



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



Rapporto sulle Economie Territoriali

FEBBRAIO 2010

Ufficio Studi



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Rapporto sulle Economie Territoriali

FEBBRAIO 2010

Il presente **Rapporto** è stato elaborato con le informazioni disponibili al **12 febbraio 2010**

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

Silvia Criscuolo

Silvio Di Sanzo

Francesco Lioci

Luciano Mauro

Livia Patrignani

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

© 2010 Confcommercio-Imprese per l'Italia

INDICE

INTRODUZIONE E SINTESI DEL RAPPORTO	1
I principali risultati	3
1. IL CONTESTO MACROECONOMICO	19
1.1 Lo scenario internazionale	21
1.2 L'Italia	22
2. I FATTORI DI PRODUZIONE E IL TERRITORIO	25
2.1 La popolazione e l'offerta di lavoro	27
2.2 Le imprese sul territorio	33
2.3 Investimenti e capitale produttivo	37
2.3.1 Ricostruzione dei dati provinciali: gli investimenti e il capitale fisico privato	37
2.3.2 Ricostruzione dei dati provinciali: il valore aggiunto e le unità standard di lavoro	40
2.4 Una funzione di produzione semplificata e la produttività totale dei fattori	40
2.4.1 Il modello di riferimento e le elasticità rilevanti	40
2.4.2 Il legame tra valore aggiunto, fattori e produttività	42
3. LE DINAMICHE DELLE ECONOMIE TERRITORIALI	49
3.1 Analisi e previsioni territoriali del valore aggiunto	51
3.2 Analisi e previsioni territoriali dei consumi delle famiglie	58
La relazione tra valore aggiunto e consumi	58
Stime dei parametri del modello dei consumi	59
3.3 Il ruolo degli investimenti e delle esportazioni nette	62
3.4 Approfondimenti	65
3.4.1 Le dinamiche recenti dell'occupazione nelle regioni italiane	65
3.4.2 Le componenti locali e macro-settoriali della cella crescita: un'analisi <i>shift-share</i> del valore aggiunto provinciale	67
3.4.3 La concentrazione provinciale del valore aggiunto	73
4. LA STRUTTURA TERRITORIALE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE PER CANALE DI VENDITA	77
4.1 Valutazioni aggregate	79
4.2 Analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva	83
4.2.1 Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)	84
4.2.2 Mini-mercati	90
4.2.3 Supermercati	91

4.2.4 Ipermercati	92
4.2.5 Grandi magazzini	94
4.2.6. Grandi superfici specializzate	96
4.2.7 Ambulanti e itineranti	97
4.2.8 Altra distribuzione commerciale	100
4.3 Le imprese del commercio all'ingrosso per regione	101

APPENDICE STATISTICA

Nota tecnica	107
Definizione dei rapporti caratteristici	107

INTRODUZIONE E SINTESI DEL RAPPORTO

I principali risultati

Nel biennio 2008-2009 il Prodotto interno lordo italiano ha subito una contrazione complessiva pari al 5,8%, fenomeno concentrato per la maggior parte, come noto, nello scorso anno (-4,9%¹). L'indicazione di una contrazione del Pil del 4,9% nel 2009, in luogo del 4,6% alla base delle stime e delle previsioni contenute nel presente Rapporto, non modifica il quadro di insieme e le analisi sviluppate nei capitoli successivi.

I territori hanno subito con diversa intensità la recessione. Dal punto di vista dell'evidenza statistica contenuta in questa terza edizione del Rapporto sulle Economie Territoriali, la novità è che mentre nel passato si osservavano tassi di variazione delle grandezze economiche ridotti in valore assoluto e addensati attorno a medie piuttosto modeste, oggi la crisi enfatizza le debolezze e le virtù dei territori. I quali, di conseguenza, si muovono, nella metrica dell'occupazione, del valore aggiunto o dei consumi, con dinamiche molto differenziate.

Manca, d'altra parte, una chiave di lettura semplice. Se è vero, infatti, che la manifattura è stata colpita prima - e quindi le aree che presentano accentuazioni di valore aggiunto sull'industria esportatrice presentano tassi di contrazione dell'attività economica più elevati - è ugualmente vero che la coda lunga della recessione si fa sentire di più negli ambiti territoriali più vocati nei servizi. Il turismo ha subito contraccolpi rilevanti e la dinamica del valore aggiunto nella pubblica amministrazione non è stata in grado di contrastare queste tendenze.

La crisi non avrebbe potuto creare più ostacoli al meccanismo perequativo insito nel progetto di riforma federalista dello Stato. Le regioni ricche lo sono di meno e quindi meno possono trasferire. Quelle povere hanno maggiore bisogno di trasferimenti. Invece di agevolare la convergenza a un qualche equilibrio politicamente negoziato e possibile sotto il profilo economico-finanziario, il biennio 2008-2009 acuisce i problemi e rischia di restituire ai *policy makers* un'Italia più difficile da tenere insieme. Governare la crisi durante la crisi è difficile, ma i cittadini che ne comprendono l'oggettiva complessità. Governare la ripresa lentissima dopo la crisi, con livelli ridotti di benessere e crescenti domande di protezione sociale, può risultare molto più arduo.

Per l'Italia, la questione centrale resta quella della crescita. E' pure vero che l'ossessione della crescita oggi sembra in corso di riduzione a causa di un'ondata culturale che invoca la trasformazione dell'obiettivo della crescita in quello dello sviluppo: più qualità, dei consumi sostenibili e della vita, grazie a un paradigma ideale diverso e a strumenti differenti di misurazione del benessere goduto - o non goduto - dai cittadini. Però, in un modo o nell'altro i livelli essenziali di assistenza, le garanzie per la perdita del posto di lavoro, la sanità, la riduzione del debito pubblico, lo sviluppo del tempo liberato dagli oneri della produzione per dedicarsi a se stessi e alla solidarietà, sono tutti obiettivi nobilissimi che vanno finanziati con risorse, la cui misurazione rimane ancorata agli strumenti dell'economia di mercato: il reddito distribuito e, soprattutto, quello prodotto. In una parola il Prodotto interno lordo.

1 Il quadro macroeconomico pubblicato nella tabella A tiene conto della stima preliminare del PIL nel quarto trimestre diffusa dall'ISTAT il 12 febbraio; le analisi e le previsioni territoriali non ne tengono conto.

Che i problemi di scarsa crescita rimangano è testimoniato dalle nuove valutazioni sulla produttività totale dei fattori e sui rendimenti di scala mostrati dall'ipotetica funzione di produzione dell'Azienda Italia: la produttività totale continua a declinare e i rendimenti di scala, cioè la proporzione della crescita del prodotto in rapporto alla crescita dell'impiego dei fattori di produzione, sono insufficienti. Per produrre un po' di più, in Italia è necessario lavorare e investire in capitale produttivo molto di più.

Da questa condanna non si esce senza quelle riforme strutturali che si continuano a rimandare - ricerca di base e innovazione nel campo delle conoscenze, istruzione, abilitazione e occupabilità di capitale umano, riduzione e riqualificazione delle attività delle Amministrazioni Pubbliche, identificazione e sviluppo di poche rilevanti aree di eccellenza della nostra specializzazione produttiva, *in primis* il turismo.

E' un discorso ben noto ma se le cose non cambiano non si possono cambiare le riflessioni.

Tanti episodi: la svalutazione della lira all'inizio degli anni '90 e poi la necessità di agganciare l'opportunità dell'euro; successivamente l'undici settembre e adesso la profonda e inconsueta recessione mondiale. C'è sempre, a ben vedere, una valida ragione per non fare (le riforme) e c'è sempre qualche emergenza con cui confrontarsi e con la quale è giusto confrontarsi. Rimane il fatto che anche la passata recessione conferma che il paese perde di più in tempo di crisi e cresce meno dei partner in tempi di ripresa. Il quadro macroeconomico non presenta, quindi, sorprese (positive), né per il passato né in termini prospettici (tab. A).

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

	2003-2007	2008	2009	2010	2011
PIL	1,2	-1,0	-4,9	0,9	1,0
Importazioni di beni e servizi fob	3,4	-4,5	-14,1	2,5	3,0
Spesa delle famiglie residenti	1,1	-0,9	-1,7	0,7	1,1
- Spesa sul territorio economico	1,0	-1,0	-1,8	0,7	1,0
Spesa della P.A. e ISP	1,5	0,6	1,2	-0,1	0,3
Investimenti fissi lordi	1,3	-3,0	-12,6	0,7	1,9
Esportazioni di beni e servizi fob	2,9	-3,7	-19,2	4,3	3,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Dunque, il peggio è passato - come documentano, per esempio, le evidenze dell'Indicatore dei Consumi Confcommercio relative all'ultimo trimestre del 2009 - ma il meglio stenta a vedersi - come segnala la contrazione congiunturale del Pil nel quarto trimestre (-0,2%). Il reddito disponibile delle famiglie in termini reali, cioè in termini di potere d'acquisto, è complessivamente cresciuto dell'1,3% tra il 2002 e il 2008. Poiché la popolazione residente, secondo i dati Istat, nello stesso periodo è cresciuta di circa lo 0,6% annuo, che vuole dire del 4,6% cumulato, il reddito reale di cui dispone mediamente un italiano si è contratto di oltre 3,3 punti percentuali. Tradotto

in termini di spesa per consumi delle famiglie residenti, possiamo affermare che la spesa reale pro capite alla fine del 2011 si collocherà ancora ai livelli di inizio 2000. E' all'interno di questo perimetro che vanno lette le difficoltà che il sistema economico, e in particolare il commercio, ha dovuto affrontare e con le quali si dovrà misurare ancora, purtroppo, a lungo.

Tab. B - Decomposizione della crescita *
var.% reali - contributi di ciascuna variabile alla var. % del valore aggiunto

	1996-2000	2001-2007	2008	2009	2010	2011
Italia						
Unità di lavoro	0,6	0,7	-0,1	-1,6	0,1	0,8
Capitale	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
PTF	1,0	0,3	-1,0	-3,1	0,8	0,0
var. % valore aggiunto	1,8	1,2	-0,9	-4,6	0,9	1,0
Nord-ovest						
Unità di lavoro	0,5	0,6	-0,1	-1,3	0,1	0,9
Capitale	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Contributo % PTF	0,7	0,3	-1,2	-2,9	0,7	0,0
var. % valore aggiunto	1,4	1,1	-1,1	-4,1	0,9	1,1
Nord-est						
Unità di lavoro	0,9	0,6	0,3	-1,4	0,1	0,6
Capitale	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
PTF	1,2	0,4	-1,1	-2,0	0,7	0,0
var. % valore aggiunto	2,2	1,2	-0,6	-3,3	0,9	0,7
Centro						
Unità di lavoro	0,6	1,2	0,1	-1,1	0,1	0,6
Capitale	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
PTF	0,8	0,3	-0,9	-3,8	0,7	0,2
var. % valore aggiunto	1,6	1,6	-0,6	-4,5	1,1	1,1
Sud						
Unità di lavoro	0,4	0,4	-0,4	-2,3	0,1	1,0
Capitale	0,2	0,2	0,2	-0,2	-0,1	-0,1
PTF	1,4	0,2	-0,9	-4,2	0,8	0,0
var. % valore aggiunto	2,0	0,8	-1,1	-6,6	0,7	0,9

* la var. % del valore aggiunto è la somma delle componenti; essa può differire dalla var. % del valore aggiunto per l'effetto degli arrotondamenti.

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Di cosa è stata fatta la recessione appena superata e su cosa si basano le previsioni di (debole) crescita? La riduzione del Pil nel corso del 2008 e soprattutto del 2009 è dovuta a una riduzione della produttività totale dei fattori (tab. B). In pratica non soltanto si è lavorato meno, per sopravvenuta disoccupazione o cassa integrazione, ma si è lavorato peggio, nel senso che gli

impianti e gli uffici sono stati fatti funzionare a scartamento ridotto pure in presenza di forza lavoro in eccesso. Per comprendere meglio il punto si pensi a quanto viene detto oggi da molti interlocutori accademici o politici: la preoccupazione è che la ripresa sia priva di una crescita occupazionale (una ripresa senza occupazione). Per simmetria, guardando i dati della tab. B, dobbiamo affermare che la recessione 2008-2009 si è realizzata in presenza di “molta” occupazione. Non appaia paradossale: a fronte di una riduzione del Pil di quasi 5 punti percentuali nel 2009, le unità standard di lavoro si riducono “soltanto” del 2,7% (cioè di circa 680.000 unità). Questo valore, moltiplicato per un’elasticità del valore aggiunto all’occupazione pari a circa 0,6, fornisce il contributo del lavoro alla variazione del prodotto (cioè il -1,6% della prima riga di tab. B).

Il sistema degli ammortizzatori sociali, opportunamente esteso e potenziato con i provvedimenti del Governo durante l’anno appena passato, sta funzionando bene. D’altra parte, non mancano le preoccupazioni per la crescita della disoccupazione. L’espansione della produzione non attirerà nuova occupazione finché il prodotto per occupato non migliorerà adeguatamente, proprio perché esso si è ridotto nel corso del biennio recessivo. Insomma, al di là dei comprensibili timori sulle prospettive del lavoro sia dipendente sia indipendente, con le conseguenti azioni di tutela dei lavoratori, è il livello aggregato della produzione che stabilisce i tempi, i modi e gli ammontari dell’espansione della base occupazionale.

Come detto, nella formulazione del meccanismo che lega capitale, lavoro e output, il fattore residuale - la cosiddetta PTF - gioca un ruolo importante. E’ una malattia da bassa o decrescente produttività che ha introdotto il paese nella recessione severa del 2009, già con una riduzione di output per il 2008, caso raro tra i paesi dell’Europa a 27. In termini previsionali, si è ipotizzato che alla trascurabile ripresa occupazionale del 2010 corrisponda un miglioramento dello sfruttamento degli impianti, con un incremento di produttività totale che porta al +0,9% reale la variazione del Pil per quest’anno. Nel 2011, invece, tale contributo è sostanzialmente nullo, a ribadire la difficoltà di intraprendere un sentiero di crescita trainato dalla produttività, fidando invece su un buon contributo dell’occupazione. In ogni caso, alla fine del periodo di previsione, il livello di occupazione sarà ancora sensibilmente inferiore ai massimi del 2007 (meno di 24,5 milioni di ULA contro un livello superiore ai 25 milioni alla fine del 2007). Il contributo della formazione di capitale, attraverso gli investimenti netti, permane molto ridotto nel periodo storico analizzato come anche nell’orizzonte di previsione.

La lettura per aree geografiche enfatizza una crisi più accentuata nel Mezzogiorno, dove le variabili di contesto e la scarsa propensione agli investimenti producono l’immagine di una recessione più profonda della media del paese. Le stesse prospettive di recupero appaiono addirittura più modeste.

Per il passato, una moderata convergenza dei valori pro capite si può desumere sia dalle indicazioni di tab. C, che mostra il prodotto per occupato a tempo pieno, sia dalle variazioni percentuali in serie storica lunga del prodotto per abitante residente nelle diverse regioni italiane, come dalle evidenze di tab. D. Il prodotto per occupato della regione “più produttiva”, la Lom-

bardia, rispetto al prodotto per occupato della meno produttiva (la Calabria) scende dal 150% per cento del 1995 al 145,8% del 2011 (rapportando ancora la Lombardia con il Molise). Il fenomeno di riduzione dei divari - tenuto conto della dinamica demografica - è presente ma del tutto marginale.

Se, dunque, nel corso dell'ultimo decennio, le distanze tra Mezzogiorno e resto del paese si sono moderatamente ridotte in termini di prodotto per occupato o per residente, ciò è accaduto soltanto per una riduzione di occupazione e di popolazione residente e non già per un miglioramento della produttività totale dei fattori o per una crescita del peso complessivo dell'area sul Pil nazionale. Al contrario: in termini assoluti, il Mezzogiorno si distanzia ulteriormente, posizionandosi a fine 2011 su un livello di valore aggiunto reale inferiore di oltre il 6% rispetto all'acquisito del 2007.

Tab. C - Valore aggiunto ai prezzi base per unità standard di lavoro
valori concatenati, anno di riferimento 2000

	1995	2000	2008	2009	2010	2011
Piemonte	45.048	45.980	45.931	44.698	45.248	45.403
Valle d'Aosta	46.102	42.957	45.025	44.047	44.422	44.704
Lombardia	50.769	52.640	52.627	51.702	52.250	52.944
Trentino-Alto Adige	44.493	46.436	47.119	45.712	46.799	46.856
Veneto	43.992	46.075	46.821	46.666	47.109	47.624
Friuli-Venezia Giulia	41.904	43.289	45.110	45.054	45.438	46.035
Liguria	43.158	45.847	46.796	45.651	45.942	46.449
Emilia Romagna	44.326	46.916	46.695	45.796	46.781	46.937
Toscana	42.605	44.993	45.097	43.510	44.903	44.917
Umbria	40.491	41.075	40.701	39.865	40.068	40.502
Marche	37.660	40.448	41.475	39.003	39.754	39.951
Lazio	50.108	51.835	51.777	50.510	51.028	52.016
Abruzzo	38.021	40.967	40.606	39.772	39.029	39.847
Molise	35.946	37.202	37.421	36.167	35.878	36.313
Campania	35.999	38.570	39.228	38.385	38.530	38.907
Puglia	34.482	37.867	38.006	37.315	37.463	38.063
Basilicata	35.695	36.836	38.160	36.271	36.296	36.503
Calabria	33.863	38.289	37.758	36.156	36.636	36.640
Sicilia	38.584	40.070	40.663	39.046	39.604	39.683
Sardegna	38.048	39.116	38.828	37.822	37.930	38.274
ITALIA (*)	43.382	45.471	45.818	44.808	45.343	45.779

(*) Al netto del valore aggiunto non attribuibile su base territoriale (cosiddetto extra-regio).
Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confindustria su dati ISTAT.

La correlazione diretta, moderata ma significativa, tra capitale fisico produttivo per occupato (in unità standard) e variazione del valore aggiunto provinciale è documentata dalla fig. A.

Le variabili che determinano la crescita sono molte ma a parità di altre condizioni l'incremento di reddito è positivamente collegato allo stock di capitale.

Tab. D - Valore aggiunto regionale per abitante

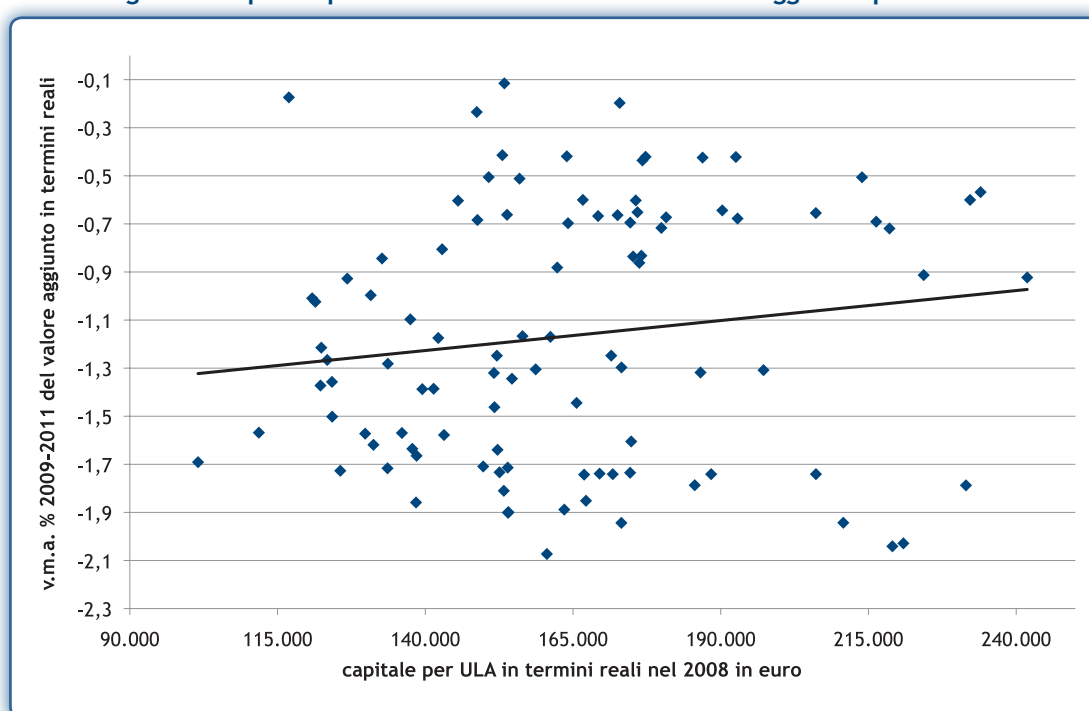
	2008	2008	1996-08	2009-11
	in euro a prezzi correnti	Italia =100	v.m.a. in termini reali	v.m.a. in termini reali
Piemonte	25.855	109,5	0,5	-1,9
Valle D'Aosta	27.359	115,9	-0,2	-1,7
Lombardia	30.633	129,7	0,5	-1,1
Liguria	24.407	103,4	1,1	-1,2
Trentino-Alto Adige	29.278	124,0	0,4	-1,5
Veneto	27.666	117,2	0,8	-1,2
Friuli-Venezia Giulia	26.524	112,3	1,0	-1,0
Emilia Romagna	29.182	123,6	0,7	-1,6
Toscana	25.776	109,2	0,8	-1,9
Umbria	21.949	92,9	0,6	-2,0
Marche	24.000	101,6	1,2	-2,4
Lazio	27.928	118,3	0,9	-0,9
Abruzzo	19.538	82,7	0,7	-2,4
Molise	18.015	76,3	1,4	-1,7
Campania	14.899	63,1	0,9	-1,7
Puglia	15.504	65,7	1,2	-1,5
Basilicata	17.243	73,0	1,6	-2,2
Calabria	15.015	63,6	1,3	-2,0
Sicilia	15.188	64,3	0,9	-1,7
Sardegna	17.932	75,9	0,9	-1,9
Nord-ovest	28.613	121,2	0,6	-1,3
Nord-est	28.230	119,5	0,7	-1,4
Centro	26.249	111,2	0,9	-1,5
Sud	15.735	66,6	1,0	-1,8
ITALIA	23.615	100,0	0,8	-1,4

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

La fig. A è molto importante perché chiarisce che nell'esercizio previsionale presentato in questo Rapporto nessuna delle 103 province italiane presenta nel periodo 2009-2011 una variazione media annua positiva in termini di valore aggiunto. La profondità della recessione e la debolezza della ripresa sono fenomeni che non risparmiano alcun territorio, producendo, come detto, i peggiori effetti complessivi nel Mezzogiorno d'Italia.

Il ruolo dei servizi di mercato nel determinare la crescita di lungo termine è positivo e statisticamente significativo (cap. 4). La questione della terziarizzazione dell'economia ha, come noto, due facce. La prima riguarda l'ampliamento della quota dei servizi nella generazione del valore aggiunto complessivo. L'altra si riferisce al minore prodotto medio nella maggior parte dei settori dei servizi rispetto alla manifattura, sebbene il prodotto medio nei servizi risulti crescente. La combinazione di questi fenomeni ha portato a un freno della crescita della produttività del lavoro in quanto le unità di lavoro entrano in un settore in espansione (i servizi) con un prodotto medio inferiore a quello del settore di provenienza (la manifattura).

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



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

In generale, ciò è accaduto per la maggior parte delle economie più mature le quali, però, a prescindere dall'Italia, hanno superato rapidamente questa transizione a causa di un tasso di crescita del prodotto medio nei servizi particolarmente rapido. Così dopo una prima fase, appunto di transizione, il prodotto nei servizi ha superato quello della manifattura e ciò, verificandosi in un macro-settore in forte espansione, ha cumulato gli effetti positivi in termini di crescita. Nel nostro paese questa fase sta durando troppo a lungo, forse anche per la scarsa attenzione delle politiche pubbliche all'area dei servizi².

2 Il caso più eclatante è quello del turismo, seppure oggi investito di una nuova attenzione da parte del Governo. Si ripete fino alla noia che il nostro è un Paese trainato dalle esportazioni. Conseguentemente, si sono anche di recente forniti incentivi agli investimenti in beni strumentali delle imprese manifatturiere orientate ai mercati esteri (e nulla, coerentemente, per esempio per il capitale produttivo del commercio, come poteva essere qualcosa riguardante la ristrutturazione dei negozi). Ancora, di recente, è stata abbozzata l'idea che la rimodulazione della pressione fiscale potrebbe seguire il percorso di una riduzione del cuneo fiscale, con benefici per imprese e lavoratori, compensando il minore gettito con l'incremento delle aliquote Iva. Si vuole intendere che la combinazione di queste manovre porterebbe le nostre imprese a essere più competitive sui mercati esteri. Si trascura stranamente di ricordare che

Una delle ragioni della deludente performance del Mezzogiorno nel complesso è facilmente identificabile nella scarsa performance relativa del comparto turistico, specialmente nella capacità di attirare visitatori stranieri (per 100 presenze turistiche nel Nord-est 47 sono straniere, mentre tale parametro scende a 30 nel Sud). Sarebbe auspicabile cambiare l'accento settoriale delle politiche pubbliche rivolte al sostegno delle aree del Mezzogiorno.

Nella valutazione delle performance territoriali non si può dimenticare il complesso delle variabili socio-istituzionali. Ad esempio, come segnala anche l'ultimo Rapporto Svimez³, la mancata riduzione dei divari regionali può essere ascritta anche alla poco oculata gestione dei fondi europei stanziati nel periodo 2000-2006. Non si tratta di gestione manchevole sotto il profilo quantitativo, essendo stata utilizzata un'ampia frazione dei fondi, quanto sul piano qualitativo e cioè della capacità delle risorse di attivare investimenti e produzione aggiuntiva. Per il futuro prossimo, la Svimez segnala perplessità sulle possibilità di ottenere risultati adeguati, anche in ragione di un mutamento nella definizione degli obiettivi delle risorse da attribuire al Mezzogiorno. Infatti, il nuovo ciclo di programmazione identifica negli obiettivi di servizio un requisito fondante per l'attribuzione delle risorse. Per servizio si intende non più una dimensione strettamente produttiva - più investimenti in infrastrutture di trasporto, per esempio - ma la rimozione degli impedimenti all'accrescimento del benessere dei cittadini beneficiari. In particolare, l'idea è che l'incremento dei livelli di conoscenza e competenza soprattutto dei giovani, la provvista di servizi sociali più estesi ed efficaci e una maggiore attenzione al capitale ambientale possano, meglio delle infrastrutture direttamente a servizio della produzione, accrescere la partecipazione al mercato del lavoro, i livelli medi di benessere e, in sostanza, rimettere in moto la società meridionale prima ancora che il sistema economico in senso stretto. Questa rimodulazione degli obiettivi incontra il favore di autorevoli osservatori ma ha suscitato anche critiche più o meno serrate⁴. E' opportuno, in ogni caso, ricordare che la nuova definizione degli obiettivi potrebbe essere maggiormente suscettibile di controllo da parte dell'opinione pubblica, visto che i livelli di benessere sono meglio valutabili rispetto agli investimenti in opere pubbliche che richiedono tempi lunghi di attuazione. Questo creerebbe un legame più stretto tra spesa, obiettivi, controllo e istituzioni. Le variabili di contesto socio-istituzionale (variamente misurate come durata media dei processi civili⁵, tasso

la contabilità nazionale (italiana come anche quelle di qualsiasi altro paese dotato di strumenti statistici adeguati), classifica nelle esportazioni le spese sul territorio nazionale effettuate dai non residenti, in buona sostanza il turismo. Dunque, il risultato della supposta manovra di rimodulazione della pressione fiscale - da Irpef a Iva - da una parte farebbe, almeno in teoria, esportare più manufatti, ma dall'altra ridurrebbe decisamente la competitività del nostro sistema turistico che ha una cospicua importanza nel determinare il saldo con l'estero del nostro paese. In ogni caso l'affermazione che nella suddetta ipotesi trarrebbero beneficio le aziende esportatrici mediante una maggiore competitività non è tecnicamente corretta (anche pizzerie e alberghi esportano) visto che per molte di esse crescerebbero proprio i prezzi all'esportazione (crescerebbero i prezzi, cioè, per i loro potenziali clienti, i turisti, appunto).

3 Rapporto Svimez 2009 sull'Economia del Mezzogiorno.

4 La stessa Svimez nel citato Rapporto suggerisce alcuni spunti critici mentre altri appaiono più favorevoli (per esempio, M. D'Antonio, Una riflessione sulle prospettive del Mezzogiorno a partire dal Rapporto Svimez 2009, Economia Italiana, nr. 2, 2009).

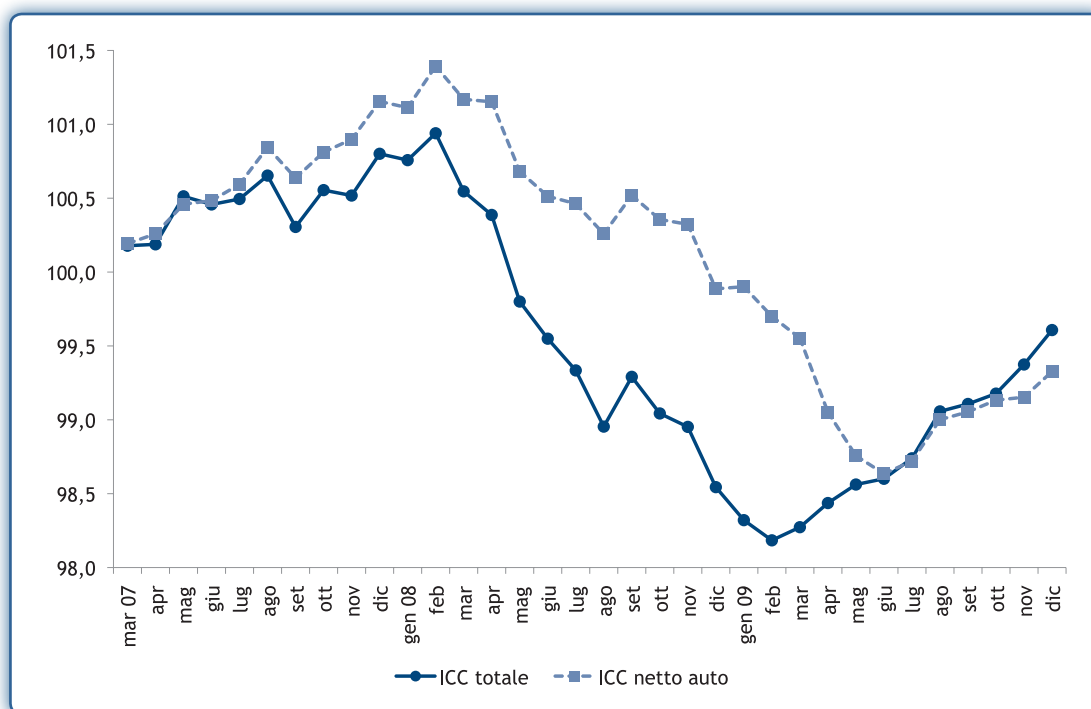
5 Con riferimento al 2006, la durata media dei procedimenti di cognizione ordinaria nel Mezzogiorno è di circa 1200 giorni contro i 694 del Nord-ovest; i procedimenti relativi alle materie di lavoro, previdenza e assistenza durano circa 1030 giorni nel Sud contro 369 giorni del Nord-ovest. Allo stesso modo i procedimenti esecutivi immobiliari durano circa 2300 giorni nel Sud contro 1030 giorni nel Nord-ovest (dati tratti da Carmignani A., Giacomelli S., La giustizia civile in Italia, Banca d'Italia, Questioni di Economia e Finanza, n. 40, febbraio 2009). E' evidente che l'attrattività

di abbandono nella scuola secondaria, numero di denunce per reati ...) non vengono considerate nelle funzioni di produzione come quella utilizzata nel cap. 2 e deputata a produrre le previsioni sul valore aggiunto territoriale presentate in questo Rapporto. L'influenza di tali variabili omesse è determinante nel medio-lungo termine: lo stesso ammontare di risorse produttive può sortire effetti molto differenziati, in funzione mediata di variabili non strettamente economiche. La diversa produttività totale dei fattori mostrata in tab. B rispecchia in termini aggregati queste differenze territoriali nell'efficienza dei fattori produttivi impiegati dal sistema economico.

In estrema sintesi si può affermare che la recessione ormai alle spalle ha acuito e non modificato i problemi strutturali del paese, anche in termini di disuguaglianze regionali nella dotazione dei fattori - che migrano da Sud a Nord - e, conseguentemente, nelle performance dei territori.

La recessione che ha interessato i servizi e il commercio, in particolare, durerà di più che nell'area della manifattura. Il punto è di rilievo. Si deve notare, in via preliminare, che lo sviluppo dei consumi delle famiglie nell'ultima parte del 2009 è largamente attribuibile al settore della mobilità e, segnatamente, alle immatricolazioni di auto a persone fisiche (fig. B). Ciò non toglie che il segnale di miglioramento sia in corso di diffusione ad altre aree di consumo. Tuttavia, l'effetto degli incentivi all'automobile, distorcendo i prezzi relativi a favore di un settore, ha privato gli altri settori dei consumi commercializzabili di significative risorse.

Fig. B - ICC destagionalizzato in volume
indice dei livelli gen. 2007=100 - medie mobili a tre mesi non centrate



Fonte: Consumi&Prezzi, Ufficio Studi Confcommercio, febbraio 2009.

di un territorio nei confronti di investitori qualificati - e quindi il suo tasso di crescita potenziale - è direttamente correlata anche al funzionamento della giustizia civile, a prescindere se le cause dell'inefficienza assoluta o relativa siano da rinvenire in una mancanza di risorse o in una minore produttività degli addetti.

Il riequilibrio richiederà del tempo. Non sembra corretto dal punto di vista logico sostenere che gli incentivi generino domanda aggiuntiva, se non in relazione al solo settore beneficiario (e sottraendo risorse dai settori che non beneficiano degli incentivi). A causa degli incentivi settoriali quasi certamente la propensione al consumo aggregata - cioè il rapporto tra totale spesa per consumi e reddito disponibile - diminuisce, attraverso il meccanismo per cui lo stato regala 100 (via minori prezzi relativi di uno o più beni incentivati) e di questo reddito disponibile aggiuntivo solo una frazione finisce a consumi (mentre se la domanda totale aggiuntiva superasse 100 sarebbero risolti tutti i problemi delle economie planetarie: basterebbe dare incentivi per fare crescere consumi e Pil in modo esorbitante).

La fig. B chiarisce, purtroppo, che al netto della spesa per automobili, i consumi tracciano un profilo di ripresa piuttosto esiguo. Vi sono una pluralità di concause che agiscono contro una ripresa robusta dei consumi. Alla questione occupazionale si è già fatto cenno.

Poco si dibatte - anche perché poco si sa - dell'effetto del possibile decremento del valore (effettivo e percepito) della ricchezza immobiliare in termini di propensione aggregata al consumo⁶. La dinamica interna del mercato immobiliare appare piuttosto depressa. Questo dovrebbe generare un freno alla ripresa della propensione al consumo. Nonostante l'inflazione sia storicamente ai livelli più bassi, il processo di formazione dei redditi delle famiglie appare insufficiente a fornire propellente per la ripresa della domanda. Anche il turismo sul territorio nazionale dovrebbe fornire un contributo negativo. Pertanto, il commercio dovrà fare fronte, almeno per un intero altro anno, il 2010, a gravi difficoltà.

Il tema più rilevante, nell'analisi della distribuzione commerciale, riguarda, oggi, il cosiddetto "ritorno alla prossimità". Ci si riferisce a un insieme di fenomeni che vanno dal sostanziale rallentamento delle nuove aperture di grandi superfici, specializzate e non, alla riduzione della metratura media dei negozi più grandi, al successo dei formati medio-piccoli all'interno delle grandi città, alla nuova ondata di affiliazione di negozi indipendenti medio-piccoli all'interno di grandi catene.

Questi fenomeni - come evidenze di superficie - sono governati in profondità dalla sociodemografia che muta lentamente ma inesorabilmente la caratterizzazione del consumatore, sempre più infedele a marche e formati, sempre più anziano e allo stesso tempo più acculturato (per un effetto coorte per il quale i maturi di oggi assomigliano sempre meno agli anziani di ieri).

Se queste interpretazioni possono essere condivisibili allora stiamo tornando a riscoprire il ruolo del centro urbano nell'economia del paese nel complesso e nelle dinamiche commerciali, in particolare. Le 15 città più popolate - incluse in altrettanti sistemi locali del lavoro - rappresentavano poco più del 30% dei residenti, senza variazioni delle proporzioni sulla popolazione italiana tra il 1996 e il 2005 ma con una verosimile moderata crescita nell'ultimo quinquennio. La città

6 Qui si fa riferimento alle considerazioni sviluppate in Rapporto Consumi, dicembre 2008, Ufficio studi Confcommercio.

“economica”, intesa come entità fluida che fornisce spazi e tempi alle relazioni socio-economiche estese, e al di là dei confini del comune amministrativo, assume un rilievo sempre crescente.

Il valore aggiunto prodotto in questi sistemi locali da chiunque vi lavori, quindi anche dai non residenti, sfiora il 40% nel 2005, in crescita rispetto al 1996 e sostanzialmente stabile rispetto al 2001. L'occupazione assoluta e il tasso di opportunità di essere occupati se si è residenti in questi macrosistemi cittadini risultano sempre maggiori rispetto alla media nazionale. Il prodotto medio per occupato segue gli stessi profili. Di più: la quota di valore aggiunto prodotto dai servizi in tali sistemi locali supera il 42%, palesando una significativa accentuazione di specializzazione delle grandi città nella produzione di servizi. Si sta passando dai distretti industriali alle città terziarie.

Tab. E - Esercizi commerciali (unità locali)
numerosità e rapporti caratteristici - 2009 (giugno)

	Nord	Centro	Sud	Italia
	numerosità			
1. Piccolo dettaglio	284.329	151.586	322.794	758.709
Area alimentare	71.781	38.695	94.246	204.722
Non specializzati prevalenza alimentare	27.916	15.802	39.652	83.370
Specializzati	43.865	22.893	54.594	121.352
- Tabacco e altri generi di monopolio	12.794	6.257	10.447	29.498
Area non alimentare	212.548	112.891	228.548	553.987
Carburanti	10.336	5.541	8.862	24.739
Medicinali	8.688	3.565	7.104	19.357
Abbigliamento, calzature, cosmetici	69.093	36.411	73.980	179.484
Libri, giornali e art. cartoleria	18.826	9.445	15.192	43.463
Altro (tessili, art. med.e ortop., art. seconda mano)	13.065	6.381	12.587	32.033
2. Commercio ambulante	58.970	32.307	75.769	167.046
3. Grande distribuzione	9.094	3.204	5.506	17.804
Minimercati	2.438	755	2.109	5.302
Supermercati	4.852	1.732	2.549	9.133
Ipermercati	353	82	117	552
Grandi magazzini	489	426	437	1.352
Grandi superfici specializzate	962	209	294	1.465
4. Altre forme di distribuzione	14.271	6.124	8.247	28.642
Totale dettaglio (1+2+3+4)	366.664	193.221	412.316	972.201
5. Commercio all'ingrosso	310.966	127.194	211.232	649.392
Ingrosso tradizionale	115.792	43.907	84.033	243.732
Intermediari	131.582	54.356	65.752	251.690
Ingrosso auto	63.592	28.931	61.447	153.970
Totale commercio (dettaglio+ingrosso)	677.630	320.415	623.548	1.621.593

continua a pag. 14

continua da pag. 13 (tab. E)

	Nord	Centro	Sud	Italia
punti vendita x 10.000 abitanti				
Piccolo dettaglio	104	129	155	126
Area alimentare	26	33	45	34
Non specializzati prevalenza alimentare	10	13	19	14
Specializzati	16	19	26	20
-Tabacco e altri generi di monopolio	5	5	5	5
Area non alimentare	78	96	110	92
Carburanti	4	5	4	4
Medicinali	3	3	3	3
Abbigliamento, calzature, cosmetici	25	31	36	30
Libri, giornali e art. cartoleria	7	8	7	7
Altro (tessili, art. med.e ortop., art. seconda mano)	5	5	6	5
Commercio ambulante	22	27	36	28
Altro	5	5	4	5
superficie (mq) x 10.000 abitanti				
Grande distribuzione (*)	4.076	2.949	2.277	3.229
Minimercati	267	194	291	261
Supermercati	1.645	1.326	953	1.342
Ipermercati	790	403	366	567
Grandi magazzini	350	501	260	349
Grandi superfici specializzate	1.024	525	407	712

(*) al 31/12/2008.

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

Quindi il commercio non può che seguire, e contribuire a modellare, questa nuova urbanizzazione qualificata. Se si considera poi non soltanto il processo di invecchiamento della popolazione ma anche la parcellizzazione accentuata della famiglia, con la frazione di nuclei grandi con 5 o più componenti che passa in soli 10 anni, dal 1997 al 2007, dal 7,3% del totale famiglie al 5,6%, si comprende che l'idea dell'ipernegozio adatto alle spedizioni infrequenti, faticose ma convenienti, per la creazione di scorte domestiche tende a perdere consistenza. La sfida sembra oggi l'identificazione di *location* di prossimità nelle quali la gestione operativa equilibrata del punto di vendita non sia in contrasto con la proposizione di prezzi convenienti. Lo spazio, all'interno del pluralismo distributivo italiano, il *made-in* commerciale osservato e studiato anche all'estero sembra esserci per tutti: o, meglio, per tutti quelli innovativi e perfettamente efficienti.

Un dato problematico che emerge dal confronto della struttura commerciale tra due punti distanti nel tempo, è la progressiva riduzione dei piccoli negozi alimentari della distribuzione relazionale (i piccoli negozi che basano o dovrebbero basare il successo della formula su relazioni dirette *one-to-one* con la clientela, piuttosto che sulla proposizione di valori di *convenience*; tab. F).

Il fenomeno è concentrato sui negozi specializzati: in particolare, frutta e verdura, macellerie, panetterie. Per questi negozi la riduzione complessiva è di oltre 8.000 unità, il che contrasta, in un certo senso, con l'idea - sbagliata, fortunatamente - che la specializzazione e la focalizzazione sul business dovrebbero migliorare le performance. La focalizzazione non dovrebbe essere, almeno così suggeriscono le evidenze empiriche, sul settore quanto sul cliente. Sul versante dei costi, poi, le tecnologie dell'informazione e l'organizzazione degli acquisti su base consortile o mediante meccanismi di affiliazione a catene che possono fornire *know-how* ed economie di scala dal lato dei costi, fanno il resto. Chi non si adegua rinnovandosi è costretto a lasciare il mercato per fare spazio ai più efficienti.

