi, questo tipo di operatori ha avuto maggiori difficoltà a sostituirsi a chi lasciava il mercato. Non così nel non alimentare, dove l'entrata si è dimostrata più facile e gli imprenditori extracomunitari hanno rinnovato quel ruolo di offerta "discount" che l'ambulantato ha sempre avuto nel nostro Paese.
- Le dinamiche che riguardano alimentare e non alimentare non possono però essere comprese se non si considerano gli andamenti di sedi e di punti vendita succursali. Essi consentono infatti di misurare, almeno in parte, l'entità della sostituzione di esercenti avvenuta in questi anni. Quanto visto nel capitolo 5 non lascia dubbi sulla rilevanza del fenomeno: l'andamento dei due insiemi di punti vendita è esattamente opposto, le sedi diminuiscono pressoché in tutti i comparti, le unità succursali crescono. È vero, anche se le numeriche sono relativamente piccole, nello specializzato alimentare, dove le caratteristiche dell'offerta rendono più esigue le economie di scala di imprese a succursali, ed è ancora più vero in quello non alimentare.
- La crescita delle unità succursali nel non alimentare ha un'evidente e forte correlazione negativa con le sedi di impresa. Fra il 2007 e il 2012, con alcune eccezioni, le prime crescono, anche significativamente, e le seconde si riducono. Colpisce, in particolare, quanto avvenuto nell'abbigliamento dove le sedi si riducono di 8.300 unità e le succursali ne guadagnano 5.100. Il comparto mostra in modo particolarmente chiaro quanto già detto più sopra in rapporto al complessivo andamento del commercio al dettaglio in Italia. Più che una riduzione della capillarità della rete si è verificata una sostituzione tra esercizi indipendenti e nuove aperture di imprese a succursali. E non si tratta di imprese che si identificano con la grande distribuzione così come normalmente pensata. Non sono grandi superfici, ma molto più spesso catene di piccoli negozi. L'uscita di occupati indipendenti dal commercio, assai più che con la crescita della grande distribuzione, si correla con questo fenomeno di diffuso consolidamento di una parte delle imprese.

L'analisi condotta nei capitoli precedenti ha anche approfondito le dinamiche settoriali della distribuzione al dettaglio. Il quadro che ne emerge, se conferma

in parte le usuali diversità fra Nord, Centro e Sud, ha anche mostrato l'esistenza di differenze interne alle macroaree, con regioni che hanno caratteristiche particolari. Si tratta spesso di eterogeneità molto specifiche, relative ad alcune specializzazioni, che è difficile riassumere e che è inevitabile lasciare al lettore interessato di esplorare analizzando le schede del capitolo 4. Qui si tenterà invece una sintesi con riferimento alla struttura dei macrocomparti del commercio a scala regionale. Per farla, è stata condotta una *Cluster Analysis* sulle variabili che si sono rivelate maggiormente rilevanti nel rappresentare le differenze che la rete distributiva assume in ciascuna di esse. Più precisamente, sono stati utilizzati i dati per singola regione relativi alle seguenti variabili.

1. Densità del commercio tradizionale alimentare al 2012.
2. Variazione della densità del commercio tradizionale alimentare 2007-2012.
3. Densità del commercio tradizionale non alimentare al 2012.
4. Variazione della densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012.
5. Densità del moderno alimentare al 2012.
6. Variazione della densità del moderno alimentare 2007-2012.
7. Densità di ipermercati e superstore al 2012.
8. Variazione della densità di ipermercati e superstore 2007-2012.
9. Densità del libero servizio al 2012.
10. Variazione della densità del libero servizio 2007-2012.
11. Densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012.
12. Variazione densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012.
13. Densità del commercio ambulante 2012.
14. Variazione della densità del commercio ambulante 2007-2012.
15. Rapporto unità/sedi alimentare 2012.
16. Rapporto unità/sedi non alimentare 2012.

