



C E N S I S



# PIU' TERZIARIO, PIU' SVILUPPO

*Le imprese del commercio, del turismo, dei servizi  
nell'evoluzione dell'economia italiana*

**Sintesi del Rapporto Censis - Confcommercio**

**Roma, 23 maggio 2005**

## INTRODUZIONE

### PIÙ TERZIARIO, PIÙ SVILUPPO

L'ultimo decennio è stato portatore di una sorprendente accelerazione della crescita e diffusione nel nostro Paese delle attività terziarie, non solo di quelle di più lunga tradizione, legate al sistema del commercio, ma soprattutto di quelle avanzate, in grado di rispondere alle nuove e mutevoli esigenze sia delle imprese che delle famiglie.

Gli ineludibili, a tratti complessi, fenomeni di svuotamento delle imprese dalle proprie funzioni materiali, con il loro portato di standardizzazione e ripetitività delle funzioni, lasciano spazio crescente ai sistemi produttivi terziari, conferendo ad essi un ruolo chiave, o meglio sarebbe dire "la" funzione cardine, nei processi di crescita del Paese. I fattori *materiali* lasciano, dunque, il posto *all'immaterialità*, fatta di servizi, relazioni, competenze e conoscenze, rovesciando totalmente le logiche produttive del passato.

Non deve pertanto sorprendere che il passaggio alla modernità - dal fordismo al postfordismo - sia stato generato anche nel nostro Paese proprio dalla progressiva affermazione delle attività terziarie, oggi struttura portante della nostra economia, perché capace di contribuire alla formazione di oltre il 60% del valore aggiunto nazionale, di assorbire più del 50% del totale degli occupati, di crescere in termini sia di unità produttive che in termini di addetti a ritmi più che doppi di quanto è possibile registrare nel primario e nell'industria.

Se il nostro sistema produttivo si svuota, ormai progressivamente, dei contenuti manifatturieri, parallelamente esso si arricchisce di nuove funzioni terziarie, in buona misura a elevato valore aggiunto, capaci di compenetrare e modernizzare filiere e sistemi industriali e agricoli, guidando i processi di sviluppo del Paese e del suo tessuto produttivo, generando competenze nuove, proponendo *format* di impresa (si pensi alle continue evoluzioni della moderna distribuzione commerciale) e soluzioni gestionali sempre nuove.

E' definitivamente tramontata la fase in cui il terziario svolgeva un mero ruolo di supporto ad altri comparti, quasi un ruolo di *follower* nei processi di crescita del Paese, come negli anni '50, '60 e '70 del secolo scorso; viceversa, occorre prendere atto che il complesso e articolato sistema dei servizi è oggi *driver* dello sviluppo, proprio perché esso è un veicolo di modernizzazione grazie alle funzioni a elevato valore aggiunto che gli sono propri, come i servizi finanziari, la gestione delle reti distributive e la logistica, il marketing strategico e



operativo, la ricerca e i servizi a supporto dell'innovazione, solo per citare alcune delle componenti tra le più rilevanti. Ma anche i segmenti terziari di più lunga tradizione, come il commercio, procedono oggi verso rapidi processi di modernizzazione, registrando *performance* eccellenti, come nel caso della grande distribuzione organizzata, o quella tradizionale che sempre più evolve assecondando i mutati stili di consumo degli italiani.

La stessa complessa articolazione del terziario è in gran parte testimonianza della vasta "potenza di fuoco", in termini di creazione di ricchezza e di capacità competitiva, che esso è in grado di generare. Il terziario si sostanzia oggi in oltre 3 milioni di unità locali delle imprese, *un'agorà* talmente vasta e ricca di professionalità, in grado di operare su fronti e con modalità spesso molto diverse:

- per le imprese, offrendo servizi avanzati alla progettazione e pianificazione delle attività produttive, alla produzione, alla distribuzione e vendita di prodotti, alla ingegnerizzazione di sistemi complessi;
- per le famiglie, attraverso *format* distributivi e canali commerciali sia di carattere tradizionale che sempre nuovi, servizi alle persone, servizi finanziari e assicurativi, attività professionali, servizi turistici e per il tempo libero;
- secondo schemi puntiformi, con unità fortemente radicate nel territorio di appartenenza, come nel caso della distribuzione commerciale tradizionale o del terziario avanzato di piccole dimensioni;
- secondo sistemi a rete, come nel caso delle attività finanziarie e bancarie, dei servizi di comunicazione e di telecomunicazione, dei servizi logistici e di trasporto.

Questo ordito complesso raccoglie in sé circa il 60% delle imprese totali operanti in Italia e anche escludendo il vasto sistema del commercio, le imprese di servizi (servizi alle imprese e alle persone, esclusi quelli della Pubblica Amministrazione) rappresentano il 37% del totale del nostro sistema produttivo, superando il 40% se si aggiungono le attività terziarie legate al turismo, oggi in forte espansione.

In un contesto siffatto, in cui le filiere del terziario acquistano forza predominante nei processi produttivi, si attua un deciso rivolgimento di ruoli tra i vari settori; e in particolare tra industria e sistema dei servizi, laddove non è più la prima ad essere trainante per la seconda (con la propria domanda di servizi) ma è il terziario a occupare, in modo efficiente, spazi tradizionalmente dell'industria, compenetrandosi con quest'ultima: è il caso delle *private labels*



(con marche commerciali) prodotte e gestite direttamente dalle grandi catene distributive, è il caso della Grande Distribuzione Organizzata, che di fatto opera su larga scala e con processi propri dell'organizzazione industriale, è il caso, ancora, della crescente componente di servizio oggi inclusa nei prodotti manifatturieri, per i quali sono necessarie attività di progettazione, di gestione delle linee logistiche, di programmazione delle vendite, di distribuzione e commercializzazione. Come si avrà modo di leggere nelle pagine che seguono, il nostro sistema produttivo oramai da anni non si incardina più nello schema "terziario-industria", bensì in quello "industria-terziario", ossia un rapporto in cui l'occupazione, gli investimenti, la creatività e le risorse si trasferiscono dalla prima al secondo, con processi moltiplicativi della crescita. Non è un caso se tra la fine degli anni '90 e i primi anni 2000 la crescita del valore aggiunto di quasi tutti i comparti terziari si è rivelata sistematicamente superiore al tasso di crescita medio complessivo dell'economia nazionale.

Solo per citare qualche caso significativo del *ruolo portante* e della capacità di contribuire alla crescita economica da parte del terziario è possibile rilevare come tra il 1999 e il 2003 il valore aggiunto è aumentato:

- dell'14,2% nel comparto dei servizi di trasporto e delle comunicazioni;
- dell'11,4 nel comparto dei servizi di intermediazione mobiliare, finanziaria e delle attività immobiliari;
- dell'8,9% nei servizi legati alle attività turistiche;
- del 6,5% nel sistema della distribuzione e del commercio;

a fronte di una crescita complessiva del 6,3% del valore aggiunto totale e del 2% nell'industria.

Non suoni dunque come vuota retorica l'idea secondo la quale le possibilità di ripresa economica e di recupero di competitività del sistema produttivo italiano, oggi in affanno, risiedono probabilmente in larga misura nella spinta propulsiva che il terziario, nelle sue molteplici componenti, saprà offrire. In questa prospettiva sarebbe pertanto opportuno che venisse colmata la perdurante carenza di specifiche strategie di investimento e di sostegno sul piano istituzionale, strategie che nel lungo periodo hanno ampiamente sostenuto il sistema industriale e quello dei servizi di natura pubblica, tralasciando o destinando solo risorse residuali a quella parte del sistema terziario che funge oggi da motore della crescita.



## 1. SENZA TERZIARIO NON C'E' DECOLLO

Il terziario è il tessuto connettivo dell'economia e della società italiana, ed è per questo che nessun cambiamento che interessi il paese può avvenire senza transitare dai processi e dalle innovazioni che riguardano tale comparto.

La centralità del terziario nello sviluppo italiano è testimoniata dal fatto che il comparto negli ultimi decenni si è evoluto a ritmi crescenti, nonostante in assenza di specifiche strategie di investimento e di sostegno sul piano istituzionale.

In ogni caso, la storia economica e sociale italiana dal secondo dopoguerra ha trovato un segno unificante e un elemento portante proprio nel processo di terziarizzazione che ha pervaso tutto il sistema di produzione e nelle stesse relazioni che si sviluppano al di dentro e al di fuori di questo.

Nel terziario si concentrano numerose tipologie di attività e di attori che ne rappresentano la ricchezza attuale e il potenziale futuro. Basti pensare ai flussi di scambio che si realizzano all'interno del terziario fra soggetti più diversi – le imprese, le famiglie - e fra contenuti di servizi altrettanto articolati, legati dall'immaterialità del prodotto finale. Si tratta per lo più di servizi riconducibili a un'offerta molto eterogenea, che va dai servizi avanzati all'impresa (ad es. l'informatica, la ricerca, la progettazione, la comunicazione, la consulenza professionale), al trasporto, alla fornitura di attrezzature, macchinari e beni, ai servizi di cura alla persona, di vigilanza e di pulizia, al commercio, al turismo, al settore immobiliare.