Tab. F - Unità locali (esercizi commerciali)
var. assolute 2009 su 2002

	Nord	Centro	Sud	Italia
1. Piccolo dettaglio	1.291	11.299	18.607	31.197
Area alimentare	-3.589	1.473	-1.869	-3.985
Non specializzati prevalenza alimentare	2.163	3.023	6.215	11.401
Specializzati	-5.752	-1.550	-8.084	-15.386
- Tabacco e altri generi di monopolio	2.293	1.253	1.824	5.370
Area non alimentare	4.880	9.826	20.476	35.182
Carburanti	455	435	724	1.614
Medicinali	1.056	509	1.160	2.725
Abbigliamento, calzature, cosmetici	-160	3.818	5.263	8.921
Libri, giornali e art. cartoleria	-666	362	669	365
Altro (tessili, art. med.e ortop., art. seconda mano)	3.763	2.170	4.397	10.330
2. Commercio ambulante	12.188	9.376	18.480	40.044
3. Grande distribuzione	2.048	619	2.131	4.798
Minimercati	427	131	1.028	1.586
Supermercati	1.152	339	750	2.241
Ipermercati	97	12	62	171
Grandi magazzini	53	77	114	244
Grandi superfici specializzate	319	60	177	556
4. Altre forme di distribuzione	-1.340	-2.355	-9.488	-13.183
Totale dettaglio (1+2+3+4)	14.187	18.939	29.730	62.856
5. Commercio all'ingrosso	8.334	8.439	16.350	33.123
Ingrosso tradizionale	11.565	7.123	13.705	32.393
Intermediari	-3.256	495	2.392	-369
Ingrosso auto	25	821	253	1.099
Totale commercio (dettaglio+ingrosso)	22.521	27.378	46.080	95.979

continua a pag. 16

continua da pag. 15 (tab. F)

	Nord	Centro	Sud	Italia
var. assolute pdv x 10.000 abitanti				
Piccolo dettaglio	-6,0	0,7	6,8	-0,6
Area alimentare	-3,0	-1,1	-1,6	-2,3
Non specializzati prevalenza alimentare	0,2	1,8	2,7	1,3
Specializzati	-3,2	-2,9	-4,3	-3,6
- Tabacco e altri generi di monopolio	0,6	0,7	0,8	0,7
Area non alimentare	-2,9	1,8	8,4	1,8
Carburanti	-0,1	0,0	0,3	0,1
Medicinali	0,2	0,2	0,5	0,3
Abbigliamento, calzature, cosmetici	-1,6	1,2	2,0	0,1
Libri, giornali e art. cartoleria	-0,7	-0,3	0,2	-0,3
Altro (tessili, art. med.e ortop., art. seconda mano)	1,2	1,6	2,1	1,5
Commercio ambulante	3,4	6,5	8,5	5,7
Altro	-0,8	-2,5	-4,7	-2,5
var. assolute della superficie x 10.000 abitanti				
Grande distribuzione (*)	1.128	718	1.082	1.047
Minimercati (**)	28	22	135	65
Supermercati	362	268	286	323
Ipermercati	201	63	199	177
Grandi magazzini	-24	38	66	22
Grandi superfici specializzate	322	155	240	265

(*) Per la grande distribuzione, escluso i minimercati, la variazione è 2008 su 2002; (**) per i minimercati la variazione è 2008 su 2004; (***) nel calcolo della densità (mq. per 10.000 abitanti) del 2002 è assente il dato relativo alla superficie dei minimercati. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Il conflitto grandi-piccoli non è utile in chiave interpretativa e comunque sarebbe anti-storico. E' stato messo in luce più volte che il conflitto ha penalizzato i piccoli negozi soprattutto nella prima parte post-liberalizzazione. Oggi il problema è la crisi dei redditi che genera restrizione sulle capacità di spesa dei cittadini, fenomeno al quale si aggiunge la mancata liberalizzazione di altri importanti settori che detenendo ancora un potere monopolistico, nazionale o locale poco importa, drenano risorse a danno delle imprese concorrenziali.

Se si considerano i macro-dati delle dinamiche commerciali tra il 2009 (le informazioni si riferiscono a giugno) e il 2002 si evince che per 10.000 abitanti l'offerta di punti di vendita del dettaglio relazionale passa da 127 a 126 (tabb. E ed F). Da un lato, quindi, alcuni settori del dettaglio tradizionale perdono gravemente peso in termini di numerica - è il tema della nati-mortalità delle imprese del commercio - dall'altro la distribuzione segue mediamente la dinamica della popolazione presente sul territorio provando a mantenere costanti i livelli di servizio.

La riduzione sopra evidenziata è bilanciata dall'incremento dei punti di vendita ambulanti e itineranti, la cui cifra in rapporto alla popolazione passa da 22 a 28 per 10.000 abitanti nel

periodo considerato. Una nuova dignità per questo fondamentale canale di prossimità si affaccia dunque nelle logiche competitive tra formule commerciali. Nel futuro prossimo, se la recessione, come si suggerisce in questo Rapporto, dovesse lasciare spazio alla ripresa, seppure lenta e incerta, il canale degli ambulanti potrebbe proseguire nel suo trend di crescita.

In sintesi, l'attuale scenario e le proporzioni che si stanno affermando tra formule e formati sembra in via di assestamento. Il gradimento sempre elevato che i cittadini italiani manifestano verso il commercio nell'ambito dei vari settori dei servizi⁷ conferma ancora una volta che le politiche pubbliche dovrebbero attrezzarsi per migliorare l'efficienza, via liberalizzazioni reali, di altri settori produttivi della nostra economia al fine di accrescere il prodotto potenziale complessivo del paese.

7 Cfi Group&GPF per Cfmt, La customer satisfaction dei servizi in italia, 2008.

CAPITOLO 1

IL CONTESTO MACROECONOMICO

1.1 Lo scenario internazionale

La stima preliminare del Pil del quarto trimestre 2009 nelle principali economie avanzate, consente di stilare un primo consuntivo del 2009, anno caratterizzato da generalizzate e profonde flessioni del prodotto interno lordo.

Un elemento importante da sottolineare è la perdita di centralità, in termini di propulsione dell'economia mondiale, da parte dei paesi a sviluppo maturo (tra i quali il blocco dell'UE, gli Stati Uniti e il Giappone). Le economie europee hanno accusato nel 2009 una flessione del prodotto superiore mediamente al 4%. Più moderata, invece, la contrazione in Spagna (-3,6%) e in Francia (-2,2%), mentre al di fuori dell'Europa, la caduta produttiva in Giappone ha superato il 5%, mantenendosi più contenuta negli Usa (-2,4%), pur trattandosi del paese da cui è originata la forte spinta recessiva (tab. 1.1).

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

	2007	2008	2009	2010	2011
- Germania (a)	2,6	1,0	-4,9	1,5	1,9
- Spagna (a)	3,6	0,9	-3,6	-0,6	0,9
- Francia (a)	2,3	0,3	-2,2	1,4	1,7
- Italia (a)	1,5	-1,0	-4,9	1,0	1,3
- Italia (previsioni Confcommercio)	-	-	-4,9	0,9	1,0
UEM 16 (a)	2,7	0,5	-4,0	1,0	1,6
Regno Unito (a)	2,6	0,5	-4,8	1,3	2,7
USA (a)	2,1	0,4	-2,4	2,7	2,4
Giappone (a)	2,3	-1,2	-5,1	1,7	2,2
Economie avanzate	2,7	0,5	-3,2	2,1	2,4
- Cina	13,0	9,6	8,7	10,0	9,7
- India	9,3	7,3	5,6	7,7	7,8
- Brasile	5,7	5,1	-0,4	4,7	3,7
- Messico	3,2	1,3	-6,8	4,0	4,7
Economie emergenti ed in via di sviluppo	8,3	6,1	2,1	6,0	6,3
Per memoria:					
PIL mondiale in termini reali	5,2	3,0	-0,8	3,9	4,3
Commercio mondiale (b)	7,2	2,8	-12,3	5,8	6,3

(a) Consuntivo del 2009 sulla base della stima preliminare del IV trimestre di fonti varie; (b) media aritmetica dei tassi di crescita di importazioni ed esportazioni di beni e servizi in quantità.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Eurostat e IMF, *World Economic Outlook, Update January 2010*.

A dispetto di questi andamenti, i mercati emergenti hanno evidenziato solo un sensibile rallentamento, scendendo dal +6,1% del 2008 ad un +2,1% del 2009, tanto che in termini di prodotto mondiale, la recessione ha determinato un decremento di soli otto decimi di punto.

Sempre più forte, infatti, diventa il peso delle economie asiatiche, in particolare Cina e India, che pur subendo un ridimensionamento dei ritmi di sviluppo nel biennio 2008-09, hanno esibito ancora profili di crescita, proprio nell'anno di recessione, di poco inferiori al 9% ed al 6%, rispettivamente.

Si tratta di risultati di eccezionale rilievo, conseguiti, peraltro in un anno in cui il commercio mondiale è crollato, secondo le stime del FMI, di oltre il 12%, colpendo tuttavia pesantemente, in termini di minore domanda estera, proprio le economie manifatturiere dei paesi avanzati.

Le preoccupazioni maggiori riguardano non tanto di quanto siano arretrati nel 2009 i sistemi produttivi dei paesi avanzati - senza nulla togliere al valore statistico di questa certificazione - ma in che misura l'eredità negativa di una così acuta recessione peserà sulla ancora fragile ed incerta ripresa del 2010 e sugli anni a venire.

Sarà infatti più difficile, per effetto dei mutati equilibri a livello mondiale tra economie mature ed *emerging markets*, sempre più favorevoli a questi ultimi, che le prime riescano ad avviare già da quest'anno una ripresa stabile e robusta. Il commercio mondiale, secondo le previsioni del FMI, dovrebbe riprendere ad espandersi nel biennio 2010-11 a tassi tra il 5% ed il 6%, misure che non lasciano ampi spazi di manovra ai paesi ad elevato costo del lavoro, soprattutto se specializzati, come l'Italia, su produzioni dove più forte è il ruolo della *price-competition*.

L'altra incognita è rappresentata dalla fragilità delle finanze pubbliche, Stati Uniti compresi, caratterizzate dal deteriorarsi dei rapporti caratteristici di indebitamento e debito rispetto al Pil, proprio per le misure di politica fiscale accomodante rese necessarie per fronteggiare gli effetti negativi della recessione, in particolare rispetto ai mercati del lavoro, interessati da sensibili incrementi del tasso di disoccupazione.

La sostanziale stabilità delle quotazioni internazionali del greggio nel biennio 2010-11, probabilmente al di sotto degli 80 dollari per barile, e delle altre materie prime, in un contesto di domanda interna dei singoli paesi ancora molto debole, dovrebbe favorire anche la stabilità dei prezzi, non prevedendosi, allo stato, il manifestarsi di tensioni inflazionistiche di qualche importanza.

1.2 L'Italia

Come già accennato nel quadro internazionale, la recessione ha colpito pesantemente l'economia italiana che ha chiuso il 2009 con una flessione del prodotto reale del 4,9%, la contrazione più forte dal secondo dopoguerra.

In realtà, l'Italia, unico tra i paesi europei del G-7, era già entrata in recessione nel 2008, registrando una riduzione del Pil pari a un punto percentuale, a testimonianza di una serie di fragilità ben note, sia di tipo territoriale, conseguente al cronico e irrisolto ritardo di sviluppo nel Mezzogiorno, sia di tipo strutturale, connesse alla bassa produttività e agli insufficienti rendimenti di scala della funzione di produzione aggregata.

Dalla tab. 1.2 emerge come in termini di media di periodo, la nostra economia esibisca tassi di crescita modesti, di poco superiori all'1%, che si riflettono in tassi di incremento altrettanto modesti per le principali componenti della domanda interna - spesa delle famiglie e investimenti - ed in un contributo negativo delle esportazioni nette.

In particolare, alla pesante caduta produttiva del 2009 hanno concorso principalmente la flessione molto accentuata degli investimenti fissi lordi (-12,6%) ed il contributo decisamente negativo delle esportazioni nette, mentre la contrazione della spesa delle famiglie residenti (-1,7%) è risultata assai più contenuta di quella che ha interessato il prodotto, anche per una sostanziale tenuta del reddito disponibile reale, ridottosi di alcuni decimi di punto, in virtù di una dinamica inflazionistica pressoché nulla.

Tab. 1.2 - Il quadro macroeconomico interno
var. % in volume di periodo e annuali

	2003-2007	2008	2009	2010	2011
PIL	1,2	-1,0	-4,9	0,9	1,0
Importazioni di beni e servizi fob	3,4	-4,5	-14,1	2,5	3,0
Spesa delle famiglie residenti	1,1	-0,9	-1,7	0,7	1,1
- Spesa sul territorio economico	1,0	-1,0	-1,8	0,7	1,0
Spesa della P.A. e ISP	1,5	0,6	1,2	-0,1	0,3
Investimenti fissi lordi	1,3	-3,0	-12,6	0,7	1,9
Esportazioni di beni e servizi fob	2,9	-3,7	-19,2	4,3	3,2

Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

La flessione dei redditi da lavoro, conseguente al deterioramento dei livelli occupazionali per la sensibile contrazione dell'attività produttiva, parzialmente compensata dal ricorso agli ammortizzatori sociali, e l'incremento di alcuni decimi di punto della propensione al risparmio contabile per i timori legati all'andamento futuro del mercato del lavoro, hanno influenzato negativamente la dinamica della spesa per consumi, ma in misura minore di quanto si temesse per la profondità della recessione.

Riguardo al biennio di previsione, le aspettative sono legate ad una ripresa di modesta entità, dell'ordine di circa l'1% annuo, sia per le debolezze derivanti dal contesto internazionale, e quindi di insufficiente domanda estera, comunque intercettata prevalentemente dai paesi emergenti, sia per le peculiarità negative del nostro sistema-paese.

La spesa delle famiglie crescerà in misura molto contenuta nell'anno in corso (+0,7%) e appena più elevata nel 2011 (+1,1%), considerando che gli spazi per forme di intervento a carico del bilancio a sostegno dei redditi sono fortemente limitate dal deterioramento dell'indebitamento netto e del debito pubblico, che in assenza di manovre di contenimento, potrebbe tornare su preoccupanti livelli, in rapporto al Pil, superiori al 120% nell'arco dei prossimi due-tre anni, anche a causa della modesta performance di crescita.

Continuerà, inoltre, ad essere insufficiente il ritmo del processo di accumulazione, una delle cause primarie della nostra bassa crescita, considerando che i flussi di investimenti aumenteranno di appena lo 0,7% quest'anno e dell'1,9% nel 2011, incrementi assolutamente inadeguati anche solo a recuperare la flessione a due cifre registratasi nel 2009.

Sul fronte, infine, del contributo della domanda estera netta, anch'essa riprenderà con ritmi molto contenuti, anche se un riallineamento della parità euro/dollaro su quotazioni stabilmente più basse dell'1,40 potrebbe contribuire ad accrescere l'espansione dei nostri manufatti sui principali mercati di sbocco e favorire anche quella componente dell'export di servizi connessa ai turismi attivi.

CAPITOLO 2

I FATTORI DI PRODUZIONE E IL TERRITORIO

2.1 La popolazione e l'offerta di lavoro

La struttura e la dinamica della popolazione sono al tempo stesso causa ed effetto dello sviluppo economico e sociale, insieme alla dotazione di risorse economiche e di infrastrutture.

Anche se i fenomeni demografici si evolvono con relativa lentezza, le trasformazioni che hanno investito il nostro paese negli ultimi decenni sono state molto importanti: dalla diminuzione della fecondità ai fenomeni migratori, dall'incremento della vita media all'invecchiamento della popolazione. E tali cambiamenti influiscono sulla crescita economica e sul benessere sociale del paese incidendo sul potenziale di lavoro disponibile così come sulla determinazione degli stili di vita, sui comportamenti di consumo e sulla richiesta di servizi da parte degli abitanti di un territorio.

La popolazione residente in Italia ha superato, nel 2008, i 60 milioni di unità, registrando un incremento demografico di circa 426mila persone rispetto al 2007. Questa dinamica è imputabile esclusivamente al contributo del saldo migratorio che ha neutralizzato l'effetto negativo del saldo naturale.

In particolare nel 2008 il saldo migratorio è stato elevato, sebbene inferiore a quello registrato nel corso del 2007, dovuto principalmente all'immigrazione dai paesi UE di nuova adesione (in particolare la Romania). La popolazione straniera residente, proseguendo in un trend che permane da alcuni anni, ha sfiorato i 3,9 milioni arrivando a rappresentare il 6,5% della popolazione complessiva.

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

Oggi la popolazione con più di 65 anni costituisce il 20% della popolazione - 1 italiano su 5 è ultrasessantacinquenne - (contro il 18,7% del 2001) e i giovani fino a 14 anni il 14% (senza sostanziali cambiamenti rispetto al 2001).

Questo comporta che il rapporto tra vecchie e nuove generazioni (indice di vecchiaia) sfiori nel 2008 il 143%, ossia 143 anziani ogni 100 giovanissimi, ponendo l'Italia al secondo posto in Europa, dopo la Germania, per intensità del processo di invecchiamento della popolazione. Tra il 2002 e il 2008 l'indice, su base nazionale, ha mostrato una crescita di 12 punti percentuali. Gli incrementi maggiori si sono registrati nelle regioni del Mezzogiorno, che si stanno lentamente allineando al resto del paese, anche per effetto delle dinamiche migratorie interne, mentre la crescita è stata decisamente più contenuta nel Centro-nord.

Ciò nonostante le differenze tra le regioni settentrionali (156,9) e centrali (160,5) ed il Mezzogiorno (118,3) continuano ad essere rilevanti.

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

A livello territoriale la Sardegna, la Campania e la Puglia sono le aree in cui è più alta la quota di persone che potenzialmente rappresentano l'offerta di lavoro (15-64 anni) presente sul territorio, mentre la Liguria è la regione in cui tale percentuale è la più bassa del paese.

Tab. 2.1 - Popolazione residente per classi di età (anno 2008)
composizione % regionale e livelli (migliaia)

	0-14	15-64	65 e oltre	totale
Piemonte	12,7	64,6	22,7	4.433
Valle d'Aosta	13,7	65,6	20,7	127
Lombardia	14,0	66,0	19,9	9.743
Liguria	11,3	61,9	26,8	1.615
Trentino-Alto Adige	16,0	65,6	18,4	1.019
Veneto	14,1	66,2	19,7	4.886
Friuli-Venezia Giulia	12,4	64,4	23,2	1.231
Emilia Romagna	13,0	64,5	22,5	4.338
Toscana	12,5	64,2	23,3	3.708
Umbria	12,7	64,1	23,2	894
Marche	13,2	64,3	22,4	1.570
Lazio	14,0	66,4	19,7	5.627
Abruzzo	13,1	65,7	21,2	1.335
Molise	12,7	65,4	21,9	321
Campania	16,7	67,4	15,9	5.813
Puglia	15,1	66,9	18,0	4.080
Basilicata	13,7	66,2	20,1	591
Calabria	14,5	66,9	18,6	2.009
Sicilia	15,4	66,2	18,3	5.038
Sardegna	12,4	68,9	18,7	1.671
Nord-ovest	13,4	65,2	21,4	15.917
Nord-est	13,7	65,3	21,0	11.473
Centro	13,3	65,3	21,4	11.798
Sud	15,2	66,9	17,9	20.856
ITALIA	14,0	65,8	20,1	60.045

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

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

La forza lavoro, ossia le persone su cui un territorio può contare per l'esercizio e lo sviluppo delle attività economiche perché occupate o alla ricerca attiva di un'occupazione, sono in Italia 24milioni e 940mila unità (ultima rilevazione III trim. 2009), contro una popolazione attiva (15-64 anni) di oltre 39 milioni.

Rapportando i due dati si ottiene il tasso di attività da cui si evince la propensione al lavoro della popolazione attiva che risulta pari, a livello nazionale, al 63% con forti differenziazioni sul territorio (tab. 2.2).

Mentre nel Nord e nel Centro l'indicatore risulta in crescita negli ultimi anni arrivando a superare il 70% in alcune realtà (Trentino-Alto Adige ed Emilia Romagna), nel Mezzogiorno le persone che appartengono alle forze lavoro sono solo il 52,6% della popolazione attiva, con regioni come la Campania che non raggiungono neanche il 50%.

Tab. 2.2 - Tasso di attività % (15-64 anni) *

	2000	2005	2008	2009 (**)
Piemonte	65,2	67,2	68,8	68,5
Valle d'Aosta	72,2	68,6	70,2	70,0
Lombardia	64,2	68,3	69,6	69,5
Liguria	64,3	64,8	67,5	67,0
Trentino-Alto Adige	68,3	69,3	70,6	70,7
Veneto	65,3	67,5	68,9	68,0
Friuli-Venezia Giulia	65,0	65,8	68,2	66,7
Emilia Romagna	69,3	71,2	72,6	72,4
Toscana	65,2	67,4	68,9	68,9
Umbria	66,1	65,6	68,7	67,3
Marche	64,7	66,7	67,9	68,5
Lazio	58,7	63,3	65,1	64,7
Abruzzo	62,5	62,2	63,1	60,9
Molise	57,1	56,9	59,6	58,0
Campania	53,8	51,9	48,7	47,0
Puglia	53,0	52,1	52,9	51,4
Basilicata	57,1	56,2	55,8	54,4
Calabria	52,2	52,1	50,2	48,6
Sicilia	54,9	52,6	51,2	50,6
Sardegna	58,4	59,2	59,9	59,0
Nord-ovest	64,6	67,6	69,2	69,0
Nord-est	67,0	68,8	70,3	69,7
Centro	62,1	65,2	66,9	66,7
Sud	54,8	53,6	52,4	51,1
ITALIA	61,0	62,4	63,0	62,4

(*) Rapporto tra le forze lavoro e la popolazione 15-64 anni; (**) media dei tre trimestri.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT - Forze di lavoro.

E' importante notare come, tra il 2000 ed il 2009, in molte regioni del Sud la quota di popolazione attiva che si colloca sul mercato del lavoro sia diminuita, segnalando un processo inverso a quello in atto in molte realtà del Centro-nord, con un conseguente ampliamento dei divari.

E' evidente che dove il mercato del lavoro è più dinamico e, quindi maggiori sono le possibilità di trovare un impiego, la popolazione è maggiormente occupata o incentivata a cercare un lavoro e, al contrario, dove le opportunità sono minori può intervenire l'effetto scoraggiamento che induce a non cominciare o proseguire la ricerca. La dinamica del tasso di attività nel Mezzogiorno implica un accentuarsi del problema che lega offerta di lavoro e prodotto lordo del paese nel complesso. E' infatti proprio nelle aree caratterizzate da disoccupazione relativamente elevata e crescita della popolazione che si può, in teoria, trovare adeguate risorse aggiuntive da mettere all'interno del processo produttivo. Invece, le suddette dinamiche evidenziano una strozzatura difficile da superare.

Tab. 2.3 - Forze di lavoro 2000-2009
migliaia, var. % e composizione %

	forze di lavoro			composizione %			
	2000	2009 (*)	2000-2009	2000		2009 (*)	
	migliaia	migliaia	var. %	occupati	disoccupati	occupati	disoccupati
Piemonte	1.876	1.988	6,0	92,2	7,8	93,5	6,5
Valle d'Aosta	62	59	-5,3	89,7	10,3	95,5	4,5
Lombardia	4.003	4.533	13,2	96,0	4,0	95,0	5,0
Liguria	698	681	-2,5	90,0	10,0	94,3	5,7
Trentino-Alto Adige	438	481	9,8	96,8	3,2	97,1	2,9
Veneto	2.015	2.216	10,0	95,2	4,8	95,3	4,7
Friuli-Venezia Giulia	521	535	2,5	95,0	5,0	95,0	5,0
Emilia Romagna	1.862	2.060	10,7	96,6	3,4	95,5	4,5
Toscana	1.472	1.665	13,1	94,6	5,4	94,4	5,6
Umbria	356	391	9,6	92,9	7,1	93,4	6,6
Marche	612	702	14,8	95,0	5,0	93,7	6,3
Lazio	2.018	2.435	20,7	88,8	11,2	91,9	8,1
Abruzzo	546	539	-1,3	89,3	10,7	91,5	8,5
Molise	122	123	0,6	90,0	10,0	91,1	8,9
Campania	2.093	1.855	-11,4	80,0	20,0	87,4	12,6
Puglia	1.475	1.416	-4,1	83,7	16,3	87,8	12,2
Basilicata	221	214	-3,0	85,5	14,5	89,5	10,5
Calabria	693	660	-4,8	80,7	19,3	88,5	11,5
Sicilia	1.850	1.700	-8,1	76,0	24,0	86,2	13,8
Sardegna	665	687	3,2	84,4	15,6	87,4	12,6
Nord-ovest	6.639	7.262	9,4	94,2	5,8	94,5	5,5
Nord-est	4.836	5.292	9,4	95,9	4,1	95,5	4,5
Centro	4.458	5.192	16,5	91,9	8,1	93,1	6,9
Sud	7.665	7.193	-6,2	81,2	18,8	87,7	12,3
ITALIA	23.598	24.939	5,7	89,9	10,1	92,5	7,5

(*) Media dei tre trimestri.

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

Le forze di lavoro (tab. 2.3) dal 2000 al 2009 sono cresciute del 5,7% a livello nazionale, mentre nel Sud sono calate del 6,2%, soprattutto per la contrazione delle persone in cerca di occupazione. Alla riduzione registrata tra il 2000 ed il 2009 del numero di disoccupati nel Mezzogiorno, con un conseguente e deciso ridimensionamento del tasso di disoccupazione, non si è associato un miglioramento sul versante degli occupati. Le minori possibilità offerte dal mercato hanno comportato un effetto scoraggiamento ed una ripresa dei flussi migratori interni riducendo lo stock di offerta di lavoro.

La partecipazione al mercato del lavoro (61% nel 2000), nonostante i progressi registrati negli ultimi anni (63% nel 2008), è ancora molto inferiore alla media europea, in particolare per i giovani, le donne e le classi di età più elevate. L'Italia si colloca al quart'ultimo posto della graduatoria, prima di Malta, Ungheria e Romania, ultimo tra i maggiori paesi europei e ben al di sotto degli altri paesi mediterranei (Spagna e Grecia).

L'obiettivo dell'incremento del tasso di occupazione posto dal Consiglio di Lisbona nel 2000, da cui il nostro paese è ancora lontano, può essere ottenuto sia riducendo la disoccupazione sia aumentando la partecipazione della popolazione al mercato del lavoro, misurata dal tasso di attività. Questo secondo indicatore è particolarmente importante per quei paesi, tra i quali il nostro, che sono caratterizzati da un tasso di disoccupazione abbastanza contenuto ma anche da una bassa partecipazione al mercato del lavoro.

In passato, la persistenza della disoccupazione su livelli elevati aveva costituito uno dei maggiori problemi dell'economia italiana e, in generale, di quelle europee. Oggi l'obiettivo è l'innalzamento della partecipazione, nonché la valorizzazione e l'utilizzazione del potenziale di capitale umano, con riferimento a particolari gruppi di popolazione.

E questo obiettivo è particolarmente urgente per sostenere lo sviluppo economico del Mezzogiorno e, quindi, dell'intero paese: se si considera il valore aggiunto per occupato, facendo 100 l'Italia, nelle regioni meridionali esso è pari a 85,5 nel 2008, contro il 109,6 del Nord-ovest, il 102 del Nord-est ed il Centro, con un differenziale rispetto alla media nazionale di oltre 14 punti percentuali, sebbene in lieve miglioramento rispetto al 1995 (83,8).

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

La ridotta partecipazione dei giovani al mercato del lavoro, ad esempio, non può essere ascrivibile interamente all'incremento del tasso di scolarizzazione, ma riflette sia le debolezze della rete formativa italiana, che presenta standard qualitativi inferiori ad altri paesi, sia le debolezze del sistema di transizione scuola-lavoro, e questo coinvolge soprattutto i giovani del Mezzogiorno.

Oggi in Italia, pur in presenza di un miglioramento dei livelli di scolarizzazione, poco più del 10% della popolazione di 15 anni ed oltre è in possesso di una laurea e ben un quarto della popolazione ha solo la licenza elementare (tab. 2.4). Queste cifre dicono che l'Italia si caratterizza ancora per un significativo ritardo rispetto non solo ai paesi economicamente più avanzati, ma anche a quelli con un grado di sviluppo (economico) decisamente inferiore.

Restringendo il campo di osservazione alla popolazione 25-64 anni emerge come il 47,2% abbia nel 2008 un titolo di studio inferiore al diploma, indicando un basso livello medio di istruzione (tab. 2.5). Questo valore, seppure inferiore al dato del 2004 (51,9%) colloca il nostro paese distante dalla media UE27 (28,5%) nelle ultime posizioni insieme a Spagna, Portogallo e Malta.

Tab. 2.4 - Popolazione di 15 anni e oltre per più elevato titolo di studio conseguito (2008)
composizione % regionale e livelli (migliaia)

	licenza elementare	licenza media	diploma	laurea breve, laurea, dottorato	totale
Piemonte	24,0	32,7	33,1	10,2	3.814
Valle d'Aosta	24,7	36,6	29,9	8,8	108
Lombardia	21,9	31,8	34,7	11,6	8.258
Liguria	22,2	28,5	36,4	12,9	1.419
Trentino-Alto Adige	20,7	33,5	36,2	9,6	837
Veneto	24,7	31,2	34,3	9,7	4.117
Friuli-Venezia Giulia	21,9	31,9	35,9	10,2	1.062
Emilia Romagna	26,2	28,3	33,9	11,6	3.706
Toscana	28,1	29,8	30,7	11,4	3.206
Umbria	26,0	26,6	36,3	11,1	768
Marche	27,8	28,2	33,9	10,1	1.343
Lazio	18,4	28,3	38,2	15,1	4.744
Abruzzo	26,0	29,0	33,7	11,3	1.146
Molise	29,5	28,9	30,9	10,6	278
Campania	27,3	35,1	28,6	9,0	4.812
Puglia	28,9	34,1	28,1	8,9	3.446
Basilicata	29,5	28,6	33,0	8,9	507
Calabria	29,2	30,2	30,5	10,0	1.706
Sicilia	28,5	34,8	28,0	8,7	4.227
Sardegna	25,7	37,4	28,5	8,4	1.451
Nord-ovest	22,5	31,8	34,4	11,3	13.600
Nord-est	24,6	30,4	34,5	10,5	9.721
Centro	23,3	28,6	35,1	13,0	10.061
Sud	28,0	33,9	29,0	9,1	17.574
ITALIA	25,0	31,6	32,7	10,7	50.956

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

La situazione europea risulta nel suo complesso eterogenea, con molti paesi dell'Est che si distinguono per bassi valori dell'indicatore e all'opposto i paesi dell'area mediterranea dove le quote sono le più elevate.

In Italia dal 2004 al 2008 l'indicatore mostra un miglioramento in ogni ambito territoriale, anche se con diverse velocità. I bassi livelli di istruzione della popolazione adulta decrescono

infatti nel periodo di 3 punti percentuali nel Mezzogiorno e più del doppio nel Nord-est (-6,5%).

Un aumento dell'istruzione media della popolazione e della sua qualità è una delle condizioni necessarie per migliorare l'offerta (e la domanda) di lavoro a livello locale, ridurre i divari e favorire la localizzazione delle imprese.

Tab. 2.5 - Popolazione in età 25-64 anni per più elevato titolo di studio conseguito (2008)
dati in migliaia

	licenza elementare	licenza media	diploma	laurea breve, laurea, dottorato	totale
Nord-ovest	981	2.938	3.642	1.340	8.901
Nord-est	724	2.103	2.665	902	6.394
Centro	715	1.965	2.704	1.119	6.502
Sud	2.084	4.104	3.733	1.394	11.315
ITALIA	4.505	11.110	12.744	4.754	33.112
composizione %					
Nord-ovest	11,0	33,0	40,9	15,1	100,0
Nord-est	11,3	32,9	41,7	14,1	100,0
Centro	11,0	30,2	41,6	17,2	100,0
Sud	18,4	36,3	33,0	12,3	100,0
ITALIA	13,6	33,6	38,5	14,4	100,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati ISTAT - Forze di lavoro.

Tassi d'attività e d'occupazione bassi rappresentano infatti un limite alle potenzialità di crescita economica di un'area territoriale e la possibilità di migliorare il tasso aggregato di attività è legata a miglioramenti specifici in particolari territori e specifici gruppi di popolazione.

La maggiore dotazione di capitale umano nei paesi dell'Europa Centro-Orientale, unitamente al più basso costo del lavoro ed ai finanziamenti della politiche di coesione europea, potrebbero rappresentare elementi concorrenziali assai temibili per il nostro paese nell'ambito della localizzazione delle imprese, specie nella difficile situazione congiunturale.

Occorre dunque prevedere politiche specifiche per incentivare l'entrata nella forze lavoro di categorie che fino ad oggi hanno preferito non entrare nel mondo del lavoro (inattivi), favorire l'occupazione femminile e la permanenza al lavoro di chi arriva all'età pensionabile e avvicinare sempre di più il mondo dell'istruzione a quello dell'impresa per consentire l'inserimento dei giovani.

2.2 Le imprese sul territorio

La demografia delle imprese rappresenta un utile strumento per analizzare le dinamiche dei mercati e dei diversi contesti economici territoriali. La creazione di nuove imprese e la loro uscita dal mercato costituiscono indicatori importanti del grado di vitalità di un sistema economico territoriale.

Aspetti critici dei dati Unioncamere-Movimprese sulla dinamica della nati-mortalità delle imprese in Italia

Il 27 gennaio 2010 sono stati diffusi da Unioncamere-Movimprese i dati relativi al 2009 della natalità e mortalità delle imprese italiane registrate presso le Camere di Commercio. Il comunicato stampa in cui sono stati evidenziati i principali risultati della dinamica delle imprese ha sottolineato come il bilancio complessivo dell'anno sia stato positivo con un saldo complessivo di 17.385 imprese (pari ad un tasso di crescita dello 0,28%). Sarebbe, perciò, che le imprese siano cresciute, ma un'analisi più attenta dei dati lascia qualche dubbio nel ritenere che questa sia la corretta interpretazione della dinamica delle imprese.

Il valore +0,28% dovrebbe essere il tasso di crescita del numero di imprese registrate cioè il saldo tra nuove nate e cancellate rispetto alla consistenza dello stock del periodo precedente. Di conseguenza, sotto il profilo aritmetico, se il saldo è in attivo lo stock deve essere crescente oppure se lo stock è decrescente il saldo deve essere negativo. Così non è, dato che il numero di imprese registrate tra il 2008 e il 2009 (cfr. Tab. 1 del comunicato) si riduce di circa 20.000 unità.

La difficoltà a leggere correttamente la dinamica delle imprese cresce se si tiene conto di un'altra variabile in campo: le cosiddette cancellazioni d'ufficio che le Camere di commercio operano a partire dal 2005 nei confronti di imprese non più operative da almeno tre anni. Per diverse ragioni molte imprese cessano di vivere senza che sia tempestivamente registrato questo evento oppure senza che la cessazione sia iscritta correttamente e contabilizzata nei dati sulla nati-mortalità.

Nel 2009, ad esempio, vi sono state nel complesso 385.512 iscrizioni e 406.751 cessazioni per un saldo di -21.239 imprese. Se si tiene conto di 38.624 cessazioni d'ufficio, nel corso dell'anno, il saldo è pari a +17.385 imprese, essendo le cessazioni direttamente comunicate dalle imprese pari a 368.127 unità soltanto.

Il problema nel considerare le cessazioni d'ufficio è che non è chiaro da dove le imprese cancellate d'ufficio siano effettivamente rimosse in quanto i dati sullo stock delle imprese non sono conseguentemente aggiornati. Poiché si crea quindi un'insanabile discrepanza tra conteggio dei flussi e conteggio dello stock, i motivi di perplessità sull'interpretazione di questi dati rimangono.

Infine, c'è una ragione sostanziale per diffidare dell'operazione di scorporo delle cancellazioni d'ufficio. Poiché esse si verificano ogni anno - anzi ogni trimestre - dobbiamo immaginare che il fenomeno reale della mortalità sia sottostimato quando è valutato sulla base delle sole cancellazioni comunicate dalle imprese, poiché una parte delle vere cessazioni - cioè il fenomeno economico della mortalità d'impresa - viene scoperta con ritardo, dando origine, in tempi successivi, a cancellazioni d'ufficio. Pertanto la migliore stima del fenomeno reale della mortalità delle imprese è pari alla somma tra le cancellazioni d'ufficio e le cancellazioni comunicate effettivamente dalle imprese: in altre parole, l'ammontare delle imprese cancellate d'ufficio oggi - che si riferisce a imprese cessate in passato - va utilizzato come stima delle imprese che oggi effettivamente chiudono e la cui notizia perverrà in futuro, generando nuove cancellazioni d'ufficio.

Questa interpretazione risulta coerente con la dinamica dello stock di imprese registrate secondo quanto contabilizzato da Unioncamere attraverso i registri camerali. Lo stock di imprese è in riduzione costante dal 2006 e il 2009 è stato certamente un anno in cui la mortalità effettiva delle imprese ha superato abbondantemente la natalità delle stesse, in coerenza con l'andamento molto critico delle principali variabili economiche.

Resta il fatto che la gestione unitaria e informatizzata da parte di Unioncamere (attraverso Infocamere) sulle evidenze dei registri camerali di tutt'Italia sia un'operazione di eccezionale importanza che viene fatta con il massimo scrupolo e la maggiore precisione possibile. Forse sarebbe utile un'operazione volta a sensibilizzare gli stessi imprenditori a fornire le comunicazioni amministrative con tempestività e rigore al fine di rendere più leggibile la dinamica della nati-mortalità delle imprese, anche per avere una non equivoca valutazione sullo stock di imprese operanti nel nostro paese.

Le imprese registrate come appartenenti al settore dei servizi, che rappresentano il 53% di tutte le imprese, sono cresciute del 13,2% nel periodo 2000-2009 (tab. 2.6). Rispetto al dato nazionale, il Centro e il Sud hanno registrato, in questo comparto, incrementi più elevati (segnatamente 17% e 15,5%). Tale tendenza riflette la necessità di ampliare la rete di offerta di servizi (dal commercio alle attività legate al turismo fino ai servizi alle imprese) che è ancora insufficiente, specialmente in quelle aree dove la domanda è in potenziale espansione.

La questione dello sviluppo ancorato al contesto territoriale assume un rilievo centrale soprattutto per impostare coerenti ed efficaci politiche di sostegno alla capacità competitiva delle imprese e all'innovazione, specie se si tratta di piccole e medie imprese. Il territorio, infatti, rappresenta l'insieme di conoscenze, competenze, risorse e regole che condizionano l'operare dell'impresa e ne facilitano o ne ostacolano il processo di crescita. Solo un territorio dove si è avviato un processo di riqualificazione è in grado di attrarre ma soprattutto di trattenere imprese ben sapendo che un sistema imprenditoriale vivo e dinamico significa occupazione e sviluppo.

Nel 2009 lo stock di imprese registrate presso le Camere di Commercio ha superato i 6 milioni di unità, localizzate per il 46% nelle regioni del Nord, mentre il 33% opera nelle Mezzogiorno e il 21% nel Centro.

Tra il 2000 e il 2009 il tessuto imprenditoriale è cresciuto complessivamente del 6,8%, evidenziando un forte dinamismo nel sistema che tuttavia è rallentato in tutte le regioni negli ultimi due anni in presenza di una situazione economica poco favorevole (tab. 2.6). Nel periodo considerato tutte le ripartizioni hanno registrato tassi di crescita positivi, in particolare il Centro (8,5%) ed il Sud (8%). Le variazioni di stock più elevate sono state registrate in Calabria (+13,7%), in Campania (+12,3%) e nel Lazio (+10,7%) mentre una flessione del numero di imprese si è riscontrata in poche regioni (Friuli-Venezia Giulia, Valle d'Aosta e Molise) imputabile soprattutto all'andamento fortemente negativo del settore agricolo.

L'esame dei dati dal punto di vista settoriale, escludendo la voce "imprese non classificate", registra un forte ridimensionamento del settore agricolo (-16,7%) dovuto essenzialmente agli

effetti della progressiva concentrazione delle attività legate alla produzione che ha determinato, a livello aziendale, fenomeni di accorpamento di imprese. L'andamento è generalizzato su tutto il territorio ed è stato particolarmente evidente in Veneto (-28,6%), Molise (-26,2%), Friuli-Venezia Giulia (-23,5%) e Puglia (-21,5%).

Tab. 2.6 - Le imprese registrate per settore di attività (anno 2009) a Spagna,

	Agricoltura		Industria		Servizi		Non classificate		Totale	
	Stock 2009	Var. % 2000-2009	Stock 2009	Var. % 2000-2009	Stock 2009	Var. % 2000-2009	Stock 2009	Var. % 2000-2009	Stock 2009	Var. % 2000-2009
Piemonte	65.709	-16,4	129.597	14,7	250.459	11,2	22.641	-18,6	468.406	5,3
Valle d'Aosta	2.043	-31,2	4.067	13,9	6.685	4,0	1.307	-22,3	14.102	-3,8
Lombardia	55.869	-9,9	291.827	10,0	542.344	11,4	64.274	1,8	954.314	8,8
Liguria	30.508	-19,3	24.528	17,5	50.466	3,2	4.005	16,1	109.507	4,8
Trentino-Alto Adige	83.039	-4,7	148.369	10,7	256.592	11,8	18.006	-29,7	506.006	4,3
Veneto	18.987	-28,6	30.602	9,5	57.590	14,3	2.649	3,6	109.828	2,5
Friuli-Venezia Giulia	13.746	-26,2	44.664	4,3	98.989	-1,0	9.065	46,0	166.464	-4,6
Emilia Romagna	71.645	-19,7	141.441	14,4	244.727	7,0	14.971	41,4	472.784	4,6
Toscana	45.814	-12,9	131.823	12,0	220.487	8,3	16.297	42,5	414.421	7,5
Umbria	18.930	-10,7	25.128	11,3	45.245	12,9	6.068	9,5	95.371	6,7
Marche	34.538	-18,8	51.846	12,8	83.683	13,5	7.704	-2,9	177.771	4,5
Lazio	51.313	-12,3	135.886	19,8	360.226	24,9	43.922	-40,4	591.347	10,7
Abruzzo	32.681	-18,8	38.101	19,0	70.110	14,3	9.134	32,2	150.026	6,8
Molise	11.671	-26,2	7.499	15,8	14.781	15,6	1.782	12,3	35.733	-2,5
Campania	74.930	-13,2	126.082	11,9	319.207	20,6	29.342	14,8	549.561	12,3
Puglia	90.336	-23,8	85.679	12,4	182.366	13,6	27.185	21,0	385.566	2,1
Basilicata	20.451	-11,6	13.499	6,1	25.437	7,9	2.870	95,2	62.257	2,2
Calabria	33.384	14,5	40.378	12,8	91.161	13,0	14.725	18,6	179.648	13,7
Sicilia	99.520	-15,7	96.669	10,1	226.855	12,7	47.816	51,4	470.860	7,3
Sardegna	36.736	-9,8	40.859	27,2	81.094	14,7	12.444	-3,7	171.133	9,3
Nord-ovest	137.367	-14,5	470.155	12,0	898.477	10,3	97.287	-3,1	1.603.286	7,2
Nord-est	204.179	-22,5	344.940	11,1	609.375	9,5	39.631	11,7	1.198.125	2,8
Centro	150.595	-13,9	344.683	15,0	709.641	17,1	73.991	-24,9	1.278.910	8,5
Sud	399.709	-15,3	448.766	13,4	1.011.011	15,5	145.298	26,4	2.004.784	7,9
ITALIA	891.850	-16,7	1.608.544	12,8	3.228.504	13,2	356.207	2,0	6.085.105	6,8

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

Le imprese del settore industriale crescono complessivamente del 12,8% con tassi più o meno in linea con il dato nazionale in tutte le ripartizioni. Il contributo alla crescita del settore è derivato in larga misura dalle costruzioni piuttosto che dalle imprese di trasformazione le quali negli ultimi anni hanno pagato il deciso rallentamento dell'attività.

2.3 Investimenti e capitale produttivo

La stima di una funzione di produzione aggregata come quella descritta nel par. 2.4, articolata su base territoriale, esige la ricostruzione in serie storica di flussi di investimenti fissi lordi e stock di capitale produttivo, espressi in misure di volume, attraverso un processo di integrazione diretta e indiretta di fonti diverse.

I livelli degli investimenti fissi lordi e dello stock di capitale, così calcolati, approssimano, in modo certamente imperfetto, la dotazione infrastrutturale delle singole province italiane, ma presentano il pregio di trasformare informazioni parziali e incomplete in una rappresentazione contabile coerente con le dinamiche del processo di accumulazione su base nazionale e regionale.

Riguardo alla variabile di sinistra della funzione di produzione, cioè il valore aggiunto rapportato all'input di lavoro, cioè le unità di lavoro, sono state effettuate alcune operazioni di trasformazione al fine di renderle coerenti con la base dati che alimenta l'input di capitale, considerando che il valore aggiunto viene diffuso dall'Istat soltanto in termini nominali (a prezzi correnti).