Le variabili relative alla consistenza della rete sono state espresse in termini di densità per 10.000 abitanti per poter effettuare confronti tra le regioni a prescindere dalla loro diversa dimensione. Si tratta quindi di un modo per "normalizzare" le dinamiche dei comparti del dettaglio, sterilizzando gli effetti di scala. Le stesse variabili sono state espresse anche come variazioni nel periodo 2007-2012 per cogliere, sempre normalizzando rispetto agli effetti di scala, i trend che si sono manifestati nelle regioni. Infine, sono state utilizzate due variabili, espresse come rapporto, che esprimono la diffusione del succursalismo nel comparto alimentare e non alimentare.

L'analisi condotta ha portato a identificare 3 cluster (Tavola 6.1), costituiti dai seguenti gruppi di regioni.

Cluster 1: Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte, Trentino-Alto Adige, Veneto;

Cluster 2: Abruzzo, Basilicata, Lazio, Marche, Molise, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta;

Cluster 3: Calabria, Campania, Liguria, Puglia, Sardegna, Sicilia.

I tre cluster risultano grossomodo approssimare le tre macroaree territoriali italiane, con alcune variazioni degne di nota. In particolare, il Cluster 1 è composto da tutte le regioni del Nord, ad eccezione di Liguria e Valle d'Aosta. Il Cluster 2 è composto da due blocchi di regioni. Il primo è formato dalle quattro regioni del Centro, il secondo è composto da 4 regioni che hanno come fattore comune il fatto di essere tra le più piccole in assoluto in termini di popolazione e ampiezza del territorio, entrambe dimensioni che influenzano la struttura del commercio: Abruzzo, Basilicata, Molise e Valle d'Aosta. Infine, il Cluster 3 è formato dalle regioni del Sud, a cui si sottraggono quelle che rientrano nel secondo cluster e si aggiunge la Liguria, che ha una struttura distributiva comparabile alle regioni del meridione, in larga misura esito di una politica commerciale molto restrittiva.

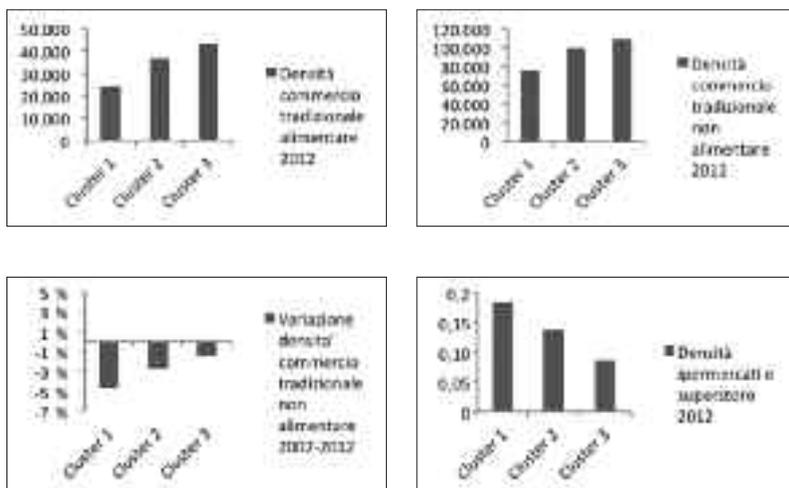
Un'analisi della varianza sulle variabili precedentemente utilizzate per l'identificazione dei cluster, le cui statistiche sono riportate nelle Tavole 6.2 e 6.3, ha messo in evidenza come solo alcune delle variazioni e quindi delle differenze riscontrabili tra i cluster siano statisticamente significative. In particolare, sono risultate statisticamente significative al valore del *p-value* di 0,05 le variabili di seguito riportate.

1. Densità del commercio tradizionale alimentare al 2012.
2. Densità del commercio tradizionale non alimentare al 2012.
3. Variazione della densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012.
4. Densità di ipermercati e superstore al 2012.
5. Variazione della densità di ipermercati e superstore 2007-2012.
6. Densità del commercio ambulante 2012.
7. Rapporto unità/sedi alimentare 2012 (il *p-value* è in questo caso pari a 0,06 per cui si interpreta la differenza come molto prossima al livello di significatività).
8. Rapporto unità/sedi non alimentare 2012.