Attualmente e sempre di più, il terziario possiede al suo interno il vero differenziale di sviluppo, vale a dire le conoscenze e le capacità di applicarle, che rappresentano l'unica risorsa attraverso la quale far recuperare terreno alla nostra economia sempre più non solo minacciata, ma dipendente dai paesi emergenti, un tempo l'Est Europa ed oggi l'Asia. Il motore dello sviluppo quindi è all'interno del settore terziario che si costituisce ormai come una catena di reti composte da intelligenza plurima, multiforme e in continuo mutamento, senza le quali il nostro paese verrebbe marginalizzato in termini di capacità produttive e di innovazione.

Nella maggior parte dei settori produttivi in cui si osserva, tra l'altro, un particolare dinamismo sia sul versante dell'offerta, sia su quello della domanda – dai servizi immateriali alla persona, al turismo, alla ricerca – la filiera corretta non è più “terziario - industria”, ma “industria - terziario”, ossia un rapporto in cui l'occupazione, la creatività, si trasferiscono dalla prima al secondo. In



questo senso le attività secondarie si stanno integrando sempre di più nelle linee di produzione dei servizi che, seppure con un peso qualitativo del tutto diverso e un chiaro ruolo trainante, continuano ad indurre nel manifatturiero lo stimolo all'innovazione e al pensarsi al futuro.

## 2. LAVORO E VALORE AGGIUNTO: I SORPASSI DEL TERZIARIO

Due degli indicatori più importanti che caratterizzano la positiva evoluzione del terziario in Italia sono rappresentati soprattutto dalla crescita dell'occupazione prodotta e sulle variazioni del valore aggiunto. Contrariamente a quanto accade nel settore manifatturiero che tende a sostituire il lavoro con altri fattori, il settore terziario è stato ed è per l'Italia un comparto labour intensive. Il terziario si è distinto nel corso degli ultimi anni per la rimarchevole dinamica occupazionale, per la flessibilità di risposta alle variazioni della domanda e per gli effetti di stabilizzazione sul ciclo economico, configurandosi come settore strategico per l'economia.

In Italia, tra il 1970 ed il 2003, gli occupati nei servizi, al netto della pubblica amministrazione, sono quasi raddoppiati, passando da 4 milioni 679 mila (pari al 28,4% del totale degli occupati) a 9 milioni 410 mila (pari al 53,6% del totale degli occupati) (tav. 1). L'equilibrio tra industria e terziario dal punto di vista occupazionale viene meno durante gli anni Ottanta. **Il 1987 è l'anno in cui per la prima volta gli occupati del terziario superano in numero quelli dell'industria:** 7 milioni e 312 mila unità contro le 7 milioni 130 mila impiegate nel secondario (tav. 2). Da questo momento in poi il divario in termini occupazionali non ha più arrestato la sua crescita, passando dalle 258 mila unità del 1988 al milione e 116 mila del 1996 fino ai 2 milioni 355 mila del 2003 soprattutto in virtù della forte spinta attribuibile al commercio ed ai pubblici esercizi, comparti nei quali la sostituibilità tra capitale e lavoro è particolarmente bassa e dunque gli effetti dell'innovazione tecnologica risultano meno invasivi sulla domanda di lavoro (tav. 3).

A partire dalla prima metà degli anni ottanta, il terziario traguarda un'altra importante meta che lo consacra definitivamente come il comparto che produce oltre la metà del valore aggiunto nazionale, superando una volta per tutte il settore manifatturiero. Una performance positiva che non ha ancora esaurito la sua dinamica ascendente dato che **ad oggi, il terziario rappresenta il 63,5% del valore aggiunto nazionale** (tav. 4), e le sue potenzialità di crescita non si sono ancora esaurite posto che, dagli anni novanta, **la quota del terziario sul valore aggiunto nazionale aumenta ad un tasso medio**



**annuale superiore all'1%.** In media, tra il 1970 ed il 2003 il tasso di crescita del valore aggiunto del terziario sul totale nazionale è stata del 1,26% annuo.

Ma il terziario può e deve crescere ancora, se possibile contando su una rinnovata attenzione politico istituzionale. Approfondendo, infatti, il confronto internazionale, si osserva che per il terziario italiano ci sono ancora spazi di crescita da saturare. **Per ciò che attiene il valore aggiunto prodotto dal terziario - rispetto all'U.E. a 25 - l'Italia si colloca in una posizione intermedia, ossia al dodicesimo posto,** superata dalle performances di paesi quali il Regno Unito e la Francia - Paesi in cui le politiche pubbliche hanno dato ampio sostegno al terziario - ma anche dalla Svezia, dalla Danimarca e dalla Grecia (tav. 5).

### 3. IL TERZIARIO COME COLLANTE NAZIONALE

Sul piano territoriale il terziario è cresciuto in modo uniforme e capillare lungo tutta l'estensione del paese e al tempo stesso lo ha cambiato.

**Il terziario non cresce solo in alcune aree del Paese, ma è presente lungo tutta la sua estensione.** Nel 2001, le prime tre province che hanno registrato la maggiore presenza di imprese del terziario sono state, nell'ordine, quella di Roma con 222 mila 118 unità, pari all'82,3% del totale delle imprese, l'ambito provinciale di Trieste con 12 mila 739 unità, pari all'82% del volume complessivo delle imprese, e quello di Napoli con 123 mila 896, pari all'80,6% della consistenza numerica delle imprese locali (tav. 6). La terziarizzazione dell'economia ha portato ad un incremento del numero di imprese di servizi, in particolare, nelle zone settentrionali del paese. Questo effetto espansivo è stato però controbilanciato dalla generalizzata riduzione nel numero di aziende coinvolte in attività terziarie che ha avuto luogo nel Mezzogiorno.

Tale flessione non ha comunque sottratto alle regioni meridionali del paese il primato di poter contare un volume superiore di imprese terziarie rispetto al settentrione, anche se quest'ultimo, in media, continua ad annoverare unità imprenditoriali dimensionalmente più grandi (tav. 7).

**Con 5,2 addetti per impresa, infatti, è Milano che si colloca in pole position nella graduatoria delle province con le imprese di maggiori dimensioni.** Seguono, in ordine dimensionale decrescente, Roma, con 4,8 addetti per unità imprenditoriale, e Trieste con, in media, 3,7 occupati per



impresa. **Le province con dimensione media di impresa più bassa sono prevalentemente situate nella parte inferiore dello Stivale:** Benevento (1,9 addetti per impresa) e Vibo Valentia (1,8 addetti per unità imprenditoriale), infatti, si collocano nelle ultime due posizioni della graduatoria (tav. 8).

La graduatoria provinciale degli **addetti del terziario sul volume degli occupati** nel comparto, invece, vede la **Capitale** al primo posto, con l'82,6% degli occupati impiegato nel terziario ed una variazione positiva del 2,3% sul periodo 1993-2003, seguita da **Trieste**, rispettivamente con l'80,5% e con una variazione del +1,6%, e da **Palermo**, rispettivamente con il 78,7% e una variazione del +8,2%. È palese che le variazioni che si apprezzano sul piano provinciale sono sostanzialmente di segno compensativo, ossia non si ravvedono scoperture significative fra macro aree, ma solo forme di redistribuzione delle quote imprese e addetti (tav. 9).

#### 4. LA DOMANDA DI SERVIZI PER LE FAMIGLIE

Negli ultimi decenni - come il testo ha messo chiaramente in luce - il terziario italiano ha traguardato dei risultati considerevoli. Tuttavia, se i trend dell'offerta terziaria sono noti, più difficili da identificare, invece, sono le caratteristiche strutturali del suo complemento: la domanda. In altri termini: che tipo di "domanda terziaria" esprime la popolazione italiana? O meglio, il sistema economico italiano esprime una "domanda terziaria" matura ed equiparabile a quella di altri Paesi dell'Unione Europea? L'indagine sulla domanda complessiva di servizi del terziario, desunta dai dati sulla fruizione, passata e potenziale, di alcune tipologie di servizio da parte degli intervistati, vede l'Italia in una posizione di forte ritardo rispetto ai principali partners europei. Il delta sembra assumere proporzioni rilevanti posto che, fatto 100 la domanda complessiva di terziario a livello europeo, si osserva che la quota detenuta dall'Italia si aggira su un valore medio di poco superiore al 10%, una quota che si colloca ben al disotto rispetto agli standards delle principali Nazioni di Eurolandia. Un contrasto che si coglie appieno scendendo di livello nell'analisi e disaggregando i dati in base alla tipologia di servizio. In rapporto ai maggiori Paesi del U.E., infatti, l'Italia esprime una domanda consistente di servizi professionali (17,1%): il relativo valore percentuale è secondo - anche se con uno scarto notevole - solo a quello segnato dall'Inghilterra (51,8%). I gap che si colgono dal confronto europeo vengono tuttavia meno se si osserva la struttura della "domanda terziaria" parametrizzandola al mercato domestico: la sua composizione, infatti, è abbastanza simile in tutti i Paesi considerati (tav. 10)





Turismo, servizi professionali e cultura: sono queste le componenti più significative della domanda di servizi degli italiani. Poco meno del cinquanta per cento della domanda interna è determinata da una richiesta crescente di servizi di consulenza turistica (24,3%) e servizi professionali di varia natura (23,9). Seguono con quote percentuali decrescenti i servizi per l'acquisto di servizi/prodotti culturali (16,2%) e servizi di assistenza assicurativa, medica o attinente al ramo vita (15%). Solo un italiano su dieci, invece, ha dichiarato di aver fruito o di volere fruire di servizi di intermediazione mobiliare e finanziaria o dei servizi di agenzie immobiliari, ambiti del terziario che assorbono rispettivamente una decima parte della domanda. La crescente propensione alla fruizione di alcune tipologie di servizio, legate alla cultura e al turismo in senso stretto, evidenzia lo spiccato orientamento della popolazione italiana alla mobilità e alla ricerca di momenti di evasione. La maggiore richiesta di servizi turistici è giustificata pure dal consolidamento di un nuovo modello culturale che trova nella domanda crescente di qualità della vita la sua ragion d'essere.