Anche per questa edizione del Rapporto è stata mantenuta una struttura territoriale articolata su 103 province, sebbene il valore aggiunto e le unità di lavoro di fonte Istat presentino informazioni relative alle quattro province aggiuntive della Sardegna. Per uniformità con la base dati dello stock di capitale, per la quale non è stato possibile ricostruire flussi di investimenti ricollegabili ai territori della nuove province sarde, si è preferito approssimare la distribuzione del prodotto e degli occupati della Sardegna alla vecchia struttura su quattro sole province, sommando quella di Olbia-Tempio a Sassari, Ogliastra a Nuoro e Medio-Campidano e Carbonia-Iglesias a Cagliari.

2.3.1 Ricostruzione dei dati provinciali: gli investimenti e il capitale fisico privato

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

L'esigenza di stimare una funzione di produzione su dati provinciali nella forma del valore aggiunto reale per addetto dipendente dal capitale reale per addetto, ha imposto di effettuare una ricostruzione, in serie storica, di uno stock di capitale netto per provincia secondo una procedura articolata su più fasi, dirette:

- 1) in primo luogo, ad una stima degli investimenti fissi lordi annuali per 103 province ed un *range* temporale il più ampio possibile, compatibilmente con le fonti statistiche disponibili a livello territoriale;
- 2) in secondo luogo, al calcolo di una vita media utile delle diverse tipologie di beni che costituiscono lo stock di capitale netto, sotto l'ipotesi che essa si mantenga costante nel tempo, sebbene

diversa come numero di anni a seconda della tipologia di bene capitale considerato, in modo da pervenire ad un tasso di ammortamento corrispondente al reciproco del numero di anni;

3) in terzo luogo, alla stima dello stock di capitale netto in termini reali a livello provinciale attraverso una procedura comunque approssimativa ed imprecisa, ma con il pregio di sfruttare e raccordare tutte le informazioni statistiche disponibili a livello territoriale derivanti da fonti ufficiali o, comunque, appartenenti al SISTAN, come l'Istituto Tagliacarne, la Base Informativa Pubblica della Banca d'Italia e, ovviamente, l'Istat per quanto concerne i conti economici nazionali, regionali e provinciali, facendo confluire organicamente un complesso eterogeneo di dati in uno schema di calcolo semplificato, ma coerente.

Fase 1) Stima degli investimenti fissi lordi in termini reali.

Si è partiti dagli investimenti fissi lordi (d'ora in avanti, IFL), a prezzi correnti, stimati dall'Istituto Tagliacarne a livello provinciale (103 province) per gli anni 2004 e 2005. Tali valori sono stati retropolati al 1995 ed estrapolati al 2008 utilizzando la dinamica dei finanziamenti a m/l termine (cioè superiori ai 18 mesi) desumibili dalla Base Informativa Pubblica della Banca d'Italia e scelti opportunamente secondo la corrispondenza agli investimenti fissi per prodotto (cioè abitazioni, fabbricati non residenziali, macchinari e attrezzature, mezzi di trasporto) della classificazione SEC 95. Successivamente, i flussi così generati sono stati riproporzionati con i livelli di IFL regionali di fonte Istat, in modo da ottenere una serie storica omogenea che coprisse il *range* temporale 1995-2008. Successivamente, i flussi di IFL a prezzi correnti su base provinciale sono stati deflazionati con il deflatore implicito degli IFL nazionali, mantenendolo uguale in ciascun anno, per tutte le province (deflatore unico senza differenziazione territoriale), ottenendo così livelli di IFL in valori concatenati anno 2000 provinciali.

Fase 2) Stima della vita media dello stock di capitale e del tasso di ammortamento provinciale.

L'ipotesi seguita è quella adottata dall'Istat per il calcolo dello stock di capitale con il metodo dell'inventario permanente, basato su vite medie costanti⁸ per 9 tipologie di beni capitali (la stessa disaggregazione utilizzata per gli IFL). Nel computo sono stati esclusi i mobili e le costruzioni, in quanto alcune prove empiriche hanno evidenziato un'elasticità assai contenuta del valore aggiunto alle variazioni dello stock di queste due tipologie di bene capitale. Per ottenere la vita media dello stock complessivo, diversificata a livello territoriale, si è proceduto ad una doppia ponderazione, la prima a livello nazionale e, successivamente, a livello territoriale. Per la ponderazione a livello nazionale, le vite medie delle 7 rimanenti tipologie di beni capitali (vale a dire, macchine e attrezzature, macchine per ufficio, apparati per telecomunicazioni, mezzi di trasporto su strada, altri mezzi di trasporto, software e altri beni) per branca proprietaria, sono state pesate con le consistenze dello stock di capitale della contabilità nazionale espresse in valori concatenati anno 2000 riferite alle medesime branche proprietarie dello stock, pervenendo ad una vita media dello stock comples-

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

sivo per ramo di attività economica, nei settori agricoltura, silvicoltura e pesca, industria in senso stretto, costruzioni e servizi. Una volta ottenute le vite medie, a livello nazionale, del totale dei beni capitali per settore proprietario, queste vite medie per ramo di attività economica - e cioè 18 anni per agricoltura, industria in senso stretto e costruzioni e 21 anni per i servizi - sono state ponderate con il numero di unità locali da Censimento dell'Industria e dei Servizi 2001 a livello provinciale per gli stessi rami di attività economica, al fine di ottenere un'unica vita media dello stock di capitale articolata sul territorio che replicasse con la minima distorsione possibile la struttura produttiva delle diverse branche di attività nelle 103 province considerate. I valori scaturiti dal calcolo risultano compresi tra 19,7 e 20,3 anni. Ne consegue che detta τ_j la vita media dello stock a livello provinciale, con $j=1, 2, \dots, 103$, il tasso di ammortamento compatibile con le vite medie calcolate a livello provinciale, è pari al reciproco di τ_j , cioè $\delta_j = \tau_j^{-1}$, e si è attestato su un valore oscillante sul territorio in un intorno del 5% circa.

Fase 3) Stima dello stock di capitale reale provinciale.

Sulla base del tasso di ammortamento ottenuto con la procedura descritta nella Fase 2), si è ipotizzato che gli investimenti fissi lordi siano proporzionali al capitale netto⁹ ossia che $IFL_{j,t} = \delta_j KN_{j,t}$, in modo da ottenere una consistenza dello stock di capitale netto reale relativa ad un tempo t (il 1995), utilizzando il flusso dell'investimento lordo reale al medesimo tempo t ed il tasso di deprezzamento δ , secondo la relazione:

$KN_{j,t} = IFL_{j,t} / \delta_j$ dove $KN_{j,t}$ e $IFL_{j,t}$ rappresentano, rispettivamente, lo stock di capitale netto reale e gli investimenti fissi lordi reali al tempo t per la provincia j -esima, con $t=1995$ e $j=1, 2, \dots, 103$ e δ_j il tasso medio di deprezzamento dello stock, costante nel tempo ma variabile per provincia. Il livello dello stock di capitale netto reale, così calcolato a livello provinciale per il 1995, è stato riproporzionato secondo la stessa procedura descritta nella Fase 1) per gli IFL, vale a dire *pro quota* provinciale sul livello dello stock di capitale netto reale della contabilità nazionale relativo al 1995. Per gli anni successivi al 1995, lo stock $KN_{j,t}$ è stato ottenuto applicando la nota definizione contabile dello stock di capitale, ossia: $KN_{j,t} = KN_{j,t-1} (1 - \delta_j) + IFL_{j,t}$ con $t=1996, 1997, \dots, 2008$.

Le consistenze del capitale produttivo reale a livello provinciale così calcolate, sono state infine vincolate ai totali nazionali dello stock di capitale netto in valori concatenati anno 2000 della contabilità nazionale, in modo da ottenere una matrice $j \times t$ (cioè 103 province per 14 anni, dal 1995 al 2008) di valori omogenei e coerenti nel tempo dello stock di capitale produttivo su base provinciale.

I dati sugli investimenti fissi lordi e sullo stock di capitale produttivo sono stati estesi all'anno 2009 utilizzando le informazioni nazionali della contabilità trimestrale e rispettando le proporzioni provinciali dell'anno 2008.

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

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

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

La base di partenza per la ricostruzione del valore aggiunto provinciale è la serie omogenea di contabilità territoriale Istat 1995-2007, coerente con i criteri del SEC 95. I valori così ottenuti sono stati inoltre estrapolati al 2008, applicando le quote provinciali sui rispettivi totali regionali al 2007 ai livelli dei valori aggiunti regionali 2008 diffusi nell'ultima edizione Istat dei Conti economici regionali, in modo da ottenere una serie storica di lunghezza uguale a quella dello stock di capitale ricostruito.

Il valore aggiunto ai prezzi base espresso a prezzi correnti di questa matrice jxt , con $j=1, 2, \dots, 103$, $t=1995, 1996, \dots, 2008$, è stato infine deflazionato con i deflatori impliciti regionali del valore aggiunto ai prezzi base al fine di ottenere un dataset omogeneo del valore aggiunto ai prezzi base in valori concatenati anno 2000, coerente con le indicazioni della contabilità nazionale di fonte ufficiale. Nella medesima proporzione provinciale, tali dati sono stati estesi all'anno 2009, sulla base del tasso di variazione della stima provvisoria del Pil per l'Italia (-4,6%).

Per le unità di lavoro, l'unica trasformazione ha riguardato il ricalcolo delle province della Sardegna, secondo le modalità già descritte in premessa, in quanto l'Istat ha diffuso una serie storica omogenea 1995-2007, anche per le unità di lavoro a livello provinciale. L'ulteriore aggiornamento al 2008 è stato realizzato utilizzando le informazioni derivanti dalle Indagini sulle Forze di Lavoro territoriali, vincolando le serie provinciali così ottenute ai totali dell'ultima contabilità regionale Istat disponibile. Per il 2009, sono state incorporate le informazioni derivanti dall'Indagine continua sulle forze di lavoro, rispettando le proporzioni territoriali dell'anno precedente.

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

2.4.1 Il modello di riferimento e le elasticità rilevanti

Il modello teorico di riferimento è rappresentato da una funzione di produzione Cobb-Douglas che pone in relazione il valore aggiunto (output) con i fattori produttivi (capitale e lavoro, cioè gli input) e la Produttività Totale dei Fattori (PTF), largamente ascrivibile al progresso tecnico¹⁰ (in forma neutrale). L'obiettivo dell'analisi è, oltre quello di fornire una previsione del valore aggiunto per il biennio 2010-2011, di stimare i contributi dei diversi fattori di produzione e della PTF alla crescita dell'output aggregato delle province italiane nel periodo 1995-2009.

10 Per maggiori dettagli metodologici si rimanda a Confcommercio, Rapporto sulle Economie Territoriali, Febbraio 2008 e Febbraio 2009.

La stima della funzione di produzione è stata effettuata utilizzando un modello *panel* (ponendo a sistema nella medesima regressione le osservazioni sulle 103 province per tutti gli anni considerati). L'analisi *panel* si dimostra adeguata a gestire il problema dell'eterogeneità degli effetti individuali (o intercette individuali) a livello di singola provincia¹¹.

La strategia adottata per la stima dei parametri rilevanti è stata dal particolare al generale. Si è partiti da una stima nella quale erano presenti soltanto tre parametri (un parametro di progresso tecnico e due elasticità del prodotto ai fattori, senza distinzione provinciale e temporale). Rilasciando le diverse ipotesi sull'uguaglianza delle elasticità (provinciali e temporali) e inserendo un trend¹² si è giunti a una specificazione con 33 parametri. In generale la qualità delle stime è risultata soddisfacente, considerando il valore dell'*adj. R-square* e la significatività dei singoli regressori¹³.

Le stime delle elasticità del valore aggiunto rispetto al capitale e al lavoro, per l'Italia nel suo complesso, sono risultate rispettivamente pari a 0,2 e a 0,7¹⁴. Per quanto riguarda le macro-ripartizioni, è stata riscontrata una differenza statisticamente significativa tra le elasticità ripartizionali solo per quelle del valore aggiunto relative al lavoro, con valori medi di area pari a 0,8 per il Centro, 0,7 per il Nord-ovest ed il Nord-est e 0,6 per il Sud.

E' importante notare che la somma delle elasticità fornisce il tipo di rendimenti di scala che caratterizzano la funzione di produzione. In base alle nostre stime, l'economia Italiana sarebbe caratterizzata da rendimenti di scala decrescenti. Il nostro risultato è in accordo con quello ottenuto nell'ultima edizione di Rapporto sul Terziario, Ufficio Studi Confcommercio, Giugno 2009, nel quale i valori delle elasticità del valore aggiunto al capitale e al lavoro sono stati rispettivamente 0,2 e 0,4. La divergenza tra le stime è spiegata dal fatto che nel Rapporto sul Terziario è stata utilizzata una base dati differente, cioè disaggregata per settori produttivi ma non per province. Le divergenze sono comunque rilevanti e indicano che i risultati ottenuti, in entrambi i casi, risentono di problemi di specificazione della funzione di produzione. Resta confermata l'evidenza empirica di rendimenti di scala decrescenti del sistema produttivo italiano, indicando che per raggiungere un certo risultato in termini incrementali i fattori di produzione devono crescere più che proporzionalmente. Varie cause possono spiegare questo risultato. In generale, il contesto produttivo, sulla base di questi risultati, sembra caratterizzato da una generalizzata inefficienza nell'utilizzazione delle risorse. L'insufficiente crescita del nostro paese può avere quindi una spiegazione compatta basata proprio sui rendimenti decrescenti della funzione di produzione aggregata (che rimane, però, una semplificazione eccessiva rispetto ai molteplici schemi produttivi che caratterizzano i settori e i territori e, in definitiva, l'economia nel suo complesso).

11 Per maggiori dettagli metodologici sui modelli Panel si rimanda a Hsiao, C. (2003), *Analysis of Panel Data*, Cambridge University Press.

12 E' stato utilizzato un trend, con componenti lineari e quadratiche, differenziato per le quattro macro-ripartizioni Nord-ovest, Nord-est, Centro e Sud.

13 I risultati delle stime sono disponibili su richiesta.

14 Le elasticità per l'Italia sono state ottenute dalla media ponderata di quelle provinciali, con pesi pari al rapporto tra il valore aggiunto di ciascuna provincia e il valore aggiunto totale.

2.4.2 Il legame tra valore aggiunto, fattori e produttività

Il prodotto in forma di valore aggiunto, vale a dire ciò che rimane una volta dedotti i consumi intermedi dalla produzione complessiva, si distribuisce tra i fattori che lo hanno generato, capitale produttivo e lavoro, secondo quote che riflettono i rispettivi saggi di remunerazione.

In pratica, sotto il vigore dell'ipotesi dell'eshaustività del prodotto e di una funzione di produzione che non si modifica nel corso del tempo, le quote di valore aggiunto destinate a remunerare lavoro e capitale sommerebbero sempre ad uno ed il tasso di crescita del prodotto risulterebbe sempre pari alla media ponderata dei tassi di crescita dei due input produttivi.

In realtà, nel corso del tempo la funzione di produzione si modifica, per effetto di altri fattori che potremmo definire di contesto e che sono identificabili *in primis* con il progresso tecnico, ma anche con esternalità come il grado di efficienza dell'amministrazione pubblica, o della *governance* delle imprese o, ancora, con la qualità del capitale umano impiegato, tutte caratteristiche che incidono in misura rilevante nel modo in cui i fattori primari della produzione, capitale e lavoro, si combinano e che, di fatto, vanno a identificare un terzo fattore usualmente chiamato produttività totale dei fattori o PTF.

Ne consegue, che la crescita di un sistema economico, in una data unità di tempo, è scomponibile nei contributi derivanti dai fattori produttivi, secondo le rispettive quote distributive, e nel contributo fondamentale della PTF.

Ricorrendo alla banca dati EU KLEMS¹⁵, è possibile costruire un semplice esercizio di *growth-accounting*, che consente di confrontare il tasso medio annuo di crescita del nostro Paese, scomposto secondo i contributi di lavoro, capitale produttivo e PTF a residuo, con quello di alcune delle principali economie avanzate (tab. 2.7).

Una prima evidenza, mostra una netta differenza di performance tra i paesi a forte vocazione manifatturiera *export-oriented* (Italia e Germania) rispetto alle economie altamente terziarizzate e caratterizzate da un elevato tasso di innovazione tecnologica (Regno Unito e Stati Uniti) e Finlandia, che costituisce una sorta di *tertium genus*, ossia l'esempio di un paese efficiente, che ha saputo coniugare con successo le esigenze di un modello di protezione sociale di tradizione scandinava, con quelle di una crescita economica consistente e duratura guidata dalle nuove tecnologie (basti pensare alla specializzazione produttiva nell'hardware per telecomunicazioni).

Tra il 1970 ed il 2007, il tasso medio annuo di crescita si è dimezzato per la Germania (dal 2,8% all'1,4%) e ridotto a meno di un terzo per l'Italia (dal 3,8% all'1,2%), laddove invece nel Regno Unito, dopo il cambio di passo all'inizio degli ottanta, si è mantenuto su un ritmo medio annuo del 2,5% e negli Stati Uniti su tassi superiori al 3% per poi rallentare a poco meno del 2,5% negli anni duemila. Anche la Finlandia, soprattutto nel ventennio 1970-90, ha evidenziato ritmi di crescita superiori al 3%, flettendo lievemente verso il 2% nel periodo successivo, ma riportandosi

¹⁵ Per una descrizione dettagliata degli indicatori disponibili nella base dati, in termini di variabili aggregate, settori di attività economica, paesi e ampiezza delle serie storiche, si rimanda al nostro Rapporto sul Terziario, giugno 2009.

negli anni duemila nuovamente a ridosso del 3% medio annuo, anche per una capacità di sfruttare efficacemente i vantaggi derivanti dall'adesione all'Unione Europea, realizzatasi nel 1995.

Tab. 2.7 - Scomposizione della crescita reale: un esercizio di growth-accounting
 Σ contributi % degli input = var. % media annua di periodo del VA

Italia				
	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2007
Lavoro	1,2	0,9	0,2	0,5
Capitale	1,7	0,9	0,8	0,6
PTF	0,9	0,6	0,5	0,1
var.% valore aggiunto	3,8	2,4	1,5	1,2
Germania				
	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2007
Lavoro	-0,4	0,2	-0,2	-0,1
Capitale	1,0	1,0	1,4	0,5
PTF	2,2	1,1	0,8	0,9
var.% valore aggiunto	2,8	2,3	2,0	1,4
Finlandia				
	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2007
Lavoro	0,8	0,9	-0,1	0,6
Capitale	1,8	1,6	0,7	0,6
PTF	0,8	0,5	1,3	1,8
var.% valore aggiunto	3,5	3,0	2,0	2,9
Regno Unito				
	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2007
Lavoro	0,3	0,3	0,4	0,7
Capitale	1,4	1,3	1,3	0,7
PTF	-0,7	0,9	0,8	1,1
var.% valore aggiunto	1,0	2,5	2,5	2,4
Stati Uniti				
	1971-1980	1981-1990	1991-2000	2001-2007
Lavoro	n.d.	1,3	1,2	0,3
Capitale	n.d.	1,6	1,8	0,8
PTF	n.d.	0,3	0,2	1,2
var.% valore aggiunto	n.d.	3,1	3,2	2,3

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati EU KLEMS.

Una seconda evidenza riguarda il fatto che, in presenza di quote distributive simili nei paesi oggetto di indagine si è rivelato fondamentale il ruolo del capitale produttivo unitamente a quello della PTF.

In Italia, il contributo dell'accumulazione di capitale si è progressivamente ridotto al pari del contributo della PTF, gradualmente attenuatosi nel tempo, sino ad approssimarsi allo zero nel corso degli anni duemila. I modesti flussi di investimenti netti, quelli cioè che accrescono lo stock di capitale al netto della parte divenuta obsoleta, non sono stati sufficienti a mantenere costante o ad accrescere il capitale per occupato, determinando così quel peggioramento della PTF strettamente collegato non soltanto alle modificazioni nella combinazione dei fattori produttivi, ma anche alle croniche insufficienze strutturali del sistema-paese (farraginosità burocratica e fiscale, giustizia inefficiente, carenza di reti di comunicazioni tradizionali e ad alta tecnologia, formazione insufficiente, etc.).

In tutti gli altri paesi oggetto del confronto, invece, sia il contributo del capitale, derivante da una crescita sostenuta degli stock, alimentata da flussi di investimenti di origine interna o di provenienza estera, sia l'apporto derivante dalla PTF, non hanno evidenziato un ritmo progressivamente flettente come nel caso italiano, ma hanno mantenuto un ruolo di insostituibili determinanti della crescita economica di lungo periodo, soprattutto in Finlandia, Regno Unito e Stati Uniti.

Le risultanze del semplice esercizio contabile sintetizzato nella tab. 2.7, trovano puntuale conferma per l'Italia nelle nuove valutazioni che scaturiscono dalla stima della funzione di produzione a livello territoriale descritta nel par. 2.4.1. Se consideriamo anche le evidenze illustrate nel Rapporto sul Terziario, giugno 2009, operate peraltro sulla stessa banca dati EU KLEMS utilizzata per l'esercizio di *growth-accounting* sopra descritto, si perviene a conclusioni univoche e convergenti: il nostro paese soffre di un male di bassa crescita, con ritmi che risultano sistematicamente inferiori alla media degli altri paesi avanzati. La PTF è persistentemente declinante ed i rendimenti di scala, cioè la proporzione della crescita del prodotto in rapporto alla crescita dell'impiego degli input produttivi, sono insufficienti. Questo significa che per produrre un po' di più nel nostro paese, occorre lavorare e investire in capitale produttivo proporzionalmente molto di più.

Nella tab. 2.8 sono sintetizzati i risultati della stima della funzione di produzione provinciale, presentata in forma compatta (per ripartizione geografica). Si conferma il sensibile ridimensionamento del tasso medio annuo di crescita dalla seconda metà degli anni novanta ai primi anni duemila, sia a livello nazionale, sia a livello di ripartizione, a causa della PTF, il cui tasso di crescita è sceso a due-tre decimi di punto.

La flessione del prodotto nel 2008 è stata più accentuata nel Mezzogiorno, per le note fragilità strutturali di quest'area che amplificano gli effetti degli impulsi recessivi, e in area 1, quella dove risultano maggiormente concentrate le attività manifatturiere, gran parte delle quali orientate all'export e quindi dipendenti fortemente dalla domanda estera. Specialmente nel Centro, invece, a maggiore concentrazione di attività di servizi, la contrazione è stata di poco superiore al mezzo punto percentuale, stante il ritardo ciclico delle attività terziarie nel registrare gli impulsi della contrazione delle attività produttive. Sul 2009, le evidenze del Rapporto

consentono di pervenire ad un preconsuntivo per il quale la contrazione produttiva a livello nazionale dovrebbe attestarsi intorno al 4,6%, un dato di ampiezza inusitata nella storia economica del nostro paese dal secondo dopoguerra¹⁶.

L'area 4 è quella dove la riduzione dell'output risulterebbe più consistente (-6,6%), seguita dal Centro (-4,5%) e dal Nord-ovest, mentre l'area 2 sembrerebbe quella maggiormente in grado di attenuare gli effetti negativi della recessione, con una flessione del 3,3%.

Tab. 2.8 - Valore aggiunto, capitale, lavoro e PTF nelle ripartizioni geografiche
var. % medie annue

valore aggiunto (in termini reali)						
	1996-2000	2001-2007	2008	2009	2010	2011
Nord-ovest	1,4	1,1	-1,1	-4,1	0,9	1,1
Nord-est	2,2	1,2	-0,6	-3,3	0,9	0,7
Centro	1,6	1,6	-0,6	-4,5	1,1	1,1
Sud	2,0	0,8	-1,1	-6,6	0,7	0,9
ITALIA	1,8	1,2	-0,9	-4,6	0,9	1,0
stock di capitale produttivo (in termini reali)						
	1996-2000	2001-2007	2008	2009	2010	2011
Nord-ovest	1,7	1,9	1,4	1,0	1,0	1,1
Nord-est	1,6	1,9	1,3	0,7	0,7	0,8
Centro	1,5	1,7	1,5	2,2	2,1	2,1
Sud	1,7	1,7	1,5	-1,0	-0,9	-0,8
ITALIA	1,6	1,8	1,4	0,7	0,7	0,7
unità di lavoro standard						
	1996-2000	2001-2007	2008	2009	2010	2011
Nord-ovest	0,7	1,0	-0,2	-2,1	0,1	1,3
Nord-est	1,2	0,9	0,4	-2,2	0,1	0,9
Centro	0,8	1,5	0,2	-1,4	0,1	0,8
Sud	0,6	0,6	-0,7	-3,9	0,1	1,7
ITALIA	0,8	1,0	-0,1	-2,4	0,1	1,2
produttività totale dei fattori (PTF)						
	1996-2000	2001-2007	2008	2009	2010	2011
Nord-ovest	0,7	0,3	-1,2	-2,9	0,7	0,0
Nord-est	1,2	0,4	-1,1	-2,0	0,7	0,0
Centro	0,8	0,3	-0,9	-3,8	0,7	0,2
Sud	1,4	0,2	-0,9	-4,2	0,8	0,0
ITALIA	1,0	0,3	-1,0	-3,1	0,8	0,0

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

¹⁶ Questa contrazione scaturisce dalla stima della funzione di produzione, utilizzata nel modello. Il dato ufficiale del 2009, diffuso con la stima preliminare del IV trimestre, si colloca invece al -4,9%.

Naturalmente, una recessione così profonda ha prodotto, con probabili trascinamenti anche nell'anno in corso, conseguenze seriamente negative nel mercato del lavoro. La riduzione delle ULA dovrebbe attestarsi sul 2,4% a livello nazionale, con punte del 3,9% nel Mezzogiorno e flessioni di poco superiori al 2% in area 1 e 2. Il Centro, probabilmente per la sua maggiore vocazione ai servizi e la presenza di una forte componente di occupazione legata al settore pubblico allargato, è quello che ha mostrato una migliore resistenza alla crisi, con una flessione occupazionale limitata all'1,4%.

Un dato certamente preoccupante riguarda, poi, l'accrescimento del capitale produttivo, il cui tasso di incremento nel 2009 (+0,7%) risulta dimezzato rispetto al 2008 e sceso di quasi due terzi rispetto alle dinamiche medie del periodo 2001-07. Questa tendenza si manifesta in tutte le ripartizioni, ad eccezione del Centro, ma risulta più accentuata al Sud, area nella quale si assiste ad una flessione dell'1,0%, dato certamente eccezionale, se si considera che storicamente negli ultimi trenta anni, lo stock di capitale produttivo ha sempre evidenziato dinamiche di segno positivo. L'intensità della recessione, in particolar modo in area 4, si è tradotta non solo in un azzeramento dei flussi di investimenti netti, ma anche in una flessione degli ammortamenti.

La flessione occupazionale e la stagnazione del processo di accumulazione, in virtù dei modesti coefficienti di elasticità derivanti dai rendimenti di scala decrescenti, hanno a loro volta determinato una caduta quasi verticale della PTF, ridottasi di oltre 3 punti nel corso del 2009 a livello nazionale, del 4,2% al Sud e di quasi il 4% al Centro. Meno intense le flessioni in area 1 e 2, rispettivamente del 2,9% e del 2,0%.

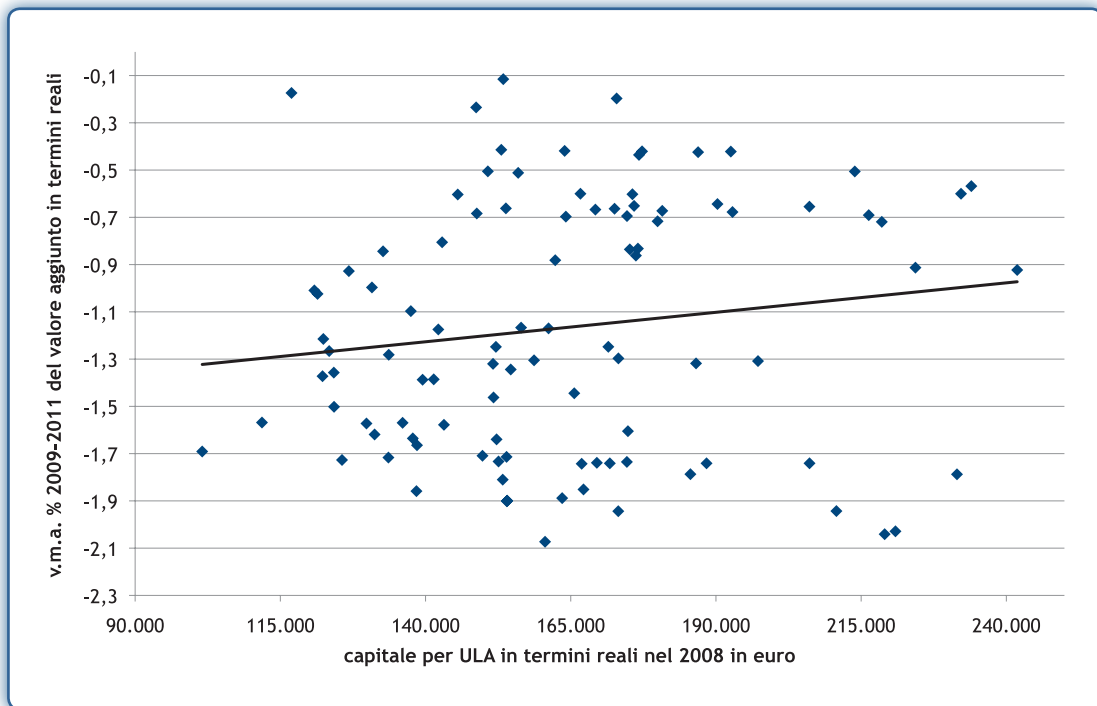
A titolo puramente esemplificativo, se a livello nazionale l'elasticità del valore aggiunto al capitale è di circa 0,16 e quella al lavoro di circa 0,66, moltiplicando questi due coefficienti per i tassi medi di crescita del 2009 dei due input produttivi, e cioè, rispettivamente, 0,7% per il capitale e -2,4% per il lavoro, si ottiene una variazione media dell'output, spiegata dai due input in questione, di circa -1,5%, a cui occorre sommare il contributo del -3,1% della PTF, pervenendo così a quella consistente flessione del valore aggiunto di circa il 4,6%, che è appunto il risultato illustrato nel primo blocco della tab. 2.8 (i risultati di un esercizio di questo tipo sono presentati per tutte le ripartizioni nella tab. B della Sintesi del Rapporto).

In termini previsionali, si è ipotizzato che alla trascurabile ripresa occupazionale del 2010 corrisponda un miglioramento dello sfruttamento degli impianti, con un incremento di produttività totale che porta al +0,9% reale di Pil per l'anno in corso. Nel 2011, invece, tale contributo è sostanzialmente nullo, a ribadire la difficoltà di intraprendere un sentiero di crescita trainato dalla produttività, fidando invece su un buon contributo dell'occupazione. In ogni caso, alla fine del periodo di previsione, il livello di occupazione sarà ancora sensibilmente inferiore ai massimi del 2007 (meno di 24,5 milioni di ULA contro un livello superiore ai 25 milioni alla fine del 2007). Il contributo della formazione di capitale, attraverso gli investimenti netti, permane molto ridotto, nel periodo storico analizzato come nell'orizzonte di previsione.

La lettura per aree geografiche enfatizza una crisi decisamente più accentuata nel Mezzogiorno, dove le variabili di contesto e la scarsa propensione agli investimenti producono l'imma-

gine di una recessione biennale ben superiore alla media del paese, anche perché il Mezzogiorno soffre di una contrazione dello stock di capitale che permane nel triennio di previsione. Le stesse prospettive di recupero, per il futuro, appaiono addirittura più modeste. Anzi, è molto probabile che il Mezzogiorno si distanzi ulteriormente. Nel Sud del paese il contributo della formazione di capitale alla crescita economica è addirittura negativo a partire dal 2009, a significare che i nuovi investimenti lordi non sono insufficienti a coprire il deprezzamento dello stock installato.

Fig. 2.1 - Il capitale per ULA e le dinamiche del valore aggiunto provinciale



Elaborazioni e previsioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

La fig. 2.1, infine, evidenzia l'influenza dello stock di capitale per unità standard di lavoro e la dinamica del valore aggiunto su base provinciale: una maggiore dotazione di capitale per occupato favorisce una migliore performance economica, leggibile in questa delicata fase storica, in una minore flessione del Pil (il tasso medio annuo di variazione del prodotto, infatti, permane negativo nel triennio di previsione).

La fig. 2.1 è molto importante perché chiarisce che nell'esercizio previsionale presentato in questo Rapporto, nessuna delle 103 province italiane evidenzia nel periodo 2009-2011 una variazione media annua positiva in termini di valore aggiunto. La profondità della recessione e la debolezza della ripresa sono fenomeniche che non risparmiano alcun territorio, producendo, come detto, i peggiori effetti complessivi nel Mezzogiorno d'Italia.

CAPITOLO 3

LE DINAMICHE DELLE ECONOMIE TERRITORIALI

3.1 Analisi e previsioni territoriali del valore aggiunto

La diffusione dei conti economici territoriali da parte dell'Istat, relativamente al 2008, anno di inizio della crisi, e la ricostruzione delle serie storiche per il periodo 1995-1999, confermano la persistenza di forti divari territoriali e la presenza, negli ultimi tredici anni, di due fasi cicliche ben distinte.

La prima è riconducibile alla seconda metà degli anni '90 in cui l'economia italiana era ancora in grado di sviluppare tassi medi annui di crescita prossimi al 2% associati a moderati miglioramenti sul versante della produttività; a questa fase ha fatto seguito un periodo, ancora in essere, in cui il sistema si è avvitato in una sostanziale stagnazione produttiva associata ad una perdita di produttività.

L'analisi delle dinamiche produttive non può prescindere dalla localizzazione delle imprese sul territorio (tab. 3.1). La fotografia del 2009 evidenzia una distribuzione, in rapporto alla popolazione presente, abbastanza uniforme a livello territoriale con aziende che per il 46% operano nel Nord, per il 21% nel Centro e per il 33% nel Sud, che continua a essere l'area in cui si concentrano prevalentemente le imprese agricole (poco meno del 45% del totale), mentre le aziende industriali sono più presenti nel Nord (oltre il 50% del totale), con il terziario più diffuso nel Centro-sud (ma nella sola Lombardia operano poco meno del 17% di tutte le imprese dei servizi presenti sull'intero territorio nazionale).

Un discorso a parte va fatto per le imprese non classificate, collocate per il 40% al Sud, a segnalare difficoltà in termini amministrativi nella gestione degli archivi camerali.

Nel 2008 circa il 40% della ricchezza prodotta dall'agricoltura origina dalle regioni meridionali, quota aumentata rispetto al 1995, ma sostanzialmente analoga a quella del 2007 (tab. 3.2).

Oltre il 60% del valore aggiunto industriale viene prodotto nel Nord, cifra in linea con quanto registrato nel 2007, ed inferiore di un punto percentuale rispetto a quanto rilevato nel 1995. All'interno di quest'area si è registrata peraltro, nel lungo periodo, una riduzione del contributo fornito dalla Lombardia e dal Piemonte, territori a più antica vocazione industriale, a vantaggio di altre regioni come il Veneto e l'Emilia Romagna.

Per i servizi, negli ultimi tredici anni, si è registrata una diminuzione della quota prodotta nelle regioni meridionali (un punto percentuale) a cui ha corrisposto un contenuto aumento del Nord e nel Centro. A livello di singole regioni, tra il 1995 ed il 2008 è cresciuto il contributo fornito al valore aggiunto settoriale dalle imprese dei servizi della Lombardia, del Veneto, del Lazio e delle Marche ed una riduzione di quasi tutte le regioni meridionali.

La distribuzione settoriale del valore aggiunto pone in evidenza come, nel periodo 1995-2008, l'economia italiana sia divenuta sempre più terziaria con un incremento del contributo fornito dai servizi di oltre 4,5 punti percentuali (tab. 3.3). Questo aumento si è realizzato, in larga parte, a svantaggio dell'industria.

Tab. 3.1 - Le imprese registrate per settore di attività nel 2009
composizione %

	ASP	IND	SER	NC	TOT
Piemonte	7,4	8,1	7,8	6,4	7,7
Valle d'Aosta	0,2	0,3	0,2	0,4	0,2
Lombardia	6,3	18,1	16,8	18,0	15,7
Liguria	1,5	2,8	3,1	2,5	2,7
Trentino-Alto Adige	3,4	1,5	1,6	1,1	1,8
Veneto	9,3	9,2	7,9	5,1	8,3
Friuli-Venezia Giulia	2,1	1,9	1,8	0,7	1,8
Emilia Romagna	8,0	8,8	7,6	4,2	7,8
Toscana	5,1	8,2	6,8	4,6	6,8
Umbria	2,1	1,6	1,4	1,7	1,6
Marche	3,9	3,2	2,6	2,2	2,9
Lazio	5,8	8,4	11,2	12,3	9,7
Abruzzo	3,7	2,4	2,2	2,6	2,5
Molise	1,3	0,5	0,5	0,5	0,6
Campania	8,4	7,8	9,9	8,2	9,0
Puglia	10,1	5,3	5,6	7,6	6,3
Basilicata	2,3	0,8	0,8	0,8	1,0
Calabria	3,7	2,5	2,8	4,1	3,0
Sicilia	11,2	6,0	7,0	13,4	7,7
Sardegna	4,1	2,5	2,5	3,5	2,8
Nord-ovest	15,4	29,2	27,8	27,3	26,3
Nord-est	22,9	21,4	18,9	11,1	19,7
Centro	16,9	21,4	22,0	20,8	21,0
Sud	44,8	27,9	31,3	40,8	32,9
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ASP: agricoltura, silvicoltura e pesca; IND: industria; SER: servizi; NC: non classificate; TOT: totale nazionale. Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Movimprese.

A livello locale la tendenza alla terziarizzazione ha interessato soprattutto il Nord-ovest, che ha visto crescere di oltre 6 punti percentuali il contributo fornito dai servizi tra il 1995 ed il 2008.

Gli aumenti più sensibili hanno interessato il Piemonte, la Lombardia, la Basilicata, il Friuli-Venezia Giulia, territori nei quali la quota dei servizi, all'inizio del periodo, era relativamente modesta.

**Tab. 3.2 - Valore aggiunto ai prezzi base a prezzi correnti
composizione % regionale per settore di attività economica**

	1995				2007				2008			
	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT
Piemonte	7,0	10,4	7,7	8,5	5,9	9,1	7,7	8,1	5,9	9,1	7,8	8,1
Valle d'Aosta	0,1	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
Lombardia	11,5	26,9	19,1	21,2	11,0	26,1	19,4	21,1	11,0	25,8	19,5	21,0
Liguria	2,4	1,8	3,3	2,8	2,1	1,9	3,2	2,8	2,1	1,9	3,1	2,8
Trentino-Alto Adige	2,9	1,7	2,2	2,0	3,8	1,8	2,1	2,1	3,9	1,9	2,1	2,1
Veneto	9,3	11,7	8,2	9,3	8,8	12,3	8,4	9,5	8,3	12,4	8,5	9,5
Friuli-Venezia Giulia	2,3	2,4	2,3	2,3	2,0	2,3	2,3	2,3	2,1	2,3	2,3	2,3
Emilia Romagna	10,6	10,0	8,1	8,8	10,1	11,0	8,0	8,9	10,5	10,9	8,1	8,9
Toscana	5,4	6,8	6,6	6,6	6,5	6,8	6,7	6,7	6,9	6,9	6,7	6,7
Umbria	1,7	1,4	1,3	1,4	1,6	1,4	1,4	1,4	1,6	1,5	1,3	1,4
Marche	3,3	2,7	2,3	2,5	2,4	3,1	2,5	2,7	2,3	3,1	2,5	2,7
Lazio	5,2	6,4	12,8	10,6	5,9	6,1	13,1	11,0	5,8	6,3	13,0	11,1
Abruzzo	2,4	2,0	1,8	1,9	2,1	2,2	1,7	1,8	2,2	2,2	1,7	1,8
Molise	0,7	0,4	0,4	0,4	0,9	0,4	0,4	0,4	0,9	0,4	0,4	0,4
Campania	6,6	4,5	6,9	6,2	7,8	4,5	6,8	6,2	7,3	4,5	6,7	6,1
Puglia	9,8	3,5	4,8	4,6	8,2	3,7	4,6	4,4	8,1	3,7	4,7	4,5
Basilicata	1,5	0,7	0,7	0,7	1,8	0,7	0,7	0,7	2,1	0,6	0,7	0,7
Calabria	4,3	1,2	2,5	2,2	5,2	1,2	2,4	2,1	5,0	1,2	2,4	2,1
Sicilia	9,6	3,7	6,2	5,6	10,1	3,5	6,0	5,4	10,2	3,6	6,0	5,4
Sardegna	3,2	1,5	2,4	2,1	3,6	1,5	2,3	2,1	3,6	1,6	2,3	2,1
Nord-ovest	21,1	39,4	30,4	32,8	19,2	37,4	30,5	32,2	19,2	37,0	30,6	32,1
Nord-est	25,1	25,8	20,7	22,4	24,6	27,4	20,9	22,8	24,8	27,4	21,0	22,8
Centro	15,7	17,3	23,1	21,1	16,4	17,5	23,6	21,8	16,5	17,7	23,5	21,8
Sud	38,1	17,4	25,8	23,7	39,7	17,7	25,0	23,3	39,5	17,8	24,8	23,2
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

In termini di incidenza dei servizi al contributo del valore aggiunto regionale va segnalato il caso del Lazio, in cui il settore contribuisce per circa l'84%. Relativamente a questa regione va sottolineato come, nonostante la presenza di molte amministrazioni centrali, la Pubblica Amministrazione rivesta un ruolo nella determinazione della ricchezza locale (8,7% del valore aggiunto regionale) inferiore a quanto si registra in altri territori quali la Valle d'Aosta, la Calabria e la Sicilia, e più in generale nel Sud, in cui l'incidenza della PA è superiore al 10%.