Le dimensioni che hanno variazioni statistiche significative sono quelle più sensibili e, di conseguenza, anche le più adeguate tra quelle prese in considerazione come indicatori dell'evoluzione del commercio in Italia. I tre cluster si possono infatti far corrispondere a tre "stadi evolutivi" differenti, dove lo stadio più evoluto è ovviamente rappresentato dal Cluster 1 e quello meno evoluto dal Cluster 3.

Com'è possibile evincere dalla Figura 6.1, quattro delle variabili identificate (1, 2, 3, 6) si correlano negativamente all'evoluzione del commercio, mentre quattro (4, 5, 7, 8) sono correlate positivamente. Le variabili che si correlano negativamente all'evoluzione commerciale riguardano tutte il livello di presenza del commercio tradizionale (alimentare, non alimentare e ambulante) e la variazione della densità del commercio non alimentare. La significatività di queste variabili nello spiegare le differenze di sviluppo del settore nei tre gruppi di regioni era prevedibile, mentre sorprende semmai l'assenza di quella che esprime la variazione della densità del commercio alimentare, che non è risultata rilevante. È un'evidenza che conferma quanto notato più sopra in merito al raggiungimento, in modi e proporzioni diverse, di una fase di equilibrio almeno provvisorio tra offerta alimentare moderna e tradizionale. Le densità di presenza sono disomogenee, ma poiché le variazioni nel periodo della crisi sono simili, sembra di poter dire che in questo comparto, a differenza del non alimentare, esistono differenze strutturali che non si spiegano con lo sviluppo della distribuzione moderna, ma con comportamenti d'acquisto e di consumo diversi e, forse, con le caratteristiche che assume la più generale struttura economica e sociale. Ciò non è invece vero nel non alimentare, che pare perciò avviato ad assumere una struttura più omogenea a livello nazionale.

Figura 6.1.
Differenze nei tre cluster per le variabili statisticamente significative.



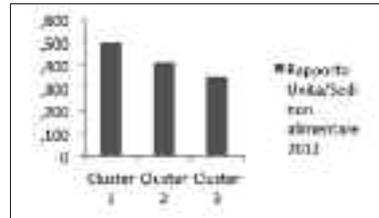
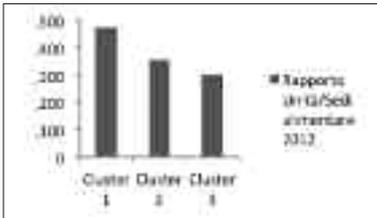
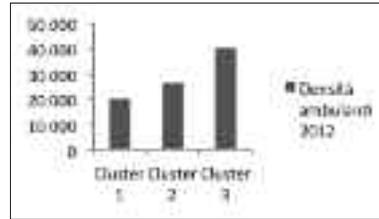
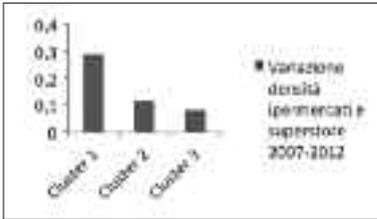


Tavola 6.1 - I risultati di una cluster analysis delle regioni italiane, calcolata sulla base di densità e variazioni di aggregati del commercio e sul rapporto unità/sedi in Italia.