## 5. SETTORI E MODELLI EMERGENTI: I FOCUS TERRITORIALI

Il cambiamento è la cifra specifica del terziario italiano, sia per la sua capacità di indurre il mutamento negli altri comparti, sia per l'evoluzione delle sue componenti interne, in relazione ai modelli produttivi e relazionali, che stanno cambiando tanto nei segmenti tradizionali (come il commercio, i trasporti e il turismo), quanto nei settori emergenti (come l'immobiliare o i servizi all'impresa).

Alcuni dati di carattere generale possono dare il senso il cambiamento.

Sul piano dei settori, nei due ultimi intervalli censuari, sono cresciute non solo le imprese operanti in molti segmenti tradizionali, ma anche e soprattutto quelle attive nell'intermediazione finanziaria e monetaria (+194,8% di nuove imprese, +148,3% di unità locali e +33,7 addetti per unità locale), nelle attività immobiliari, di ricerca professionali e nell'informatica (+905,2% imprese, +317,3% unità locali, +254,2% addetti alle unità locali delle imprese). Di segno meno evidente, ma positivo l'andamento delle imprese operanti nel ramo dei trasporti e delle comunicazioni, aumentate del 19,1%, che ha indotto un innalzamento del numero di addetti del 3,9%. A fronte di questi andamenti, le attività manifatturiere hanno segnato un decremento dell'8,1% di imprese, del 20,5% di unità produttive e una flessione del 16% degli addetti alle unità locali delle imprese (tav. 11). Guardando i dati relativi all'evoluzione del settore "alberghi e ristoranti" che nei Censimenti rappresenta il cuore del settore



turistico italiano, si osserva, un andamento che ripropone in controtendenza altre dinamiche di crescita. Dal 1991 al 2001 sono cresciuti infatti sia le imprese che gli addetti dei settori, quali i villaggi turistici, i ristoranti e i bar che offrono anche forme di spettacolo. I ristoranti con annesso l'intrattenimento sono cresciuti del 191,5%, i bar con lo stesso servizio il 148,1%, i villaggi turistici del 96%.

Per approfondire le modalità del cambiamento che sta attraversando il modello terziario, all'interno del rapporto sono state approfondite cinque realtà locali, considerate luoghi privilegiati per l'osservazione dell'evoluzione all'interno di singoli comparti.

### 5.1. Foggia: il valore della tradizione nel commercio

**Con il 63,1% dell'occupazione provinciale (oltre 52mila addetti) concentrata nel terziario, di cui il 28,9% nel commercio, Foggia rappresenta una delle realtà più significative per il mondo del terziario e per il comparto commerciale:** non solo e non tanto per la caratterizzazione marcatamente terziaria della sua economia, comune del resto a gran parte dei territori del Meridione, quanto piuttosto per la capacità di avere saputo trasformare alcuni potenziali elementi di debolezza di sistema, in un significativo motore di traino dell'economia locale e di coesione sociale.

Il permanere di una struttura economica ancora fortemente frammentata, da ricondurre evidentemente all'assenza di una solida base industriale nell'area, che avrebbe potuto incentivare lo sviluppo di un terziario più robusto a tutti i livelli (dall'avanzato al tradizionale), non ha impedito che Foggia fosse protagonista negli ultimi anni di un lento processo di consolidamento strutturale, testimoniato dall'ingresso della grande distribuzione e dalla crescita dimensionale delle attività, che specie in alcuni settori – alimentare in primis – è risultata particolarmente evidente. Infatti oltre alla crescita impressionante di pubblici esercizi che hanno peraltro visto profondamente modificarsi la varietà dell'offerta (a vantaggio soprattutto della creazione di pub e locali di intrattenimento per soddisfare le esigenze della nuova utenza cittadina), anche il commercio alimentare ha assistito a un vistoso processo di condensazione, realizzato tramite accorpamenti e fusioni, che hanno portato il numero delle strutture di medie dimensioni a crescere considerevolmente (+9,7% tra 1991 e 2001) (tav. 12).



Un dato questo da ricondursi non solo all'evoluzione naturale che il settore ha subito a livello nazionale, ma anche ad una serie di scelte locali che, dalla creazione di una sede universitaria, alla programmazione di interventi territoriali a sostegno delle attività commerciali (quali, ad esempio, i CIV – Centri Integrati di Via) fino ad una intelligente e oculata politica associativa, hanno permesso all'economia locale di evitare i venti di crisi.

## 5.2. Milano: la leadership in crescita dei servizi alle imprese

**Con quasi 70mila imprese ed un volume di addetti, fra dipendenti e indipendenti, che supera abbondantemente le 300mila unità, Milano svetta incontrastata nella graduatoria delle province italiane con la maggior incidenza sul totale di operatori nel comparto dei servizi alle imprese. D'altra parte, nella "Milano dei servizi" orbitano l'11,4% delle imprese nazionali del comparto ed il 20,8% degli addetti. Il terziario dei servizi rappresenta, dunque, il fiore all'occhiello del capoluogo lombardo, centro indiscusso di **finanza, design, moda e fiere. Ed è infatti in queste attività che nel 2003 sono state avviate quasi 5mila nuove imprese di servizi.****

Tuttavia, è nelle attività tecniche che opera la quota preponderante delle imprese di settore: la maggioranza di esse (25,6%) eroga servizi di architettura, ingegneria o svolge altre attività tecniche. Una percentuale poderosa se si considera che, in termini assoluti, ci si sta riferendo ad oltre diciassettemila realtà imprenditoriali. Seguono, con uno scarto di alcuni punti percentuali, i servizi di varia natura (16,2%), gli studi legali e notarili (13,6%) e le imprese che si occupano di contabilità, consulenza societaria, incarichi giudiziari e consulenza fiscale (13,5%) (tav. 13).

Le differenze esistenti nei volumi e nei *trend* di crescita di ciascun ambito mettono in rilievo la rilevante segmentazione interna del comparto. Un aspetto che si coglie anche nelle dimensioni di impresa che paiono fortemente variabili: in genere si tratta di imprese di piccole dimensioni che in media constano di 4,9 addetti. Tuttavia, vi sono delle attività come i servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale che si discostano abbondantemente dalla media settoriale (198,7 addetti). Anche le imprese di servizi di investigazione e vigilanza (31,4), le attività di gestione delle società di controllo finanziario (13,6) e i servizi di pulizia e disinfestazione (12,9) vantano dimensioni significative.

Tuttavia, l'incertezza complessiva e la difficile congiuntura economica europea stanno impattando pesantemente sul settore, la cui tenuta, in termini di volumi



imprenditoriali e occupazionali, rischia di essere seriamente compromessa se non verranno attivate sinergie di sistema. D'altra parte, la dinamicità delle imprese del settore è comunque insufficiente senza un adeguato sostegno alle imprenditorialità emergenti. Tale forma di supporto è, per certi versi, già presente, ma è lampante che un'azione di sistema pubblico-privata è necessaria affinché lo sviluppo dei servizi alle imprese possa giovare di un ambiente economico stimolante.

Le associazioni del settore si stanno indubbiamente mobilitando in tal senso, dando voce e corpo alle esigenze dei propri iscritti. Non è un caso infatti che proprio la centralità nell'economia milanese delle attività legate ai servizi ha fatto sì che, collateralmente, si sviluppasse una realtà associativa vivace e vitale a cui fanno riferimento la maggior parte delle imprese.