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

	1995				2007				2008			
	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT	ASP	IND	SER	TOT
Piemonte	2,7	36,9	60,3	100,0	1,5	31,1	67,4	100,0	1,5	30,2	68,3	100,0
Valle d'Aosta	1,7	30,7	67,6	100,0	1,4	25,2	73,4	100,0	1,4	25,0	73,6	100,0
Lombardia	1,8	38,4	59,8	100,0	1,1	34,1	64,8	100,0	1,1	33,1	65,8	100,0
Liguria	2,9	19,6	77,5	100,0	1,6	18,9	79,5	100,0	1,5	18,6	79,9	100,0
Trentino-Alto Adige	4,6	25,2	70,1	100,0	3,7	24,3	71,9	100,0	3,8	24,0	72,3	100,0
Veneto	3,3	38,2	58,5	100,0	1,9	35,6	62,5	100,0	1,8	35,1	63,1	100,0
Friuli-Venezia Giulia	3,3	31,7	65,0	100,0	1,7	27,1	71,2	100,0	1,8	26,4	71,8	100,0
Emilia Romagna	4,0	34,4	61,6	100,0	2,3	34,1	63,6	100,0	2,4	33,1	64,5	100,0
Toscana	2,7	30,9	66,4	100,0	2,0	27,9	70,1	100,0	2,1	27,6	70,4	100,0
Umbria	4,1	31,7	64,2	100,0	2,4	28,6	69,0	100,0	2,3	28,4	69,2	100,0
Marche	4,4	33,7	61,8	100,0	1,8	32,5	65,7	100,0	1,7	32,0	66,3	100,0
Lazio	1,6	18,1	80,3	100,0	1,1	15,4	83,5	100,0	1,1	15,3	83,7	100,0
Abruzzo	4,2	32,0	63,8	100,0	2,4	32,4	65,2	100,0	2,4	31,9	65,7	100,0
Molise	5,9	26,3	67,8	100,0	4,3	25,0	70,7	100,0	4,5	24,8	70,8	100,0
Campania	3,5	22,0	74,4	100,0	2,6	20,1	77,3	100,0	2,4	19,8	77,8	100,0
Puglia	7,1	23,0	69,9	100,0	3,8	22,9	73,3	100,0	3,7	22,5	73,9	100,0
Basilicata	6,9	29,5	63,6	100,0	5,2	25,1	69,7	100,0	5,8	23,3	70,9	100,0
Calabria	6,6	16,5	76,9	100,0	5,0	15,8	79,2	100,0	4,7	15,8	79,5	100,0
Sicilia	5,7	19,9	74,4	100,0	3,8	17,8	78,4	100,0	3,8	17,7	78,5	100,0
Sardegna	4,9	21,2	73,9	100,0	3,5	20,0	76,5	100,0	3,4	19,7	76,8	100,0
Nord-ovest	2,1	36,4	61,5	100,0	1,2	32,0	66,8	100,0	1,2	31,1	67,7	100,0
Nord-est	3,7	34,8	61,5	100,0	2,2	33,1	64,7	100,0	2,2	32,4	65,4	100,0
Centro	2,5	24,8	72,7	100,0	1,5	22,2	76,3	100,0	1,5	21,9	76,6	100,0
Sud	5,3	22,3	72,4	100,0	3,5	20,9	75,6	100,0	3,4	20,6	76,0	100,0
ITALIA	3,3	30,2	66,4	100,0	2,1	27,5	70,4	100,0	2,0	27,0	71,0	100,0

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

In un contesto che ha visto l'economia italiana crescere, nel suo insieme, a tassi sempre più contenuti tutte le economie locali hanno conosciuto tra il 2001 ed il 2008 un ridimensionamento dei tassi di sviluppo (tab. 3.4). Questa tendenza è stata sensibile nel Nord-est e nel Sud, mentre nelle regioni del Centro i tassi medi anni di crescita del valore aggiunto sono risultati, nei diversi sottoperiodi analizzati, non dissimili.

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

	1996-2000		2001-2008		2009-2011	
	val. aggiunto	consumi	val. aggiunto	consumi	val. aggiunto	consumi
Piemonte	1,1	2,6	0,6	0,4	-1,2	-0,3
Valle d'Aosta	-0,9	4,2	1,3	0,0	-0,9	1,0
Lombardia	1,5	2,7	1,0	0,7	-0,5	0,1
Liguria	1,7	2,1	0,6	-0,2	-1,2	0,5
Trentino-Alto Adige	2,0	1,5	0,9	0,4	-0,6	1,5
Veneto	2,3	2,7	1,1	0,9	-0,4	0,2
Friuli-Venezia Giulia	2,0	2,2	0,8	0,6	-0,6	-0,2
Emilia Romagna	2,3	3,3	1,0	0,4	-0,8	1,0
Toscana	1,7	2,6	0,9	0,8	-1,3	-0,6
Umbria	2,1	2,3	0,8	0,9	-1,2	-0,4
Marche	2,5	2,4	1,4	0,2	-1,7	1,1
Lazio	1,3	3,0	1,7	1,2	-0,2	0,1
Abruzzo	2,0	1,2	0,6	0,4	-1,8	-0,1
Molise	1,9	1,1	0,8	0,4	-1,7	-0,7
Campania	2,0	1,7	0,5	0,1	-1,8	-0,7
Puglia	2,5	1,3	0,4	-0,1	-1,5	0,3
Basilicata	3,1	2,1	0,3	0,1	-2,4	-1,2
Calabria	1,9	1,8	0,5	0,1	-1,9	-0,8
Sicilia	1,5	2,2	0,7	0,5	-1,7	-1,5
Sardegna	1,6	3,0	0,6	0,2	-1,7	-0,5
Nord-ovest	1,4	2,6	0,8	0,5	-0,7	0,1
Nord-est	2,2	2,8	1,0	0,6	-0,6	0,6
Centro	1,6	2,7	1,4	0,9	-0,8	0,0
Sud	2,0	1,8	0,5	0,2	-1,7	-0,7
ITALIA	1,8	2,4	0,9	0,5	-0,9	0,0

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT e Istituto Tagliacarne.

In questo quadro spicca la variazione registrata dal Lazio che mostra, nel periodo 2001-08, la variazione media annua più elevata, cui ha contribuito l'elevata dinamicità delle province di Rieti, Viterbo e Latina.

La crisi, iniziata nel 2008, e che ha colpito in misura abbastanza uniforme il territorio dovrebbe continuare a produrre i suoi effetti anche nel biennio 2010-2011, anni in cui la nostra economia è stimata crescere a tassi decisamente contenuti ed inadeguati a recuperare quanto perso nel biennio 2008-2009.

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

	1996-2000	2001-2008	2009-2011
Piemonte	0,4	0,0	-0,9
Valle d'Aosta	-1,4	0,6	-0,8
Lombardia	0,7	0,0	-0,3
Liguria	1,2	0,3	-0,8
Trentino-Alto Adige	0,9	0,2	-0,7
Veneto	0,9	0,2	0,0
Friuli-Venezia Giulia	0,7	0,5	0,1
Emilia Romagna	1,1	-0,1	-0,4
Toscana	1,1	0,0	-0,7
Umbria	0,3	-0,1	-0,7
Marche	1,4	0,3	-1,8
Lazio	0,7	0,0	-0,4
Abruzzo	1,5	-0,1	-1,2
Molise	0,7	0,1	-1,5
Campania	1,4	0,2	-0,8
Puglia	1,9	0,0	-0,5
Basilicata	0,6	0,4	-2,0
Calabria	2,5	-0,2	-1,5
Sicilia	0,8	0,2	-1,3
Sardegna	0,6	-0,1	-1,0
Nord-ovest	0,7	0,0	-0,5
Nord-est	1,0	0,1	-0,2
Centro	0,9	0,1	-0,6
Sud	1,3	0,1	-1,0
ITALIA	0,9	0,1	-0,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Nel complesso del periodo 2009-2011 il valore aggiunto nazionale è stimato diminuire dello 0,9% medio annuo. A livello di singole aree territoriali il Mezzogiorno è la ripartizione che dovrebbe mostrare il trend più negativo (-1,7% a fronte del -0,9% nazionale), in relazione ad una diminuzione della ricchezza prodotta più accentuata nel 2009 e di una ripresa più graduale nel biennio successivo.

L'attenuarsi dei tassi di sviluppo e le dinamiche del mercato del lavoro hanno determinato un progressivo ridimensionamento della produttività del lavoro, scesa da variazioni medie annue dello 0,9% nel periodo 1996-2000 ad una sostanziale stagnazione nel periodo 2001-2008 (tab. 3.5). La tendenza ha interessato in modo abbastanza uniforme il territorio, con punte particolarmente accentuate in Emilia Romagna, Abruzzo e Puglia.

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

	1995	2000	2008	2009	2010	2011
Piemonte	103,8	101,1	100,2	99,8	99,5	99,2
Valle d'Aosta	106,3	94,5	98,3	98,3	98,1	97,7
Lombardia	117,0	115,8	114,9	115,4	115,5	115,7
Liguria	99,5	100,8	102,1	101,9	101,6	101,5
Trentino-Alto Adige	102,6	102,1	102,8	102,0	102,0	102,4
Veneto	101,4	101,3	102,2	104,1	104,2	104,0
Friuli-Venezia Giulia	96,6	95,2	98,5	100,5	100,5	100,6
Emilia Romagna	102,2	103,2	101,9	102,2	102,2	102,5
Toscana	98,2	98,9	98,4	97,1	97,3	98,1
Umbria	93,3	90,3	88,8	89,0	89,0	88,5
Marche	86,8	89,0	90,5	87,0	87,0	87,3
Lazio	115,5	114,0	113,0	112,7	113,1	113,6
Abruzzo	87,6	90,1	88,6	88,8	88,7	87,0
Molise	82,9	81,8	81,7	80,7	80,4	79,3
Campania	83,0	84,8	85,6	85,7	85,6	85,0
Puglia	79,5	83,3	82,9	83,3	83,2	83,1
Basilicata	82,3	81,0	83,3	80,9	80,6	79,7
Calabria	78,1	84,2	82,4	80,7	80,4	80,0
Sicilia	88,9	88,1	88,7	87,1	86,9	86,7
Sardegna	87,7	86,0	84,7	84,4	84,3	83,6
Nord-ovest	111,6	110,1	109,6	109,7	109,7	109,7
Nord-est	101,3	101,5	101,8	102,8	102,8	102,9
Centro	104,1	103,6	103,4	102,4	102,6	103,2
Sud	83,9	85,5	85,5	84,9	84,8	84,3
ITALIA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

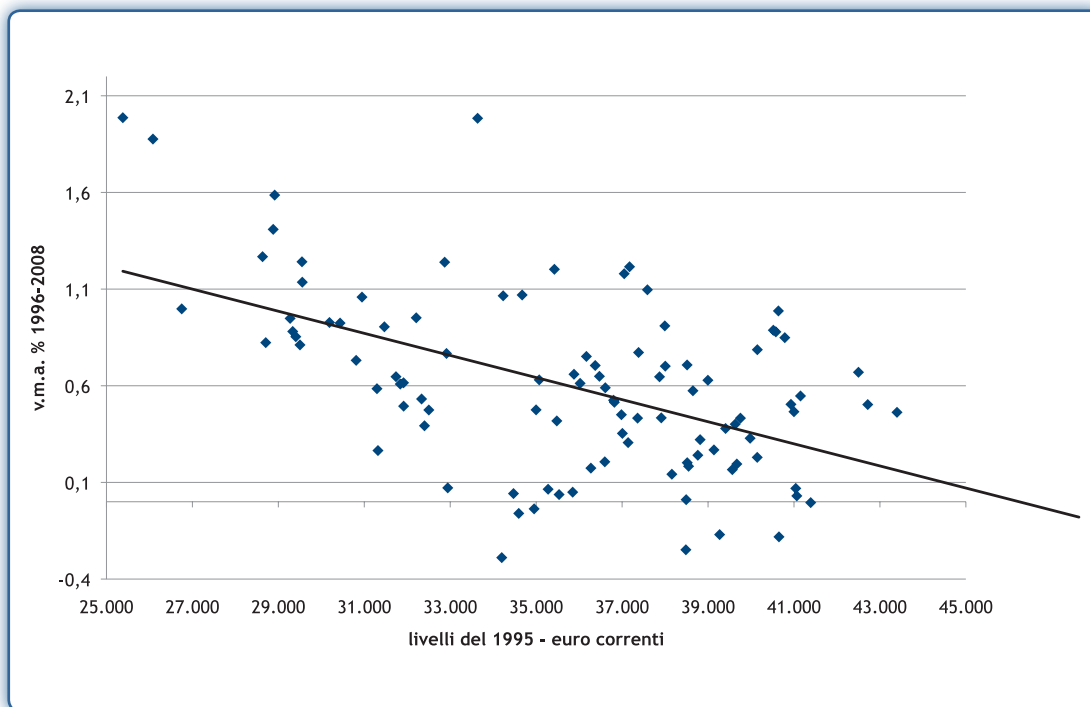
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

La fase critica dovrebbe amplificare il fenomeno determinando nel periodo di previsione una riduzione della produttività del lavoro dello 0,6% annuo. Particolarmente penalizzate dovrebbero risultare, anche in questo caso, le regioni del Sud mentre nel Nord-est la tendenza alla riduzione è stimata più contenuta rispetto al dato nazionale. A livello di singole realtà locali solo in Veneto e nel Friuli-Venezia Giulia è attesa una stagnazione di questo indicatore.

Le dinamiche registrate sul versante della produttività del lavoro nel medio lungo periodo hanno determinato una riduzione molto modesta dei divari territoriali esistenti (tab 3.6). Nei tredici anni dell'analisi la forbice tra il Nord-ovest, dove la produttività è più elevata, ed il Mezzogiorno, si è ridotta di soli tre punti percentuali, situazione peraltro determinatasi nella seconda metà degli anni '90, periodo in cui il Sud aveva mostrato una discreta vivacità produttiva. La crisi economica in

atto, che ha prodotto ridimensionamenti dell'attività produttiva più sensibili nel Sud, dovrebbe comportare un lieve ampliamento dei divari già nel 2009, con un peggioramento nel biennio successivo.

Fig. 3.1 - Una convergenza territoriale troppo lenta: catching-up delle province italiane
valore aggiunto provinciale per unità standard di lavoro, valori concatenati anno 2000



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Gli andamenti stimati per il triennio 2009-2011 rischiano di arrestare il lento processo di convergenza delle province italiane, che sia pure in modo non continuo, si era realizzato negli ultimi tredici anni e che aveva visto le aree con un livello di prodotto per occupato più basso crescere a ritmi lievemente più sostenuti rispetto alle province caratterizzate da una produttività più elevata (fig. 3.1).

3.2 Analisi e previsioni territoriali dei consumi delle famiglie

Il ridimensionamento dell'attività produttiva ha determinato un deciso rallentamento nella dinamica dei consumi delle famiglie con una variazione media annua, nel periodo 2001-2008, dello 0,5% in termini reali (+2,4% tra il 1996 ed il 2000, tab. 3.4). Il dato, oltre a risentire della diminuzione registrata nel 2008, che ha assunto toni abbastanza elevati in regioni come il Piemonte, la Valle d'Aosta, il Molise e la Campania, si configura ormai come una tendenza di lungo periodo nella quale le famiglie tendono a contenere le proprie spese.

La relazione tra valore aggiunto e consumi

Per ottenere la previsione dei consumi interni provinciali a valori concatenati per il triennio 2009-2011 è stata utilizzata la seguente equazione di regressione:

$$\log c_{it} = \delta + a_i + \alpha \log y_{it} + u_{it}$$

dove c_{it} e y_{it} rappresentano i consumi ed il valore aggiunto pro capite. Il valore aggiunto reale provinciale deriva dalla previsione di cui al modello descritto al paragrafo 2.4.1. L'equazione è stata stimata utilizzando una regressione panel con effetti fissi. Le stime dei parametri sono riportate nella tabella seguente:

Stime dei parametri del modello dei consumi		
	Coef	P > t
α	0,61	0,000
δ	3,40	0,000
σ_a *	0,10	
σ_u **	0,03	
ρ ***	0,91	

* deviazione standard degli effetti fissi; ** deviazione standard dell'errore di misura; *** frazione di varianza spiegata dagli effetti fissi su quella totale.

Le stime dei parametri risultano statisticamente significative e di segno atteso. L'elasticità del consumo al valore aggiunto risulta pari a 0,6, un valore accettabile che implica una propensione marginale al consumo di circa 0,55. Questi parametri risultano leggermente inferiori a quelli stimati con le funzioni del consumo aggregato che tengono conto della ricchezza immobiliare e finanziaria, nonché dell'influenza del tasso d'interesse reale (come per esempio in Rapporto Consumi, Ufficio Studi Confcommercio, Dicembre 2008).

Nel Mezzogiorno, gli ultimi anni si sono tradotti in una sostanziale stagnazione della domanda per consumi delle famiglie con un tasso di variazione medio annuo, nel periodo 2001-2008 dello 0,2%. A questo andamento si contrappone lo 0,9% delle regioni del Centro. Il dato dell'area è, peraltro influenzato dalla dinamica registrata dal Lazio, regione che presenta la variazione media annua nel complesso del periodo più elevata ed è una delle tre realtà locali che anche nel 2008 ha mostrato una crescita. Nelle regioni del Nord la tendenza al ridimensionamento dei tassi di incremento nel periodo 2001-08, rispetto al 1996-2000, risulta particolarmente marcata e superiore ai due punti percentuali.

I comportamenti delle famiglie, in termini di consumo, risultano ancora più articolati se si pongono a confronto le dinamiche di medio lungo periodo della spesa reale con la ricchezza prodotta dall'area di riferimento, approssimata dal valore aggiunto.

Nel complesso del periodo 1996-2008 solo in nove regioni i consumi delle famiglie aumentano a tassi medi annui superiori a quelli registrati per il valore aggiunto: quattro sono del Nord, tre del Centro e due del Mezzogiorno. Queste dinamiche risultano determinate dagli andamenti registrati nella seconda metà degli anni '90. Negli anni successivi quasi tutte le regioni evidenziano tassi di variazione medi annui dei consumi inferiori a quelli registrati sul versante della ricchezza.

**Tab. 3.7 - Graduatoria provinciale dei consumi reali pro capite
valori concatenati, anno 2000 - prime e ultime 10 province**

Posizione	Provincia	2000	Posizione	Provincia	2008
prime 10 province					
1	Aosta	18,7	1	Aosta	17,6
2	Forlì	18,3	2	Forlì	17,5
3	Rimini	17,6	3	Milano	16,9
4	Verona	17,3	4	Verona	16,9
5	Milano	16,8	5	Venezia	16,8
6	Ravenna	16,7	6	Belluno	16,7
7	Trento	16,7	7	Rimini	16,3
8	Bolzano	16,7	8	Firenze	16,1
9	Savona	16,4	9	Trento	15,8
10	Venezia	16,4	10	Bologna	15,8
ultime 10 province					
94	Napoli	9,2	94	Avellino	9,3
95	Cosenza	9,2	95	Cosenza	9,3
96	Oristano	9,1	96	Napoli	9,2
97	Benevento	9,0	97	Oristano	9,2
98	Taranto	9,0	98	Benevento	9,1
99	Caltanissetta	9,0	99	Agrigento	9,0
100	Caserta	8,9	100	Taranto	9,0
101	Potenza	8,7	101	Potenza	9,0
102	Agrigento	8,7	102	Enna	8,7
103	Enna	8,2	103	Caserta	8,6

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT e Istituto Tagliacarte.

Queste considerazioni non tengono conto dei diversi andamenti demografici registrati negli anni più recenti, che hanno visto la popolazione crescere a ritmi più sostenuti nelle regioni del Nord rispetto al resto del paese. Il combinarsi di questi due elementi, crescita della popolazione e dinamica dei consumi, fa emergere difficoltà più marcate sul versante della spesa reale sostenuta nelle regioni del Nord, con livelli della spesa pro capite che in molti casi risultano, nel 2008, inferiori rispetto a quanto rilevato nel 2000.

In presenza di una sostanziale stabilità dei livelli registrati nel Mezzogiorno si è assistito ad una modesta riduzione dei divari esistenti tra province più povere e più ricche.

Questa dinamica è derivata, in misura quasi esclusiva, dalla riduzione registrata nelle province più ricche, che continuano ad essere concentrate nelle regioni del Nord (tab. 3.7). Tra il 2000 ed il 2008 le parti alte e basse della classifica dei livelli dei consumi reali pro capite hanno evidenziato spostamenti contenuti, a conferma della scarsa dinamicità dell'intero paese.

**Tab 3.8 - Graduatoria provinciale dei valore aggiunto reale pro capite
valori concatenati, anno 2000 - prime e ultime 10 province**

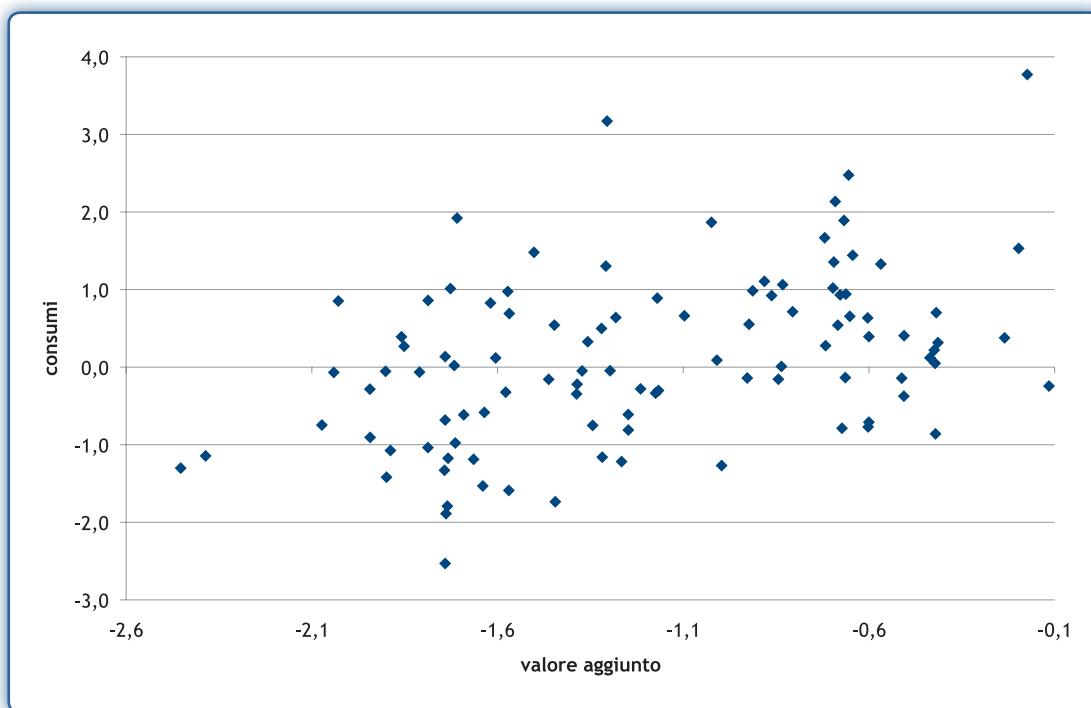
Posizione	Provincia	2000	Posizione	Provincia	2008
prime 10 province					
1	Milano	29,4	1	Milano	28,3
2	Bologna	26,8	2	Bologna	25,7
3	Modena	25,9	3	Modena	25,4
4	Parma	25,6	4	Bolzano	24,8
5	Reggio Emilia	25,4	5	Roma	24,5
6	Bolzano	24,6	6	Bergamo	24,2
7	Roma	24,1	7	Mantova	24,1
8	Firenze	24,0	8	Parma	23,7
9	Mantova	23,8	9	Forlì	23,7
10	Vicenza	23,8	10	Brescia	23,6
ultime 10 province					
94	Palermo	11,5	94	Catania	11,9
95	Caltanissetta	11,3	95	Reggio Calabria	11,8
96	Foggia	11,2	96	Napoli	11,6
97	Oristano	11,1	97	Trapani	11,5
98	Lecce	10,9	98	Vibo Valentia	11,4
99	Caserta	10,5	99	Enna	11,4
100	Vibo Valentia	10,3	100	Caserta	11,3
101	Crotone	9,9	101	Foggia	11,3
102	Enna	9,9	102	Crotone	10,8
103	Agrigento	9,5	103	Agrigento	10,5

Elaborazioni Ufficio Studi Confindustria su dati ISTAT e Istituto Tagliacarne.

Una situazione sostanzialmente simile, dal punto di vista territoriale, si riscontra se si guarda alla graduatoria relativa al valore aggiunto reale per abitante prodotto dalle diverse province nel 2000 e nel 2008. Anche in questo caso la contenuta tendenza alla riduzione delle differenze tra le province più ricche e quelle più povere, in termini di valore aggiunto prodotto ogni anno, è conseguenza della diminuzione registrata nei territori che occupano la parte alta della graduatoria (tab. 3.8). Analogamente a quanto rilevato sul versante dei consumi, i livelli più alti si rilevano nelle province del Centro-nord, mentre i livelli più bassi si concentrano nel Mezzogiorno.

La fase recessiva che ha interessato il paese dal 2008 e dalla quale, sia pure in modo graduale e discontinuo, l'economia italiana sta uscendo, dovrebbe determinare nel complesso del periodo di previsione (2009-11) una stagnazione delle spese per consumi effettuate sull'intero territorio italiano. Il dato è sintesi di una riduzione dell'1,8% nel 2009, e di una modesta ripresa nel 2010 e 2011 (+0,7% e +1,0%).

Fig. 3.2 - Valore aggiunto e consumi provinciali
var. % medie annue - valori concatenati, anno 2000



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Le stime elaborate a livello provinciale indicano che per quasi la metà delle province l'attuale fase si tradurrà in una contrazione dei consumi (fig. 3.2). Il fenomeno dovrebbe interessare molte province del Mezzogiorno, area in cui la recessione è stimata assumere dimensioni più rilevanti e la ripresa toni più contenuti. Le diminuzioni più sensibili, in termini di consumi reali, dovrebbero interessare la Sicilia e la Basilicata, con valori particolarmente negativi per le province di Siracusa, Catania e Messina.

3.3 Il ruolo degli investimenti e delle esportazioni nette

La ricostruzione retrospettiva dei Conti economici regionali operata dall'Istat, relativamente al periodo 1995-2007, consente un semplice esercizio di scomposizione della crescita dal lato della domanda, valutando il contributo dei singoli aggregati, e fornendo così alcune informazioni, sebbene limitate all'aspetto storico-descrittivo, che completano il quadro degli andamenti territoriali, già ampiamente valutato sotto il profilo dell'offerta secondo i risultati della stima della funzione di produzione a livello provinciale, illustrati in dettaglio nel cap. 2.

Una prima evidenza, che conferma quanto già sottolineato in merito agli insufficienti rendimenti di scala del nostro sistema produttivo, mostra come il tasso di crescita del Pil, fatta eccezione per il risultato particolarmente brillante dell'anno 2000, appaia decisamente modesto, oscillante mediamente intorno all'1,5% su base nazionale.

**Tab. 3.9 - Contributo alla crescita del Pil per ripartizione geografica
scomposizione % del tasso di variazione**

		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	media
Nord-ovest	(a)	1,2	2,3	1,8	1,2	1,6	0,7	0,1	0,5	0,8	1,1	1,2	0,8	1,1
	(b)	0,1	0,1	0,4	0,8	1,8	0,2	0,8	-0,7	0,5	0,3	0,8	0,7	0,5
	(c)	-0,5	-0,9	-1,1	-1,1	0,1	0,7	-0,5	0,2	-0,1	-0,7	-0,2	0,1	-0,3
	Pil	0,8	1,5	1,1	0,9	3,5	1,7	0,4	0,1	1,2	0,7	1,8	1,6	1,3
Nord-est	(a)	0,5	1,6	1,7	2,0	2,4	1,0	0,3	0,7	0,7	0,8	1,1	1,1	1,2
	(b)	-0,1	0,1	0,9	1,3	0,8	0,5	1,8	-1,1	0,8	-0,2	1,3	-0,1	0,5
	(c)	0,9	0,5	-1,4	-1,7	2,0	-0,3	-2,7	0,6	0,2	0,4	0,5	0,9	0,0
	Pil	1,3	2,3	1,2	1,7	5,2	1,2	-0,7	0,2	1,7	1,1	2,9	2,0	1,7
Centro	(a)	0,5	2,2	1,9	2,0	2,3	1,1	0,7	0,8	1,9	1,1	0,8	0,8	1,3
	(b)	-0,1	0,4	0,7	1,4	0,4	0,2	0,7	0,6	0,0	-0,6	1,3	0,9	0,5
	(c)	0,8	-1,2	-1,1	-1,9	0,3	0,7	0,4	-1,6	1,1	0,0	-0,1	0,3	-0,2
	Pil	1,2	1,4	1,6	1,6	3,0	2,0	1,8	-0,2	2,9	0,4	2,0	2,0	1,6
Sud	(a)	-0,3	1,8	2,7	2,0	2,2	1,5	0,6	1,0	0,7	0,8	0,6	0,6	1,2
	(b)	-0,3	1,7	0,9	0,1	1,3	0,8	-0,3	0,8	0,5	-0,4	1,2	0,3	0,5
	(c)	1,7	-1,1	-1,7	0,0	-0,4	0,2	0,2	-2,0	-0,7	0,0	-0,2	-0,3	-0,4
	Pil	1,0	2,4	1,9	2,0	3,0	2,5	0,4	-0,3	0,5	0,4	1,6	0,7	1,3
Italia	(a)	0,5	2,0	2,0	1,7	2,1	1,0	0,4	0,7	1,0	1,0	0,9	0,9	1,2
	(b)	-0,1	0,5	0,7	0,9	1,2	0,4	0,7	-0,2	0,4	-0,2	1,1	0,5	0,5
	(c)	0,7	-0,7	-1,3	-1,2	0,5	0,4	-0,7	-0,6	0,1	-0,1	0,0	0,3	-0,2
	Pil	1,1	1,9	1,4	1,5	3,7	1,8	0,5	0,0	1,5	0,7	2,0	1,6	1,5

(a) Consumi finali interni (spesa per consumi finali delle famiglie, delle Amministrazioni pubbliche e delle ISP.); (b) investimenti fissi lordi e var. scorte; (c) esportazioni nette; Pil = (a) + (b) + (c); la somma dei contributi alla crescita può non coincidere con la variazione del Pil ad un decimale, a causa degli arrotondamenti.

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Nel periodo considerato, la componente decisamente più dinamica è quella della domanda per consumi, il cui contributo alla crescita si attesta mediamente all'1,2%, mentre quello ascrivibile agli investimenti fissi lordi si approssima allo 0,5%, risultando invece negativo di circa due decimi di punto il contributo delle esportazioni nette (saldo tra esportazioni ed importazioni di beni e servizi).

È un dato che certamente desta perplessità in relazione ad una rappresentazione del nostro sistema produttivo sempre volta da esaltarne gli aspetti di economia manifatturiera con una speciale vocazione all'export. In termini di beneficio aggregato, non si può certo affermare che l'Italia sia un esportatore netto di beni al pari, ad esempio, della Germania. Forse occorrerebbe focalizzare di più l'attenzione sui servizi, come ad esempio le esportazioni di turismo (spesa dei non residenti sul territorio, derivante dall'*incoming*), che valgono circa 2 punti di Pil, per trarne indicazioni di *policy* in merito ad un più efficace contributo della domanda estera alla crescita interna, riequilibrando il *mix* beni-servizi a vantaggio di questi ultimi.

Scendendo ad un dettaglio territoriale, queste affermazioni trovano un'ulteriore conferma.

L'area a maggior densità industriale del paese, cioè il Nord, evidenzia, nel periodo considerato, una difficoltà dei settori produttivi *export-oriented*, visto che per il Nord-ovest il contributo delle esportazioni nette è mediamente negativo di tre decimi di punto mentre per il Nord-est è pari a zero. Ciò spiega, a parità di contributi di consumi e investimenti, la crescita del Pil lievemente più sostenuta del Nord-est (+1,7%) rispetto al Nord-ovest (+1,3%).

Va però sottolineato che le due ripartizioni settentrionali presentano una struttura produttiva manifatturiera diversa, sia per tipologia di prodotti, sia per dimensione di impresa e sinergie territoriali. Il modello Nord-ovest, infatti, sembra in maggiore affanno (come si vede anche nei risultati dell'analisi *shift-share* del par. 3.4.2), con contributi alla crescita delle esportazioni nette quasi sempre negativi, anche prima dell'introduzione della moneta unica. Per contro, i territori del Nord-est, hanno attraversato una fase di crisi prima nel biennio 1998-1999, in corrispondenza probabilmente della crisi asiatica, e poi nel biennio 2001-2002, subito a ridosso dell'introduzione dell'euro, riuscendo però negli anni successivi ad operare trasformazioni e ristrutturazioni in grado di riconquistare posizioni sui mercati esteri, soprattutto extraeuropei.

È probabile che le performance dei comparti orientati all'export avrebbero contribuito in misura più intensa e positiva alla crescita in presenza di flussi di investimenti su ritmi più sostenuti, ma in entrambe le ripartizioni il tasso di incremento del processo di accumulazione è risultato modesto ed in linea con la media nazionale, dato che il contributo alla crescita della componente degli investimenti è di circa lo 0,5%. Anche al Nord, dunque, nella spiegazione della crescita del prodotto prevale il ruolo della domanda per consumi, il cui contributo è in linea con la media nazionale.

Le aree territoriali del Centro, mostrano anch'esse una crescita appena più elevata della media nazionale (+1,6%), trainata quasi esclusivamente dai consumi che hanno contribuito mediamente per l'1,3%, il dato più alto tra le ripartizioni, mentre il ruolo dell'accumulazione di capitale risulta perfettamente allineato con la media nazionale. Negativo per due decimi di punto, è risultato il contributo delle esportazioni nette, che hanno manifestato un andamento discontinuo e oscillante nel corso degli anni oggetto dell'analisi, a testimonianza delle difficoltà che sta incontrando a partire dagli anni duemila, con l'ingresso sui mercati internazionali di *player* mondiali a bassissimo costo del lavoro, un modello produttivo basato sulla piccola manifattura e specializzato in prodotti maturi legati ai comparti del tessile, abbigliamento, calzature, maggiormente esposti alle pressioni della globalizzazione.

Per il Mezzogiorno, infine, area cresciuta, come il Nord-ovest, lievemente al di sotto della media nazionale (+1,3%), l'analisi della scomposizione dei contributi delle componenti della domanda aggregata, non segnala la presenza di elementi di novità rispetto ai problemi irrisolti e ai ritardi di questi territori rispetto al resto del paese.

Il contributo negativo delle esportazioni nette (-0,4%) è il più alto, nella media del periodo, fra le ripartizioni, a conferma della dipendenza delle aree meridionali dalla produzione esterna per soddisfare la domanda domestica, stante una struttura produttiva industriale ben più fragile

rispetto al resto del territorio nazionale ed una, fino ad oggi, cronica incapacità di accrescere la quota di export derivante dai servizi, nella specifica componente del turismo.

Il contributo degli investimenti fissi lordi (+0,5%), è risultato in linea con la media nazionale, riuscendo appena a compensare l'apporto negativo del saldo estero, ma appare certamente insufficiente in un'area ampiamente sottocapitalizzata e non in grado di attirare investimenti produttivi dall'estero o da altre aree del paese. Permane, dunque, una debolezza strutturale del Sud, che potrebbe aggravarsi nei prossimi anni.

3.4 Approfondimenti

3.4.1 Le dinamiche recenti dell'occupazione nelle regioni italiane

La crisi economica che ha investito dal 2008 tutte le economie di mercato, ha prodotto gravi effetti sul mercato del lavoro del nostro paese, interrompendo una fase piuttosto lunga di crescita dell'occupazione. Tra il 1995 ed il 2007 gli occupati sono aumentati del 16%, passando da oltre 20,2 milioni, pari al 51,8% della popolazione in età lavorativa, ai 23,2 milioni nel 2007, con un innalzamento del tasso di occupazione al 58,7%. L'incremento, pari ad oltre 2,9 milioni e ad una variazione media annua dell'1,2%, è derivato da una tendenza alla crescita diffusa sul territorio che presenta, comunque, andamenti articolati (tab. 3.10).

Nelle regioni del Nord l'occupazione è cresciuta, nel periodo in esame, a tassi medi annui in linea con la media nazionale, mentre nel Centro si è avuto un incremento a ritmi più sostenuti (+1,7%). Tutte le regioni meridionali evidenziano, invece, un trend di crescita medio annuo inferiore alla media nazionale (0,7%).

Una determinante fondamentale della crescita di lungo termine dell'occupazione in Italia è stato il processo di riforma del mercato del lavoro avviato tra il 1997 (pacchetto Treu) e il 2003 (legge Biagi) con l'introduzione di nuove forme flessibili di impiego che hanno mutato radicalmente il contesto normativo, per rispondere alle esigenze oggettive delle imprese generate dalle nuove dinamiche di mercato e dalla conseguente evoluzione dei modelli organizzativi.

Se da un lato questa strategia ha ottenuto risultati positivi in termini di una diminuzione del tasso di disoccupazione (passato dall'11,2% del 1995 al 6,1% del 2007), con effetti, anche sui tassi di occupazione (dal 51,8% al 58,7%), dall'altro ha fatto crescere il numero dei lavoratori cosiddetti "flessibili" che stanno scontando oggi più degli altri gli effetti della crisi.

A partire dalla seconda metà del 2008, con il propagarsi della crisi finanziaria mondiale all'economia reale, il trend positivo dell'occupazione ha incominciato a manifestare i primi segnali negativi che si sono tradotti inizialmente in un rallentamento delle dinamiche occupazionali e in un incremento del numero dei disoccupati, fenomeno che non si verificava da quindici anni.

Nel corso del 2009 il rallentamento della crescita dell'occupazione si è tradotto in una brusca inversione di tendenza che ha fatto registrare, per la prima volta dal 1996, una dinamica

negativa: nei primi 3 trimestri del 2009 si è registrata, rispetto allo stesso periodo del 2008, la perdita di 365mila occupati di cui oltre la metà nel Mezzogiorno.

Tab. 3.10 - L'occupazione nelle regioni

	1995 (migliaia)	2007 (migliaia)	2009 (*) (migliaia)	1996-2007	2007-2009	1996-2007	2008-2009
				var. assolute		var. % media annua	
Piemonte	1.667	1.863	1.858	196	-4	0,9	-0,1
Valle d'Aosta	53	57	56	3	0	0,5	-0,4
Lombardia	3.660	4.305	4.306	645	1	1,4	0,0
Liguria	603	649	643	46	-7	0,6	-0,5
Trentino Alto Adige	389	453	467	64	14	1,3	1,6
Veneto	1.780	2.119	2.111	338	-8	1,5	-0,2
Friuli Venezia Giulia	476	522	508	47	-14	0,8	-1,4
Emilia Romagna	1.701	1.953	1.968	252	15	1,2	0,4
Toscana	1.326	1.550	1.572	224	22	1,3	0,7
Umbria	305	367	365	62	-2	1,5	-0,3
Marche	556	654	658	97	4	1,4	0,3
Lazio	1.702	2.215	2.238	513	23	2,2	0,5
Abruzzo	477	502	493	26	-9	0,4	-0,9
Molise	109	112	112	4	-1	0,3	-0,4
Campania	1.632	1.719	1.620	87	-99	0,4	-2,9
Puglia	1.180	1.284	1.243	103	-41	0,7	-1,6
Basilicata	179	195	192	16	-3	0,7	-0,9
Calabria	576	602	585	26	-18	0,4	-1,5
Sicilia	1.330	1.488	1.465	159	-23	0,9	-0,8
Sardegna	539	613	600	74	-13	1,1	-1,1
Nord-ovest	5.984	6.874	6.864	890	-10	1,2	-0,1
Nord-est	4.346	5.047	5.054	701	7	1,3	0,1
Centro	3.890	4.785	4.832	896	47	1,7	0,5
Sud	6.021	6.516	6.310	495	-206	0,7	-1,6
ITALIA	20.240	23.222	23.060	2.982	-162	1,2	-0,3

(*) media gennaio-settembre.

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

L'andamento del mercato del lavoro nel biennio 2008-2009 (terzo trimestre) ha portato ad una flessione dell'occupazione di 162mila unità (-0,3%).

La crisi non ha colpito in modo omogeneo i vari settori di attività economica, in linea con la tempistica con cui il rallentamento produttivo si è trasferito ai settori. La più colpita è risultata l'industria in senso stretto, mentre il settore dei servizi, nel complesso, ne ha risentito in misura più contenuta; diverso è stato conseguentemente l'impatto geografico della crisi, in relazione alle specializzazioni delle varie aree del paese.

Molte regioni del Nord hanno registrato, nel biennio, una flessione del numero di occupati, mentre quelle del Centro hanno mantenuto tassi di crescita positivi sia pur molto contenuti.

In entrambe le ripartizioni, tuttavia, guardando al solo andamento dei primi nove mesi del 2009, l'occupazione è risultata in decisa flessione soprattutto nell'ultimo trimestre dello scorso anno.

Nel Mezzogiorno il numero di occupati si è ridotto in tutte le regioni nel biennio 2008-2009. Come in altre fasi congiunturali sfavorevoli, il calo dell'occupazione si è associato a una diminuzione del numero dei non occupati che dichiarano di cercare attivamente un lavoro (cosiddetto effetto scoraggiamento); il tasso di disoccupazione nel 2009 è così rimasto sostanzialmente immutato nella media dei primi 3 trimestri del 2009 (12,0%) rispetto all'analogo periodo del 2008.

Nelle regioni centrali, invece, il tasso di disoccupazione è stato pari al 6,9% (0,9 punti in più rispetto un anno prima); in quelle del Nord al 5,1% (1,7 punti in più), uno dei valori più alti registrati a partire dal 2000.

I ritardi con cui gli effetti della crisi si stanno riflettendo sull'occupazione sono dovuti anche al largo utilizzo della Cassa Integrazione Guadagni. Le ore autorizzate sono aumentate nel 2009 del 311%, anche in ragione dell'ampliamento delle possibilità di accesso a imprese di minori dimensioni. Per valutare effettivamente quante persone sono uscite dal processo produttivo in conseguenza della crisi economica, con gli inevitabili effetti sul tasso di disoccupazione, sarà pertanto necessario attendere alcuni mesi per valutare quante posizioni momentaneamente sospese dal processo produttivo torneranno a svolgere effettivamente un lavoro e quante dovranno collocarsi nuovamente sul mercato.

3.4.2 Le componenti locali e macro-settoriali della cella crescita: un'analisi shift-share del valore aggiunto provinciale

L'analisi *shift-share* - spostamenti di quote - è utilizzata per attribuire la dinamica economica di un dato territorio, misurata in un periodo di tempo, a fattori strutturali - vale a dire influenzati dalle performance generali dei settori di attività economica, indotte anche da componenti esogene come la domanda estera - e a fattori strettamente locali.

Si consideri la differenza assoluta tra il tasso di crescita di una economia territoriale rispetto alla crescita media nazionale. Tale differenza dipende da due componenti.

La prima spiega quanto incide a livello locale la crescita di un settore produttivo misurata su base nazionale e confrontata con la crescita media complessiva nazionale, in relazione al peso che quel settore riveste a livello locale. Questa componente è definita *strutturale* (S). Il concetto può essere chiarito meglio ricorrendo ad un esempio. Se in una provincia, l'industria conciaria¹⁷ ha un peso rilevante e la domanda mondiale di cuoio ha conosciuto, nel periodo oggetto di anali-

17 L'analisi qui presentata è riferita soltanto ai principali rami di attività economica, corrispondenti a quelli per il quali l'Istat fornisce una serie dei conto del valore aggiunto ai prezzi base a livello provinciale. Si tratta di agricoltura, silvicoltura e pesca; industria in senso stretto; costruzioni; commercio, riparazioni, alberghi e pubblici esercizi, trasporti e comunicazioni; intermediazione monetaria e finanziaria, attività immobiliari e imprenditoriali; altre attività di servizi. Per la derivazione tecnica dell'analisi shift-share, cfr. R. Guarini e F. Tassinari (1990), *Statistica economica. Problemi e metodi di analisi*, Bologna, Il Mulino, pp. 289-91.

si, un incremento particolarmente elevato, è verosimile che il valore aggiunto di quell'industria - via maggiori esportazioni - sia cresciuto più del valore aggiunto medio nazionale, beneficiando quei territori nei quali l'industria del cuoio presenta un'accentuazione, in termini di quota, sul prodotto totale locale. Ovviamente, questo fenomeno non ha nulla a che vedere con la "localizzazione": dovunque fosse localizzata e con qualsiasi grado di efficienza, l'industria conciaria avrebbe beneficiato della maggiore domanda mondiale.

La seconda componente, invece, misura l'incidenza degli scostamenti dei diversi tassi di crescita dei settori a livello totale dai loro omologhi su base nazionale, a seconda del peso che tali settori esibiscono sul totale della produzione a livello territoriale, definendosi tale componente come *locale* (L). Ne consegue, che nella misura in cui il valore aggiunto dell'industria conciaria, per restare all'esempio precedente, è variato nel tempo con intensità maggiore o minore rispetto alla variazione del valore aggiunto di quella branca manifatturiera a livello nazionale, ed in base al suo peso sulla produzione complessiva territoriale, si potrà parlare di un effetto genuinamente locale.