	Centri iniziali dei cluster			Centri finali dei cluster		
	1	2	3	1	2	3
Densità del commercio tradizionale alimentare 2007	23,75	35,04	50,08	24,25	36,55	43,12
Variazione densità del commercio tradizionale alimentare 2007-2012	-0,12	-0,11	-0,01	-0,05	-0,01	-0,02
Densità del commercio tradizionale non alimentare 2007	68,96	100,12	119,29	75,62	99,95	109,20
Variazione densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012	-0,04	-0,07	0,00	-0,05	-0,03	-0,02
Densità del moderno alimentare 2007	7,29	4,61	3,83	4,65	4,85	5,22
Variazione densità del moderno alimentare 2007-2012	0,22	0,05	0,20	0,01	0,00	0,03
Densità ipermercati e superstore 2012	0,06	0,16	0,06	0,19	0,14	0,09
Variazione densità ipermercati e superstore 2007-2012	0,43	-0,02	0,10	0,29	0,11	0,08
Densità libero servizio 2012	4,30	2,97	2,26	2,09	2,45	2,73
Variazione densità libero servizio 2007-2012	0,32	0,00	0,23	-0,06	-0,08	-0,07
Densità ambulantisti 2012	12,29	13,77	40,82	20,20	26,23	40,32
Variazione densità ambulantisti 2007-2012	-0,06	-0,01	0,20	0,04	0,09	0,12
Densità del moderno non alimentare 2012	4,78	4,61	3,70	5,39	5,40	4,97
Variazione densità del moderno non alimentare 2007-2012	0,01	-0,13	0,10	0,06	0,11	0,16
Rapporto Unità/Sedi nell'alimentare 2012	0,81	0,36	0,21	0,47	0,36	0,30
Rapporto Unità/Sedi nel non alimentare 2012	0,65	0,43	0,29	0,50	0,41	0,35

Iteration	Iterazioni		
	Change in Cluster Centers		
1	10,94	12,60	12,43
2	0	0	0

Cluster	Numero casi nei cluster		
	Valid	1	20
Missing	2	0	8
	3		6

Tavola 6.2 - Statistiche descrittive sulle variabili usate nella procedura di clusterizzazione per ciascuno dei tre cluster identificati.