### 5.3. Venezia: uscire dalla banalizzazione

**Il turismo è ancora il principale serbatoio di sviluppo per Venezia. Dal 2000 al 2004 gli esercizi del settore alberghiero sono cresciuti del 7,8% e quelli del settore extralberghiero del 335,2% (tav. 14). Si sono rafforzate le presenze degli stranieri nel settore alberghiero (+7,9%), ma soprattutto in quello extralberghiero (+112,4%), in cui è stata più significativa anche la presenza di turisti italiani (+23,5%).**

Gli albergatori stanno modificando e migliorando la loro offerta, in funzione del fatto che anche gli stranieri, pur essendo ripreso il loro flusso di arrivo, sebbene non ai livelli degli anni '90, apprezzano formule turistiche meno costose. Basti pensare che nel confronto fra le città più visitate dai viaggiatori stranieri, fra il 2000 e il 2003 la loro spesa a Venezia è aumentata solo del 7%, a fronte di decrementi molto più preoccupanti (-39% a Firenze, -63% a Roma, sui quali però pesa il confronto con l'anno giubilare) ma anche di incrementi del 33,4% a Trieste o del 26% a Udine. Come dire che Venezia comincia a dover fare i conti con un turismo straniero, cinese piuttosto che americano, meno disposto a spendere senza limiti.

Le questioni su cui gli operatori terziari ritengono sia importante riflettere sono quattro: riavviare la discussione su come i flussi dei visitatori dovrebbero essere maggiormente regolati, non solo elevando il prezzo dell'accesso in città, ma impostando un nuovo rapporto fra il centro storico, la laguna e la terraferma; enfatizzare la dimensione culturale della città che ne rappresenta un indiscusso punto di forza e che potrebbe essere intrecciata con il recupero e l'uso anche degli spazi ancora disponibili, ma senza particolare vocazione (magari



destinandoli alla ricerca); alimentare l'innescò di giovani nel tessuto demografico locale, fortemente depauperato. Infine, gli operatori turistici reclamano per Venezia la rivisitazione dello stato di "specialità" che certamente nel tempo ha portato alla città molte risorse economiche, a favore di uno stato di "diversità". Ma da qui passa proprio la sfida di integrazione del mondo a sé costituito da Venezia, nel resto del mondo, con cui Venezia deve mantenere i suoi contatti aperti per crescere ancora.

#### 5.4. Roma: l'immobiliare in metamorfosi

Il segmento immobiliare romano rappresenta una parte statisticamente contenuta del terziario romano, ma dal potenziale di sviluppo molto elevato.

**Dal 1991 al 2001 le imprese del settore sono cresciute complessivamente del 349,3%. Molto sostenuta l'evoluzione delle attività di gestione degli immobili per conto terzi (527,7%). Ma soprattutto si osserva un picco particolarissimo nell'ambito delle attività di locazione e di gestione dei beni immobili privati pari al 1.369,9%, legato allo sviluppo delle società immobiliari. (tav. 15) Nel 2004 il patrimonio immobiliare complessivo della provincia di Roma ha raggiunto un valore che rappresenta l'11,3% di quello italiano.** Le stime del rapporto BIR-CRESME sulle compravendite di abitazioni indicano per il 2004 un movimento di circa 59.000 scambi, pari al 12% dei 116 miliardi di euro scambiati in Italia.

Il Censis, su un altro versante del mercato, ha recentemente stimato che la domanda abitativa potenziale che si svilupperà nel prossimo decennio è pari complessivamente a circa 187.000 alloggi, sommando la domanda di tipo sociale con la domanda aggiuntiva o sostitutiva di ulteriori soluzioni abitative, espressa dai nuclei familiari che presumibilmente si formeranno nei prossimi anni.

Un'altra faccia importante del settore immobiliare romano è costituita dagli interventi immobiliari legati alle trasformazioni urbane, numerosi dei quali sono stati programmati e, in parte, già realizzati con l'obiettivo di riqualificare la città e di migliorarne il livello di vita. In questo modo, la città vuole e può crescere, attribuendo maggiore autonomia ai municipi che vanno a formare un arcipelago di insediamenti che hanno raggiunto o possono raggiungere una identità precisa. La trasformazione in corso non si riconduce soltanto alla dotazione della città di strutture ad alta rilevanza strategica, come è stato l'Auditorium del Flaminio o l'area di Termini-Esquilino, ma sono legate anche ad interventi di completamento e di riqualificazione di tessuti cittadini di nuova



residenza. Nel filone degli interventi ad alta rilevanza strategica si ascrivono numerose iniziative in fase di realizzazione, come, ad esempio, la Nuova Fiera a Ponte Galeria e la creazione del Centro polifunzionale “Porta di Roma” alla Bufalotta.

Il settore immobiliare – in cui si confrontano ormai diversi soggetti, dai mediatori professionisti, alle reti di franchising, alle società immobiliari - come altri segmenti del terziario sta incamerando dosi sempre più elevate di competenze e di contenuti che provengono da altri segmenti: la finanza, ma anche la progettazione e la comunicazione, tanto per citare i più importanti. Si tratta di un intreccio che è ormai indicatore e misura dello sviluppo, poiché il prodotto immobiliare, anche se di qualità alta, necessita di altro terziario per evolvere ed essere messo in collegamento con la domanda. Le priorità su cui lavorare ancora rimangono: la contaminazione fra segmenti professionali diversi, la formazione permanente, il rapporto, non sempre facile, con le dimensioni organizzative del lavoro, il confronto con nuovi modelli immobiliari, a più elevata componente di immaterialità.

### **5.5. Bologna: i trasporti come asset strategico dell'economia**

Importante crocevia degli scambi, Bologna riveste un ruolo di primo piano nel sistema dei trasporti italiano. La straordinaria posizione geografica e la particolare caratterizzazione del tessuto imprenditoriale hanno consentito al capoluogo emiliano - romagnolo di divenire un punto di snodo significativo di tutti i sistemi infrastrutturali e di collegamento non solo fra Nord e Sud del Paese, ma fra la penisola, il resto dell'Europa ed il Mediterraneo. Lo sviluppo che il comparto ha segnato negli ultimi anni è stato indubbiamente sostenuto dalla particolare conformazione del tessuto produttivo regionale caratterizzato da numerosi distretti industriali, la cui presenza ha determinato a sua volta una crescita della domanda di trasporto e, quindi, dell'interscambio della Regione con le aree economiche esterne (nazionali ed estere). La sola provincia bolognese conta 4.760 imprese, che con diverse modalità, operano nel settore: un mondo che rappresenta il 5,6% delle realtà imprenditoriali locali e che assorbe un volume di addetti prossimo alle ventimila unità (tav. 16).

Ma, nella provincia di Bologna, è il trasporto di merci su strada il segmento più significativo del comparto: circa sette aziende su dieci (68,4%) operano in questo ramo, anche se la numerosità delle imprese si è contratta rispetto al decennio precedente. L'autotrasporto (36,9%) e la movimentazione merci (29%), catalizzano circa il settanta per cento degli occupati dipendenti del settore.



Tuttavia, oggi, il comparto deve recuperare redditività e competitività sul piano internazionale. Una situazione – che come è noto – è stata inasprita da più fattori in cui pesano enormemente la congiuntura negativa in cui versa il sistema economico nazionale, il rincaro esorbitante del prezzo del petrolio, l'obsolescenza della rete infrastrutturale, e una ancora elevata incidenza di imprese di ridotte dimensioni. Limiti questi che hanno impedito alle imprese di crescere e le hanno rese poco competitive a livello europeo. La sfida per gli operatori del comparto sarà dunque quella di aprire un dialogo con le associazioni degli altri Paesi dell'U.E., nel tentativo di sviluppare una politica comune nei confronti delle Istituzioni Comunitarie.



**Tav. 1 - Occupati nelle imprese per ramo di attività economica, 1954-2003 (i.a. e val. %) (\*)**

	Occupati nelle imprese per settore di attività economica															
	Agricoltura, foreste e Pesca		Industria		Commercio e pubblici esercizi		Attività terziarie		Trasporti e comunicazioni		Altre attività terziarie (**)		Totale attività terziarie		Totale	
	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %	v.a.	val. %
1955	7.740	40,6	6.654	34,9	2.223	11,7	686	3,6	1.743	9,2	4.652	24,4	19.046	100,0		
1960	6.567	34,5	7.388	38,8	2.452	12,9	796	4,2	1.822	9,6	5.070	26,6	19.025	100,0		
1965	4.956	27,7	7.728	43,3	2.474	13,9	958	5,4	1.744	9,8	5.176	29,0	17.860	100,0		
1970	3.683	20,9	8.209	46,5	2.798	15,8	1.011	5,7	1.962	11,1	5.771	32,7	17.663	100,0		
1970	4.095	24,9	7.685	46,7	2.975	18,1	980	6,0	724	4,4	4.679	28,4	16.458	100,0		
1975	3.316	20,1	7.911	48,0	3.301	20,0	1.072	6,5	868	5,3	5.241	31,8	16.468	100,0		
1980	2.857	16,9	8.138	48,3	3.637	21,6	1.122	6,7	1.108	6,6	5.867	34,8	16.861	100,0		
1985	2.168	13,2	7.279	44,3	4.223	25,7	1.145	7,0	1.624	9,9	6.992	42,5	16.439	100,0		
1990	1.688	10,1	7.314	43,9	4.368	26,2	1.168	7,0	2.140	12,8	7.676	46,0	16.678	100,0		
1995	1.328	8,4	6.808	43,0	4.343	27,4	1.037	6,5	2.323	14,7	7.703	48,6	15.839	100,0		
2000	1.122	6,7	6.854	41,0	4.663	27,9	1.129	6,7	2.962	17,7	8.754	52,3	16.730	100,0		
2003	1.080	6,2	7.055	40,2	4.973	28,3	1.103	6,3	3.335	19,0	9.410	53,6	17.545	100,0		