Riassumendo, la componente strutturale misura l'incidenza della più elevata o più ridotta presenza a livello locale dei settori produttivi a crescita più intensa misurata complessivamente a livello nazionale, mentre la componente locale misura la capacità dei diversi settori che compongono la struttura produttiva locale, ad espandersi più o meno rapidamente dei corrispondenti settori a livello nazionale.

Nel presente paragrafo, viene analizzato il valore aggiunto ai prezzi base¹⁸ a prezzi correnti per provincia, relativamente alla variazione relativa cumulata intercorsa tra il 1995, ed il 2007. Sebbene nelle consuete analisi sulla crescita si utilizzino variabili in termini reali, cioè calcolate a prezzi costanti o espresse in valori concatenati riferiti ad un anno base, a differenza di quanto descritto nel par. 2.3.2, si è preferito non intervenire sulla base dati originale¹⁹ diffusa dall'Istat e trasformare il valore aggiunto a prezzi correnti in un indicatore reale, ad esempio utilizzando i deflatori a livello regionale corrispondenti ai settori produttivi considerati, perché la trasformazione del valore aggiunto settoriale provinciale da valori a prezzi correnti in valori concatenati, attraverso i deflatori regionali di settore applicati alle relative province, avrebbe di fatto violato la proprietà dell'additività, necessaria invece per una corretta applicazione dell'analisi *shift-share*.

18 Il concetto di valore aggiunto ai prezzi base, introdotto con l'entrata in vigore dell'attuale Sistema europeo dei conti (SEC 95), corrisponde al saldo tra la produzione e i consumi intermedi, in cui la produzione è valutata ai prezzi di base, cioè al netto delle imposte sui prodotti e al lordo dei contributi ai prodotti. La produzione valutata ai prezzi di base si differenzia da quella valutata al costo dei fattori: quest'ultima, è infatti al netto di tutte le imposte (sia quelle sui prodotti, sia le altre imposte sulla produzione), ed al lordo di tutti i contributi (sia i contributi commisurati al valore dei beni prodotti, sia gli altri contributi alla produzione). In pratica, il prezzo di base è quello che il produttore riceve dall'acquirente per una unità di bene o servizio prodotta, dedotte le eventuali imposte da pagare su quella unità quale conseguenza della sua produzione e della sua vendita (ossia le imposte sui prodotti), ma compreso ogni eventuale contributo da ricevere su quella unità quale conseguenza della sua produzione o della sua vendita (ossia i contributi ai prodotti). Sono escluse le spese di trasporto fatturate separatamente dal produttore mentre sono inclusi i margini di trasporto addebitati dal produttore sulla stessa fattura, anche se indicati come voce distinta. Cfr. <http://www.istat.it/cgi-bin/glossario/indice.pl>.

19 È stato effettuato un solo intervento di trascurabile entità. Per uniformità con la stima della funzione di produzione oggetto di analisi in altre parti del presente Rapporto, il valore aggiunto delle province della Sardegna è stato ricostruito secondo un'articolazione del territorio basata sulle quattro province storiche di Sassari, Nuoro, Oristano e Cagliari (cfr. par. 2.3).

Va da sé, che nell'interpretazione dei risultati rappresentati dalle variazioni relative del valore aggiunto, occorre sempre ricordare che si tratta di dinamiche al lordo della variazione dei prezzi intercorsa nello stesso periodo di riferimento.

Nella tab. 3.11, è rappresentata la scomposizione dello scostamento dalla media nazionale della variazione cumulata 1996-2007 del valore aggiunto provinciale, nelle due componenti S ed L ottenute con il metodo dell'analisi *shift-share*.

Tab. 3.11 - Valore aggiunto ai prezzi base a prezzi correnti - analisi *shift-share*
var. % cumulata 1996-2007

Provincia	Scostamento dalla media nazionale	Componente strutturale S	Componente Locale L	Provincia	Scostamento dalla media nazionale	Componente strutturale S	Componente Locale L
Latina	40,2	-2,6	42,8	Pisa	0,4	-1,0	1,4
Grosseto	37,6	-0,1	37,7	Modena	0,3	-4,4	4,7
Rimini	32,4	0,6	31,8	Potenza	0,0	0,7	-0,7
Rieti	27,8	-0,7	28,5	Reggio Emilia	0,0	-5,4	5,4
Imperia	25,7	1,0	24,7	Isernia	-0,2	0,9	-1,1
Pesaro e Urbino	23,3	-0,5	23,8	Caltanissetta	-0,2	0,8	-1,0
Caserta	18,3	-0,2	18,6	Verona	-0,3	-3,6	3,3
Oristano	16,9	-2,8	19,6	Vercelli	-0,4	-4,8	4,5
Lucca	16,0	-0,4	16,4	Vibo Valentia	-1,4	1,5	-2,9
Pistoia	12,0	-3,2	15,2	Savona	-1,7	-1,5	-0,3
Ragusa	11,9	-5,8	17,8	Frosinone	-1,8	-0,9	-1,0
Padova	11,6	-0,6	12,1	Pavia	-2,3	-1,9	-0,4
Forli-Cesena	11,5	-2,4	14	Cuneo	-2,4	-4,9	2,5
Taranto	11,4	-2,9	14,2	Como	-2,5	-2,2	-0,3
Crotone	11,3	-0,3	11,5	Bologna	-2,8	-1,2	-1,7
Ascoli Piceno	10,9	-3,1	14	Rovigo	-3,0	-5,2	2,1
Macerata	10,8	-1,9	12,7	Terni	-3,5	-0,8	-2,7
Brescia	10,8	-4,7	15,4	Cremona	-3,6	-6,4	2,9
Enna	10,5	2,5	8,0	Livorno	-3,7	-0,7	-3,0
Ravenna	9,7	-2,1	11,8	Firenze	-4,2	0,7	-4,9
Salerno	9,6	1,8	7,9	Belluno	-4,6	-2,0	-2,6
Nuoro	9,4	1,1	8,4	Campobasso	-4,9	-0,1	-4,8
Bergamo	9,0	-3,1	12,0	Messina	-5,1	4,2	-9,3
Ancona	8,5	-1,9	10,4	Catanzaro	-5,3	3,5	-8,9
Asti	8,1	-2,1	10,3	Genova	-5,4	5,1	-10,5
Varese	7,9	-3,6	11,5	Trapani	-5,7	1,0	-6,7
Sondrio	7,5	-0,8	8,3	Ferrara	-5,7	-4,1	-1,6
Udine	7,4	-0,5	7,9	Napoli	-6,6	3,4	-10,0

continua a pag. 70

continua da pag. 69 (tab. 3.11)

Provincia	Scostamento dalla media nazionale	Componente strutturale S	Componente Locale L	Provincia	Scostamento dalla media nazionale	Componente strutturale S	Componente Locale L
Sassari	7,3	0,7	6,6	Gorizia	-6,7	-1,3	-5,4
Treviso	6,5	-3,1	9,6	Milano	-6,8	1,0	-7,9
Alessandria	6,4	-3,1	9,5	Verbano-Cusio-Ossola	-6,9	0,1	-7,0
Matera	6,1	-1,8	7,8	Novara	-6,9	-2,2	-4,8
Venezia	5,8	-0,5	6,3	Benevento	-7,4	2,3	-9,6
Teramo	5,8	-1,7	7,5	Parma	-7,4	-2,5	-4,9
Avellino	5,6	0,5	5,1	Mantova	-7,8	-7,9	0,1
Lecce	5,0	1,5	3,5	La Spezia	-8,0	2,6	-10,6
Lodi	5,0	-4,9	9,9	Agrigento	-8,3	1,5	-9,8
Trento	4,9	-0,9	5,8	Pordenone	-9,5	-4,4	-5,1
Cosenza	4,6	3,0	1,6	Bari	-9,6	1,4	-10,9
Massa-Carrara	4,1	2,7	1,5	Catania	-10,9	5,3	-16,2
Pescara	3,9	1,6	2,2	Cagliari	-11,7	2,5	-14,2
Roma	3,4	7,3	-3,9	Torino	-12,4	0,6	-13,0
Siena	3,2	0,3	2,9	Prato	-12,7	-0,3	-12,3
Palermo	2,8	4,7	-1,9	Foggia	-12,9	-1,9	-11,0
Trieste	2,5	4,8	-2,3	L'Aquila	-13,8	-0,1	-13,7
Viterbo	2,1	-0,2	2,3	Reggio Calabria	-14,3	2,5	-16,8
Perugia	2,0	-1,7	3,7	Brindisi	-14,4	-1,9	-12,5
Bolzano	1,9	-1,5	3,4	Chieti	-14,4	-3,0	-11,4
Arezzo	1,8	-2,5	4,3	Aosta	-19,3	5,4	-24,7
Lecco	1,4	-3,4	4,8	Biella	-23,0	-4,2	-18,7
Piacenza	0,6	-3,1	3,7	Siracusa	-27,1	-3,1	-24,1
Vicenza	0,5	-4,6	5,1				

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

A livello nazionale, il valore aggiunto tra il 1995 ed il 2007 è cresciuto in termini cumulati di poco meno del 62%, mentre le performance settoriali hanno delineato andamenti decisamente differenziati rispetto alla media nazionale. Le attività agricole hanno evidenziato una crescita zero, dato preoccupante sia in termini assoluti, perché la variazione è valutata su grandezze nominali, sia in termini relativi, perché è nelle province del Nord che si verifica, tra il 1996 ed il 2007, una vera e propria caduta verticale della produzione: il 57% dei territori di area 1 e 2 ha evidenziato flessioni del valore aggiunto agricolo comprese tra il 15% ed il 45%, laddove invece, per il Mezzogiorno, solo nel 22% delle province si è verificata una contrazione del valore aggiunto agricolo.

Il secondo settore di attività economica ad essere cresciuto meno della media nazionale è quello dell'industria in senso stretto (+39,0%), facendo registrare una variazione addirittura negativa a Biella (-15,0%) e a Siracusa (-24,5%).

I settori più dinamici, sempre su base nazionale, sono stati quello delle costruzioni (+85,7%), con punte comprese tra il +200% ed il +350% in alcune realtà, come Imperia, Piacenza, Rimini, Pistoia, Taranto e Crotone e quello dell'intermediazione monetaria e finanziaria, attività immobiliari e imprenditoriali, con una crescita cumulata superiore al 97%, con punte superiori al 120% in gran parte delle province del Centro. I comparti del commercio, trasporti e comunicazioni sono invece cresciuti al di sotto della media nazionale (+50,7%), sebbene in tre province del Centro, ossia Grosseto, Latina e Frosinone, l'incremento cumulato è risultato compreso tra il +100% ed il +140%. Il comparto degli altri servizi, infine, (comprensivo delle attività delle Amministrazioni pubbliche) ha esibito un incremento cumulato leggermente superiore alla media italiana, pari al 68,1%.

Rispetto a queste dinamiche di settore su base nazionale, si sono manifestati scostamenti significativi a livello di singole province, imputabili appunto ai diversi contributi delle componenti *S* ed *L*.

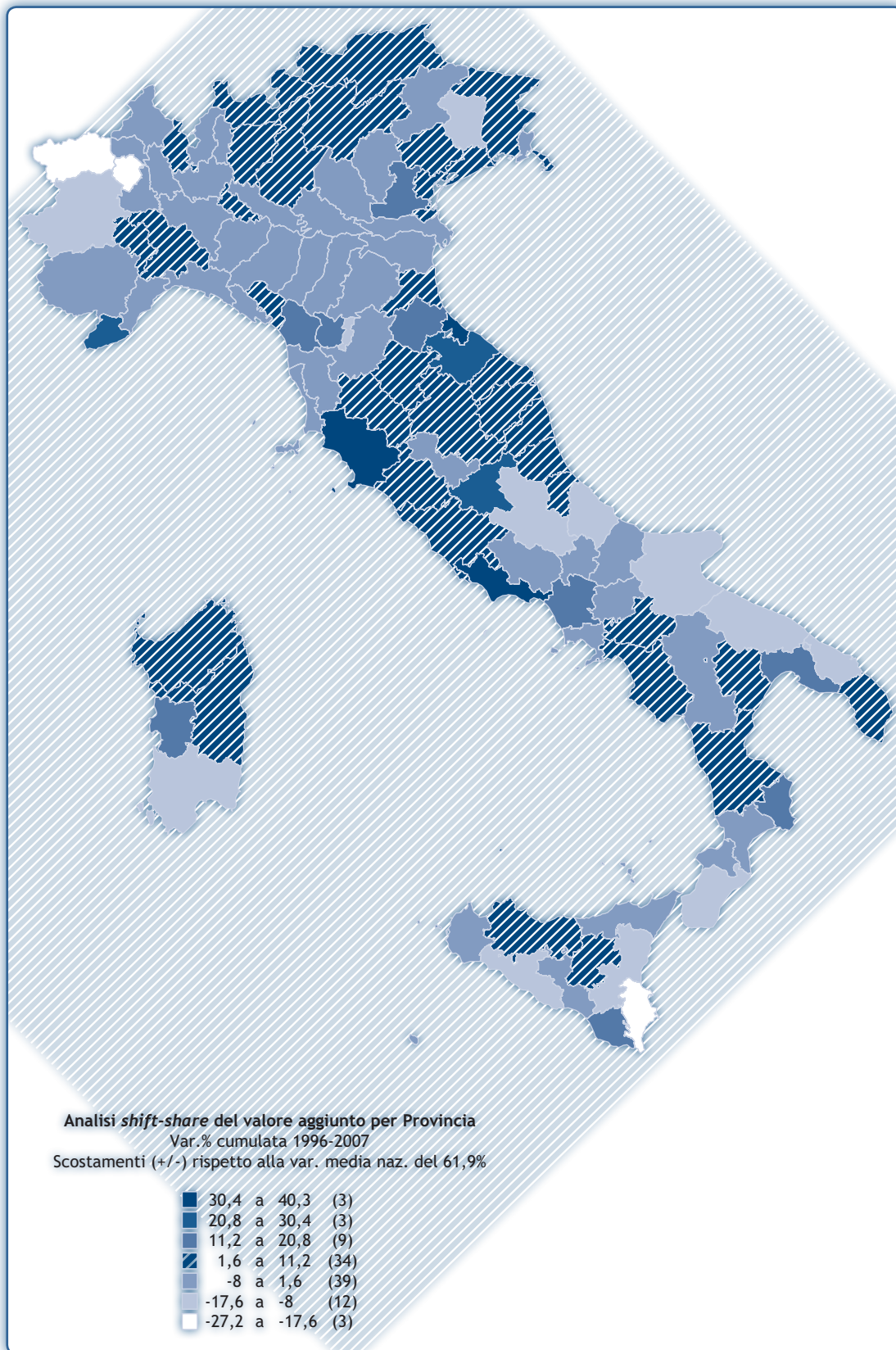
Una prima riflessione riguarda il fatto che oltre il 52% delle province (cioè 54) ha fatto registrare nel periodo considerato un incremento cumulato del valore aggiunto superiore alla media nazionale, mentre le rimanenti 49 hanno evidenziato una dinamica inferiore alla media, come si può verificare dalla rappresentazione della fig. 3.3, che raggruppa le varie province secondo intervalli di valori dello scostamento della crescita cumulata territoriale rispetto alla media nazionale.

Il confronto tra la mappa territoriale ed i valori rappresentati in tabella, ordinanti in senso decrescente secondo l'intensità dello scostamento, mostra a colpo d'occhio, al di là di singoli casi provinciali, come Rimini, Grosseto, Rieti e Latina, un'evidenza per la quale gran parte dei territori dell'Italia centrale e della Sardegna sono cresciuti a tassi superiori tra, l'11% ed il 21%, rispetto alla media nazionale, al pari di alcune aree pedemontane del Nord-est, mentre il grosso delle aree territoriali identificabili con la padania (proprio quelle interessate dal corso del Po) ha delineato un ritmo di crescita solo in linea con la media nazionale o in molti casi inferiore di circa il 10%. Delle rimanenti province, cioè quelle con una crescita cumulata che si è discosta dalla media nazionale di un ammontare tra il 10% ed il 30% circa, la gran parte appartiene alle regioni meridionali, anche se va segnalata in questo gruppo la presenza di Aosta, Biella, Torino, Novara e Pordenone, aree che sembrano aver sofferto in modo particolare le vicende connesse alla ristrutturazione dei settori industriali.

La tab. 3.11 suggerisce anche un'ulteriore chiave di lettura. Se si correla lo scostamento della crescita provinciale dalla media nazionale delle prime trenta province al peso che il settore dei servizi considerati in complesso assume rispetto al totale delle attività produttive di ogni singola provincia, il coefficiente di correlazione si approssima a 0,48, evidenziando così una dipendenza diretta, statisticamente consistente, della crescita economica dalla presenza prevalente di attività di servizi.

Non a caso, il tratto comune che lega la performance delle prime quattro province elencate nella tabella, è il ruolo particolarmente dinamico che i comparti dei servizi di mercato hanno fatto registrare a livello locale.

Fig. 3.3 - Mappa provinciale della scomposizione del valore aggiunto secondo l'analisi *shift-share*



Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati ISTAT.

Parimenti, se si considerano le dinamiche delle peggiori quattro province, quelle cioè con lo scostamento negativo più elevato e quindi la crescita cumulata più bassa in assoluto rispetto alla media nazionale, tra le quali, sorprendentemente, si colloca una sola provincia meridionale, quella di Siracusa, si conclude che, simmetricamente, in questo caso è la debolezza dei comparti di servizi di mercato a livello locale a spiegare il differenziale di crescita con la media nazionale. Infatti, soffermandosi ad esempio sul caso di Biella (la cui crescita cumulata è del +39%, cioè 23 punti percentuali in meno rispetto al +62% nazionale), e analizzando la composizione settoriale della sua struttura produttiva, si evince che risultando fortemente sbilanciata sui comparti della trasformazione industriale (il peso dell'industria in senso stretto era nel 1995 di quasi il 47%), le cui dinamiche cumulate sono risultate negative per circa il 15% a fronte di una crescita media nazionale del comparto del 39%, si deve concludere che un modello di specializzazione locale ancora troppo incentrato sulle attività manifatturiere, in presenza di una competizione internazionale crescente proprio sui prodotti tipici del *made in Italy*, può determinare performance di crescita decisamente più modeste e inferiori alla velocità media del sistema-paese.

In realtà, come risulta in forma evidente dalla fig. 3.3, è in generale tutto il Nord-ovest, storicamente propulsore industriale dell'Italia, a soffrire in misura consistente del divario di crescita.

In conclusione, si può affermare che al di là delle particolari specificità territoriali, le aree locali contrassegnate da divari positivi di crescita più o meno elevati, sono risultate quelle con una struttura produttiva più equilibrata e articolata su una presenza consistente dei servizi di mercato.

3.4.3 La concentrazione provinciale del valore aggiunto²⁰

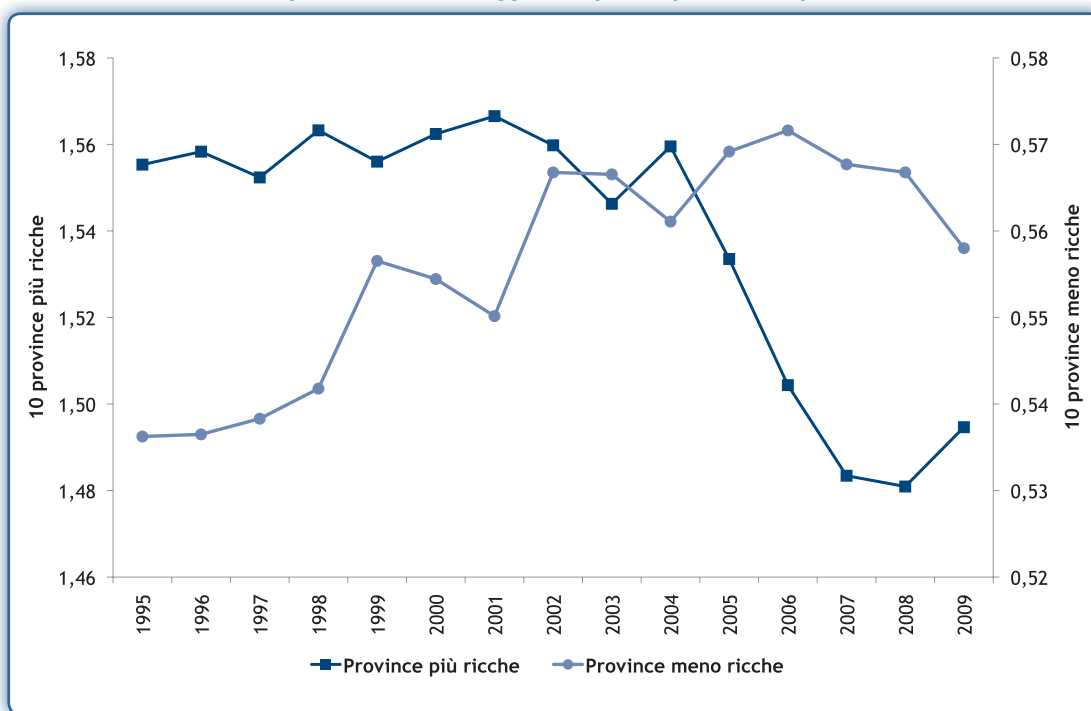
L'unica distribuzione delle variabili di reddito o prodotto deputata a fornire utili indicazioni di disuguaglianza è quella personale. L'Istat e l'Isae studiano questi fenomeni da lungo tempo, con metodi e strumenti coerenti con gli standard internazionali. Le principali evidenze indicano che la disuguaglianza (basata sui consumi delle famiglie) in Italia non cresce, almeno con riferimento all'ultimo decennio. Inoltre, l'accentuazione più evidente della povertà relativa si riscontra nel Mezzogiorno, sebbene alcune evidenze dovrebbero essere aggiustate per il differente livello dei prezzi nelle diverse aree geografiche. Con questa premessa, qualche indicazione aneddotica di qualche utilità può essere desunta dall'analisi della concentrazione del valore aggiunto su base provinciale, in cui la provincia è trattata alla stregua di un raggruppamento dei dati in classi (di tipo non quantitativo ma qualitativo, appunto le province amministrative).

Su base macro-ripartizionale tra il 1995 e il 2009 la proporzione della ricchezza prodotta non muta significativamente, salvo che nell'ultimo anno e a sfavore del Mezzogiorno, come visto nel paragrafo 3.1. Mediamente, nel Nord risiede il 45% della popolazione che produce il 55% del valore aggiunto (nel Nord-ovest, l'area più importante in termini di valore aggiunto complessivo, risiede il 26% della popolazione che produce il 32% del valore aggiunto); il Mezzogiorno produce il

20 Ha collaborato Maria Vittoria Leardi.

23% della ricchezza ma conta per il 35% della popolazione residente. Le province che contano di più in termini di valore aggiunto aggregato sono costantemente Milano e Roma (con il 10% e l'8,5% del valore aggiunto dell'intero paese).

Fig. 3.4 - Rapporto tra valore aggiunto pro capite delle 10 province più ricche e meno ricche rispetto al valore aggiunto pro capite delle province rimanenti



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

Considerando, anno per anno, le 10 province più ricche e quelle meno ricche sulla base del valore aggiunto pro capite - potendo quindi cambiare la composizione provinciale di queste aggregazioni di unità più ricche e meno ricche - e rapportando tale dato al valore aggiunto pro capite delle rimanenti province (le 93 meno ricche nel primo caso e le 93 più ricche nel secondo), la fig. 3.4 evidenzia che, anche su base provinciale, in un arco di tempo abbastanza esteso, i mutamenti nella distribuzione del valore aggiunto sono modesti. Il rapporto del valore aggiunto pro capite delle 10 province meno ricche rispetto al valore aggiunto pro capite delle restanti 93 più ricche passa da meno del 54% del 1995 a meno del 56% del 2009.

Anche il coefficiente di variazione - il rapporto tra deviazione standard e media - della variazione percentuale del valore aggiunto reale pro capite provinciale non mostra particolari scostamenti nel tempo: non vi sono cioè momenti in cui gruppi di province crescono molto di più o molto di meno rispetto alla media. Va da sé che questa conclusione traccia un panorama stabile, in cui l'economia tende a riprodurre le performance territoriali ereditate dal passato.

L'implicazione di queste semplici evidenze non è positiva: sia dal punto di vista della produttività per unità di lavoro che della pura distribuzione del reddito (conseguentemente della povertà), i livelli registrati dalla maggior parte delle province del Mezzogiorno sono, almeno

quantitativamente, esattamente gli stessi di quindici anni fa. E' ormai opinione comune e consolidata che la probabilità di osservare tassi di variazione del Pil per l'Italia superiori al 2-2,5% per periodi estesi è estremamente ridotta e tale rimarrà se non saranno rimossi gli ostacoli alla crescita di questa specifica area del paese.

CAPITOLO 4
LA STRUTTURA TERRITORIALE
DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE
PER CANALE DI VENDITA

4.1 Valutazioni aggregate

Lasciando alla descrizione statistica contenuta in Appendice tutte le valutazioni puntuali sulla situazione del sistema distributivo all'interno dei singoli territori provinciali, si possono qui tracciare alcune considerazioni di sintesi sulla condizione e le prospettive del commercio in Italia²¹.

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

	PD	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	208.707	6.892	381	-	-	39.551	-	255.531
Non specializ. prev. alim.	71.969	6.892	381	-	-	-	-	79.242
Esercizi specializzati	136.738	-	-	-	-	-	-	136.738
- Frutta e verdura	23.385	-	-	-	-	-	-	23.385
- Carni e di prodotti a base di carne	39.185	-	-	-	-	-	-	39.185
- Pesci, crostacei e molluschi	8.027	-	-	-	-	-	-	8.027
- Pane, torte, dolci e confetteria	13265	-	-	-	-	-	-	13.265
- Bevande	5.160	-	-	-	-	-	-	5.160
- Tabacchi	24128	-	-	-	-	-	-	24.128
- Altri esercizi spec. alimentari	-	-	-	-	-	39.551	-	39.551
Area non alimentare	518.805	-	-	1.108	909	87.451	41.825	650.098
Carburanti	23125	-	-	-	-	-	-	23.125
Prodotti tessili	14.774	-	-	-	-	-	-	14.774
Articoli di abbigliamento	122.893	-	-	-	230	50.050	-	173.173
Calzature e articoli in pelle	25.364	-	-	-	25	4.984	-	30.373
Medicinali	16.632	-	-	-	-	-	-	16.632
Articoli medicali e ortopedici	3.871	-	-	-	-	-	-	3.871
Cosmetici, profumeria, erboristeria	22.306	-	-	-	-	-	-	22.306
Libri, giornali e articoli di cartoleria	43.098	-	-	-	-	-	-	43.098
Articoli di seconda mano	3.058	-	-	-	-	-	-	3.058
TOTALE MERCEOLOGIE	727.512	6.892	381	1.108	909	127.002	41.825	905.629

Nota: PD: piccolo dettaglio; MINI: minimercati; SUPER: supermercati; IPER: ipermercati; GM: grandi magazzini; GSP: grandi superfici specializzate; AMBUL: ambulanti; ALTRO: altre forme di vendita; TOT: totale.
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio.

Il tema più rilevante e più dibattuto riguarda il cosiddetto "ritorno alla prossimità". Ci si riferisce, talvolta confusamente, a un insieme di fenomeni che vanno dal sostanziale rallentamento delle nuove aperture di grandi superfici, specializzate e non, alla riduzione della metratura media dei negozi più grandi, al successo relativamente più definito dei formati medio-piccoli all'interno delle grandi città, alla nuova ondata di affiliazione di negozi indipendenti medio-piccoli all'interno di grandi catene.

21 Cfr. Nota tecnica Appendice.

Questi fenomeni sono generati anche dalla socio-demografia che muta lentamente ma inesorabilmente la caratterizzazione del consumatore, sempre più infedele a marche e formati, sempre più anziano e allo stesso tempo più acculturato (per un effetto coorte per il quale le nuove generazioni di maturi assomigliano sempre meno agli anziani delle precedenti generazioni). Se queste interpretazioni possono essere condivisibili allora si sta tornando a riscoprire il ruolo del centro urbano nell'economia del paese, nel complesso, e nelle dinamiche commerciali, in particolare.

Nell'ambito del costo generalizzato del fare acquisti, la frazione di costi di trasporto e gli oneri accessori legati alla mobilità e all'utilizzo del tempo sta avendo una dinamica di prezzo relativo superiore agli altri costi. Con il risultato che diventa più oneroso il movimento per approvvigionarsi.

Inoltre, le 15 città più popolate - incluse in altrettanti sistemi locali del lavoro - rappresentano poco più del 30% della popolazione residente ma generano quasi il 40% del valore aggiunto nazionale e il 42% del valore aggiunto dei servizi. Se la città, intesa come ente amministrativo, cioè il comune, mostra una leggera riduzione in termini di popolazione, la città economica, intesa come entità fluida ed estesa che fornisce spazi e tempi alle relazioni socio-economiche, tende a crescere.

L'occupazione assoluta e il tasso di opportunità di essere occupati se si è residenti in questi macrosistemi cittadini risultano sempre maggiori rispetto alla media nazionale. Dunque, i servizi sono importanti per la città ma le città sono importanti per i servizi. Dai distretti industriali si sta passando alle città terziarie.

Ora, sulla base di questi movimenti di lungo periodo, il commercio contribuisce a modellare la nuova urbanizzazione qualificata. Se si considera poi non soltanto il processo di invecchiamento della popolazione ma anche la parcellizzazione accentuata della famiglia, con la frazione di nuclei grandi con 5 o più componenti che passa in soli 10 anni, dal 1997 al 2007, dal 7,3% del totale famiglie al 5,6%, si comprende che l'idea dell'ipernegozio adatto alle spedizioni infrequenti, faticose ma convenienti, per la creazione di scorte domestiche, tende a perdere consistenza. La sfida sembra oggi l'identificazione di *location* di prossimità nelle quali la gestione operativa equilibrata del punto di vendita non sia in contrasto con la proposizione di prezzi convenienti, possibile grazie allo sfruttamento di economie di scala sul versante dei costi di approvvigionamento, di utilizzo di una *competitive intelligence* efficace - quindi di capitale umano specializzato - di marchi, layout e garanzie proposte sia dal commercio moderno relazionale sia dai grandi distributori. Lo spazio, all'interno del pluralismo distributivo, sembra esserci per tutti: o, meglio, per tutti quelli innovativi e perfettamente efficienti.

Questa visione positiva delle dinamiche commerciali non è in contrasto con la constatazione che sacche di inefficienza persistono. Esse sono però destinate a scomparire grazie alle dinamiche concorrenziali. I troppo grandi tendono a ridursi di numero e come superficie media. I piccoli negozi dei centri storici che non hanno saputo innovare stanno chiudendo. E' inevitabile.

Tab. 4.2 - Punti vendita del commercio al dettaglio in Italia
anno 2009 - I semestre

	PD	MINI	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	204.722	5.302	9.133	552	-	-	38.530	-	258.239
Non specializ. prev. alim.	83.370	5.302	9.133	552	-	-	-	-	98.357
Specializzati	121.352	-	-	-	-	-	38.530	-	159.882
- Frutta e verdura	20.585	-	-	-	-	-	-	-	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	34.683	-	-	-	-	-	-	-	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	8.376	-	-	-	-	-	-	-	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	12.241	-	-	-	-	-	-	-	12.241
- Bevande	5.548	-	-	-	-	-	-	-	5.548
- Altri esercizi special. alimentari	10.421	-	-	-	-	-	38.530	-	48.951
- Tabacchi	29.498	-	-	-	-	-	-	-	29.498
Area non alimentare	553.987	-	-	-	1.352	1.465	128.516	28.642	713.962
Non specializzati	23.734	-	-	-	1.352	-	-	-	25.086
Specializzati	530.253	-	-	-	-	1.465	128.516	-	660.234
- Carburanti	24.739	-	-	-	-	-	-	-	24.739
- Computer, SW e attrezz. per ufficio	8.270	-	-	-	-	251	-	-	8.521
- Apparecchiature per TLC e telefonia	6.216	-	-	-	-	-	-	-	6.216
- Apparecchiature audio e video	180	-	-	-	-	9	-	-	189
- Prodotti tessili	22.419	-	-	-	-	-	-	-	22.419
- Ferramenta, vernici e altro	44.910	-	-	-	-	238	-	-	45.148
- Tapp., rivestim. per pavim. e pareti	1.691	-	-	-	-	-	-	-	1.691
- Elettrodomestici	725	-	-	-	-	-	-	-	725
- Mobili, illuminaz. e altri articoli casa	46.413	-	-	-	-	419	3.974	-	50.806
- Libri	6.078	-	-	-	-	-	-	-	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	37.385	-	-	-	-	-	-	-	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	283	-	-	-	-	-	-	-	283
- Articoli sportivi	14.947	-	-	-	-	67	-	-	15.014
- Giochi e giocattoli	6.977	-	-	-	-	28	-	-	7.005
- Articoli di abbigliamento	129.130	-	-	-	-	285	65.732	-	195.147
- Calzature e articoli in pelle	27.799	-	-	-	-	72	5.021	-	32.892
- Medicinali	19.357	-	-	-	-	-	-	-	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	5.331	-	-	-	-	-	-	-	5.331
- Cosmetici, profum., erboristeria	22.555	-	-	-	-	-	-	-	22.555
- Fiori, piante, anim. domestici e alimenti	23.006	-	-	-	-	-	-	-	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	19.389	-	-	-	-	-	-	-	19.389
- Articoli di seconda mano	4.283	-	-	-	-	-	-	-	4.283
- Altri prod. e prod. non specificati	58.170	-	-	-	-	96	53.789	28.642	140.697
TOTALE MERCEOLOGIE	758.709	5.302	9.133	552	1.352	1.465	167.046	28.642	972.201

cfr. nota tab. 4.1.

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

Il dato più evidente che emerge dal confronto tra due punti distanti nel tempo, è la progressiva riduzione dei piccoli negozi alimentari della distribuzione relazionale (i piccoli negozi che basano o dovrebbero basare il successo della formula su relazioni dirette *one-to-one* con la clientela, piuttosto che sulla proposizione di valori di *convenience*). Il dato sui punti di vendita indica una riduzione di circa 4.000 unità nel complesso (tab. 4.3). Tuttavia, il fenomeno è concentrato sui negozi specializzati: in particolare, frutta e verdura, macellerie, panetterie. Per questi negozi la riduzione complessiva è di oltre 8.000 unità, il che contrasta, in un certo senso, con l'idea - sbagliata, fortunatamente - che la specializzazione e la focalizzazione sul business dovrebbero migliorare le performance. Ma, come detto, non è la realtà che è sbagliata, quanto la suddetta idea. La focalizzazione non dovrebbe essere, almeno così suggeriscono le evidenze empiriche, sul settore quanto sul cliente. Sul versante dei costi, poi, le tecnologie dell'informazione e l'organizzazione degli acquisti su base consortile o mediante meccanismi di affiliazione a catene che possono fornire *know-how* ed economie di scala dal lato dei costi, fanno il resto. Chi non si adegua rinnovandosi è costretto a lasciare il mercato per fare spazio ai più efficienti.

Tab. 4.3 - Punti vendita del commercio al dettaglio in Italia
var. ass. 2002-2009

	PD	SUPER	IPER	GM	GSP	AMBUL	ALTRO	TOT
Area alimentare	-3.985	2.241	171	-	-	-1.021	-	2.708
Non specializ. prev.alim.	11.401	2.241	171	-	-		-	19.115
Esercizi specializzati	-15.386	-	-	-	-	38.530	-	23.144
- Frutta e verdura	-2.800	-	-	-	-	-	-	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-4.502	-	-	-	-	-	-	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	349	-	-	-	-	-	-	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-1.024	-	-	-	-	-	-	-1.024
- Bevande	388	-	-	-	-	-	-	388
- Tabacchi	5.370	-	-	-	-	-	-	5.370
- Altri esercizi spec. alimentari	0	-	-	-	-	-1.021	-	-1.021
Area non alimentare	35.182	-	-	244	556	41.065	-13.183	63.864
Carburanti	1.614	-	-	-	-	-	-	1.614
Prodotti tessili	7.645	-	-	-	-	-	-	7.645
Articoli di abbigliamento	6.237	-	-	-	55	15.682	-	21.974
Calzature e articoli in pelle	2.435	-	-	-	47	37	-	2.519
Medicinali	2.725	-	-	-	-	-	-	2.725
Articoli medicali e ortopedici	1.460	-	-	-	-	-	-	1.460
Cosmetici, profumeria, erboristeria	249	-	-	-	-	-	-	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	365	-	-	-	-	-	-	365
Articoli di seconda mano	1.225	-	-	-	-	-	-	1.225
TOTALE MERCEOLOGIE	31.197	2.241	171	244	556	40.044	-13.183	66.572

cfr. nota tab. 1.

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

Il conflitto grandi-piccoli non è utile in chiave interpretativa e comunque sarebbe anti-storico. E' necessario fare l'analisi di ciò che è, possibilmente corredandola con qualche riflessione sul futuro possibile, non di ciò che sarebbe potuto accadere se si fosse verificata qualche condizione che non si è effettivamente verificata. D'altra parte, è stato messo in luce più volte che il conflitto ha penalizzato i piccoli negozi soprattutto nella prima parte post-liberalizzazione. Oggi il problema è la crisi dei redditi che genera restrizione sulle capacità di spesa dei cittadini, fenomeno al quale si aggiunge la mancata liberalizzazione di altri importanti settori che detenendo ancora un potere monopolistico, nazionale o locale poco importa, drenano risorse dalle imprese concorrenziali.

Se si considerano i macro-dati delle dinamiche commerciali tra il 2009 (le informazioni si riferiscono a giugno) e il 2002 si evince che per 10.000 abitanti l'offerta di punti di vendita del dettaglio relazionale passa da 127 a 126. Da un lato, quindi, alcuni settori del dettaglio tradizionale perdono peso in termini di numerica - è il tema della nati-mortalità delle imprese del commercio - dall'altro la distribuzione segue mediamente la dinamica della popolazione presente sul territorio provando a mantenere costanti i livelli di servizio.

La riduzione sopra evidenziata è bilanciata dall'incremento dei punti di vendita ambulanti e itineranti, la cui cifra in rapporto alla popolazione passa da 22 a 28 per 10.000 abitanti nel periodo considerato. Una nuova dignità per questo fondamentale canale di prossimità si affaccia dunque nelle logiche competitive tra formule commerciali. Nel futuro prossimo, se la recessione, come si suggerisce in questo Rapporto, dovesse lasciare spazio alla ripresa, seppure fragile, il canale degli ambulanti potrebbe proseguire nel suo trend di crescita.

In sintesi, l'attuale scenario e le proporzioni che si stanno affermando tra formule e formati sembra in via di assestamento. Il gradimento sempre elevato che i cittadini italiani manifestano verso il commercio nell'ambito dei vari settori dei servizi²² conferma ancora una volta che le politiche pubbliche dovrebbero attrezzarsi per migliorare l'efficienza, via liberalizzazioni reali, di altri settori produttivi della nostra economia. Il che non vuole dire che non vi siano spazi di miglioramento anche nell'ambito della distribuzione: semplicemente che ciò che doveva essere fatto nel campo della scrittura delle regole competitive del commercio è stato fatto. Ora tocca agli imprenditori trovare la strada giusta per acquisire quei miglioramenti di produttività del commercio che potrebbero accrescere il prodotto potenziale complessivo del paese.

4.2 Analisi regionale del commercio al dettaglio per formula distributiva

L'analisi della diffusione sul territorio dei principali segmenti che formano l'offerta distributiva nel nostro Paese, è stata sviluppata partendo da due indicatori: la numerosità degli esercizi e la superficie di vendita, valore presente solo per le strutture della grande distribuzione, utilizzando come fonte principale l'Osservatorio Nazionale del Commercio istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico.

22 Cfi Group&GPF per Cfmt, La customer satisfaction dei servizi in italia, 2008.

Da questi dati, integrati con quelli relativi alla popolazione si è ricavato un indicatore di densità per stimare la penetrazione del commercio al dettaglio in termini di concentrazione della rete commerciale e di superficie di vendita per abitante, limitatamente al caso delle grandi superfici. In questo ambito, la mancanza, all'interno dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, dei dati relativi a due importanti tipologie di vendita in forte espansione come i discount e i centri commerciali, non ha permesso di avere un quadro esaustivo del parametro di densità della rete distributiva italiana.

Il confronto tra la struttura esistente nel 2002 e quella attuale dice una cosa molto semplice e che trova riscontro su tutto il territorio: che il commercio si muove lungo un percorso di profonda ristrutturazione, ha diversificato l'offerta e ha moltiplicato le formule innovative, in un confronto competitivo serrato tra le imprese commerciali, siano esse piccole, medie o grandi, in funzione dei servizi offerti, della localizzazione, delle caratteristiche dell'assortimento, dei rapporti qualità/prezzo prevalenti.

E' chiaro che questo processo è avvenuto non senza conseguenze negative sulla componente indipendente dell'occupazione, a causa della chiusura di molte imprese, in particolare di unità di piccole dimensioni (piccolo dettaglio).

La maggiore libertà di accesso al mercato, da un lato ha aumentato le opportunità imprenditoriali, dall'altro ha portato a un inasprimento della concorrenza, evidenziando la necessità di avere professionisti del settore sempre più qualificati.

Da un punto di vista territoriale questo percorso evolutivo non è stato uniforme: nelle regioni del Centro-nord la ristrutturazione è stata particolarmente intensa e ha favorito le imprese medio-grandi con una conseguente accentuazione del processo di concentrazione degli esercizi, mentre nelle regioni del Mezzogiorno, che partivano da una situazione caratterizzata da una presenza più capillare di esercizi, il processo è ancora in corso evidenziando per molti format distributivi un sensibile divario con il Centro-nord.

In un contesto economico recessivo e con una riduzione della domanda di beni da parte delle famiglie, numerose sono state le aziende, soprattutto quelle di piccole e media dimensione, costrette a rinunciare agli investimenti programmati e a ridimensionare i piani di crescita.

4.2.1 Piccolo dettaglio (distribuzione relazionale)

Il piccolo dettaglio rappresenta la componente numericamente più consistente della rete di vendita del commercio. Con questa aggregazione, costituita dal totale degli esercizi al dettaglio in sede fissa da cui sono stati scorporati i punti vendita della grande distribuzione, si è voluta identificare la vasta rete delle piccole imprese, spesso a conduzione familiare, localizzate in maniera diffusa sul territorio che rendono un indispensabile servizio di prossimità ad una ampia fascia di consumatori, tra cui gli anziani, i soggetti con minore possibilità di mobilità e i clienti dell'area crescente composta dai nuovi single e dalle coppie con ridotte disponibilità di tempo da dedicare agli acquisti frequenti.

I dati relativi al numero di esercizi a giugno 2009, ripartiti secondo la nuova classificazione ATECO 2007 che presenta una diversa disaggregazione delle merceologie rispetto alla vecchia

classificazione, non permettono di fare un confronto analitico con il 2002. Per avere un quadro evolutivo compatibile, per gli anni 2002 e 2009, gli esercizi sono stati, dunque, riclassificati in due aree, alimentare e non alimentare; all'interno di ogni area sono state poi enucleate le merceologie presenti in entrambe le classificazioni per le quali era possibile il confronto.