Statistiche descrittive									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Densità commercio tradizionale alimentare 2012	Cluster 1	6	24,25	2,47	1,01	21,66	26,84	20,58	27,79
	Cluster 2	8	36,55	6,40	2,26	31,20	41,90	30,46	47,93
	Cluster 3	6	43,12	5,01	2,05	37,86	48,38	35,65	50,08
	Total	20	34,83	9,03	2,02	30,60	39,06	20,58	50,08
Variazione densità del commercio tradizionale alimentare 2007-2012	Cluster 1	6	-0,05	0,04	0,02	-0,10	-0,01	-0,12	-0,01
	Cluster 2	8	-0,01	0,05	0,02	-0,05	0,04	-0,11	0,07
	Cluster 3	6	-0,02	0,04	0,01	-0,05	0,02	-0,08	0,02
	Total	20	-0,02	0,05	0,01	-0,05	0,00	-0,12	0,07
Densità commercio tradizionale non alimentare 2012	Cluster 1	6	75,62	6,30	2,57	69,01	82,23	67,58	82,65
	Cluster 2	8	99,95	5,61	1,98	95,26	104,64	88,81	106,58
	Cluster 3	6	109,20	7,05	2,88	101,80	116,59	102,45	119,29
	Total	20	95,43	15,08	3,37	88,37	102,48	67,58	119,29
Variazione densità commercio tradizionale non alimentare 2007-2012	Cluster 1	6	-0,05	0,01	0,00	-0,06	-0,03	-0,07	-0,04
	Cluster 2	8	-0,03	0,03	0,01	-0,05	-0,01	-0,07	0,02
	Cluster 3	6	-0,02	0,01	0,00	-0,03	0,00	-0,03	0,00
	Total	20	-0,03	0,02	0,00	-0,04	-0,02	-0,07	0,02
Densità del moderno alimentare 2012	Cluster 1	6	4,65	1,50	0,61	3,08	6,23	3,05	7,29
	Cluster 2	8	4,85	1,22	0,43	3,83	5,87	3,20	6,54
	Cluster 3	6	5,22	1,32	0,54	3,83	6,61	3,83	7,74
	Total	20	4,90	1,29	0,29	4,30	5,50	3,05	7,74
Variazione densità del moderno alimentare 2007-2012	Cluster 1	6	0,01	0,11	0,05	-0,11	0,13	-0,09	0,22
	Cluster 2	8	0,00	0,06	0,02	-0,05	0,05	-0,07	0,10
	Cluster 3	6	0,03	0,11	0,05	-0,09	0,15	-0,12	0,20
	Total	20	0,01	0,09	0,02	-0,03	0,05	-0,12	0,22
Densità ipermercati e superstore 2012	Cluster 1	6	0,19	0,07	0,03	0,11	0,26	0,06	0,24
	Cluster 2	8	0,14	0,04	0,01	0,10	0,17	0,09	0,19
	Cluster 3	6	0,09	0,03	0,01	0,05	0,12	0,06	0,14
	Total	20	0,14	0,06	0,01	0,11	0,17	0,06	0,24
Variazione densità ipermercati e superstore 2007-2012	Cluster 1	6	0,29	0,13	0,05	0,15	0,43	0,15	0,43
	Cluster 2	8	0,11	0,15	0,05	-0,01	0,24	-0,02	0,42
	Cluster 3	6	0,08	0,20	0,08	-0,13	0,28	-0,24	0,31
	Total	20	0,16	0,18	0,04	0,07	0,24	-0,24	0,43
Densità libero servizio 2012	Cluster 1	6	2,09	1,12	0,46	0,91	3,26	1,10	4,30
	Cluster 2	8	2,45	0,90	0,32	1,70	3,21	1,44	3,85
	Cluster 3	6	2,73	0,79	0,32	1,90	3,56	2,14	4,30
	Total	20	2,43	0,93	0,21	1,99	2,86	1,10	4,30
Variazione densità libero servizio 2007-2012	Cluster 1	6	-0,06	0,19	0,08	-0,26	0,14	-0,22	0,32
	Cluster 2	8	-0,08	0,06	0,02	-0,13	-0,03	-0,19	0,00
	Cluster 3	6	-0,07	0,18	0,07	-0,26	0,12	-0,29	0,23
	Total	20	-0,07	0,14	0,03	-0,14	0,00	-0,29	0,32
Densità del moderno non alimentare 2012	Cluster 1	6	5,39	0,62	0,25	4,74	6,03	4,78	6,49
	Cluster 2	8	5,40	0,78	0,28	4,75	6,05	4,13	6,25
	Cluster 3	6	4,97	0,75	0,31	4,18	5,76	3,70	5,75
	Total	20	5,27	0,72	0,16	4,93	5,60	3,70	6,49
Variazione densità del moderno non alimentare 2007-2012	Cluster 1	6	0,06	0,03	0,01	0,02	0,09	0,01	0,10
	Cluster 2	8	0,11	0,12	0,04	0,00	0,21	-0,13	0,31
	Cluster 3	6	0,16	0,05	0,02	0,11	0,20	0,10	0,23
	Total	20	0,11	0,09	0,02	0,06	0,15	-0,13	0,31
Densità ambulantanti 2012	Cluster 1	6	20,20	6,24	2,55	13,65	26,74	12,29	29,52
	Cluster 2	8	26,23	7,08	2,50	20,31	32,16	13,77	35,51
	Cluster 3	6	40,32	5,04	2,06	35,04	45,61	31,21	46,52
	Total	20	28,65	10,17	2,27	23,89	33,41	12,29	46,52
Variazione densità ambulantanti 2007-2012	Cluster 1	6	0,04	0,06	0,02	-0,02	0,09	-0,06	0,10
	Cluster 2	8	0,09	0,08	0,03	0,02	0,16	-0,02	0,21
	Cluster 3	6	0,12	0,06	0,02	0,06	0,18	0,05	0,20
	Total	20	0,08	0,07	0,02	0,05	0,12	-0,06	0,21
Rapporto Unità/Sedi alimentare 2012	Cluster 1	6	0,47	0,18	0,07	0,28	0,66	0,33	0,81
	Cluster 2	8	0,36	0,03	0,01	0,33	0,38	0,32	0,41
	Cluster 3	6	0,30	0,11	0,04	0,19	0,41	0,21	0,50
	Total	20	0,37	0,13	0,03	0,31	0,43	0,21	0,81
Rapporto Unità/Sedi non alimentare 2012	Cluster 1	6	0,50	0,10	0,04	0,39	0,60	0,35	0,65
	Cluster 2	8	0,41	0,04	0,02	0,37	0,45	0,33	0,46
	Cluster 3	6	0,35	0,08	0,03	0,27	0,44	0,29	0,49
	Total	20	0,42	0,09	0,02	0,38	0,46	0,29	0,65

Tavola 6.3 - I risultati di un'analisi della varianza delle variabili usate nella procedura di clusterizzazione. La significatività statistica si riferisce alla differenza tra i *cluster* identificati.