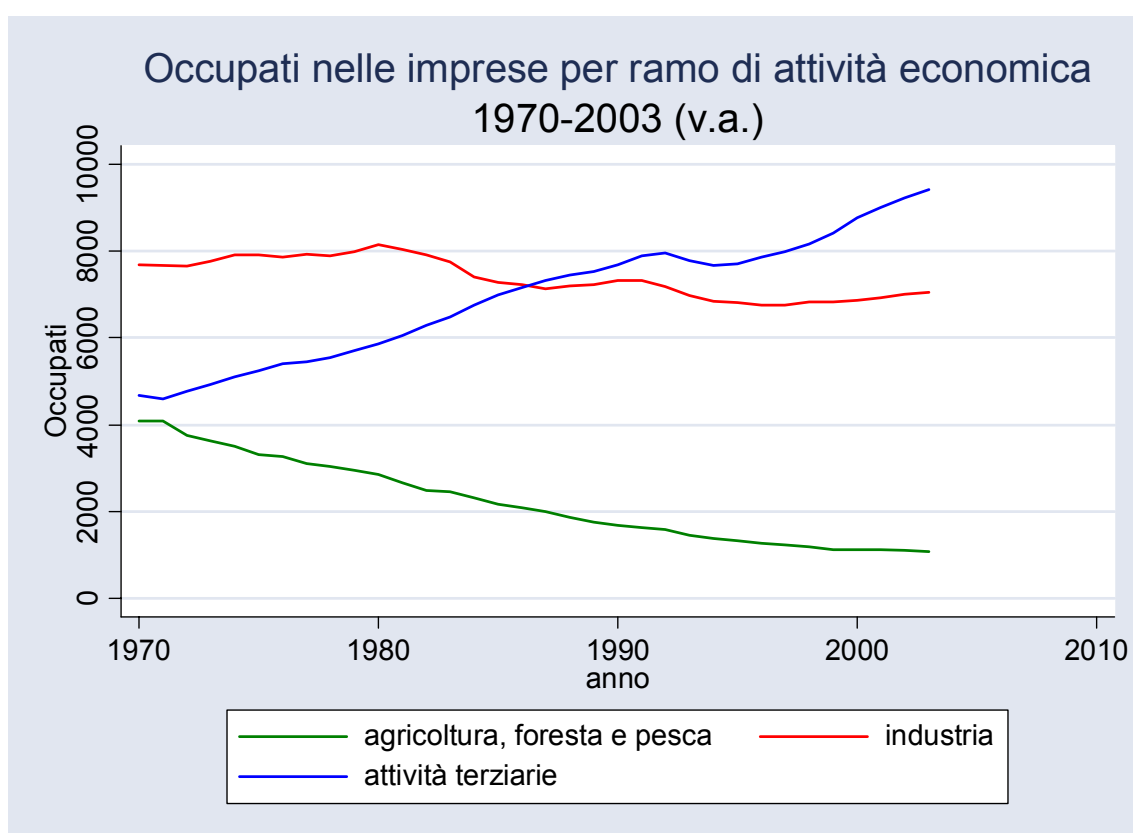
(\*) I dati al 1970 sono ripetuti due volte per evidenziare il cambiamento dovuto all'adozione del nuovo sistema comunitario dei conti economici integrati (SEC)

(\*\*) Nella prima serie (fino al 1970) i dati riguardano solo le imprese mentre nella seconda serie (dal 1970 in poi) i dati riguardano imprese e istituzioni. Per questi dati le attività terziarie sono considerate al netto delle altre attività di servizi (che includono la pubblica amministrazione e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale e altri servizi pubblici, sociali e personali), nel tentativo di depurare i dati dai settori a maggiore densità di attività pubbliche

Fonte: elaborazione Censis—Confcommercio su dati Istat - Sommario statistiche storiche 1926-1985 e Conti economici nazionali 1970-2003

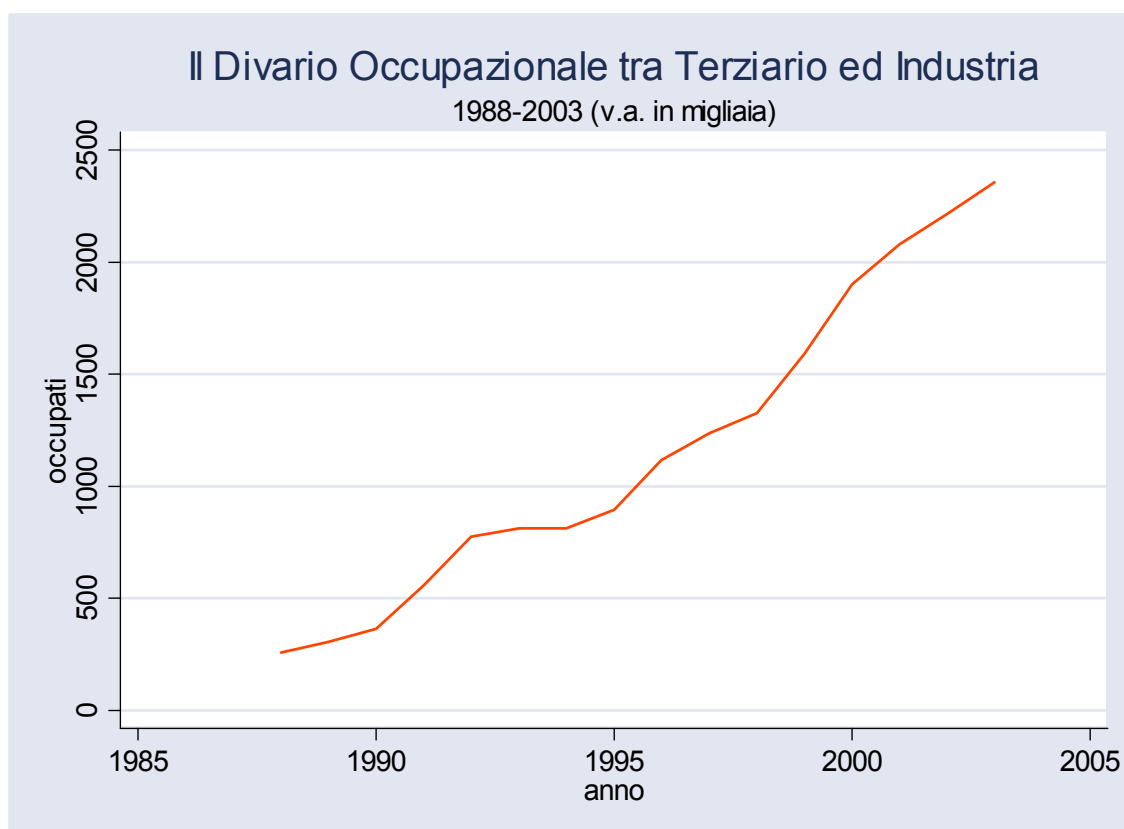


Tav. 2 - Occupati nelle imprese per ramo di attività economica (1970-2003)



Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati ISTAT, 2005

Tav. 3 - Il divario occupazionale tra Terziario ed Industria (1988 – 2003)



Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati ISTAT, 2005

**Tav. 4 - Valore aggiunto al costo dei fattori per ramo di attività economica nelle imprese, 1954-2003 (V.a. e val. %) (\*)**