**Tab. 4.4 - I punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia
anno 2009 - I semestre**

	AREA ALIM.	NON SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	CARB	MED	ABB	LIB	ALTRO	TOTALE
Piemonte	13.069	5.608	7.461	2.045	36.790	1.899	1.764	11.145	3.058	2.197	49.859
Valle d'Aosta	493	240	253	67	1.283	83	47	378	98	64	1.776
Lombardia	20.824	8.246	12.578	3.570	65.993	3.055	2.870	21.108	6.396	3.907	86.817
Liguria	7.223	2.679	4.544	1.010	17.195	622	635	5.712	1.679	1.104	24.418
Trentino-Alto Adige	2.819	1.337	1.482	499	7.231	346	288	2.559	399	470	10.050
Veneto	12.094	3.994	8.100	2.315	37.917	1.901	1.431	12.460	3.032	2.199	50.011
Friuli-Venezia Giulia	3.322	1.314	2.008	659	9.836	520	387	3.228	910	557	13.158
Emilia Romagna	11.937	4.498	7.439	2.629	36.303	1.910	1.266	12.503	3.254	2.567	48.240
Toscana	12.999	5.278	7.721	2.144	36.333	1.650	1.172	11.801	3.385	2.420	49.332
Umbria	3.087	1.278	1.809	592	8.745	483	278	2.755	639	541	11.832
Marche	5.407	1.984	3.423	976	13.922	818	565	4.706	1.115	879	19.329
Lazio	17.202	7.262	9.940	2.545	53.891	2.590	1.550	17.149	4.306	2.541	71.093
Abruzzo	4.976	2.030	2.946	715	14.038	700	530	4.620	1.019	761	19.014
Molise	1.582	814	768	165	3.419	171	162	1.021	185	135	5.001
Campania	30.342	12.875	17.467	2.918	68.527	2.318	1.880	23.716	4.513	3.660	98.869
Puglia	16.674	6.050	10.624	1.874	42.211	1.586	1.153	13.744	2.975	2.555	58.885
Basilicata	2.746	1.302	1.444	316	6.369	274	219	1.932	411	350	9.115
Calabria	9.383	4.522	4.861	964	23.277	826	891	7.144	1.435	1.209	32.660
Sicilia	19.998	8.402	11.596	2.606	52.562	2.309	1.652	16.401	3.262	3.078	72.560
Sardegna	8.545	3.657	4.888	889	18.145	678	617	5.402	1.392	839	26.690
Nord-ovest	41.609	16.773	24.836	6.692	121.261	5.659	5.316	38.343	11.231	7.272	162.870
Nord-est	30.172	11.143	19.029	6.102	91.287	4.677	3.372	30.750	7.595	5.793	121.459
Centro	38.695	15.802	22.893	6.257	112.891	5.541	3.565	36.411	9.445	6.381	151.586
Sud	94.246	39.652	54.594	10.447	228.548	8.862	7.104	73.980	15.192	12.587	322.794
ITALIA	204.722	83.370	121.352	29.498	553.987	24.739	19.357	179.484	43.463	32.033	758.709

Nota: AREA ALIM: Area Alimentare; NON SPEC. ALIM: Non specializzati alimentari; SPEC ALIM: Specializzati alimentari; TAB: Tabacchi; AREA NON ALIM: Area non alimentare; CARB: Carburanti; MED: Farmacie e medicinali non soggetti a prescrizione medica; ABB: Abbigliamento, calzature, cosmetici; LIB: Libri, giornali, cartolerie; ALTRO: prodotti tessili, articoli medicali e ortopedici, articoli di seconda mano; TOT: Totale.

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

Questa operazione ha permesso di individuare oltre al settore alimentare (27% degli esercizi) e non alimentare (73%), otto settori e la loro relativa incidenza all'interno della distribuzione relazio-

nale (che si desume dall'ultima riga di tab. 4.4): i non specializzati alimentari (11%); gli specializzati alimentari (16%), di cui le rivendite di tabacchi (3,9%); i distributori di carburanti (3,3%); le farmacie e i punti di vendita di medicinali non soggetti a prescrizione medica (2,6%); i negozi di abbigliamento-calzature-cosmetici (23,7%); l'area libri-giornali-cartolerie (5,7%); e la voce altro (4,2%). Per l'area alimentare la somma degli esercizi non specializzati e degli esercizi specializzati costituisce il totale degli esercizi alimentari; nell'area non alimentare la somma delle cinque merceologie individuate non coincide con il totale degli esercizi non alimentari in quanto la voce altro non è comprensiva di tutto quanto non è stato possibile riclassificare, ma corrisponde ad una categoria specifica di esercizi individuata dalla classificazione (prodotti tessili, articoli medicali e ortopedici, articoli di seconda mano).

Tab. 4.5 - I punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia
var. % 2002-2009

	AREA ALIM.	NON SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	CARB	MED	ABB	LIB	ALTRO	TOTALE
Piemonte	-4,4	12,0	-14,0	16,4	1,4	3,5	15,2	-4,4	-2,1	46,2	-0,2
Valle d'Aosta	-11,2	-15,5	-6,6	11,7	-3,2	-4,6	14,6	-13,7	-6,7	33,3	-5,6
Lombardia	-4,4	13,9	-13,5	37,5	2,9	3,6	14,5	2,3	-5,6	42,4	1,0
Liguria	-5,5	3,2	-9,9	18,7	2,7	0,2	10,8	-2,3	1,1	52,5	0,1
Trentino-Alto Adige	-3,3	4,1	-9,2	32,0	3,3	9,8	22,6	4,8	-5,2	31,7	1,4
Veneto	-5,0	6,7	-9,9	24,8	3,2	9,7	17,5	3,9	-5,3	26,2	1,1
Friuli-Venezia Giulia	-13,3	-8,8	-16,0	1,1	-2,1	11,6	6,9	-7,4	-3,9	35,2	-5,2
Emilia Romagna	-2,4	8,2	-7,9	12,0	2,6	1,9	8,7	-2,1	-0,2	44,9	1,3
Toscana	-2,9	7,5	-9,0	23,8	1,3	3,1	15,0	0,1	-3,8	42,3	0,2
Umbria	-1,2	-8,1	4,2	14,7	4,2	-0,4	24,1	3,6	-1,5	24,4	2,7
Marche	-2,7	-3,6	-2,1	16,3	3,9	6,6	20,2	3,2	-3,9	36,1	2,0
Lazio	13,6	64,2	-7,3	32,8	18,7	15,0	15,4	26,2	14,6	77,8	17,4
Abruzzo	0,2	2,7	-1,5	31,0	8,1	11,8	14,2	6,3	6,7	70,2	5,9
Molise	-4,6	-1,6	-7,7	4,4	4,6	15,5	8,7	-2,2	0,5	25,0	1,5
Campania	0,6	38,7	-16,4	25,8	12,0	9,9	29,0	8,1	8,4	54,6	8,2
Puglia	1,1	23,7	-8,4	13,8	9,6	5,3	16,3	5,2	3,6	55,8	7,0
Basilicata	0,7	1,4	0,1	21,5	5,3	16,1	11,7	-1,6	-2,1	61,3	3,9
Calabria	-7,4	-2,0	-11,8	33,5	5,9	13,3	20,4	2,5	0,0	51,5	1,7
Sicilia	-3,9	25,6	-17,8	18,6	9,4	6,7	17,2	12,0	4,0	48,0	5,4
Sardegna	-6,9	-5,5	-7,9	15,0	12,9	9,4	14,9	14,2	2,6	57,7	5,7
Nord-ovest	-4,7	10,9	-13,0	27,0	2,3	3,0	14,3	-0,6	-3,7	44,9	0,4
Nord-est	-4,9	4,9	-9,7	16,6	2,4	6,6	13,2	0,2	-3,0	35,2	0,5
Centro	4,0	23,7	-6,3	25,0	9,5	8,5	16,7	11,7	4,0	51,5	8,1
Sud	-1,9	18,6	-12,9	21,2	9,8	8,9	19,5	7,7	4,6	53,7	6,1
ITALIA	-1,9	15,8	-11,3	22,3	6,8	7,0	16,4	5,2	0,8	47,6	4,3

cfr. nota tab. 4.4.

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

A giugno 2009 gli esercizi del “piccolo dettaglio” erano circa 759 mila; rispetto al 2002 quando il numero degli esercizi superava le 727 mila unità vi è stato un incremento dello stock di oltre 31 mila esercizi, pari a +4,3%, che ha interessato soprattutto il comparto non food (+6,8%) (tabb. 4.4 e 4.5). L’area alimentare vive, ormai da anni, una situazione problematica con un calo dell’1,9% degli esercizi tra il 2002 e il 2009. Questa perdita è stata, con poche eccezioni, generalizzata su tutto il territorio.

I processi di ristrutturazione del comparto sono evidenziati dall’andamento contrapposto delle due principali componenti: un incremento sostenuto degli esercizi non specializzati (+15,8%), con punte significative nel Centro (+23,7%) e nel Sud (+18,6%), e una forte riduzione dei negozi specializzati (-11,3%), in particolare i piccoli punti vendita di frutta e verdura e le macellerie, con particolare evidenza nel Nord-ovest e nel Sud (-13,0%).

L’aumento tra il 2002 e il 2009 degli esercizi dell’area non alimentare, pur diffuso sul territorio, ha assunto dimensioni più significative nel Sud (+9,8%) e nel Centro (+9,5%), che si confermano come le aree dove l’integrazione dell’offerta già presente offre ancora spazi di ulteriore crescita. Lazio, Sardegna e Campania si sono distinte per gli incrementi più elevati (rispettivamente 18,7%, 12,9%, 12,0%), mentre Valle d’Aosta e Friuli-Venezia Giulia sono le uniche regioni dove lo stock di esercizi non alimentari si è ridimensionato.

E’ cresciuto, in maniera accentuata, il numero di farmacie e altri punti vendita di medicinali non soggetti a prescrizione medica (+16,4%), andamento favorito dal fatto che il D.L. 223/2006 (art.5) ha consentito la vendita negli esercizi commerciali, in appositi reparti ed in presenza di uno o più farmacisti abilitati, di tutti i farmaci non soggetti a prescrizione medica (i cosiddetti farmaci da banco o di automedicazione). In proporzione, minori sono stati gli incrementi per quanto riguarda i carburanti (+7,0%), l’aggregato abbigliamento-calzature-cosmetici (+5,2%), i libri-giornali-cartolerie (+0,8%).

La crescita dell’area abbigliamento-calzature-cosmetici è stata tutta concentrata nel Centro (+11,7%) e nel Sud (+7,7%), soprattutto nel Lazio (+26,2%), in Sardegna (+14,2%) e in Sicilia (+12,0%), mentre si sono collocate molto al di sotto del dato nazionale le regioni del Nord, tra le quali Valle d’Aosta, Friuli-Venezia Giulia e Piemonte hanno evidenziato una riduzione dello stock di esercizi.

Le dinamiche evolutive nel periodo considerato non hanno modificato sostanzialmente l’assetto strutturale della rete distributiva, contraddistinta da una diffusione capillare nelle regioni del Mezzogiorno, dove opera il 43% del totale degli esercizi, e da una rete distributiva più concentrata nel resto del paese. Questo fenomeno viene attribuito, talvolta, da una sorta di ritardo di modernizzazione distributiva del Mezzogiorno. Questa interpretazione è però parziale in quanto non tiene conto dei diversi contesti demografici e orografici che condizionano la localizzazione dei punti vendita.

Con questa cautela va interpretato il rapporto tra numero degli esercizi e la popolazione residente per regione, che evidenzia il dualismo Nord-sud (tab. 4.6). Rispetto alla media nazionale di 1.264 esercizi ogni 100 mila abitanti, il Sud ne registra attualmente 1.548 ogni 100 mila abitanti, valore molto distante dai 1.023 esercizi nel Nord-ovest e 1.285 esercizi nel Centro.

A livello delle singole regioni la Lombardia registra la più bassa densità (891) seguita dal Trentino-Alto Adige (987) mentre Campania (1.701), Calabria (1.626) e Sardegna (1.597) si distin-

guono per una densità elevata non solo rispetto al dato medio nazionale, ma anche a quello della ripartizione.

**Tab. 4.6 - Densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia
anno 2009 - numero esercizi ogni 100mila abitanti**

	AREA ALIM.	NON SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	CARB	MED	ABB	LIB	ALTRO	TOTALE
Piemonte	295	127	168	46	830	43	40	251	69	50	1.125
Valle d'Aosta	388	189	199	53	1.010	65	37	297	77	50	1.398
Lombardia	214	85	129	37	677	31	29	217	66	40	891
Liguria	447	166	281	63	1.065	39	39	354	104	68	1.512
Trentino-Alto Adige	277	131	145	49	710	34	28	251	39	46	987
Veneto	248	82	166	47	776	39	29	255	62	45	1.024
Friuli-Venezia Giulia	270	107	163	54	799	42	31	262	74	45	1.069
Emilia Romagna	275	104	171	61	837	44	29	288	75	59	1.112
Toscana	351	142	208	58	980	45	32	318	91	65	1.330
Umbria	345	143	202	66	978	54	31	308	71	60	1.323
Marche	344	126	218	62	887	52	36	300	71	56	1.231
Lazio	306	129	177	45	958	46	28	305	77	45	1.263
Abruzzo	373	152	221	54	1.052	52	40	346	76	57	1.425
Molise	493	254	239	51	1.066	53	50	318	58	42	1.559
Campania	522	221	300	50	1.179	40	32	408	78	63	1.701
Puglia	409	148	260	46	1.035	39	28	337	73	63	1.443
Basilicata	465	220	244	54	1.078	46	37	327	70	59	1.543
Calabria	467	225	242	48	1.159	41	44	356	71	60	1.626
Sicilia	397	167	230	52	1.043	46	33	326	65	61	1.440
Sardegna	511	219	293	53	1.086	41	37	323	83	50	1.597
Nord-ovest	261	105	156	42	762	36	33	241	71	46	1.023
Nord-est	263	97	166	53	796	41	29	268	66	50	1.059
Centro	328	134	194	53	957	47	30	309	80	54	1.285
Sud	452	190	262	50	1.096	42	34	355	73	60	1.548
ITALIA	341	139	202	49	923	41	32	299	72	53	1.264

cfr. nota tab. 4.4.

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

La presenza di quote significative di popolazione in zone di montagna spiega il fatto che anche nel Centro-nord vi siano regioni che hanno una densità superiore al dato della media italiana e della propria ripartizione: è il caso di Liguria, Valle d'Aosta, Toscana e Umbria, a conferma che i fattori geomorfologici e la struttura di aggregazione della popolazione nei centri abitati forniscono un contributo determinante nello spiegare gli assetti locali della distribuzione commerciale.

Rispetto al 2002 la densità è in calo in tutte le regioni del Centro-nord, sintesi di un aumento della popolazione e di uno sviluppo meno accentuato della rete di vendita; opposta la situazione nel Lazio e in tutte le regioni del Mezzogiorno dove la disponibilità di esercizi rispetto alla popolazione è aumentata in maniera significativa grazie soprattutto all'incremento dello stock degli esercizi (tab. 4.7).

Tab. 4.7 - Variazioni assolute della densità dei punti vendita del piccolo dettaglio per merceologia 2002-2009
var. ass. degli esercizi ogni 100mila abitanti

	AREA ALIM.	NON SPEC. ALIM.	SPEC. ALIM.	di cui TAB	AREA NON ALIM.	CARB	MED	ABB	LIB	ALTRO	TOTALE
Piemonte	-28	8	-37	5	-28	-1	4	-24	-5	14	-56
Valle d'Aosta	-71	-46	-25	3	-87	-7	3	-65	-10	11	-158
Lombardia	-25	5	-31	8	-27	-1	2	-10	-9	10	-52
Liguria	-39	1	-40	8	0	-1	3	-18	-2	22	-39
Trentino-Alto Adige	-30	-4	-26	9	-27	1	4	-6	-5	9	-57
Veneto	-31	0	-31	7	-26	1	3	-7	-8	7	-57
Friuli-Venezia Giulia	-52	-14	-37	-1	-44	3	1	-30	-6	11	-95
Emilia Romagna	-28	0	-29	2	-41	-2	0	-29	-6	15	-70
Toscana	-30	3	-33	9	-40	-1	3	-17	-9	17	-70
Umbria	-30	-24	-6	4	-28	-4	4	-11	-6	8	-58
Marche	-30	-12	-18	6	-16	0	4	-7	-7	12	-45
Lazio	11	43	-32	8	75	2	1	41	4	17	87
Abruzzo	-17	-3	-14	11	32	3	3	5	1	22	15
Molise	-24	-4	-20	2	47	7	4	-7	0	8	24
Campania	-5	59	-64	10	110	3	7	25	5	22	105
Puglia	-1	27	-28	5	77	1	4	12	2	22	76
Basilicata	8	5	3	10	65	7	4	-2	-1	23	73
Calabria	-37	-5	-33	12	64	5	7	8	0	20	27
Sicilia	-21	32	-54	8	77	2	4	31	2	19	56
Sardegna	-49	-17	-32	6	104	3	4	34	0	18	56
Nord-ovest	-29	5	-34	7	-26	-1	2	-16	-7	12	-55
Nord-est	-32	-2	-30	5	-34	0	2	-17	-7	11	-66
Centro	-11	18	-29	7	18	0	2	12	-3	16	7
Sud	-16	27	-43	8	84	3	5	20	2	21	68
ITALIA	-23	13	-36	7	18	1	3	1	-3	15	-6

cfr. nota tab. 4.4.

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

4.2.2 Mini-mercati

Il mini-mercato è una tipologia di vendita abbastanza diffusa che si integra facilmente nel tessuto urbano sia periferico che nei centri storici per le sue dimensioni e per le sue caratteristiche che rispondono ad una esigenza di avere un servizio di prossimità di tipo *convenience*. La dimensione varia tra 200 e 400 mq., ha un assortimento prevalentemente alimentare ed ha le medesime caratteristiche del supermercato.

A fine 2008 il loro numero era pari a 5.302 esercizi di cui poco meno della metà ubicati nelle regioni del Nord, in particolare Lombardia (618), Piemonte (428) e Veneto (419); rilevante la presenza di questa tipologia anche nelle regioni del Sud (2.109 unità) soprattutto in Puglia (611) e Sicilia (422).

Tab. 4.8 - I minimercati

	punti vendita		var. ass.	mq. x 100 ab.	var. ass. mq. x 100 ab.
	2004	2008	04-08	2008	04-08
Piemonte	288	428	140	3,0	0,9
Valle d'Aosta	22	19	-3	4,7	-0,6
Lombardia	536	618	82	1,9	0,1
Liguria	188	285	97	5,0	1,6
Trentino-Alto Adige	131	180	49	5,1	1,1
Veneto	426	419	-7	2,6	-8,1
Friuli-Venezia Giulia	124	139	15	3,7	2,8
Emilia Romagna	296	350	54	2,4	0,3
Toscana	126	175	49	1,4	0,4
Umbria	117	113	-4	3,7	-0,2
Marche	193	215	22	4,0	0,4
Lazio	188	252	64	1,4	0,2
Abruzzo	56	152	96	3,3	1,9
Molise	10	20	10	1,9	0,9
Campania	320	386	66	1,9	0,3
Puglia	370	611	241	4,2	1,5
Basilicata	43	105	62	5,0	2,8
Calabria	77	184	107	2,6	1,5
Sicilia	158	422	264	2,5	1,6
Sardegna	47	229	182	3,9	3,1
Nord-ovest	1.034	1.350	316	2,5	0,5
Nord-est	977	1.088	111	2,9	0,2
Centro	624	755	131	1,9	0,3
Sud	1.081	2.109	1.028	2,9	1,4
ITALIA	3.716	5.302	1.586	2,6	0,7

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

Dal 2004, anno della prima rilevazione di questo format, a fine 2008 vi è stato un incremento di 1.586 unità che ha interessato tutto il territorio, ma è il Sud che registra la crescita più accentuata (+1.028), dato che si spiega anche con una sottostima iniziale della numerosità di questi punti vendita.

La disponibilità di superficie di questi esercizi in rapporto alla popolazione non presenta accentuate differenze sul territorio con un dato medio di 3 mq. ogni 100 abitanti, valore che si ritrova sia nel Nord che nel Sud, mentre di poco inferiore è quello del Centro. Rispetto al 2004 l'incremento dei punti vendita associato ad un aumento della popolazione non ha modificato la disponibilità di superficie nelle regioni del Centro-nord.

4.2.3 Supermercati

I dati relativi ai supermercati, che costituiscono l'ossatura della rete di vendita della grande distribuzione, indicano un trend di crescita di questa tipologia molto elevato, anche se si può ragionevolmente supporre, in mancanza di dati aggiornati, che nell'ultimo anno, in un contesto di forte caduta della domanda di consumo, il ritmo di sviluppo sia stato contenuto con un numero minore di nuove aperture rispetto al passato.

Dalle 6.892 unità presenti nel 2002 si è passati a fine 2008 a 9.133 punti vendita di cui oltre la metà nel Nord, il 28% nelle regioni del Sud e il 19% nel Centro.

L'incremento di 2.241 esercizi ha riguardato tutto il territorio, con uno sviluppo più intenso nelle regioni del Nord, in particolare in Lombardia (+335), Veneto (+237) e Piemonte (+232), favorito dalla necessità di dotare di servizi moderni aree urbane densamente popolate e con una buona capacità di spesa. Più recente è la diffusione dei supermercati nelle regioni del Sud, dove la dotazione di questa tipologia non era elevata come nel resto del Paese; l'incremento dei punti vendita rispetto al 2002 è stato di 750 esercizi concentrati soprattutto in Sicilia (+242), Sardegna (+184) e Puglia (+161).

Il Sud rimane un bacino di consumo dalle potenzialità elevate se si guarda al rapporto tra la superficie di vendita e la popolazione, indicatore che fornisce una valutazione, anche se non perfetta, della quantità di servizio messa a disposizione dei consumatori.

Rispetto al 2002 si segnala un aumento della densità sul territorio, determinata in larga parte dal forte sviluppo della rete, sia in termini di numerosità degli esercizi che di superficie di vendita, nelle regioni in cui lo sviluppo demografico è stato più significativo.

La media nazionale indica, nel 2008, un valore pari a 13 mq. ogni 100 abitanti, con una differenziazione marcata a livello territoriale. La ripartizione con la densità più elevata è il Nord-est (19 mq. ogni 100 abitanti).

La situazione nel Sud è totalmente differente con una densità pari a 10 mq. ogni 100 abitanti. In questo ambito vi sono, comunque, alcune regioni che superano la media nazionale come la Sardegna (15) e l'Abruzzo (15); nel Centro, Umbria e Marche (rispettivamente 21 e 16 mq. ogni 100 abitanti) presentano valori di densità simili a quelli del Nord-est.

Tab. 4.9 - I supermercati

	punti vendita		var. ass.	mq.	var. ass. mq.
	2002	2008	02-08	x 100 ab.	x 100 ab.
Piemonte	479	711	232	14,3	4,5
Valle d'Aosta	10	14	4	9,5	2,6
Lombardia	1.187	1.522	335	15,7	3,1
Liguria	161	201	40	9,9	1,3
Trentino-Alto Adige	194	282	88	21,0	5,2
Veneto	857	1.094	237	21,2	4,3
Friuli-Venezia Giulia	228	294	66	22,2	5,4
Emilia Romagna	584	734	150	14,8	3,0
Toscana	420	499	79	13,3	2,9
Umbria	134	211	77	21,0	7,1
Marche	244	316	72	16,1	4,1
Lazio	595	706	111	11,2	1,5
Abruzzo	230	256	26	15,2	0,6
Molise	45	42	-3	10,7	-0,5
Campania	391	446	55	5,8	1,0
Puglia	346	507	161	9,2	3,3
Basilicata	53	70	17	8,6	2,5
Calabria	175	243	68	10,6	3,8
Sicilia	439	681	242	10,5	3,1
Sardegna	120	304	184	14,9	8,6
Nord-ovest	1.837	2.448	611	14,7	3,3
Nord-est	1.863	2.404	541	18,9	4,0
Centro	1.393	1.732	339	13,3	2,7
Sud	1.799	2.549	750	9,5	2,9
ITALIA	6.892	9.133	2.241	13,4	3,2

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

4.2.4 Ipermercati

All'interno di un quadro di sviluppo regolamentato da parte delle regioni, dove intervengono criteri di programmazione dei punti vendita per bacini di utenza associati a criteri di urbanistica commerciale e a valutazioni dell'impatto sulla rete distributiva locale, l'ipermercato ha registrato in questi anni una crescita sostenuta in tutto il territorio che ha portato il loro numero a 552 unità a fine 2008. Diverse informazioni, provenienti da imprese e riviste specializzate, indicano il proseguimento, anche nel 2009, del processo di espansione di questo format con l'apertura di nuovi insediamenti.

Grazie al fatto di avere una funzione di traino nelle iniziative immobiliari per la costruzione di centri commerciali integrati con altre funzioni di servizio al cittadino, i progetti di nuove

aperture di ipermercato non mancano presso i comuni e le regioni non solo nelle aree del Mezzogiorno, con potenzialità di modernizzazione maggiore, ma anche nei territori ad alta densità.

Tab. 4.10 - Gli ipermercati

	punti vendita		var. ass.	mq. per 100 ab.	var. ass. mq. x 100 ab.
	2002	2008	02-08	2008	02-08
Piemonte	46	78	32	9,4	3,8
Valle d'Aosta	2	2	0	12,3	1,9
Lombardia	108	141	33	10,3	2,4
Liguria	5	9	4	3,0	0,7
Trentino-Alto Adige	5	8	3	2,5	0,8
Veneto	55	57	2	6,3	0,2
Friuli-Venezia Giulia	6	18	12	6,8	3,9
Emilia Romagna	29	40	11	6,0	1,4
Toscana	29	29	0	4,6	0,1
Umbria	4	8	4	6,6	3,8
Marche	17	20	3	6,6	0,9
Lazio	20	25	5	2,5	0,5
Abruzzo	10	16	6	6,9	1,1
Molise	1	3	2	4,5	2,9
Campania	11	18	7	2,6	1,4
Puglia	11	24	13	4,6	2,7
Basilicata	1	3	2	2,2	1,3
Calabria	5	13	8	3,8	2,5
Sicilia	7	22	15	2,6	1,7
Sardegna	9	18	9	6,0	3,1
Nord-ovest	161	230	69	9,3	2,7
Nord-est	95	123	28	5,9	1,1
Centro	70	82	12	4,0	0,6
Sud	55	117	62	3,7	2,0
ITALIA	381	552	171	5,7	1,8

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

Delle unità censite 353 sono ubicate nel regioni del Nord in particolare in Lombardia (141), Piemonte (78), Veneto (57) ed Emilia Romagna (40) tutte regioni con caratteristiche socio-economiche adatte alla diffusione - tuttavia non sempre equilibrata è, in qualche caso, ormai al limite dell'affollamento - di queste tipologie di grandi punti di vendita.

Rispetto al 2002 vi è stata una crescita di 171 unità che ha interessato tutto il paese per via della corsa di molte grandi imprese (italiane e a controllo estero) a occupare tutti gli spazi più appetibili, ma è stata particolarmente significativa nel Nord (+97) e nel Sud (+62).

Particolarmente numerose, infatti, sono state le aperture in Sicilia (+15), Puglia (+13) e Sardegna (+9) mentre nel Nord i maggiori incrementi si sono registrati in Lombardia (+33), Piemonte (+32), Friuli Venezia Giulia (+12) ed Emilia Romagna (+11).

In termini di superficie, tenendo conto che un ipermercato in Italia ha una dimensione media di oltre 6 mila mq., lo sviluppo nel periodo considerato è stato di oltre 1 milione di mq. (+52,3%) a livello nazionale, con un'impennata nel Sud (+122%), territorio che partiva da valori molto bassi: sono rilevanti i casi della Sicilia (+209,7%), del Molise (+187,1%), della Calabria (+199,7%) e della Puglia (+151,9%).

Rispetto al 2002 la densità è aumentata soprattutto nel Nord-ovest e nel Sud come sintesi del forte sviluppo della rete, sia in termini di numerosità degli esercizi che di superficie di vendita.

Nonostante queste dinamiche, la disponibilità di superficie di vendita in rapporto alla popolazione evidenzia ancora sensibili divari tra aree: nel Nord-ovest e nel Nord-est la dotazione è rispettivamente di 9 e di 6 mq. ogni 100 abitanti, mentre nel Sud scende a 4. Questi valori si compongono di parametri localmente ben differenziati: si passa da valori molto elevati in Valle d'Aosta (12 mq.), Lombardia (10 mq.) e Piemonte (9 mq.) a realtà con una superficie per 100 abitanti relativamente bassa, di servizio basso come nel caso della Basilicata e del Trentino Alto Adige (2 mq.), dove l'orografia del territorio non favorisce questo tipo di insediamento commerciale. Appaiono ancora ridotti i parametri di offerta in Campania, Lazio e Sicilia (3 mq.).

4.2.5 Grandi magazzini

L'evoluzione di questa tipologia di vendita presenta caratteristiche diverse dalle formule distributive precedentemente analizzate in quanto è stata contraddistinta da uno sviluppo piuttosto contenuto su cui ha pesato la difficoltà a trovare in questi anni una identità ben precisa dal punto di vista dell'assortimento proposto.

Al fine di rilanciare questo format distributivo importanti imprese che operano nel settore stanno operando un cambio di strategia, finalizzato ad una maggiore segmentazione dell'offerta con più spazio e profondità per alcune merceologie (abbigliamento, tessile casa, complementi d'arredo, oggetti per la casa, illuminazione) per tentare di fidelizzare maggiormente la clientela e riprendere spazi di mercato che altre tipologie di vendita hanno acquisito (ipermercati, grandi superfici specializzate, outlet).

Il numero di grandi magazzini (esercizi non alimentari con una superficie di vendita superiore a 400 mq.) a fine 2008 in Italia era di 1.352 unità di cui ben 863 localizzate nelle regioni del Centro e del Sud. In queste ripartizioni Toscana, Lazio e Sicilia sono le regioni con il più alto numero di grandi magazzini (rispettivamente 124, 167 e 115 unità). Nel Nord, la diffusione maggiore è in Lombardia (187 esercizi), Veneto (77) e Piemonte (68).

Tra il 2002 e il 2008 lo stock degli esercizi è aumentato complessivamente di 244 unità, un valore non molto elevato che è segno delle difficoltà di questa formula a consolidarsi sul mercato

e della rinuncia da parte delle imprese ad aprire nuovi insediamenti preferendo investire nel restyling delle strutture esistenti.

Tab. 4.11 - I grandi magazzini

	punti vendita		var. ass.	mq.	var. ass. mq.
	2002	2008	08-02	x 100 ab.	x 100 ab.
Piemonte	64	68	4	3,2	0,5
Valle d'Aosta	5	11	6	8,3	3,7
Lombardia	142	187	45	3,7	-0,1
Liguria	33	31	-2	3,0	-0,8
Trentino-Alto Adige	32	38	6	4,2	0,8
Veneto	78	77	-1	3,4	-0,8
Friuli-Venezia Giulia	27	21	-6	5,1	-1,1
Emilia Romagna	55	56	1	3,0	-0,5
Toscana	73	124	51	5,1	1,4
Umbria	33	68	35	9,6	3,3
Marche	58	67	9	4,6	0,5
Lazio	185	167	-18	4,4	-0,9
Abruzzo	26	44	18	4,7	1,2
Molise	13	6	-7	1,7	-1,6
Campania	59	81	22	1,8	0,4
Puglia	33	64	31	2,1	1,2
Basilicata	4	5	1	1,2	0,5
Calabria	65	76	11	4,0	0,2
Sicilia	86	115	29	2,7	0,8
Sardegna	37	46	9	3,5	0,2
Nord-ovest	244	297	53	3,5	0,0
Nord-est	192	192	0	3,5	-0,6
Centro	349	426	77	5,0	0,4
Sud	323	437	114	2,6	0,7
ITALIA	1.108	1.352	244	3,5	0,2

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

L'incremento più consistente ha interessato le regioni del Sud (+114) e del Centro (+77) a fronte di una crescita moderata nel Nord-ovest (+53) e di una stasi nel Nord-est.

Da segnalare che vi sono diverse regioni dove lo stock degli esercizi si è ridotto: Lazio (-18 unità), Molise (-7) e Friuli-Venezia Giulia (-6).

Non vi sono differenziazioni marcate per quanto riguarda la disponibilità di superficie di vendita in rapporto alla popolazione che è in Italia di 3,5 mq. ogni 100 abitanti con valori superiori alla media nazionale nel Centro (5 mq.) e nel Nord (4 mq.). Il ridimensionamento della rete

con chiusure e ristrutturazioni di esercizi non ha prodotto variazioni significative rispetto al 2002 della disponibilità di superficie ogni 100 abitanti.

4.2.6. Grandi superfici specializzate

Come gli ipermercati, le grandi superfici specializzate (GSS) hanno registrato in questi anni un ritmo di crescita sostenuto, sia in termini di numero di insediamenti che di superficie di vendita. L'affermarsi di questa formula deriva dalle caratteristiche specifiche che presenta in termini di prezzi competitivi, di ampiezza della merceologia e delle prestazioni di servizio al consumatore.

Tab. 4.12 - Le grandi superfici specializzate

	punti vendita		var. ass.	mq.	var. ass. mq.
	2002	2008	08-02	x 100 ab.	x 100 ab.
Piemonte	118	152	34	9,2	1,9
Valle d'Aosta	7	9	2	24,8	1,1
Lombardia	222	337	115	10,7	3,7
Liguria	20	35	15	5,6	2,0
Trentino-Alto Adige	26	37	11	9,8	2,6
Veneto	123	196	73	11,2	3,8
Friuli-Venezia Giulia	52	63	11	15,2	2,3
Emilia Romagna	75	133	58	9,2	3,7
Toscana	56	73	17	5,2	1,1
Umbria	21	29	8	8,1	1,7
Marche	37	51	14	10,0	3,0
Lazio	35	56	21	3,5	1,5
Abruzzo	27	51	24	10,1	3,8
Molise	-	-	-	-	-
Campania	24	69	45	3,9	2,6
Puglia	11	57	46	4,1	3,3
Basilicata	2	2	0	0,5	0,0
Calabria	11	20	9	2,5	1,3
Sicilia	29	58	29	3,3	1,3
Sardegna	13	37	24	5,8	4,1
Nord-ovest	367	533	166	9,9	3,0
Nord-est	276	429	153	10,7	3,5
Centro	149	209	60	5,3	1,5
Sud	117	294	177	4,1	2,4
ITALIA	909	1.465	556	7,1	2,7

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

Lo sviluppo delle GSS ha riguardato prevalentemente l'abbigliamento, il bricolage, il tempo libero e le attività sportive, i mobili, gli elettrodomestici, l'elettronica di consumo, i giocattoli, i prodotti per l'infanzia e i prodotti per l'auto.

Al 31 dicembre 2008 sono stati rilevati 1.465 punti vendita concentrati prevalentemente nel Nord (962 unità), area che per le caratteristiche socio-economiche ha favorito la diffusione di questa formula di vendita fin dai primi insediamenti; il resto dei punti vendita è localizzato nel Sud (294 esercizi) e nel Centro (209 esercizi).

Tra il 2002 e il 2008 la rete di questi punti vendita è aumentata di 556 unità ampliando l'offerta su tutto il territorio, ma in modo particolare al Sud (+177 unità) e nel Nord-ovest (+166 unità). La Lombardia, il Veneto e l'Emilia Romagna sono tra le regioni che hanno registrato gli incrementi più significativi (rispettivamente 115, 73 e 58 unità), ma bisogna sottolineare anche lo sviluppo elevato in Puglia (+46), Campania (+45) e Sicilia (+29) e l'assenza di queste strutture in Molise.

La dimensione del fenomeno risalta ancora di più se si prende in considerazione la crescita della superficie di vendita che è passata, complessivamente, dai 2,5 milioni di mq. del 2002 ai 4,2 milioni di mq. del 2008 (+66,9%). Rispetto al dato nazionale è stata molto più elevata la crescita di superficie nel Sud (+147,2%) area che partiva da un livello di dotazione di questa tipologia di infrastrutture strutture più basso.

La disponibilità di superficie in rapporto alla popolazione evidenzia un modello di sviluppo caratterizzato da un divario tra il Nord, dove è ubicato il maggior numero di GSS e presenta rischi di saturazione del mercato, e il resto del paese. Se a livello nazionale vi sono 7 mq. ogni 100 abitanti, nel Nord-est questo rapporto sale a 11 mq. e nel Nord-ovest a 10 mq.; nel Centro e nel Sud la densità scende rispettivamente a 5 e 4 mq. ogni 100 abitanti.

Scendendo a livello regionale vi sono differenziazioni marcate a partire dalla Valle d'Aosta, che ha il rapporto mq./popolazione più elevato, pari a 25 mq. effetto della presenza di poche strutture, ma di dimensione elevata; seguono il Friuli-Venezia Giulia (15 mq. ogni 100 abitanti), il Veneto e la Lombardia (11 mq. ogni 100 abitanti), il Trentino-Alto Adige, le Marche e l'Abruzzo (10 mq. ogni 100 abitanti). Tra le altre regioni del Sud, la Sardegna è l'unica con una densità che supera la media della ripartizione.

4.2.7 Ambulanti e itineranti

Il commercio ambulante e su aree pubbliche non rappresenta un canale di vendita marginale del sistema distributivo italiano, ma ha un ruolo centrale nel raggiungere, attraverso i mercati quotidiani e settimanali, le fiere, i chioschi isolati, i posteggi a rotazione, gli operatori in forma itinerante, quote sempre più significative di consumatori.

I dati più recenti stanno a fotografare una realtà diffusa sul territorio ed in crescita rispetto al recente passato, ma come per gli altri settori del commercio, interessata da un processo di modernizzazione per rafforzare la specificità nel servizio distributivo e la valenza economica di queste imprese, soprattutto in un contesto di stagnazione dei consumi.

Tab. 4.13 - I punti vendita del commercio ambulante - 2009

	Alimentare	Abbigl., tessuti, calz.	Mobili, articoli uso domestico	Altri prodotti	Totale
Piemonte	3.630	5.189	336	3.783	12.938
Valle d'Aosta	35	106	3	40	184
Lombardia	4.514	8.349	432	5.359	18.654
Liguria	929	2.150	72	1.379	4.530
Trentino-Alto Adige	410	640	18	246	1.314
Veneto	2.492	4.520	285	2.882	10.179
Friuli-Venezia Giulia	291	764	45	503	1.603
Emilia Romagna	1.859	4.882	242	2.585	9.568
Toscana	2.036	6.617	277	3.115	12.045
Umbria	360	834	40	682	1.916
Marche	986	2.521	80	1.038	4.625
Lazio	3.852	4.444	318	5.107	13.721
Abruzzo	960	1.570	65	1.461	4.056
Molise	202	301	21	269	793
Campania	3.987	8.199	338	7.999	20.523
Puglia	4.445	5.001	435	5.413	15.294
Basilicata	454	373	22	396	1.245
Calabria	1.444	3.987	157	2.534	8.122
Sicilia	4.492	7.330	673	6.896	19.391
Sardegna	1.152	2.976	115	2.102	6.345
Nord-ovest	9.108	15.794	843	10.561	36.306
Nord-est	5.052	10.806	590	6.216	22.664
Centro	7.234	14.416	715	9.942	32.307
Sud	17.136	29.737	1.826	27.070	75.769
ITALIA	38.530	70.753	3.974	53.789	167.046

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

Al 30 giugno 2009 sono stati rilevati 167.046 punti vendita del commercio ambulante con una localizzazione sul territorio diversificata che risente dei differenti contesti socio-demografici e orografici del nostro paese: circa il 46% degli esercizi opera nel Mezzogiorno mentre nel Nord e nel Centro la quota rappresentativa è inferiore (rispettivamente 35,3% e 19,3%). A livello regionale il numero più elevato di esercizi si riscontra in Campania (20.523), in Sicilia (19.391) e in Lombardia (18.654).

Dal punto di vista della merceologia prevalgono gli operatori che vendono abbigliamento, tessuti e calzature che sono oltre il 42%, seguiti da una quota consistente (32,2%) di operatori generici che vendono altri prodotti o di cui non è specificata la merce. Il 23,1% è rappresentato da punti vendita alimentari; mobili ed articoli di uso domestico rappresentano il 2,4%.

Tab. 4.14 - I punti vendita del commercio ambulante
var. ass. 2002-2009

	Alimentare	Abbigli., tessuti, calz.	Mobili, articoli uso domestico	Altri prodotti	Totale
Piemonte	110	1.101	64	1.935	3.210
Valle d'Aosta	-14	41	3	3	33
Lombardia	-165	1.499	91	2.079	3.504
Liguria	-12	463	7	496	954
Trentino-Alto Adige	75	171	0	55	301
Veneto	-171	1.361	103	864	2.157
Friuli-Venezia Giulia	-29	172	0	109	252
Emilia Romagna	-41	1.098	37	683	1.777
Toscana	-149	1.533	75	884	2.343
Umbria	-3	302	20	255	574
Marche	-10	798	31	307	1.126
Lazio	744	1.307	69	3.213	5.333
Abruzzo	5	291	12	663	971
Molise	11	86	11	132	240
Campania	-463	2.389	92	4.419	6.437
Puglia	-438	10	33	2.526	2.131
Basilicata	-20	59	4	100	143
Calabria	-180	1.054	42	1.396	2.312
Sicilia	-91	1.149	335	3.519	4.912
Sardegna	-180	835	8	671	1.334
Nord-ovest	-81	3.104	165	4.513	7.701
Nord-est	-166	2.802	140	1.711	4.487
Centro	582	3.940	195	4.659	9.376
Sud	-1.356	5.873	537	13.426	18.480
ITALIA	-1.021	15.719	1.037	24.309	40.044

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

Tra il 2002 e il 2009 lo stock degli esercizi è cresciuto di oltre 40mila unità con dinamiche differenti sul territorio. In particolare, l'incremento più significativo è avvenuto al Sud (+18.480 esercizi) dove è più intensa la ricerca di nuove opportunità di lavoro che rappresentino un'alternativa alla mancanza di altre forme di produzione del reddito. La crescita è stata intensa soprattutto in Campania (+6.437 esercizi), in Sicilia (+4.912) e in Calabria (+2.312) mentre nelle altre ripartizioni è aumentata in maniera significativa la rete ambulante del Lazio (+5.333 esercizi), della Lombardia (+3.504) e del Piemonte (+3.210).

Per quanto riguarda le merceologie vendute, così come avvenuto nel piccolo dettaglio, anche gli esercizi alimentari della rete ambulante hanno registrato un ridimensionamento (-1.021

esercizi) diffuso su tutto il territorio con l'unica eccezione del Lazio (+744 esercizi) dove la crescita è attribuibile largamente all'area metropolitana di Roma.

4.2.8 Altra distribuzione commerciale

A completamento delle principali formule distributive presenti nel nostro Paese, in questo paragrafo si prendono in considerazione tutte le altre tipologie di vendita che non utilizzano i canali tradizionali e non hanno nel negozio il luogo fisico dove avviene l'acquisto di prodotti. Tali tipologie si riferiscono alla vendita per corrispondenza, per telefono o tv, via internet, al porta a porta e alla vendita attraverso i distributori automatici.

Tab. 4.15 - Altre forme di commercio al dettaglio

	imprese		var. ass.
	2002	2009	09-02
Piemonte	4.578	4.912	334
Valle d'Aosta	48	45	-3
Lombardia	4.903	3.800	-1.103
Liguria	956	904	-52
Trentino-Alto Adige	445	522	77
Veneto	2.458	2.134	-324
Friuli-Venezia Giulia	475	445	-30
Emilia Romagna	1.748	1.509	-239
Toscana	1.972	1.435	-537
Umbria	570	371	-199
Marche	642	461	-181
Lazio	5.295	3.857	-1.438
Abruzzo	967	619	-348
Molise	260	103	-157
Campania	5.475	2.240	-3.235
Puglia	3.731	1.730	-2.001
Basilicata	400	171	-229
Calabria	1.981	1.003	-978
Sicilia	4.008	1.865	-2.143
Sardegna	913	516	-397
Nord-ovest	10.485	9.661	-824
Nord-est	5.126	4.610	-516
Centro	8.479	6.124	-2.355
Sud	17.735	8.247	-9.488
ITALIA	41.825	28.642	-13.183

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

Le imprese censite a giugno 2009 erano nel complesso 28.642 (per questo settore si fa riferimento alle imprese che operano con queste modalità e non a punti vendita o esercizi) così suddivise: 9.131 imprese di vendita a domicilio, 5.720 che vendono via internet, 3.084 che vendono per corrispondenza, telefono, radio, tv, 3.025 che utilizzano distributori automatici, 7.628 di cui non è specificata la modalità.