Analisi della Varianza						
		Sum of Squares	df	Mea Square	F	Sig
Densità del commercio tradizionale alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	1107,57	2,00	553,78	21,27	0,00
	<i>Within Groups</i>	442,70	17,00	26,04		
	<i>Total</i>	1550,27	19,00			
Variazione densità del commercio tradizionale alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,01	2,00	0,00	2,00	0,17
	<i>Within Groups</i>	0,03	17,00	0,00		
	<i>Total</i>	0,04	19,00			
Densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	3655,67	2,00	1827,84	46,59	0,00
	<i>Within Groups</i>	666,94	17,00	39,23		
	<i>Total</i>	4322,62	19,00			
Variazione densità del commercio tradizionale non alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,00	2,00	0,00	4,31	0,03
	<i>Within Groups</i>	0,01	17,00	0,00		
	<i>Total</i>	0,01	19,00			
Densità del moderno alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,99	2,00	0,50	0,28	0,76
	<i>Within Groups</i>	30,42	17,00	1,79		
	<i>Total</i>	31,42	19,00			
Variazione densità del moderno alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,00	2,00	0,00	0,14	0,87
	<i>Within Groups</i>	0,15	17,00	0,01		
	<i>Total</i>	0,15	19,00			
Densità ipermercati e superstore 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,03	2,00	0,01	5,73	0,01
	<i>Within Groups</i>	0,04	17,00	0,00		
	<i>Total</i>	0,07	19,00			
Variazione densità ipermercati e superstore 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,16	2,00	0,08	3,09	0,07
	<i>Within Groups</i>	0,43	17,00	0,03		
	<i>Total</i>	0,58	19,00			
Densità libero servizio 2007-2012	<i>Between Groups</i>	1,26	2,00	0,63	0,71	0,50
	<i>Within Groups</i>	15,10	17,00	0,89		
	<i>Total</i>	16,36	19,00			
Variazione densità libero servizio 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,00	2,00	0,00	0,03	0,97
	<i>Within Groups</i>	0,38	17,00	0,02		
	<i>Total</i>	0,39	19,00			
Densità ambulanti 2007-2012	<i>Between Groups</i>	1293,23	2,00	646,61	16,35	0,00
	<i>Within Groups</i>	672,44	17,00	39,56		
	<i>Total</i>	1965,67	19,00			
Variazione densità ambulanti 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,02	2,00	0,01	2,50	0,11
	<i>Within Groups</i>	0,08	17,00	0,00		
	<i>Total</i>	0,10	19,00			
Densità del moderno non alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,76	2,00	0,38	0,72	0,50
	<i>Within Groups</i>	8,96	17,00	0,53		
	<i>Total</i>	9,72	19,00			
Variazione densità del moderno non alimentare 2007-2012	<i>Between Groups</i>	0,03	2,00	0,02	2,17	0,14
	<i>Within Groups</i>	0,12	17,00	0,01		
	<i>Total</i>	0,15	19,00			
Rapporto Unità/Sedi nell'alimentare	<i>Between Groups</i>	0,09	2,00	0,04	3,33	0,06
	<i>Within Groups</i>	0,23	17,00	0,01		
	<i>Total</i>	0,32	19,00			
Rapporto Unità/Sedi nel non alimentare	<i>Between Groups</i>	0,06	2,00	0,03	5,57	0,01
	<i>Within Groups</i>	0,10	17,00	0,01		
	<i>Total</i>	0,16	19,00			



Ente Bilaterale Nazionale Terziario