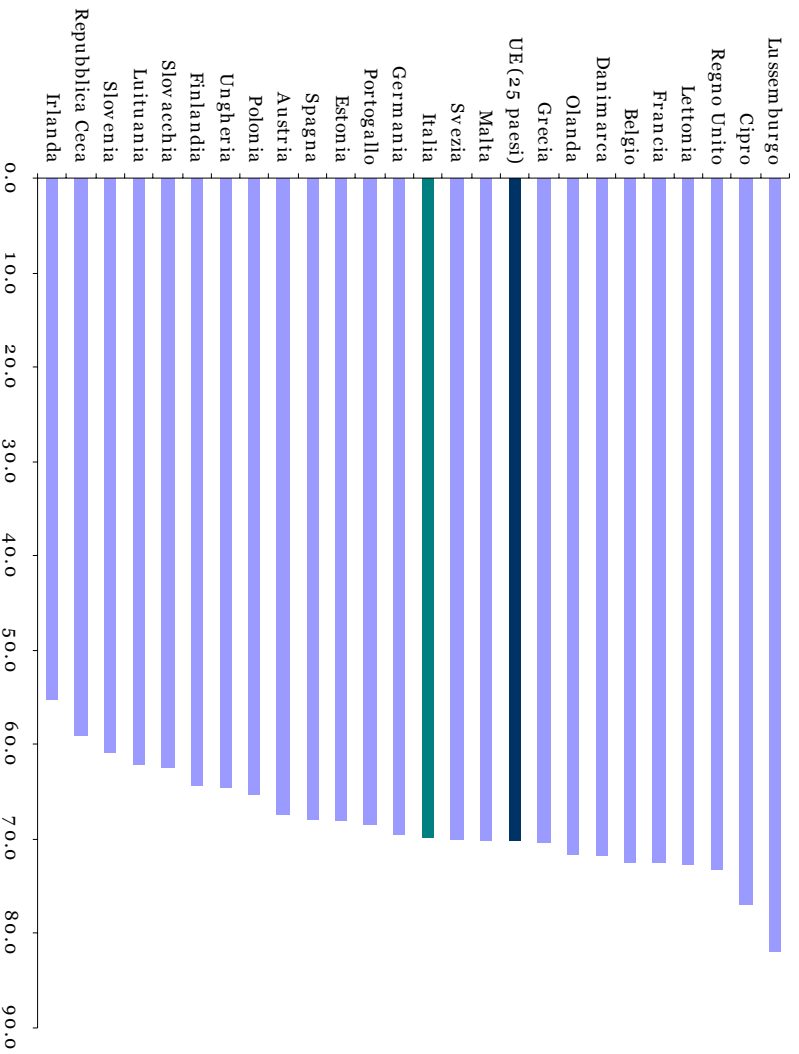
	Valore aggiunto al costo dei fattori nelle imprese Valori ai prezzi 2003 (milioni di euro)							
	Agricoltura, foreste e pesca		Industria		Attività terziarie (**)		Totale	
	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%	V.a.	%
1955	33.797	22,5	60.339	40,1	56.348	37,4	150.484	100,0
1960	31.099	16,5	79.865	42,4	77.410	41,1	188.374	100,0
1965	36.687	15,1	103.780	42,8	102.091	42,1	242.557	100,0
1970	39.402	11,4	156.543	45,4	149.056	43,2	345.001	100,0
1970	41.659	10,5	188.846	47,5	167.001	42,0	397.506	100,0
1975	44.860	8,7	238.692	46,5	230.014	44,8	513.566	100,0
1980	45.467	7,1	293.786	46,0	299.755	46,9	639.008	100,0
1985	39.209	5,7	289.578	42,1	359.615	52,2	688.402	100,0
1990	35.525	4,4	325.742	40,1	450.386	55,5	811.653	100,0
1995	35.262	4,2	314.663	37,3	494.358	58,6	844.282	100,0
2000	33.484	3,7	314.717	34,5	564.309	61,8	912.510	100,0
2003	32.067	3,4	313.226	33,2	599.512	63,5	944.805	100,0

(\*) I dati al 1970 sono ripetuti due volte per evidenziare il cambiamento dovuto all'adozione del nuovo sistema comunitario dei conti economici integrati (SEC)

(\*\*) Nella prima serie (fino al 1970) i dati riguardano solo le imprese mentre nella seconda serie (dal 1970 in poi) i dati riguardano imprese e istituzioni. Per questi dati le attività terziarie sono considerate al netto delle altre attività di servizi (che includono la pubblica amministrazione e difesa, assicurazione sociale obbligatoria, istruzione, sanità e assistenza sociale e altri servizi pubblici, sociali e personali), nel tentativo di depurare i dati dai settori a maggiore densità di attività pubbliche

Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat - Sommario statistiche storiche 1926-1985 e Conti economici nazionali 1970-2003

**Tav. 5 – Quota del terziario\* sul valore aggiunto totale prodotto nei paesi europei (2001)**



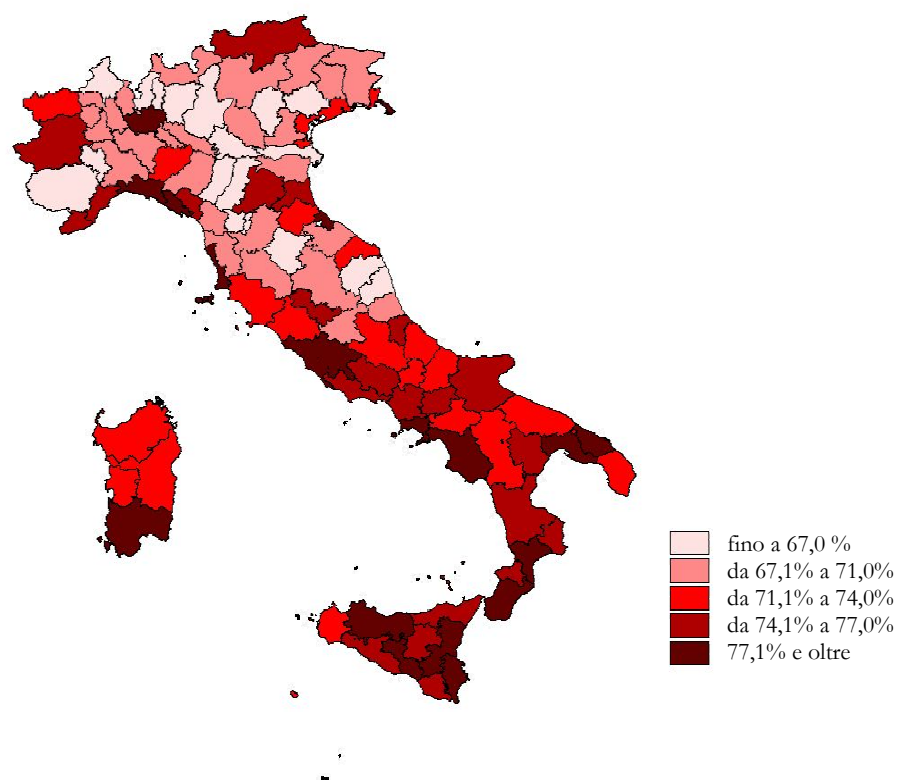
(\*) I dati di Grecia e Irlanda sono stimati

Fonte: elaborazione Censis su dati EUROSTAT

(\*) Compresa la P.A.

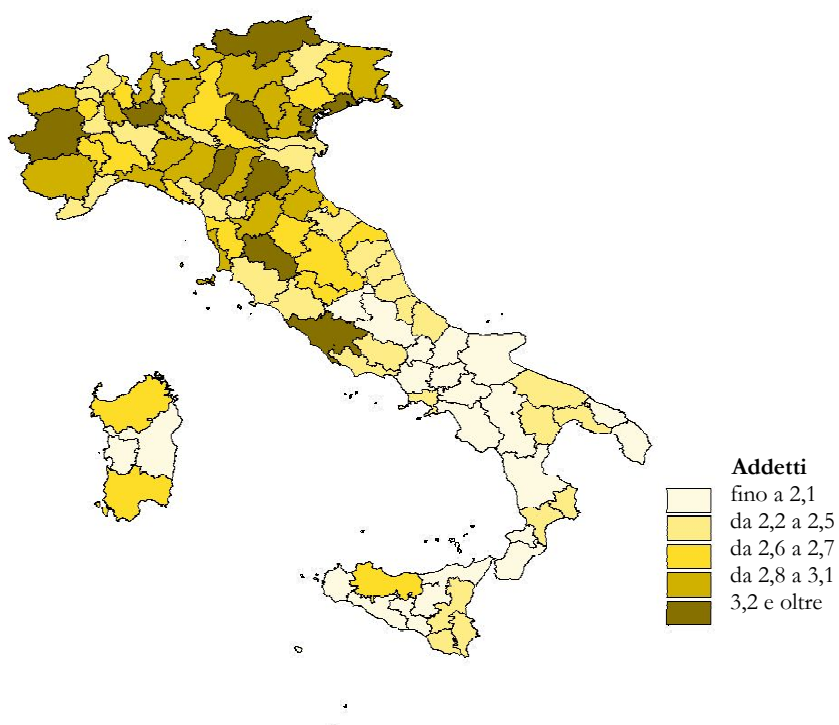
Fonte: elaborazione Censis-Concommercio su dati Eurostat

**Tav. 6 - Imprese del settore terziario nelle province italiane - Censimento 2001** (%  
*imprese terziarie sul totale delle imprese*)



Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat, 2005

**Tav. 7 - Dimensione media delle imprese del settore terziario nelle province italiane**  
- Censimento 2001 (*addetti per imprese, v.a.*)