Circa il 50% di queste è ubicata al Nord (ma non vuol dire che operano limitatamente in quest'area in quanto molte di queste modalità di vendita consentono di raggiungere bacini di utenza più vasti) soprattutto in Piemonte (4.912 imprese), Lombardia (3.800) e Veneto (2.134).

4.3 Le imprese del commercio all'ingrosso per regione

Il quadro evolutivo del commercio all'ingrosso fa riferimento a tre distinti settori che hanno peculiarità differenti dal punto di vista dell'organizzazione d'impresa: l'ingrosso in senso stretto che svolge un ruolo centrale nella filiera in quanto gestisce il rapporto di fornitura con i produttori e rende vendibili, attraverso diversi servizi che vanno dal confezionamento all'espletamento di tutte le funzioni logistiche, i prodotti nella rete distributiva a valle; gli intermediari del commercio (agenti di commercio, rappresentanti di commercio, sub-agenti) che promuovono e finalizzano, attraverso contratti, il trasferimento di beni e servizi dalla produzione alla distribuzione; il settore auto che comprende le attività di vendita sia all'ingrosso sia al dettaglio di auto, di motocicli, parti e accessori di autoveicoli e di motocicli, nonché le attività di manutenzione e riparazione degli stessi.

Complessivamente, nel 2009 si contavano 649.392 esercizi, di cui 243.732 riconducibili ad attività dell'ingrosso in senso stretto, 251.690 intermediari e 153.970 esercizi del settore auto; per i tre settori la localizzazione della maggior parte degli esercizi è al Nord (48% per l'ingrosso, 52% per gli intermediari, 41% per il settore auto).

Dal punto di vista del quadro evolutivo vi sono state differenziazioni tra i settori. L'ingrosso di tipo tradizionale si è distinto per una buona dinamica imprenditoriale in quanto la consistenza degli esercizi tra il 2002 e il 2009 è aumentata di 32.393 unità (+15,3%) in gran parte dovuta all'aumento delle sedi d'impresa.

La crescita più rilevante si è registrata nelle ripartizioni del Centro (+19,4%) e del Sud (+19,5%), dove probabilmente la rete grossista evidenziava una sottodotazione rispetto allo sviluppo della rete distributiva locale al dettaglio.

A livello regionale gli incrementi più significativi hanno riguardato tutto il Sud, specificatamente la Campania (+27,1%), il Molise (+23,9%) e la Puglia (18,6%) mentre nelle altre ripartizioni si sono distinti il Veneto (+13,7%) e la Lombardia (+12,5%).

Per gli intermediari il confronto tra il 2002 e il 2009 mostra un calo degli esercizi dello 0,1% (-369 unità) tutto concentrato nel Nord dove le attività di questi operatori, più che nel resto del paese, hanno risentito del rallentamento produttivo e dei consumi e dei conseguenti riflessi negativi su tutta la filiera produzione-distribuzione. Di tendenza opposta è stata l'evoluzione degli

intermediari nel Sud dove vi è stato un aumento di 2.392 unità (+3,8%) favorito dalla necessità di integrare e rafforzare la rete già presente.

Tab. 4.16 - Ingrosso, intermediari e settore auto - 2009
numero

	Ingrosso	Intermediari	Settore auto	Totale
Piemonte	17.120	21.415	11.680	50.215
Valle d'Aosta	267	280	302	849
Lombardia	44.651	43.744	21.517	109.912
Liguria	5.744	7.001	4.012	16.757
Trentino-Alto Adige	3.858	3.699	1.923	9.480
Veneto	21.424	27.011	11.206	59.641
Friuli-Venezia Giulia	4.463	5.247	2.416	12.126
Emilia Romagna	18.265	23.185	10.536	51.986
Toscana	15.986	20.287	8.658	44.931
Umbria	2.799	4.292	2.239	9.330
Marche	6.183	9.477	4.152	19.812
Lazio	18.939	20.300	13.882	53.121
Abruzzo	4.575	6.164	4.070	14.809
Molise	981	759	1.077	2.817
Campania	33.010	16.950	16.243	66.203
Puglia	13.793	13.694	11.846	39.333
Basilicata	1.749	1.375	1.892	5.016
Calabria	6.735	5.840	6.718	19.293
Sicilia	18.184	15.210	14.914	48.308
Sardegna	5.006	5.760	4.687	15.453
Nord-ovest	67.782	72.440	37.511	177.733
Nord-est	48.010	59.142	26.081	133.233
Centro	43.907	54.356	28.931	127.194
Sud	84.033	65.752	61.447	211.232
ITALIA	243.732	251.690	153.970	649.392

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

Il settore auto ha mostrato nel periodo in esame una crescita moderata (+1.099 esercizi) che ha interessato per una quota significativa il Centro (+821 esercizi) ed in particolare il Lazio; il dato regionale evidenzia una perdita generalizzata di esercizi, mentre le crescite di numerosità sono state concentrate, oltre Al Lazio, nella Campania (+829 esercizi), nel Veneto (+147 esercizi) e nel Piemonte (+154 esercizi).

Tab. 4.17 - Ingrosso, intermediari e settore auto
var. ass. e % 2002-2009

	Ingrosso		Intermediari		Settore Auto		Totale	
	num.	var.%	num.	var.%	num.	var.%	num.	var.%
Piemonte	1.554	10,0	436	2,1	154	1,3	2.144	4,5
Valle d'Aosta	-3	-1,1	-17	-5,7	-46	-13,2	-66	-7,2
Lombardia	4.951	12,5	-1.608	-3,5	24	0,1	3.367	3,2
Liguria	363	6,7	-388	-5,3	19	0,5	-6	0,0
Trentino-Alto Adige	332	9,4	-48	-1,3	-48	-2,4	236	2,6
Veneto	2.585	13,7	-543	-2,0	147	1,3	2.189	3,8
Friuli-Venezia Giulia	20	0,5	-547	-9,4	-221	-8,4	-748	-5,8
Emilia Romagna	1.763	10,7	-541	-2,3	-4	0,0	1.218	2,4
Toscana	1.586	11,0	-298	-1,4	-133	-1,5	1.155	2,6
Umbria	333	13,5	51	1,2	7	0,3	391	4,4
Marche	672	12,2	-74	-0,8	-46	-1,1	552	2,9
Lazio	4.532	31,5	816	4,2	993	7,7	6.341	13,6
Abruzzo	477	11,6	290	4,9	42	1,0	809	5,8
Molise	189	23,9	40	5,6	25	2,4	254	9,9
Campania	7.036	27,1	511	3,1	829	5,4	8.376	14,5
Puglia	2.168	18,6	126	0,9	-64	-0,5	2.230	6,0
Basilicata	253	16,9	149	12,2	-11	-0,6	391	8,5
Calabria	677	11,2	476	8,9	-132	-1,9	1.021	5,6
Sicilia	2.315	14,6	700	4,8	-366	-2,4	2.649	5,8
Sardegna	590	13,4	100	1,8	-70	-1,5	620	4,2
Nord-ovest	6.865	11,3	-1.577	-2,1	151	0,4	5.439	3,2
Nord-est	4.700	10,9	-1.679	-2,8	-126	-0,5	2.895	2,2
Centro	7.123	19,4	495	0,9	821	2,9	8.439	7,1
Sud	13.705	19,5	2.392	3,8	253	0,4	16.350	8,4
ITALIA	32.393	15,3	-369	-0,1	1.099	0,7	33.123	5,4

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

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

Nota tecnica

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

La tab. 1 "I fattori che determinano la crescita" riporta i dati al 2008 su popolazione residente e popolazione straniera di fonte Istat; gli indicatori relativi al mercato del lavoro (tasso di occupazione, di attività, di disoccupazione, occupati per settori economici; si veda sotto la definizione dei rapporti caratteristici) sono stati elaborati sulla base dei dati dell'indagine Istat sulle Forze Lavoro, anno 2008. Il numero delle imprese registrate presso le Camere di Commercio è riferito al 2009 ed è di fonte Movimprese.

La tab. 2 "Valore aggiunto ai prezzi base in termini reali" e "Valore aggiunto per abitante", la tab. 3 "Consumi in termini reali" e "Consumi per abitante" riportano le previsioni 2009-2011 elaborate dall'Ufficio Studi Confcommercio, partendo dalla ricostruzione della contabilità provinciale Istat.

Le tabb. 4 e 5 riguardano i dati, provenienti dall'archivio di Movimprese, sulla consistenza nel 2009 delle imprese registrate presso le Camere di Commercio suddivise per macro-settori economici e sull'andamento delle iscrizioni/cessazioni delle sole imprese del terziario (commercio, alberghi, pubblici esercizi, servizi di mercato). Per una corretta interpretazione del dato sulle cessazioni bisogna tener conto che quanto riportato in tabella comprende anche le cessazioni che ogni Camera di Commercio dispone d'ufficio delle imprese che risultano non più operative da almeno tre anni (cfr. pag 34).

Le tabb. 6 e 7 descrivono la struttura provinciale e l'evoluzione rispetto al 2002 dei canali della distribuzione commerciale, sulla base dei dati forniti dall'Osservatorio Nazionale del Commercio presso il Ministero dello Sviluppo Economico. Per il commercio al dettaglio in sede fissa e per il commercio ambulante i dati si riferiscono alle consistenze esistenti al 30 giugno 2009, classificate in base all'ATECO 2007 che presenta sostanziali differenze rispetto alla precedente classificazione. Per le tipologie della grande distribuzione (minimercato, supermercato, iper, grandi magazzini e grandi specializzati) il dato fa riferimento alla consistenza registrata al 31 dicembre 2008. Per la tipologia del minimercato il confronto temporale è stato fatto rispetto al 2004, anno in cui è iniziata la rilevazione di questa forma distributiva.

Definizione dei rapporti caratteristici

Tasso di attività

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

Tasso di occupazione

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

Tasso di disoccupazione

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

NORD-OVEST

**Tab. 1 · Piemonte - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Torino	2.284	175	1.973	68,6	64,7	5,6
Vercelli	179	12	155	66,8	63,8	4,4
Biella	187	10	163	71,1	67,6	4,9
Verbano-Cusio-Ossola	163	8	142	69,3	65,8	5,0
Novara	364	27	312	69,2	65,3	5,4
Cuneo	583	46	496	71,4	68,9	3,4
Asti	219	20	189	69,8	66,8	4,2
Alessandria	437	34	384	65,0	61,8	4,8
PIEMONTE	4.417	331	3.814	68,8	65,2	5,0
Nord-ovest	15.848	1.296	13.600	69,2	66,2	4,2
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Torino	236.942	972	1,6	32,3	66,1
Vercelli	17.772	73	5,1	34,9	60,0
Biella	19.926	81	2,5	41,4	56,1
Verbano-Cusio-Ossola	14.032	70	2,1	32,4	65,5
Novara	32.189	157	2,7	36,6	60,6
Cuneo	74.363	263	10,1	33,6	56,3
Asti	25.951	94	8,6	32,0	59,5
Alessandria	47.231	174	3,6	35,2	61,1
PIEMONTE	468.406	1.885	3,6	33,6	62,8
Nord-ovest	1.603.286	6.943	2,4	33,6	64,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Piemonte - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Torino	1,2	0,2	-1,2	17.671	21.890	26.048	117,7	117,0	110,2
Vercelli	0,2	1,8	-1,3	15.999	18.887	26.668	106,5	101,1	112,9
Biella	0,8	-0,5	-1,3	18.015	21.648	25.774	120,0	115,8	109,1
Verbano-Cusio-Ossola	1,6	0,4	-1,2	13.865	17.356	21.646	92,3	92,9	91,7
Novara	1,7	0,3	-1,3	17.769	21.783	25.863	118,3	116,6	109,5
Cuneo	0,4	1,5	-1,1	18.093	20.874	27.661	120,5	111,7	117,1
Asti	1,7	1,5	-1,2	14.028	17.401	23.012	93,4	93,1	97,4
Alessandria	1,3	1,6	-1,4	14.874	18.579	25.121	99,1	99,4	106,4
PIEMONTE	1,1	0,6	-1,2	17.074	20.888	25.855	113,7	111,8	109,5
Nord-ovest	1,4	0,8	-0,7	18.798	23.057	28.613	125,2	123,4	121,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Piemonte - Consumi delle famiglie

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Torino	2,6	0,4	-0,8	10.695	14.087	17.214	107,6	110,3	109,8
Vercelli	2,6	0,1	0,6	10.850	14.301	17.827	109,2	112,0	113,7
Biella	2,8	0,1	-1,2	11.494	15.127	19.021	115,7	118,5	121,3
Verbano-Cusio-Ossola	2,6	0,4	-0,6	10.889	14.237	17.837	109,6	111,5	113,8
Novara	3,0	0,4	0,0	11.376	14.800	17.792	114,5	115,9	113,5
Cuneo	2,6	0,4	0,7	9.912	12.712	15.535	99,7	99,5	99,1
Asti	2,9	0,4	0,9	8.977	11.739	14.267	90,3	91,9	91,0
Alessandria	2,4	0,4	0,5	10.704	14.061	17.296	107,7	110,1	110,3
PIEMONTE	2,6	0,4	-0,3	10.614	13.906	17.026	106,8	108,9	108,6
Nord-ovest	2,6	0,5	0,1	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1	135,1
ITALIA	2,4	0,5	0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Piemonte - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Torino	14.604	64.933	62.161	33.909	11.882	68.364	14.998	236.942
Vercelli	2.718	5.433	4.546	2.674	1.021	3.380	674	17.772
Biella	1.635	6.443	4.596	2.282	960	5.214	1.078	19.926
Verbano-Cusio-Ossola	860	4.843	3.489	2.096	1.492	2.898	450	14.032
Novara	2.550	10.808	7.814	4.131	1.837	7.987	1.193	32.189
Cuneo	23.939	18.097	14.100	7.237	3.242	13.252	1.733	74.363
Asti	8.301	6.498	5.248	2.904	1.060	4.138	706	25.951
Alessandria	11.102	12.542	10.179	5.230	2.138	9.461	1.809	47.231
PIEMONTE	65.709	129.597	112.133	60.463	23.632	114.694	22.641	468.406
Nord-ovest	137.367	470.155	375.254	186.082	85.328	437.895	97.287	1.603.286
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

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

Tab. 5 • Piemonte - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Torino	2.390	2.721	-331	697	899	-202	3.362	4.176	-814	16.898	15.929	969
Vercelli	204	205	-1	57	75	-18	163	208	-45	1.157	1.239	-82
Biella	143	210	-67	71	80	-9	177	288	-111	1.146	1.390	-244
Verbano-Cusio-Ossola	142	163	-21	89	87	2	131	194	-63	944	949	-5
Novara	274	322	-48	104	126	-22	410	522	-112	2.293	2.292	1
Cuneo	456	545	-89	222	280	-58	622	696	-74	4.184	4.670	-486
Asti	191	260	-69	73	82	-9	194	258	-64	1.558	1.929	-371
Alessandria	328	488	-160	128	222	-94	465	665	-200	2.929	3.941	-1.012
PIEMONTE	4.128	4.914	-786	1.441	1.851	-410	5.524	7.007	-1.483	31.109	32.339	-1.230
Nord-ovest	11.442	15.171	-3.729	5.065	6.399	-1.334	19.106	27.206	-8.100	104.597	110.096	-5.499
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 • Piemonte - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano- Cusio-Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	6.850	683	612	573	1.016	2.115	818	1.619	14.286	45.637	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	3.178	339	306	304	492	1.049	418	739	6.825	20.801	98.357
Specializzati	3.672	344	306	269	524	1.066	400	880	7.461	24.836	121.352
- Frutta e verdura	308	42	30	22	62	110	26	106	706	3.995	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	1.230	73	60	58	106	385	153	267	2.332	6.279	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	70	4	4	4	11	15	9	19	136	761	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	606	61	48	39	92	129	29	117	1.121	3.388	12.241
- Bevande	167	25	30	24	37	47	21	75	426	1.313	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	336	30	19	33	65	108	38	66	695	2.408	10.421
- Tabacchi	955	109	115	89	151	272	124	230	2.045	6.692	29.498
Area non alimentare	18.907	1.626	1.449	1.502	2.947	4.821	1.660	3.946	36.858	121.558	555.339
Non specializzati	901	73	58	59	146	180	74	140	1.631	5.037	25.086
Specializzati	18.006	1.553	1.391	1.443	2.801	4.641	1.586	3.806	35.227	116.521	530.253
- Carburanti	796	99	100	63	171	326	114	230	1.899	5.659	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	227	29	22	22	44	63	22	40	469	1.501	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	267	20	10	14	28	43	24	38	444	1.301	6.216
- Apparecchiature audio e video	12	1	2	2	2		19	42	180		
- Prodotti tessili	657	60	62	71	133	257	74	147	1.461	4.881	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	1.485	129	110	124	199	391	180	298	2.916	8.186	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	78	5	5	6	5	18	7	18	142	460	1.691

continua a pag. 116

continua da pag. 115 (tab. 6)

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano- Cusio-Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
- Elettrodomestici	21	1	1	2	4	4	1	5	39	123	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	1.499	123	124	111	218	448	115	310	2.948	9.975	46.413
- Libri	241	15	20	9	34	63	15	37	434	1.472	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	1.440	113	107	79	214	278	113	280	2.624	9.759	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	9		1	2	2	3	17	84	283	-	-
- Articoli sportivi	475	46	48	63	97	143	36	85	993	3.343	14.947
- Giochi e giocattoli	244	22	20	21	45	55	14	45	466	1.489	6.977
- Articoli di abbigliamento	4.117	340	302	338	691	943	343	873	7.947	27.377	129.130
- Calzature e articoli in pelle	863	72	53	74	126	264	67	213	1.732	6.085	27.799
- Medicinali	729	94	84	79	142	285	111	240	1.764	5.316	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	179	14	6	9	30	36	17	33	324	1.040	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	791	61	55	57	125	182	57	138	1.466	4.881	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	944	83	68	66	137	252	66	173	1.789	5.512	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	718	58	56	47	96	161	54	174	1.364	4.598	19.389
- Articoli di seconda mano	248	14	14	17	18	48	14	39	412	1.351	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	1.966	154	121	169	242	376	140	390	3.558	12.086	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	25.757	2.309	2.061	2.075	3.963	6.936	2.478	5.565	51.144	167.195	775.048
Alimentare	2.409	114	119	52	161	403	200	172	3.630	9.108	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	2.955	257	197	162	425	555	277	361	5.189	15.794	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	213	8	6	3	19	42	22	23	336	843	3.974
Altri articoli	1.106	123	45	100	143	194	148	142	2.001	6.822	37.134
Prodotti non specificati	1.383	19	34	28	69	145	44	60	1.782	3.739	16.655

continua a pag. 117

continua da pag. 116 (tab. 6)

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano- Cusio-Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	8.066	521	401	345	817	1.339	691	758	12.938	36.306	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	209	5	22	10	17	37	20	17	337	1.025	3.084
Vendita a domicilio	1.594	177	75	24	166	202	90	83	2.411	3.521	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	172	16	7	7	16	51	13	25	307	857	3.025
Commercio solo via Internet	284	15	18	18	45	51	20	40	491	1.667	5.720
Forme di vendita non specificate	1.134	2	28	17	28	136	9	12	1.366	2.591	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	3.393	215	150	76	272	477	152	177	4.912	9.661	28.642
Minimercati (*)	210	10	16	19	17	74	31	51	428	1.350	5.302
Supermercati (*)	309	39	37	38	82	98	41	67	711	2.448	9.133
Ipermercati (*)	31	4	5	3	12	10	1	12	78	230	552
Grandi magazzini (*)	21	0	2	22	5	10	2	6	68	297	1.352
Grandi specializzati (*)	55	6	15	7	18	18	9	24	152	533	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	626	59	75	89	134	210	84	160	1437	4858	17804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 • Piemonte - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano- Cusio-Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	220	25	-38	-25	-5	2	-33	-62	84	-20	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.006	29	6	46	114	70	22	2	1.295	3.677	19.115
Esercizi specializzati	-786	-4	-44	-71	-119	-68	-55	-64	-1.211	-3.697	-15.386
- Frutta e verdura	-19	-5	-12	-12	-18	3	-6	-14	-83	-775	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-131	-11	-22	-16	-17	-18	-23	-40	-278	-854	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-12	-2	0	-3	1	-3	1	-6	-24	-32	349
- Pane, torte, dolciumi e confetteria	-101	8	-2	-3	-13	-34	-13	-5	-163	-289	-1.024
- Bevande	42	-3	-1	-6	-5	-18	-3	-14	-8	-110	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-700	1	-7	-59	-83	-35	-29	-31	-943	-3.060	-13.167
- Tabacchi	135	8	0	28	16	37	18	46	288	1.423	5.370
Area non alimentare	103	2	26	12	165	148	37	6	499	2.815	35.426
Carburanti	5	1	8	7	9	40	8	-13	65	167	1.614
Prodotti tessili	220	16	25	22	37	92	20	32	464	1.519	7.645
Articoli di abbigliamento	-282	-41	-12	-15	52	-84	-42	-64	-488	-379	6.237
Calzature e articoli in pelle	35	-7	0	-3	-2	31	-5	1	50	257	2.435
Medicinali	77	9	10	10	19	55	16	37	233	664	2.725
Articoli medicali e ortopedici	64	3	-2	3	15	5	5	14	107	319	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-61	5	-10	-12	4	16	0	-11	-69	-97	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-20	-6	-5	-16	-33	7	10	-4	-67	-432	365
Articoli di seconda mano	73	5	2	10	3	17	2	11	123	416	1.225

continua a pag. 119

continua da pag. 118 (tab. 7)

	Torino	Vercelli	Biella	Verbano- Cusio-Ossola	Novara	Cuneo	Asti	Alessandria	PIEMONTE	Nord-ovest	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	323	27	-12	-13	160	150	4	-56	583	2.795	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	2.057	154	77	66	217	218	216	205	3.210	7.701	40.044
Minimercati (*)	124	-3	0	3	-3	13	7	-1	140	316	1.586
Supermercati (*)	128	8	17	14	11	40	13	1	232	611	2.241
Ipermercati (*)	8	1	0	2	7	6	1	7	32	69	171
Grandi magazzini (*)	4	0	0	15	-12	1	-2	-2	4	53	244
Grandi superfici specializzate (*)	-3	-2	7	6	2	11	5	8	34	166	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	347	17	40	56	25	132	48	65	730	2.249	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Valle d'Aosta - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Aosta	127	7	108	70,2	67,9	3,3
VALLE D'AOSTA	127	7	108	70,2	67,9	3,3
Nord-ovest	15.848	1.296	13.600	69,2	66,2	4,2
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Aosta	14.102	57	4,1	24,8	71,1
VALLE D'AOSTA	14.102	57	4,1	24,8	71,1
Nord-ovest	1.603.286	6.943	2,4	33,6	64,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Valle d'Aosta - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Aosta	-0,9	1,3	-0,9	20.064	21.388	27.359	133,6	114,5
VALLE D'AOSTA	-0,9	1,3	-0,9	20.064	21.388	27.359	133,6	114,5	115,9
Nord-ovest	1,4	0,8	-0,7	18.798	23.057	28.613	125,2	123,4	121,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Valle d'Aosta - Consumi delle famiglie

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Aosta	4,2	0,0	1,0	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1
VALLE D'AOSTA	4,2	0,0	1,0	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1	135,1
Nord-ovest	2,6	0,5	0,1	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1	135,1
ITALIA	2,4	0,5	0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Valle d'Aosta - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Aosta	2.043	4.067	2.462	1.601	1.591	2.632	1.307	14.102
VALLE D'AOSTA	2.043	4.067	2.462	1.601	1.591	2.632	1.307	14.102
Nord-ovest	137.367	470.155	375.254	186.082	85.328	437.895	97.287	1.603.286
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

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

Tab. 5 · Valle d'Aosta - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Aosta	86	134	-48	89	105	-16	126	166	-40	885	1.145	-260
VALLE D'AOSTA	86	134	-48	89	105	-16	126	166	-40	885	1.145	-260
Nord-ovest	11.442	15.171	-3.729	5.065	6.399	-1.334	19.106	27.206	-8.100	104.597	110.096	-5.499
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 • Valle d'Aosta - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	528	528	45.637	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	275	275	20.801	98.357
Specializzati	253	253	24.836	121.352
- Frutta e verdura	36	36	3.995	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	65	65	6.279	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	7	7	761	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	30	30	3.388	12.241
- Bevande	16	16	1.313	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	32	32	2.408	10.421
- Tabacchi	67	67	6.692	29.498
Area non alimentare	1.294	1.294	121.558	555.339
Non specializzati	65	65	5.037	25.086
Specializzati	1.229	1.229	116.521	530.253
- Carburanti	83	83	5.659	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	16	16	1.501	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	11	11	1.301	6.216
- Apparecchiature audio e video	42	180	-	-
- Prodotti tessili	42	42	4.881	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	114	114	8.186	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	8	8	460	1.691
- Elettrodomestici	1	1	123	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	100	100	9.975	46.413
- Libri	12	12	1.472	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	86	86	9.759	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	1	84	283
- Articoli sportivi	78	78	3.343	14.947
- Giochi e giocattoli	11	11	1.489	6.977
- Articoli di abbigliamento	278	278	27.377	129.130
- Calzature e articoli in pelle	54	54	6.085	27.799
- Medicinali	47	47	5.316	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	10	10	1.040	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	46	46	4.881	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	42	42	5.512	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	48	48	4.598	19.389
- Articoli di seconda mano	12	12	1.351	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	129	129	12.086	58.170

continua a pag. 123

continua da pag. 122 (tab. 6)

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	1.822	1.822	167.195	775.048
Alimentare	35	35	9.108	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	106	106	15.794	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	3	3	843	3.974
Altri articoli	29	29	6.822	37.134
Prodotti non specificati	11	11	3.739	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	184	184	36.306	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	12	12	1.025	3.084
Vendita a domicilio	10	10	3.521	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	7	7	857	3.025
Commercio solo via Internet	16	16	1.667	5.720
Forme di vendita non specificate	2.591	7.682	-	-
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	45	45	9.661	28.642
Minimercati (*)	19	19	1.350	5.302
Supermercati (*)	14	14	2.448	9.133
Ipermercati (*)	2	2	230	552
Grandi magazzini (*)	11	11	297	1.352
Grandi specializzati (*)	9	9	533	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	55	55	4.858	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Valle d'Aosta - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	-39	-39	-20	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	-21	-21	3.677	19.115
Esercizi specializzati	-18	-18	-3.697	-15.386
- Frutta e verdura	-5	-5	-775	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-14	-14	-854	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-1	-1	-32	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	7	7	-289	-1.024
- Bevande	-8	-8	-110	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-4	-4	-3.060	-13.167
- Tabacchi	7	7	1.423	5.370
Area non alimentare	-37	-37	2.815	35.426
Carburanti	-4	-4	167	1.614
Prodotti tessili	6	6	1.519	7.645

continua a pag. 124

continua da pag. 123 (tab. 6)

	Aosta	VALLE D'AOSTA	Nord-ovest	ITALIA
Articoli di abbigliamento	-38	-38	-379	6.237
Calzature e articoli in pelle	-13	-13	257	2.435
Medicinali	6	6	664	2.725
Articoli medicali e ortopedici	2	2	319	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-9	-9	-97	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-7	-7	-432	365
Articoli di seconda mano	8	8	416	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	-76	-76	2.795	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	33	33	7.701	40.044
Minimercati (*)	-3	-3	316	1.586
Supermercati (*)	4	4	611	2.241
Ipermercati (*)	0	0	69	171
Grandi magazzini (*)	6	6	53	244
Grandi superfici specializzate (*)	2	2	166	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	31	31	2.249	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Lombardia - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Varese	867	60	742	68,5	66,0	3,5
Como	581	38	494	69,3	66,3	4,2
Lecco	334	22	282	69,9	67,6	3,2
Sondrio	182	7	155	67,2	64,2	4,3
Milano	3.919	358	3.362	71,4	68,7	3,9
Bergamo	1.068	96	893	67,0	65,0	3,0
Brescia	1.221	142	1.025	67,4	65,3	3,1
Pavia	535	41	463	68,6	65,2	4,9
Lodi	222	20	187	69,5	66,9	3,7
Cremona	358	32	307	69,7	66,8	4,0
Mantova	407	44	348	71,4	68,4	4,1
Monza	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	9.693	860	8.258	69,6	67,0	3,7
Nord-ovest	15.848	1.296	13.600	69,2	66,2	4,2
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Varese	73.045	381	1,1	40,0	58,8
Como	50.119	259	0,9	40,7	58,4
Lecco	27.071	151	1,1	44,7	54,2
Sondrio	16.482	78	4,1	33,6	62,3
Milano	362606	1.808	0,5	28,2	71,4
Bergamo	94.026	469	1,4	46,2	52,4
Brescia	120.458	534	3,8	44,1	52,0
Pavia	49.990	228	3,3	30,6	66,1
Lodi	18.289	100	2,3	33,8	63,9
Cremona	30.810	158	7,1	36,0	56,9
Mantova	42.591	184	6,6	41,8	51,6
Monza	68.827	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
LOMBARDIA	954.314	4.351	1,8	35,6	62,5
Nord-ovest	1.603.286	6.943	2,4	33,6	64,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Lombardia - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Varese	1,3	1,8	-0,7	17.286	20.945	27.698	115,1	112,1	117,3
Como	0,6	1,4	-0,7	17.704	20.664	26.139	117,9	110,6	110,7
Lecco	0,9	1,5	-0,6	18.435	21.582	27.707	122,8	115,5	117,3
Sondrio	0,7	2,2	-0,9	16.245	19.252	27.303	108,2	103,0	115,6
Milano	2,0	0,2	-0,4	23.227	29.435	34.762	154,7	157,5	147,2
Bergamo	1,2	2,0	-0,6	19.568	22.947	29.677	130,3	122,8	125,7
Brescia	1,8	1,7	-0,2	18.990	23.020	29.008	126,5	123,2	122,8
Pavia	0,2	1,7	-0,7	16.519	18.995	24.569	110,0	101,7	104,0
Lodi	0,7	1,9	-0,7	17.023	19.525	24.609	113,4	104,5	104,2
Cremona	0,9	1,2	-0,6	17.870	21.180	26.601	119,0	113,3	112,6
Mantova	0,4	1,2	-0,4	20.704	23.849	29.630	137,9	127,6	125,5
Monza	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
LOMBARDIA	1,5	1,0	-0,5	20.367	24.875	30.633	135,6	133,1	129,7
Nord-ovest	1,4	0,8	-0,7	18.798	23.057	28.613	125,2	123,4	121,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Lombardia - Consumi delle famiglie

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Varese	2,6	0,7	0,9	10.032	12.945	15.944	101,0	101,4	101,7
Como	2,5	0,8	0,7	10.264	13.065	15.961	103,3	102,3	101,8
Lecco	2,6	0,7	0,6	9.878	12.515	15.293	99,4	98,0	97,6
Sondrio	2,6	0,5	0,6	10.983	14.238	17.986	110,5	111,5	114,7
Milano	2,7	0,7	-0,9	12.896	16.849	21.030	129,8	131,9	134,2
Bergamo	2,9	0,7	1,4	9.597	12.184	14.456	96,6	95,4	92,2
Brescia	2,5	0,8	1,5	11.091	13.849	16.449	111,6	108,4	104,9
Pavia	2,6	0,8	0,5	10.922	14.083	17.126	109,9	110,3	109,2
Lodi	2,6	1,0	1,0	11.030	13.790	16.359	111,0	108,0	104,4
Cremona	2,5	0,7	0,4	10.627	13.568	16.604	106,9	106,2	105,9
Mantova	2,5	0,7	0,3	9.905	12.625	15.388	99,7	98,9	98,2
Monza	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
LOMBARDIA	2,7	0,7	0,1	11.423	14.690	17.993	115,0	115,0	114,8
Nord-ovest	2,6	0,5	0,1	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1	135,1
ITALIA	2,4	0,5	0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Lombardia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Varese	2.353	26.538	17.326	8.116	3.963	20.095	2.770	73.045
Como	2.542	18.412	10.983	4.990	2.987	13.332	1.863	50.119
Lecco	1.282	10.099	6.312	2.891	1.488	6.982	908	27.071
Sondrio	3.079	4.629	3.407	2.104	1.622	3.163	582	16.482
Milano	4.717	90.138	81.249	32.422	15.022	132.306	39.174	362.606
Bergamo	5.519	35.033	20.500	10.210	4.647	23.956	4.371	94.026
Brescia	11.737	38.841	27.262	13.466	7.169	30.323	5.126	120.458
Pavia	7.962	15.749	11.298	5.866	2.744	10.560	1.677	49.990
Lodi	1.596	6.227	3.981	1.962	862	4.596	1.027	18.289
Cremona	4.787	9.807	7.014	3.545	1.696	6.771	735	30.810
Mantova	9.162	13.224	9.312	4.461	1.866	8.023	1.004	42.591
Monza	1.133	23.130	16.682	7.100	2.427	20.418	5.037	68.827
LOMBARDIA	55.869	291.827	215.326	97.133	46.493	280.525	64.274	954.314
Nord-ovest	137.367	470.155	375.254	186.082	85.328	437.895	97.287	1.603.286
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

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

**Tab. 5 · Lombardia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Varese	488	691	-203	225	305	-80	857	1.544	-687	4.739	6.450	-1.711
Como	238	404	-166	143	259	-116	505	944	-439	3.360	3.715	-355
Lecco	151	224	-73	70	91	-21	273	466	-193	1.621	1.731	-110
Sondrio	131	135	-4	86	94	-8	140	201	-61	922	1.067	-145
Milano	2.053	3.395	-1.342	827	1.117	-290	5.143	8.218	-3.075	23.052	24.864	-1.812
Bergamo	584	753	-169	319	352	-33	1.129	1.441	-312	6.308	6.246	62
Brescia	760	916	-156	504	576	-72	1.387	1.837	-450	8.104	7.839	265
Pavia	379	562	-183	207	227	-20	564	716	-152	3.446	3.731	-285
Lodi	140	160	-20	47	58	-11	225	329	-104	1.258	1.281	-23
Cremona	234	240	-6	105	126	-21	330	422	-92	2.089	2.069	20
Mantova	208	271	-63	144	151	-7	309	401	-92	2.546	2.709	-163
Monza	395	477	-82	141	159	-18	951	1.242	-291	4.644	4.307	337
LOMBARDIA	5.761	8.228	-2.467	2.818	3.515	-697	11.813	17.761	-5.948	62.089	66.009	-3.920
Nord-ovest	11.442	15.171	-3.729	5.065	6.399	-1.334	19.106	27.206	-8.100	104.597	110.096	-5.499
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Lombardia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	Monza	LOMBARDIA Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	1.844	1.364	806	749	6.141	2.796	3.668	1.618	530	1.012	1.174	1.403	23.105	219.709
- Non specializ. (prev. prod. alim. e bevande)	915	726	427	466	2.366	1.271	1.680	899	255	483	504	535	10.527	98.357
- Specializzati	929	638	379	283	3.775	1.525	1.988	719	275	529	670	868	12.578	121.352
- Frutta e verdura	148	113	76	47	511	337	412	129	50	101	154	139	2.217	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	196	123	60	77	794	326	468	141	66	112	141	160	2.664	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	27	12	6	5	71	14	40	15	.	9	15	13	227	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	117	55	41	26	816	203	207	108	45	65	71	152	1.906	12.241
- Bevande	81	39	22	24	138	63	141	50	11	23	29	56	677	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	75	45	36	28	520	170	183	32	26	40	50	112	1.317	10.421
- Tabacchi	285	251	138	76	925	412	537	244	77	179	210	236	3.570	29.498
Area non alimentare	5.574	3.462	1.949	1.682	22.167	6.759	9.269	3.957	1.342	2.390	2.968	4.661	66.180	555.339
- Non specializzati	244	166	75	70	895	209	401	169	60	82	126	167	2.664	25.086
- Specializzati	5.330	3.296	1.874	1.612	21.272	6.550	8.868	3.788	1.282	2.308	2.842	4.494	63.516	530.253
- Carburanti	241	125	84	61	817	323	519	231	94	156	188	216	3.055	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per uff.	82	43	16	24	272	90	98	60	13	34	27	64	823	8.270
- Apparec. per telecom. e la telefonia	51	31	14	8	308	55	73	38	13	29	23	44	687	6.216
- Apparecchiature audio e video	2	3	2		3	3	2		1		1	1	18	42
- Prodotti tessili	192	174	89	76	757	348	426	174	54	111	121	206	2.728	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costr.	357	230	106	108	1.104	380	595	338	75	155	239	256	3.943	44.910
- Tapp., scendil., rivest. per pavim. e pareti	21	15	7	9	110	23	31	11	1	10	8	23	269	1.691
- Elettrodomestici	7	5	1	4	16	11	11	5	2	6	68	123	725	-
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	511	321	186	130	1.609	637	724	312	98	205	268	644	5.645	46.413

continua a pag. 130

continua da pag. 129 (tab. 6)

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	Monza	LOMBARDIA Nord-ovest	ITALIA	
- Libri	69	49	11	17	312	94	86	41	10	32	36	41	798	1.472	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	448	267	167	89	2.194	499	647	341	125	197	215	409	5.598	9.759	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	2	2		1	28	6	8	5	2	3	57	84	283		
- Articoli sportivi	153	90	50	98	465	180	274	101	37	62	85	90	1.685	3.343	14.947
- Giochi e giocattoli	66	29	21	32	296	91	80	33	17	24	17	42	748	1.489	6.977
- Articoli di abbigliamento	1.215	755	460	462	5.202	1.533	2.225	785	313	504	685	996	15.135	27.377	129.130
- Calzature e articoli in pelle	271	171	87	97	1.239	285	489	179	66	110	132	213	3.339	6.085	27.799
- Medicinali	235	181	99	71	858	302	353	228	77	146	145	175	2.870	5.316	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	49	28	15	23	166	42	73	53	11	20	22	33	535	1.040	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	212	94	66	65	965	266	388	153	57	88	114	166	2.634	4.881	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	309	188	116	50	752	358	443	208	67	128	145	213	2.977	5.512	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	202	137	68	33	989	234	325	143	43	77	78	177	2.506	4.598	19.389
- Articoli di seconda mano	43	18	10	13	293	45	101	37	6	30	29	19	644	1.351	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	592	340	199	141	2.517	745	897	312	104	190	260	457	6.754	12.086	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	7.418	4.826	2.755	2.431	28.308	9.555	12.937	5.575	1.872	3.402	4.142	6.064	89.285	167.195	775.048
Alimentare	277	297	136	50	1.457	446	635	281	118	216	255	346	4.514	9.108	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	767	314	218	150	2.319	1.009	1.250	505	145	392	543	737	8.349	15.794	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	32	25	18	1	149	31	47	50	4	20	17	38	432	843	3.974
Altri articoli	315	153	76	25	1.526	304	521	174	58	131	189	257	3.729	6.822	37.134
Prodotti non specificati	122	77	68	7	458	258	232	78	62	33	79	156	1.630	3.739	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.513	866	516	233	5.909	2.048	2.685	1.088	387	792	1.083	1.534	18.654	36.306	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	24	48	17	8	292	47	42	12	5	7	10	67	579	1.025	3.084

continua a pag. 131

continua da pag. 130 (tab. 6)

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	Monza	LOMBARDIA	Nord-ovest	ITALIA
Vendita a domicilio	118	67	29	20	243	162	144	61	19	26	37	68	994	3.521	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	43	27	12	10	174	39	44	22	13	12	21	50	467	857	3.025
Commercio solo via Internet	89	57	38	8	458	69	90	61	17	20	38	81	1.026	1.667	5.720
Forme di vendita non specificate	58	18	20	10	145	79	289	9	56	5	13	32	734	2.591	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEG., BANCHI E MERC.	332	217	116	56	1.312	396	609	165	110	70	119	298	3.800	9.661	28.642
Minimercati (*)	34	38	21	25	177	66	107	30	11	28	27	54	618	1.350	5.302
Supermercati (*)	164	78	45	33	388	182	263	89	25	53	95	107	1.522	2.448	9.133
Ipermercati (*)	6	14	5	4	36	9	30	9	6	4	10	8	141	230	552
Grandi magazzini (*)	16	34	5	0	45	17	29	6	3	4	9	19	187	297	1.352
Grandi specializzati (*)	25	26	1	5	134	25	42	7	11	8	17	36	337	533	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	245	190	77	67	780	299	471	141	56	97	158	224	2.805	4.858	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Lombardia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009 (**)

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	LOMBARDIA	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	-67	2	-19	15	-1.342	69	89	-135	4	-27	37	29	-20	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	-12	105	44	-1	605	267	258	22	65	25	77	1.990	3.677	19.115
Esercizi specializzati	-55	-103	-63	16	-1.947	-198	-169	-157	-61	-52	-40	-1.961	-3.697	-15.386
- Frutta e verdura	-52	-42	-18	-4	-402	-43	-55	-49	-6	-19	-30	-581	-775	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-37	-56	-26	-21	-321	-16	-10	-41	-13	-29	-31	-441	-854	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	4	1	-1	-1	-21	2	1	6	-1	2	-2	3	-32	349

continua a pag. 132

continua da pag. 131 (tab. 7)

	Varese	Como	Lecco	Sondrio	Milano	Bergamo	Brescia	Pavia	Lodi	Cremona	Mantova	LOMBARDIA Nord-ovest	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	-3	-5	-6	11	-290	33	-19	-16	1	-11	7	-146	-289
- Bevande	-16	-24	-1	9	-102	16	10	-23	-3	-2	-1	-81	-110
- Altri esercizi specializzati alimentari	-21	-41	-31	3	-1.032	-278	-193	-88	-59	-42	-19	-1.689	-3.060
- Tabacchi	70	64	20	19	221	88	97	54	20	49	36	974	1.423
Area non alimentare	132	-311	-19	130	-3.232	155	335	-26	7	44	25	1.901	2.815
- Carburanti	22	8	3	10	-225	8	39	7	14	8	-5	105	167
- Prodotti tessili	59	31	23	16	40	151	133	53	22	31	28	793	1.519
- Articoli di abbigliamento	-87	-65	28	19	-395	-51	-41	-90	0	-35	36	315	-379
- Calzature e articoli in pelle	13	-16	-2	5	-35	-2	20	-16	6	-1	6	191	257
- Medicinali	21	10	5	12	16	44	20	25	6	11	18	363	664
- Articoli medicali e ortopedici	13	5	9	7	23	8	22	17	4	1	1	143	319
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-9	-23	0	-4	-161	-8	35	2	-9	3	-14	-22	-97
- Libri, giornali e articoli di cartoleria	-61	-20	-5	3	-649	-32	-26	-18	-13	-4	-1	-376	-432
- Articoli di seconda mano	16	10	6	3	69	20	47	21	0	5	12	228	416
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	65	-309	-38	145	-4.574	224	424	-161	11	17	62	1.930	2.795
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	300	141	154	61	-620	549	761	204	94	162	164	3.504	7.701
Minimercati (*)	-5	24	9	3	-40	16	16	4	3	-3	1	82	316
Supermercati (*)	29	25	10	21	-42	57	60	26	-1	22	21	335	611
Ipermercati (*)	-2	4	0	1	7	1	7	2	0	1	4	33	69
Grandi magazzini (*)	4	16	1	-2	-13	13	5	-2	-1	0	5	45	53
Grandi superfici specializzate (*)	1	13	-1	2	24	8	18	1	3	4	6	115	166
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	66	96	31	47	153	145	197	57	12	55	63	1.146	2.249
TOTALE	361	-213	-7	192	-3.041	369	621	261	103	172	125	5.476	5.044

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008; (**) la variazione assoluta non ha riguardato Monza istituita provincia nel 2004; il confronto tra le province di cui parte del territorio è confluita nella nuova provincia di Monza non è possibile.