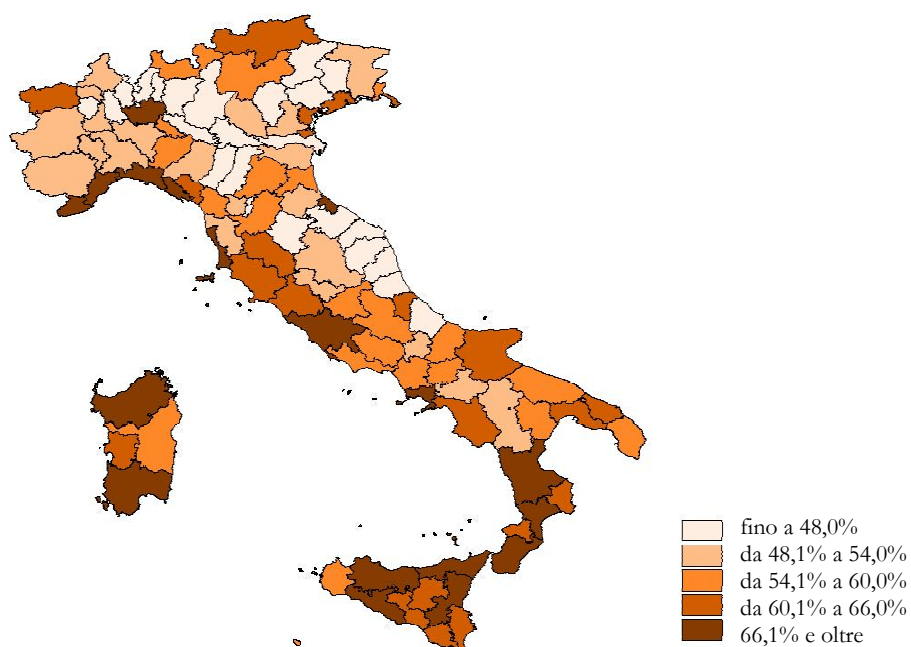
Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat, 2005

**Tav. 8 - Dimensione media delle imprese nel terziario delle province italiane - Censimento 2001** (*Addetti per imprese, v.a.*)

	Dimensione media
<i>Province con dimensione media più alta</i>	
Milano	5,2
Roma	4,8
Trieste	3,7
Venezia	3,5
Siena	3,4
Bolzano	3,3
Reggio Emilia	3,3
Bologna	3,3
Torino	3,3
Verona	3,2
<i>Province con dimensione media più bassa</i>	
Trapani	2,0
Rieti	2,0
Campobasso	2,0
Foggia	2,0
Reggio Calabria	2,0
Enna	2,0
Brindisi	2,0
Agrigento	2,0
Benevento	1,9
Vibo Valentia	1,8

*Fonte:* elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat, 2005

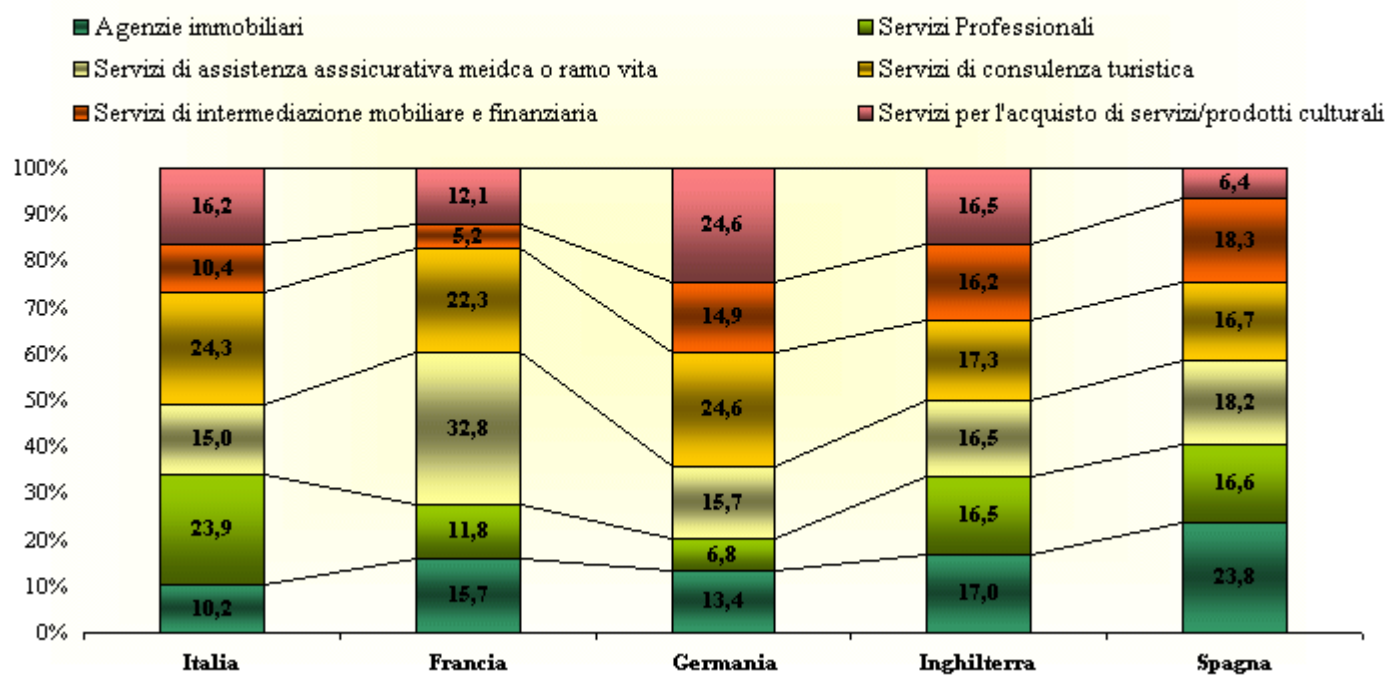
Tav. 9 - Addetti alle imprese del settore terziario nelle province italiane - Censimento 2001 (% di addetti del terziario sul totale degli addetti)



Fonte: elaborazione Censis-Confindustria su dati Istat, 2005



**Tav. 10 - Composizione della "domanda di terziario" interna a ciascun Paese, per tipologia di servizio (val. %)**



**Tav. 11 - Imprese, unità locali e addetti alle unità locali delle imprese, per settore di attività economica  
Censimenti 1981, 2001 (var.%) (\*)**

<i>Var.% '81-'01</i>	Imprese	Unità locali delle imprese	Addetti alle unità locali delle imprese
Agricoltura, caccia, silvicoltura e pesca	13,6	8,8	-4,7
Estrazione di minerali	-14,3	-20,5	-39,9
Attività manifatturiere	-8,1	-5,0	-16,0
Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua	41,8	-12,9	-22,7
Costruzioni	77,8	60,9	28,2
Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione di auto, moto e beni personali	-4,1	-1,1	2,0
Alberghi e ristoranti	14,9	16,8	30,9
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	19,1	-3,0	3,9
Intermediazione monetaria e finanziaria	194,8	148,3	33,7
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, profess. ed imprendit.	905,2	317,3	254,2
Istruzione	55,6	52,7	7,5
Sanità e altri servizi sociali	2.859,5	120,4	89,9
Altri servizi pubblici, sociali e personali	30,7	29,9	40,4
<b>Totale</b>	<b>42,9</b>	<b>32,8</b>	<b>12,4</b>

(\*) Al campo di osservazione del censimento 1981

Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat, 2005

**Tav. 12 - Unità locali e addetti alle unità locali delle imprese nel settore del commercio nella provincia di Foggia - Censimenti 1991-2001 (v.a., val. % e var. %)**

	Unità locali			Addetti		
	v.a. 2001	val. % 2001	var. % '91-'01	v.a. 2001	val. % 2001	var. % '91-'01
<b><i>Commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburante per autotrazione</i></b>	<b>1.935</b>	<b>13,5</b>	<b>-10,5</b>	<b>3.859</b>	<b>15,6</b>	<b>-7,7</b>
Commercio di autoveicoli	212	1,5	37,7	634	2,6	16,8
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	1.184	8,3	-21,8	2.030	8,2	-19,3
Commercio di parti e accessori di autoveicoli	187	1,3	24,7	409	1,6	28,2
Commercio, manutenzione e ripar. motocicli, accessori e pezzi di ricambio	81	0,6	15,7	133	0,5	6,4
Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione	271	1,9	-0,4	653	2,6	-4,3
<b><i>Commercio all'ingrosso e intermediazione del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi</i></b>	<b>2.651</b>	<b>18,5</b>	<b>61,4</b>	<b>5.200</b>	<b>21,0</b>	<b>3,5</b>
Intermediari del commercio	1.248	8,7	273,7	1.484	6,0	139,7
Commercio all'ingrosso di materie prime agricole e di animali vivi	137	1,0	-58,4	244	1,0	-64,2
Commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, bevande e tabacco	553	3,9	9,7	1.616	6,5	-25,1
Commercio all'ingrosso di altri beni di consumo finale	299	2,1	30,0	799	3,2	1,4
Commercio all'ingrosso di prod. intermedi non agricoli, rottami e cascami	257	1,8	46,0	711	2,9	32,2
Commercio all'ingrosso di macchinari e attrezzature	111	0,8	70,8	282	1,1	25,3
Commercio all'ingrosso di altri prodotti	46	0,3	1.050,0	64	0,3	433,3
<b><i>Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli; riparazione di beni personali e per la casa</i></b>	<b>9.765</b>	<b>68,0</b>	<b>-11,8</b>	<b>15.730</b>	<b>63,5</b>	<b>-14,3</b>
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati	1.137	7,9	-13,3	3.298	13,3	23,4
Comm. dettaglio prodotti alim., bevande e tabacco in esercizi specializzati	1.554	10,8	-21,8	2.067	8,3	-34,5
Comm. dettaglio prod. farmaceutici, cosmetici e di articoli di profumeria	442	3,1	19,1	975	3,9	19,8
Comm. dettaglio altri prodotti (no seconda mano) in esercizi specializzati	4.801	33,5	1,9	7.340	29,6	-7,4
Commercio al dettaglio di articoli di seconda mano	21	0,1	-48,8	30	0,1	-63,0
Commercio al dettaglio al di fuori dei negozi	1.571	10,9	-32,3	1.736	7,0	-47,0
Riparazione di beni di consumo personali e per la casa	239	1,7	-27,4	284	1,1	-32,5
<b>Totale</b>	<b>14.351</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,5</b>	<b>24.789</b>	<b>100,0</b>	<b>-10,0</b>

Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati Istat, 2005

Tav. 13 - Imprese e addetti alle imprese nel settore dei servizi alle imprese nella provincia di Milano – Censimento 1991-2001 (v.a., val. % e var. %)

	Imprese			Addetti		
	v.a. 2001	val. %	var. % '91-'01	v.a. 2001	val. %	var. % '91-'01
Attività degli studi legali e notari	9.241	13,6	154,5	6.337	2,5	8,3
Contabilità, consulenza societaria, incarichi giudiziari, consul. fiscale	9.187	13,5	166,3	14.145	5,6	62,0
Studi di mercato e sondaggi di opinione	1.679	2,5	123,6	6.478	2,6	87,9
Consulenza amministrativo-gestionale	6.770	9,9	135,0	16.194	6,4	35,7
Attiv. di gest. delle soc. di controllo finanziario (holding operative)	293	0,4	380,3	3.618	1,4	92,8
Attività in materia di architettura, ingegneria ed altre attiv. tecniche	17.438	25,6	148,5	12.550	5,0	-14,6
Collaudi e analisi tecniche	487	0,7	163,2	2.018	0,8	-3,8
Pubblicità	3.706	5,4	41,7	11.493	4,6	7,4
Servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale	594	0,9	177,6	117.229	46,6	18.992,7
Servizi di investigazione e vigilanza	185	0,3	146,7	5.526	2,2	-4,5
Servizi di pulizia e disinfezione	3.416	5,0	100,1	39.260	15,6	138,9
Attività inerenti alla fotografia	1.610	2,4	23,6	881	0,4	-29,5
Attività di imballaggio, confezionamento	344	0,5	38,2	1.557	0,6	58,6
Servizi congressuali di segreteria e di traduzione	2.167	3,2	72,8	3.093	1,2	91,0
Altre attività di servizi n.c.a. di cui:	11.056	16,2	551,9	11.325	4,5	87,4
Imprese ed enti di gestione autorizzate	24	0,0	100,0	1.477	0,6	127,9
Agenzie di recupero crediti	132	0,2	32,0	1.630	0,6	12,6
Agenzie di distribuzione di libri, giornali e riviste	83	0,1	59,6	727	0,3	-18,5
Servizi di gestione di pubblici mercati e pese pubbliche	33	0,0	135,7	131	0,1	-18,6
Design e styling di tessuti, abbigl., calzature, gioielli, mobili, ecc.	974	1,4	82,1	1.238	0,5	106,0
Altre attività di servizi n.c.a. (*)	9.810	14,4	898,0	6.122	2,4	166,9
Totale	68.173	100,0	151,7	251.704	100,0	173,4

(\*) Questa classe comprende: le attività di mediazione, ad esempio la compravendita di piccole e medie imprese, attività commerciali incluse; le attività peritali non inerenti al settore immobiliare o assicurativo, le attività commesse ai bolliini premio, buoni sconto del settore commerciale, ecc.; le attività svolte per conto di privati per procurare loro contatti per la partecipazione a films, rappresentazioni teatrali o altri spettacoli o manifestazioni sportive o per ricercare acquirenti tra gli editori, i produttori, ecc per i libri, le opere teatrali, le opere d'arte, le fotografie, ecc. dei propri clienti, i servizi di segreteria telefonica.

Questa classe non comprende: le attività riguardanti le carte di credito; la progettazione di macchinari e il design industriale; le attività pubblicitarie e di ideazione pubblicitaria.

Fonte: elaborazione Censis-Confindustria su dati Istat, 2005

Tav. 14 - Struttura ricettiva alberghiera ed extralberghiera nel centro storico di Venezia (i.a. e var: %)

	2000	2002	2004	var: % 2002/2004
<i>Settore Alberghiero</i>				
- Esercizi	205	209	221	7,8
- Letti	11.997	12.118	13.728	14,4
<i>Settore extralberghiero</i>				
- Esercizi	142	456	618	335,2
- Letti	2.567	4.200	5.443	112,0

Fonte: elaborazione Censis-Confcommercio su dati APT di Venezia, 2005

Tav. 15 – Imprese e addetti alle imprese nel settore delle attività immobiliari nella provincia di Roma – Censimenti 1991-2001 (i.a. e val. % e var. %)

	Imprese				Addetti						
	v.a. 2001	val. % 2001	var. % '91-'01		v.a. 2001	Dipendenti val. % 2001	var. % '91-'01		v.a. 2001	Indipendenti val. % 2001	var. % '91-'01
Valorizzazione e vendita immobiliare	1.127	11,0	195,0	2.201	42,1	218,5	1.276	10,7	92,5		
Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri	1.010	9,9	376,4	336	6,4	52,0	1.116	9,3	230,2		
Locazione di beni immobili propri e sublocazione	4.542	44,3	1.369,9	1.600	30,6	145,8	5.308	44,4	1.069,2		
Agenzie di mediazione immobiliare	2.160	21,1	87,3	604	11,6	-42,5	2.705	22,6	48,1		
Amministrazione e gestione di beni immobili per conto terzi	1.406	13,7	527,7	481	9,2	129,0	1.560	13,0	434,2		
Totale	1.245	100,0	349,3	5.222	100,0	85,0	11.965	100,0	234,8		

Fonte: elaborazione Censis-Confindustria su dati Istat, 2005

**Tav. 16 - Imprese, addetti e dimensione delle imprese nel settore dei trasporti nella provincia di Bologna – Censimenti 1991-2001** (*n.a., val. % e var. %*)

	Imprese			Addetti						Dimensione media delle imprese	Differenza assoluta '91-'01	
	v.a. 2001	val. % 2001	Var.% '91-'01	v.a. 2001	val. % 2001	var.% '91-'01	v.a. 2001	val. % 2001	var.% '91-'01			2001
Trasporti ferroviari	2	0,0	0,0	2	0,0	-98,7	7	0,1	16,7	4,5	82,0	-77,5
Altri trasporti terrestri, regolari, di passeggeri	35	0,7	1.066,7	1.905	13,9	-25,1	41	0,7	485,7	55,6	849,7	-794,1
Trasporti con taxi	934	19,6	2,5	111	0,8	344,0	985	17,4	6,1	1,2	1,0	0,1
Altri trasporti su strada, non regolari, di passeggeri	82	1,7	192,9	70	0,5	66,7	99	1,8	153,8	2,1	2,9	-0,8
Altri trasporti terrestri di passeggeri	27	0,6	1.250,0	71	0,5	688,9	30	0,5	1.400,0	3,7	5,5	-1,8
Trasporto di merci su strada	3.254	68,4	-7,1	4.948	36,1	47,0	3.760	66,5	-19,8	2,7	2,3	0,4
Trasporti aerei di linea	1	0,0	-	33	0,2	-	1	0,0	-	34,0	-	-
Trasporti aerei non di linea	4	0,1	100,0	31	0,2	520,0	6	0,1	200,0	9,3	3,5	5,8
Movimentazione merci	80	1,7	12,7	3.987	29,0	106,7	224	4,0	-62,6	52,6	35,6	17,0
Magazzinaggio e custodia	49	1,0	36,1	295	2,1	57,8	74	1,3	29,8	7,5	6,8	0,8
Altre attività' connesse ai trasporti terrestri	86	1,8	-10,4	258	1,9	-4,8	140	2,5	-19,1	4,6	4,6	0,0
Altre attività' connesse ai trasporti per via d'acqua	1	0,0	-	0	0,0	-	1	0,0	-	1,0	-	-
Altre attività' connesse ai trasporti aerei	8	0,2	300,0	692	5,0	153,5	10	0,2	400,0	87,8	137,5	-49,8
Attività' di agenzie viaggio, operatori turist., assistenza turist. n.c.a.	118	2,5	40,5	714	5,2	82,1	165	2,9	37,5	7,4	6,1	1,4
Attività' delle altre agenzie di trasporto	79	1,7	6,8	608	4,4	81,0	112	2,0	-5,9	9,1	6,1	3,0
Totale	4.760	100,0	-1,1	13.725	100,0	44,0	5.655	100,0	-16,2	4,1	3,4	0,7

Fonte: elaborazione Censis-Concommercio su dati Istat, 2005