**Tab. 1 · Liguria - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Imperia	220	17	192	69,3	64,9	6,3
Savona	286	18	252	67,6	63,7	5,6
Genova	884	51	779	67,5	63,8	5,4
La Spezia	222	12	196	65,7	62,9	4,2
LIGURIA	1.612	98	1.419	67,5	63,8	5,4
Nord-ovest	15.848	1.296	13.600	69,2	66,2	4,2
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Imperia	28.107	90	9,6	16,2	74,2
Savona	32.315	115	3,8	22,2	73,9
Genova	85.334	358	0,7	20,8	78,4
La Spezia	20.708	88	- (**)	20,8	79,2
LIGURIA	166.464	651	2,4	20,4	77,2
Nord-ovest	1.603.286	6.943	2,4	33,6	64,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009; (**) dato non pubblicato dall'Istat.

Tab. 2 · Liguria - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Imperia	2,0	2,4	-1,3	12.702	16.328	23.260	84,6	87,4	98,5
Savona	0,0	1,6	-1,3	15.606	18.246	24.934	103,9	97,6	105,6
Genova	2,1	0,0	-1,2	15.047	19.809	24.964	100,2	106,0	105,7
La Spezia	1,7	0,0	-1,0	14.401	18.343	22.645	95,9	98,2	95,9
LIGURIA	1,7	0,6	-1,2	14.752	18.884	24.407	98,2	101,1	103,4
Nord-ovest	1,4	0,8	-0,7	18.798	23.057	28.613	125,2	123,4	121,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Liguria - Consumi delle famiglie

	var. var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Imperia	2,0	0,0	3,2	12.034	15.314	17.849	121,1	119,9	113,9
Savona	2,2	-0,2	1,3	12.803	16.446	19.395	128,8	128,8	123,7
Genova	2,0	-0,2	-0,3	11.511	14.868	18.298	115,8	116,4	116,7
La Spezia	2,1	-0,2	0,1	10.110	12.996	15.558	101,7	101,8	99,2
LIGURIA	2,1	-0,2	0,5	11.608	14.942	18.053	116,8	117,0	115,2
Nord-ovest	2,6	0,5	0,1	14.207	18.652	21.177	143,0	146,1	135,1
ITALIA	2,4	0,5	0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Liguria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Imperia	5.373	7.117	6.519	4.112	2.393	4.985	1.720	28.107
Savona	4.242	8.793	7.382	4.810	3.193	6.275	2.430	32.315
Genova	2.746	22.974	25.985	14.497	6.145	24.075	3.409	85.334
La Spezia	1.385	5.780	5.447	3.466	1.881	4.709	1.506	20.708
LIGURIA	13.746	44.664	45.333	26.885	13.612	40.044	9.065	166.464
Nord-ovest	137.367	470.155	375.254	186.082	85.328	437.895	97.287	1.603.286
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Imperia	19,1	25,3	23,2	14,6	8,5	17,7	6,1	100,0
Savona	13,1	27,2	22,8	14,9	9,9	19,4	7,5	100,0
Genova	3,2	26,9	30,5	17,0	7,2	28,2	4,0	100,0
La Spezia	6,7	27,9	26,3	16,7	9,1	22,7	7,3	100,0
LIGURIA	8,3	26,8	27,2	16,2	8,2	24,1	5,4	100,0
Nord-ovest	8,6	29,3	23,4	11,6	5,3	27,3	6,1	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Liguria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Imperia	229	286	-57	129	161	-32	216	261	-45	1.706	1.700	6
Savona	309	342	-33	201	252	-51	263	358	-95	2.145	2.225	-80
Genova	727	978	-251	281	396	-115	939	1.369	-430	5.146	5.157	-11
La Spezia	202	289	-87	106	119	-13	225	284	-59	1.517	1.521	-4
LIGURIA	1.467	1.895	-428	717	928	-211	1.643	2.272	-629	10.514	10.603	-89
Nord-ovest	11.442	15.171	-3.729	5.065	6.399	-1.334	19.106	27.206	-8.100	104.597	110.096	-5.499
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Liguria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Imperia	Savona	Genova	La Spezia	LIGURIA	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	1.095	1.543	4.052	1.028	7.718	45.637	219.709
Non specializ. (prev. prodot. alim. e bev.)	541	661	1.507	465	3.174	20.801	98.357
Specializzati	554	882	2.545	563	4.544	24.836	121.352
- Frutta e verdura	91	172	681	92	1.036	3.995	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	148	242	692	136	1.218	6.279	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	32	68	255	36	391	761	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	72	73	113	73	331	3.388	12.241
- Bevande	38	56	75	25	194	1.313	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	43	83	196	42	364	2.408	10.421
- Tabacchi	130	188	533	159	1.010	6.692	29.498
Area non alimentare	2.555	3.604	8.824	2.243	17.226	121.558	555.339
Non specializzati	84	125	393	75	677	5.037	25.086
Specializzati	2.471	3.479	8.431	2.168	16.549	116.521	530.253
- Carburanti	96	138	290	98	622	5.659	24.739
- PC, unità perifer., SW e attrez. per uff.	28	40	103	22	193	1.501	8.270
- Apparecch. per telecom. e la telefonia	35	24	80	20	159	1.301	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	1		3	5	42	180
- Prodotti tessili	104	121	332	93	650	4.881	22.419
- Ferr., vern., vetro piano e mat. da costr.	175	242	646	150	1.213	8.186	44.910
- Tapp., scendil., rivest. per pavim. e pareti	2	9	25	5	41	460	1.691
- Elettrodomestici		2	13		15	123	725
- Mob., art. per illum. e altri art. per la casa	204	266	634	178	1.282	9.975	46.413
- Libri	35	52	114	27	228	1.472	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	168	271	844	168	1.451	9.759	37.385

continua a pag. 136

continua da pag. 135 (tab. 6)

	Imperia	Savona	Genova	La Spezia	LIGURIA	Nord-ovest	ITALIA
- RegISTRAZIONI musicali e video		5	4		9	84	283
- Articoli sportivi	96	140	262	89	587	3.343	14.947
- Giochi e giocattoli	29	52	149	34	264	1.489	6.977
- Articoli di abbigliamento	601	922	1.949	545	4.017	27.377	129.130
- Calzature e articoli in pelle	171	218	480	91	960	6.085	27.799
- Medicinali	95	128	326	86	635	5.316	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	16	55	81	19	171	1.040	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	92	144	393	106	735	4.881	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	112	128	367	97	704	5.512	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	120	113	376	71	680	4.598	19.389
- Articoli di seconda mano	37	29	173	44	283	1.351	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	254	379	790	222	1.645	12.086	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	3.650	5.147	12.876	3.271	24.944	167.195	775.048
Alimentare	141	143	418	227	929	9.108	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	472	387	1.050	241	2.150	15.794	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	15	14	34	9	72	843	3.974
Altri articoli	148	140	630	145	1.063	6.822	37.134
Prodotti non specificati	53	37	187	39	316	3.739	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	829	721	2.319	661	4.530	36.306	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	32	9	46	10	97	1.025	3.084
Vendita a domicilio	17	14	62	13	106	3.521	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	11	9	42	14	76	857	3.025
Commercio solo via Internet	16	17	73	28	134	1.667	5.720
Forme di vendita non specificate	11	7	438	35	491	2.591	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEG., BANCHI E MERC.	87	56	661	100	904	9.661	28.642
Minimercati (*)	29	54	175	27	285	1.350	5.302
Supermercati (*)	41	44	83	33	201	2.448	9.133
Ipermercati (*)	3	2	2	2	9	230	552
Grandi magazzini (*)	6	4	16	5	31	297	1.352
Grandi specializzati (*)	11	7	12	5	35	533	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	90	111	288	72	561	4.858	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Liguria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Imperia	Savona	Genova	La Spezia	LIGURIA	Nord-ovest	ITALIA
Area alimentare	-28	-14	-14	-33	-89	-20	3.729
Non specializ. (prev. prodot. alim. e bevande)	5	63	302	43	413	3.677	19.115
Esercizi specializzati	-33	-77	-316	-76	-502	-3.697	-15.386
- Frutta e verdura	-5	0	-72	-29	-106	-775	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-14	-26	-43	-38	-121	-854	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-4	-8	2	0	-10	-32	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-3	14	-11	13	13	-289	-1.024
- Bevande	-26	-1	15	-1	-13	-110	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-13	-72	-282	-57	-424	-3.060	-13.167
- Tabacchi	32	16	75	36	159	1.423	5.370
Area non alimentare	90	56	355	-50	451	2.815	35.426
Carburanti	-5	14	-12	4	1	167	1.614
Prodotti tessili	32	35	155	34	256	1.519	7.645
Articoli di abbigliamento	-15	-6	-77	-70	-168	-379	6.237
Calzature e articoli in pelle	18	-7	12	6	29	257	2.435
Medicinali	19	16	18	9	62	664	2.725
Articoli medicali e ortopedici	6	27	27	7	67	319	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	5	1	1	-4	3	-97	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-7	13	19	-7	18	-432	365
Articoli di seconda mano	5	3	37	12	57	416	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	62	42	341	-83	362	2.795	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	125	149	554	126	954	7.701	40.044
Minimercati (*)	11	8	55	23	97	316	1.586
Supermercati (*)	14	7	15	4	40	611	2.241
Ipermercati (*)	3	0	0	1	4	69	171
Grandi magazzini (+)	1	-4	2	-1	-2	53	244
Grandi superfici specializzate (*)	7	3	1	4	15	166	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	54	60	193	35	342	2.249	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

NORD-EST

Tab. 1 · Trentino Alto Adige - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (2008)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupazione
Bolzano	496	35	406	72,3	70,5	2,4
Trento	517	40	430	69,0	66,7	3,3
TRENTINO A. A.	1.013	75	837	70,6	68,6	2,8
Nord-est	11.405	987	9.721	70,3	67,9	3,4
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Bolzano	56.645	235	7,4	23,7	68,9
Trento	52.862	227	3,9	27,4	68,7
TRENTINO A. A.	109.507	463	5,7	25,5	68,8
Nord-est	1.198.125	5.123	3,5	35,7	60,8
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Trentino Alto Adige - Valore aggiunto

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Bolzano	1,7	1,1	-0,7	20.280	24.593	30.802	135,1	131,6	130,4
Trento	2,3	0,8	-0,6	18.364	22.843	27.813	122,3	122,2	117,8
TRENTINO A. A.	2,0	0,9	-0,6	19.312	23.706	29.278	128,6	126,9	124,0
Nord-est	2,2	1,0	-0,6	18.402	22.928	28.230	122,5	122,7	119,5
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Trentino Alto Adige - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Bolzano	1,3	0,3	1,7	14.581	16.651	20.332	146,7	130,4	129,7
Trento	1,6	0,5	1,3	12.714	16.659	19.098	127,9	130,4	121,8
TRENTINO A. A.	1,5	0,4	1,5	13.638	16.655	19.703	137,2	130,4	125,7
Nord-est	2,8	0,6	0,6	11.545	14.930	17.979	116,2	116,9	114,7
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Trentino Alto Adige - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Bolzano	17.265	11.525	9.003	4.171	6.976	9.839	2.037	56.645
Trento	13.243	13.003	9.499	4.945	4.692	10.457	1.968	52.862
TRENTINO A. A.	30.508	24.528	18.502	9.116	11.668	20.296	4.005	109.507
Nord-est	204.179	344.940	262.473	125.861	72.975	273.927	39.631	1.198.125
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Bolzano	30,5	20,3	15,9	7,4	12,3	17,4	3,6	100,0
Trento	25,1	24,6	18,0	9,4	8,9	19,8	3,7	100,0
TRENTINO A. A.	27,9	22,4	16,9	8,3	10,7	18,5	3,7	100,0
Nord-est	17,0	28,8	21,9	10,5	6,1	22,9	3,3	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

**Tab. 5 · Trentino Alto Adige - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Bolzano	218	289	-71	292	369	-77	465	614	-149	2.948	3.036	-88
Trento	269	377	-108	189	298	-109	418	669	-251	2.791	3.323	-532
TRENTINO A. A.	487	666	-179	481	667	-186	883	1.283	-400	5.739	6.359	-620
Nord-est	7.314	9.446	-2.132	3.758	5.374	-1.616	12.055	17.063	-5.008	71.948	82.380	-10.432
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Trentino Alto Adige - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
 numero

	Bolzano	Trento	TRENTINO A. A.	Nord-est	ITALIA
Area alimentare	1.468	1.821	3.289	33.787	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	912	895	1.807	14.758	98.357
Specializzati	556	926	1.482	19.029	121.352
- Frutta e verdura	87	96	183	3.428	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	34	153	187	3.922	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	6	9	15	721	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	93	234	327	2.331	12.241
- Bevande	85	53	138	985	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	55	78	133	1.540	10.421
- Tabacchi	196	303	499	6.102	29.498
Area non alimentare	3.201	4.068	7.269	91.479	555.339
Non specializzati	124	174	298	3.552	25.086
Specializzati	3.077	3.894	6.971	87.927	530.253
- Carburanti	139	207	346	4.677	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	56	35	91	1.040	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	35	20	55	850	6.216
- Apparecchiature audio e video	2	2	26	180	
- Prodotti tessili	142	211	353	4.074	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	169	354	523	6.517	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	9	19	28	304	1.691
- Elettrodomestici	6	6	12	120	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	177	294	471	6.750	46.413
- Libri	39	50	89	1.173	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	122	188	310	6.422	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	2	2	4	48	283
- Articoli sportivi	145	226	371	2.916	14.947
- Giochi e giocattoli	44	75	119	1.064	6.977
- Articoli di abbigliamento	926	886	1.812	21.685	129.130
- Calzature e articoli in pelle	230	247	477	5.000	27.799
- Medicinali	125	163	288	3.372	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	21	27	48	936	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	117	153	270	4.065	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	85	162	247	3.786	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	59	119	178	2.843	19.389
- Articoli di seconda mano	33	36	69	783	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	394	414	808	9.476	58.170

continua a pag. 144

continua da pag. 143 (tab. 6)

	Bolzano	Trento	TRENTINO A. A.	Nord-est	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	4.669	5.889	10.558	125.266	775.048
Alimentare	230	180	410	5.052	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	245	395	640	10.806	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	10	8	18	590	3.974
Altri articoli	86	123	209	4.798	37.134
Prodotti non specificati	5	32	37	1.418	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	576	738	1.314	22.664	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	31	16	47	625	3.084
Vendita a domicilio	263	42	305	1.716	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	14	21	35	608	3.025
Commercio solo via Internet	76	48	124	1.154	5.720
Forme di vendita non specificate	5	6	11	507	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	389	133	522	4.610	28.642
Minimercati (*)	86	94	180	1.088	5.302
Supermercati (*)	118	164	282	2.404	9.133
Ipermercati (*)	1	7	8	123	552
Grandi magazzini (*)	20	18	38	192	1.352
Grandi specializzati (*)	21	16	37	429	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	246	299	545	4.236	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Trentino Alto Adige - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Bolzano	Trento	TRENTINO A.A.	Nord-est	ITALIA
Area alimentare	208	-34	174	118	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	308	16	324	2.173	19.115
Esercizi specializzati	-100	-50	-150	-2.055	-15.386
- Frutta e verdura	1	-24	-23	-670	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-10	-27	-37	-671	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-5	-1	-6	-55	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-62	-25	-87	-250	-1.024
- Bevande	19	-4	15	164	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-118	-15	-133	-1.443	-13.167
- Tabacchi	75	46	121	870	5.370
Area non alimentare	73	164	237	2.118	35.426
Carburanti	18	13	31	288	1.614
Prodotti tessili	45	39	84	1.058	7.645
Articoli di abbigliamento	14	100	114	-106	6.237
Calzature e articoli in pelle	-4	16	12	138	2.435
Medicinali	34	19	53	392	2.725
Articoli medicali e ortopedici	-6	3	-3	201	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	0	-8	-8	27	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-4	-18	-22	-234	365
Articoli di seconda mano	13	19	32	250	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	281	130	411	2.236	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	137	164	301	4.487	40.044
Minimercati (*)	42	7	49	111	1.586
Supermercati (*)	52	36	88	541	2.241
Ipermercati (*)	1	2	3	28	171
Grandi magazzini (*)	7	-1	6	0	244
Grandi superfici specializzate (*)	5	6	11	153	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	151	137	288	1.810	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Veneto - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Verona	902	91	759	70,1	67,4	3,8
Vicenza	857	86	714	67,9	65,4	3,7
Belluno	214	12	185	68,6	66,9	2,4
Treviso	874	92	733	70,7	68,3	3,4
Venezia	849	59	732	65,7	63,3	3,6
Padova	915	75	777	70,8	68,3	3,5
Rovigo	247	14	216	65,4	63,0	3,7
VENETO	4.859	429	4.117	68,9	66,4	3,5
Nord-est	11.405	987	9.721	70,3	67,9	3,4
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Verona	99.774	407	3,4	34,7	61,9
Vicenza	85.144	376	2,2	47,0	50,8
Belluno	16.727	94	1,5	49,9	48,6
Treviso	92.676	399	2,0	43,8	54,2
Venezia	79.383	358	2,4	29,2	68,4
Padova	103.620	421	2,7	41,2	56,1
Rovigo	28.682	104	9,0	36,1	54,9
VENETO	506.006	2.159	2,8	39,6	57,6
Nord-est	1.198.125	5.123	3,5	35,7	60,8
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Veneto - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Verona	2,2	0,8	-0,4	19.083	23.399	27.756	127,1	125,2	117,5
Vicenza	2,3	0,8	-0,4	19.371	23.801	28.443	129,0	127,4	120,4
Belluno	2,2	0,5	-0,6	17.637	22.430	27.984	117,5	120,0	118,5
Treviso	2,2	1,3	-0,4	18.252	22.283	27.264	121,5	119,2	115,5
Venezia	2,1	1,3	-0,4	17.008	21.444	27.842	113,3	114,8	117,9
Padova	2,9	1,2	-0,2	17.304	22.212	27.744	115,2	118,9	117,5
Rovigo	1,0	1,3	-0,5	15.390	18.570	24.901	102,5	99,4	105,4
VENETO	2,3	1,1	-0,4	17.998	22.393	27.666	119,9	119,8	117,2
Nord-est	2,2	1,0	-0,6	18.402	22.928	28.230	122,5	122,7	119,5
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Veneto - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Verona	2,7	0,9	0,1	13.564	17.280	20.672	136,5	135,3	131,9
Vicenza	2,9	0,8	0,2	9.700	12.432	14.948	97,6	97,3	95,4
Belluno	2,6	0,7	-0,7	12.203	16.070	20.437	122,8	125,8	130,4
Treviso	2,8	0,9	0,7	9.350	11.923	14.161	94,1	93,4	90,3
Venezia	2,7	0,9	0,0	12.471	16.420	20.556	125,5	128,6	131,1
Padova	2,6	0,8	0,4	10.624	13.629	16.473	106,9	106,7	105,1
Rovigo	2,4	0,6	-0,1	8.864	11.623	14.737	89,2	91,0	94,0
VENETO	2,7	0,9	0,2	11.093	14.293	17.368	111,6	111,9	110,8
Nord-est	2,8	0,6	0,6	11.545	14.930	17.979	116,2	116,9	114,7
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Veneto - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Verona	18.577	28.860	20.897	9.347	5.336	21.979	4.125	99.774
Vicenza	10.403	28.132	18.981	8.081	3.869	19.811	3.948	85.144
Belluno	2.081	5.331	3.900	2.274	1.931	3.121	363	16.727
Treviso	16.582	28.446	20.179	8.720	4.217	21.496	1.756	92.676
Venezia	10.148	21.113	19.017	11.112	6.548	18.928	3.629	79.383
Padova	16.798	29.060	25.336	10.604	4.081	25.123	3.222	103.620
Rovigo	8.450	7.427	5.625	3.003	1.224	4.993	963	28.682
VENETO	83.039	148.369	113.935	53.141	27.206	115.451	18.006	506.006
Nord-est	204.179	344.940	262.473	125.861	72.975	273.927	39.631	1.198.125
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Verona	18,6	28,9	20,9	9,4	5,3	22,0	4,1	100,0
Vicenza	12,2	33,0	22,3	9,5	4,5	23,3	4,6	100,0
Belluno	12,4	31,9	23,3	13,6	11,5	18,7	2,2	100,0
Treviso	17,9	30,7	21,8	9,4	4,6	23,2	1,9	100,0
Venezia	12,8	26,6	24,0	14,0	8,2	23,8	4,6	100,0
Padova	16,2	28,0	24,5	10,2	3,9	24,2	3,1	100,0
Rovigo	29,5	25,9	19,6	10,5	4,3	17,4	3,4	100,0
VENETO	16,4	29,3	22,5	10,5	5,4	22,8	3,6	100,0
Nord-est	17,0	28,8	21,9	10,5	6,1	22,9	3,3	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 • Veneto - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Verona	493	633	-140	274	410	-136	1.001	1.285	-284	6.085	6.616	-531
Vicenza	521	539	-18	234	276	-42	983	1.151	-168	5.087	5.235	-148
Belluno	149	157	-8	86	149	-63	136	244	-108	958	1.232	-274
Treviso	501	590	-89	231	310	-79	837	1.174	-337	5.000	5.914	-914
Venezia	640	848	-208	298	422	-124	821	1.142	-321	4.801	5.849	-1.048
Padova	577	726	-149	226	304	-78	1.200	1.498	-298	6.381	6.800	-419
Rovigo	179	216	-37	111	118	-7	250	336	-86	1.913	2.169	-256
VENETO	3.060	3.709	-649	1.460	1.989	-529	5.228	6.830	-1.602	30.225	33.815	-3.590
Nord-est	7.314	9.446	-2.132	3.758	5.374	-1.616	12.055	17.063	-5.008	71.948	82.380	-10.432
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Veneto - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
Area alimentare	2.189	2.220	798	2.241	2.999	2.400	817	13.664	33.787	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.018	976	357	900	1.024	935	354	5.564	14.758	98.357
Specializzati	1.171	1.244	441	1.341	1.975	1.465	463	8.100	19.029	121.352
- Frutta e verdura	245	206	95	270	349	306	79	1.550	3.428	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	274	282	93	288	378	367	128	1.810	3.922	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	27	24	5	37	138	48	15	294	721	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	134	155	60	178	299	128	55	1.009	2.331	12.241
- Bevande	62	89	34	58	118	96	39	496	985	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	91	121	39	89	188	73	25	626	1.540	10.421
- Tabacchi	338	367	115	421	505	447	122	2.315	6.102	29.498
Area non alimentare	6.747	5.997	1.770	5.787	8.931	6.663	2.099	37.994	91.479	555.339
Non specializzati	263	254	65	246	262	214	104	1.408	3.552	25.086
Specializzati	6.484	5.743	1.705	5.541	8.669	6.449	1.995	36.586	87.927	530.253
- Carburanti	363	311	101	320	310	348	148	1.901	4.677	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	76	73	12	67	72	80	31	411	1.040	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	57	42	9	43	71	68	19	309	850	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	2	2	1	2	1	9	26	180	
- Prodotti tessili	327	221	74	254	327	284	80	1.567	4.074	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	459	532	114	509	492	518	203	2.827	6.517	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	27	27	4	36	29	28	9	160	304	1.691
- Elettrodomestici	12	11	3	9	8	8	6	57	120	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	557	556	114	487	745	495	142	3.096	6.750	46.413

continua a pag. 151

continua da pag. 150 (tab. 6)

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
- Libri	72	64	21	55	128	85	24	449	1.173	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	470	420	97	423	515	509	149	2.583	6.422	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	6	2	7	4	2	21	48	283		
- Articoli sportivi	191	215	74	141	299	151	69	1.140	2.916	14.947
- Giochi e giocattoli	66	63	16	47	94	84	20	390	1.064	6.977
- Articoli di abbigliamento	1.561	1.265	381	1.258	2.318	1.510	459	8.752	21.685	129.130
- Calzature e articoli in pelle	436	289	90	273	475	387	72	2.022	5.000	27.799
- Medicinali	254	240	81	224	269	272	91	1.431	3.372	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	64	72	13	64	57	72	22	364	936	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	295	305	69	269	313	340	95	1.686	4.065	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	254	237	70	280	278	278	101	1.498	3.786	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	223	216	44	153	308	244	58	1.246	2.843	19.389
- Articoli di seconda mano	57	36	16	50	64	41	4	268	783	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	656	544	302	570	1.492	645	190	4.399	9.476	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	8.936	8.217	2.568	8.028	11.930	9.063	2.916	51.658	125.266	775.048
Alimentare	352	254	52	330	559	803	142	2.492	5.052	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	925	469	144	797	791	1.088	306	4.520	10.806	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	59	33	10	46	51	71	15	285	590	3.974
Altri articoli	321	319	38	355	495	527	110	2.165	4.798	37.134
Prodotti non specificati	114	106	20	97	191	147	42	717	1.418	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.771	1.181	264	1.625	2.087	2.636	615	10.179	22.664	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	58	42	15	30	29	82	13	269	625	3.084

continua a pag. 152

continua da pag. 151 (tab. 6)

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
Vendita a domicilio	161	101	63	337	79	188	30	959	1.716	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	44	56	4	54	45	65	17	285	608	3.025
Commercio solo via Internet	76	77	14	78	53	107	14	419	1.154	5.720
Forme di vendita non specificate	87	40	5	21	11	32	6	202	507	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	426	316	101	520	217	474	80	2.134	4.610	28.642
Minimercati (*)	86	61	24	98	38	85	27	419	1.088	5.302
Supermercati (*)	222	195	50	183	163	218	63	1.094	2.404	9.133
Ipermercati (*)	14	5	4	12	7	11	4	57	123	552
Grandi magazzini (*)	12	11	6	5	6	35	2	77	192	1.352
Grandi specializzati (*)	57	21	5	48	18	39	8	196	429	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	391	293	89	346	232	388	104	1.843	4.236	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 - Veneto - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
Area alimentare	38	82	7	98	-246	65	-22	22	118	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	122	190	32	103	254	169	38	908	2.173	19.115
Esercizi specializzati	-84	-108	-25	-5	-500	-104	-60	-886	-2.055	-15.386
- Frutta e verdura	-64	-53	-22	-38	-107	-70	-20	-374	-670	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-24	-16	-9	-24	-111	-38	-11	-233	-671	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	0	1	1	5	-16	-3	-4	-16	-55	349

continua a pag. 153

continua da pag. 152 (tab. 7)

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	VENETO	Nord-est	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	-3	-17	13	-12	-51	-6	-5	-81	-250	-1.024
- Bevande	7	21	3	7	38	32	11	119	164	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-77	-110	-30	-18	-344	-127	-55	-761	-1.443	-13.167
- Tabacchi	77	66	19	75	91	108	24	460	870	5.370
Area non alimentare	344	119	91	227	170	216	16	1.183	2.118	35.426
Carburanti	33	25	7	22	28	37	16	168	288	1.614
Prodotti tessili	132	19	28	52	-52	52	10	241	1.058	7.645
Articoli di abbigliamento	32	58	8	8	189	26	-19	302	-106	6.237
Calzature e articoli in pelle	78	9	3	8	31	45	-18	156	138	2.435
Medicinali	51	24	8	38	23	64	5	213	392	2.725
Articoli medicali e ortopedici	18	23	1	28	-3	27	9	103	201	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	7	18	-3	23	-23	-11	3	14	27	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-36	-24	2	-1	-54	-42	-13	-168	-234	365
Articoli di seconda mano	36	19	6	24	20	8	-1	112	250	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	382	201	98	325	-76	281	-6	1.205	2.236	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	271	327	53	442	535	401	128	2.157	4.487	40.044
Minimercati (*)	-2	-18	4	-3	-3	13	2	-7	111	1.586
Supermercati (*)	43	43	11	36	20	69	15	237	541	2.241
Ipermercati (*)	6	0	-12	6	0	3	-1	2	28	171
Grandi magazzini (*)	-7	-5	1	-10	-1	20	1	-1	0	244
Grandi superfici specializzate (*)	26	2	1	13	-13	20	4	73	153	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	154	101	25	143	44	197	46	730	1.810	8.514

Tab. 1 · Friuli Venezia Giulia - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupazione
Pordenone	310	31	264	69,8	67,1	3,9
Udine	538	33	467	67,7	64,9	4,0
Gorizia	142	9	124	67,2	63,1	5,8
Trieste	236	16	207	68,0	64,8	4,5
FRIULI V. G.	1.226	89	1.062	68,2	65,3	4,3
Nord-est	11.405	987	9.721	70,3	67,9	3,4
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Pordenone	28.517	138	2,8	41,5	55,7
Udine	53.348	230	3,1	35,4	61,5
Gorizia	11.144	58	2,8	33,4	63,8
Trieste	16.819	96	- (**)	18,8	80,4
FRIULI V. G.	109.828	522	2,5	33,8	63,7
Nord-est	1.198.125	5.123	3,5	35,7	60,8
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009; (**) dato non pubblicato dall'Istat.

Tab. 2 · Friuli Venezia Giulia - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Pordenone	1,8	0,1	-0,7	19.356	23.403	26.647	128,9	125,2	112,8
Udine	2,0	1,3	-0,5	15.915	19.941	26.399	106,0	106,7	111,8
Gorizia	1,7	0,4	-0,6	15.833	19.531	24.035	105,4	104,5	101,8
Trieste	2,2	0,8	-0,5	15.727	20.623	28.146	104,7	110,4	119,2
FRIULI V. G.	2,0	0,8	-0,6	16.666	20.863	26.524	111,0	111,6	112,3
Nord-est	2,2	1,0	-0,6	18.402	22.928	28.230	122,5	122,7	119,5
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Friuli Venezia Giulia - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Pordenone	2,6	0,9	-0,8	9.633	12.167	14.993	96,9	95,3	95,6
Udine	2,2	0,6	0,4	10.866	13.822	17.490	109,3	108,2	111,6
Gorizia	2,3	0,6	-0,8	11.509	14.774	18.707	115,8	115,7	119,3
Trieste	2,0	0,2	-0,4	11.462	14.979	19.687	115,3	117,3	125,6
FRIULI V. G.	2,2	0,6	-0,2	10.781	13.775	17.424	108,5	107,9	111,1
Nord-est	2,8	0,6	0,6	11.545	14.930	17.979	116,2	116,9	114,7
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Friuli Venezia Giulia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pordenone	6.229	8.240	6.123	2.742	1.442	5.847	636	28.517
Udine	10.786	14.907	11.492	5.485	3.902	11.141	1.120	53.348
Gorizia	1.441	3.091	2.857	1.558	963	2.442	350	11.144
Trieste	531	4.364	5.047	2.717	1.506	4.828	543	16.819
FRIULI V. G.	18.987	30.602	25.519	12.502	7.813	24.258	2.649	109.828
Nord-est	204.179	344.940	262.473	125.861	72.975	273.927	39.631	1.198.125
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pordenone	21,8	28,9	21,5	9,6	5,1	20,5	2,2	100,0
Udine	20,2	27,9	21,5	10,3	7,3	20,9	2,1	100,0
Gorizia	12,9	27,7	25,6	14,0	8,6	21,9	3,1	100,0
Trieste	3,2	25,9	30,0	16,2	9,0	28,7	3,2	100,0
FRIULI V. G.	17,3	27,9	23,2	11,4	7,1	22,1	2,4	100,0
Nord-est	17,0	28,8	21,9	10,5	6,1	22,9	3,3	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 • Friuli Venezia Giulia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Pordenone	168	199	-31	104	134	-30	287	376	-89	1.615	1.996	-381
Udine	275	453	-178	200	280	-80	444	644	-200	2.786	3.520	-734
Gorizia	90	126	-36	69	103	-34	117	177	-60	715	950	-235
Trieste	132	241	-109	113	144	-31	255	354	-99	1.140	1.407	-267
FRIULI V. G.	665	1.019	-354	486	661	-175	1.103	1.551	-448	6.256	7.873	-1.617
Nord-est	7.314	9.446	-2.132	3.758	5.374	-1.616	12.055	17.063	-5.008	71.948	82.380	-10.432
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Friuli Venezia Giulia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord Est	ITALIA
Area alimentare	831	1.686	490	766	3.773	33.787	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	405	845	208	307	1.765	14.758	98.357
Specializzati	426	841	282	459	2.008	19.029	121.352
- Frutta e verdura	75	142	57	97	371	3.428	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	98	153	39	69	359	3.922	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	16	23	18	50	107	721	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	47	105	45	42	239	2.331	12.241
- Bevande	13	46	14	20	93	985	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	42	84	18	36	180	1.540	10.421
- Tabacchi	135	288	91	145	659	6.102	29.498
Area non alimentare	2.053	4.352	1.295	2.157	9.857	91.479	555.339
Non specializzati	102	176	57	91	426	3.552	25.086
Specializzati	1.951	4.176	1.238	2.066	9.431	87.927	530.253
- Carburanti	125	284	62	49	520	4.677	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	28	49	22	28	127	1.040	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	24	40	15	28	107	850	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	1	2	4	26	180	
- Prodotti tessili	97	185	44	50	376	4.074	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	127	292	94	142	655	6.517	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	4	12	3	4	23	304	1.691
- Elettrodomestici	3	8	2	1	14	120	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	145	319	84	114	662	6.750	46.413

continua a pag. 158

continua da pag. 157 (tab. 6)

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord Est	ITALIA
- Libri	26	49	24	24	123	1.173	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	160	334	110	183	787	6.422	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	2	3	6	48	283	
- Articoli sportivi	64	154	46	64	328	2.916	14.947
- Giochi e giocattoli	25	53	17	23	118	1.064	6.977
- Articoli di abbigliamento	390	1.002	327	603	2.322	21.685	129.130
- Calzature e articoli in pelle	96	219	66	122	503	5.000	27.799
- Medicinali	82	187	46	72	387	3.372	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	27	40	12	17	96	936	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	85	187	46	85	403	4.065	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	113	201	63	109	486	3.786	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	47	127	44	106	324	2.843	19.389
- Articoli di seconda mano	11	22	4	48	85	783	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	271	409	106	189	975	9.476	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	2.884	6.038	1.785	2.923	13.630	125.266	775.048
Alimentare	46	152	33	60	291	5.052	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	182	371	63	148	764	10.806	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	13	20	7	5	45	590	3.974
Altri articoli	67	166	44	102	379	4.798	37.134
Prodotti non specificati	52	51	5	16	124	1.418	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	360	760	152	331	1.603	22.664	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	19	22	2	20	63	625	3.084

continua a pag. 159

continua da pag. 158 (tab. 6)

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord Est	ITALIA
Vendita a domicilio	31	56	10	16	113	1.716	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	12	15	7	9	43	608	3.025
Commercio solo via Internet	41	46	24	34	145	1.154	5.720
Forme di vendita non specificate	21	51	2	7	81	507	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	124	190	45	86	445	4.610	28.642
Minimercati (*)	40	38	18	43	139	1.088	5.302
Supermercati (*)	81	134	34	45	294	2.404	9.133
Ipermercati (*)	2	11	3	2	18	123	552
Grandi magazzini (*)	3	8	5	5	21	192	1.352
Grandi specializzati (*)	19	30	8	6	63	429	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	145	221	68	101	535	4.236	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Friuli Venezia Giulia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord-est	ITALIA
Area alimentare	38	-1	-137	-191	-291	118	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	45	66	-49	29	91	2.173	19.115
Esercizi specializzati	-7	-67	-88	-220	-382	-2.055	-15.386
- Frutta e verdura	-1	-33	-30	-53	-117	-670	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-12	-49	-21	-36	-118	-671	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-1	-3	-4	-13	-21	-55	349

continua a pag. 160

continua da pag. 159 (tab. 7)

	Pordenone	Udine	Gorizia	Trieste	FRIULI V.G.	Nord-est	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	-3	10	-12	-16	-21	-250	-1.024
- Bevande	2	4	4	2	12	164	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-11	-1	-17	-95	-124	-1.443	-13.167
- Tabacchi	19	5	-8	-9	7	870	5.370
Area non alimentare	68	80	-121	-242	-215	2.118	35.426
Carburanti	16	53	4	-19	54	288	1.614
Prodotti tessili	37	66	24	-4	123	1.058	7.645
Articoli di abbigliamento	-30	-1	-97	-63	-191	-106	6.237
Calzature e articoli in pelle	-6	-14	-5	-26	-51	138	2.435
Medicinali	5	17	-1	4	25	392	2.725
Articoli medicali e ortopedici	6	13	0	4	23	201	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	14	-9	-11	-11	-17	27	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-7	-25	13	-18	-37	-234	365
Articoli di seconda mano	4	3	-8	0	-1	250	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	106	79	-258	-433	-506	2.236	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	126	77	51	-2	252	4.487	40.044
Minimercati (*)	2	14	-7	6	15	111	1.586
Supermercati (*)	26	21	11	8	66	541	2.241
Ipermercati (*)	1	6	3	2	12	28	171
Grandi magazzini (*)	0	-2	1	-5	-6	0	244
Grandi superfici specializzate (*)	8	0	3	0	11	153	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	75	63	36	48	222	1.810	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

Tab. 1 · Emilia Romagna - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (2008)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupazione
Piacenza	284	31	246	69,3	67,9	1,9
Parma	429	43	371	72,8	71,1	2,3
Reggio Emilia	515	56	434	73,5	71,8	2,3
Modena	683	72	582	73,5	71,1	3,3
Bologna	970	81	839	74,1	72,4	2,2
Ferrara	357	20	316	72,2	68,7	4,8
Ravenna	383	34	331	71,9	69,3	3,4
Forlì-Cesena	386	33	332	70,1	66,5	5,0
Rimini	301	24	255	71,0	67,1	5,5
EMILIA ROMAGNA	4.307	394	3.706	72,6	70,2	3,2
Nord-est	11.405	987	9.721	70,3	67,9	3,4
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Piacenza	31.768	125	4,4	31,0	64,6
Parma	47.344	200	3,4	38,5	58,0
Reggio Emilia	58.085	246	4,4	43,2	52,4
Modena	74.900	319	2,6	39,5	57,9
Bologna	97.360	452	1,5	32,7	65,7
Ferrara	37.739	160	9,3	27,8	62,9
Ravenna	42.387	175	6,8	28,6	64,6
Forlì-Cesena	44.801	169	5,8	29,2	65,0
Rimini	38.400	135	3,2	27,9	68,9
EMILIA ROMAGNA	472.784	1.980	4,0	34,2	61,8
Nord-est	1.198.125	5.123	3,5	35,7	60,8
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Emilia Romagna - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Piacenza	1,2	1,5	-0,9	17.637	21.444	27.458	117,5	114,8	116,3
Parma	2,4	0,2	-0,7	20.162	25.620	29.002	134,3	137,1	122,8
Reggio Emilia	2,5	0,7	-0,8	20.748	25.418	28.528	138,2	136,0	120,8
Modena	2,3	0,8	-0,9	20.984	25.880	31.070	139,7	138,5	131,6
Bologna	2,8	0,3	-0,8	20.860	26.802	31.507	138,9	143,4	133,4
Ferrara	0,6	1,4	-0,8	16.187	19.402	25.748	107,8	103,8	109,0
Ravenna	2,6	1,3	-0,7	16.655	21.645	26.694	110,9	115,8	113,0
Forlì-Cesena	1,9	1,9	-0,7	17.976	22.031	28.996	119,7	117,9	122,8
Rimini	2,5	3,0	-0,2	16.039	19.992	27.873	106,8	107,0	118,0
EMILIA ROMAGNA	2,3	1,0	-0,8	19.196	24.034	29.182	127,8	128,6	123,6
Nord-est	2,2	1,0	-0,6	18.402	22.928	28.230	122,5	122,7	119,5
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Emilia Romagna - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Piacenza	3,3	0,4	1,1	10.731	14.404	17.161	108,0	112,8	109,5
Parma	3,4	0,4	0,3	12.111	16.207	18.975	121,9	126,9	121,0
Reggio Emilia	3,6	0,6	1,1	10.079	13.049	14.800	101,4	102,2	94,4
Modena	3,4	0,4	0,9	10.817	14.068	16.597	108,9	110,2	105,9
Bologna	3,2	0,4	0,0	12.470	16.359	19.709	125,5	128,1	125,7
Ferrara	3,2	0,2	0,7	10.560	14.406	17.635	106,3	112,8	112,5
Ravenna	3,2	0,5	1,4	12.438	16.664	19.520	125,2	130,5	124,5
Forlì-Cesena	3,3	0,5	1,9	13.881	18.275	21.752	139,7	143,1	138,8
Rimini	3,7	0,4	3,8	13.305	17.647	20.290	133,9	138,2	129,4
EMILIA ROMAGNA	3,3	0,4	1,0	11.803	15.593	18.423	118,8	122,1	117,5
Nord-est	2,8	0,6	0,6	11.545	14.930	17.979	116,2	116,9	114,7
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 • Emilia Romagna - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Piacenza	6.228	9.069	7.324	3.681	1.735	6.566	846	31.768
Parma	7.136	15.699	10.026	4.815	2.309	10.398	1.776	47.344
Reggio Emilia	7.770	23.126	11.510	5.130	2.268	11.930	1.481	58.085
Modena	9.782	25.122	16.029	7.450	3.280	18.444	2.243	74.900
Bologna	10.974	26.527	23.347	10.374	5.106	28.839	2.567	97.360
Ferrara	9.346	9.274	7.892	4.271	1.966	7.940	1.321	37.739
Ravenna	9.048	10.916	9.120	5.172	2.606	9.303	1.394	42.387
Forlì-Cesena	8.635	12.544	9.547	4.718	2.446	10.164	1.465	44.801
Rimini	2.726	9.164	9.722	5.491	4.572	10.338	1.878	38.400
EMILIA ROMAGNA	71.645	141.441	104.517	51.102	26.288	113.922	14.971	472.784
Nord-est	204.179	344.940	262.473	125.861	72.975	273.927	39.631	1.198.125
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Piacenza	19,6	28,5	23,1	11,6	5,5	20,7	2,7	100,0
Parma	15,1	33,2	21,2	10,2	4,9	22,0	3,8	100,0
Reggio Emilia	13,4	39,8	19,8	8,8	3,9	20,5	2,5	100,0
Modena	13,1	33,5	21,4	9,9	4,4	24,6	3,0	100,0
Bologna	11,3	27,2	24,0	10,7	5,2	29,6	2,6	100,0
Ferrara	24,8	24,6	20,9	11,3	5,2	21,0	3,5	100,0
Ravenna	21,3	25,8	21,5	12,2	6,1	21,9	3,3	100,0
Forlì-Cesena	19,3	28,0	21,3	10,5	5,5	22,7	3,3	100,0
Rimini	7,1	23,9	25,3	14,3	11,9	26,9	4,9	100,0
EMILIA ROMAGNA	15,2	29,9	22,1	10,8	5,6	24,1	3,2	100,0
Nord-est	17,0	28,8	21,9	10,5	6,1	22,9	3,3	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Emilia Romagna - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Piacenza	235	294	-59	93	139	-46	278	410	-132	1.935	2.181	-246
Parma	247	388	-141	110	187	-77	468	642	-174	2.687	3.515	-828
Reggio Emilia	319	387	-68	143	196	-53	569	727	-158	3.880	4.526	-646
Modena	472	627	-155	198	274	-76	830	1.221	-391	4.920	5.714	-794
Bologna	671	894	-223	220	429	-209	1.181	2.005	-824	6.285	7.181	-896
Ferrara	243	307	-64	119	162	-43	365	549	-184	2.280	2.711	-431
Ravenna	334	397	-63	148	177	-29	405	632	-227	2.579	2.844	-265
Forlì-Cesena	279	387	-108	102	218	-116	359	638	-279	2.619	3.161	-542
Rimini	302	371	-69	198	275	-77	386	575	-189	2.543	2.500	43
EMILIA ROMAGNA	3.102	4.052	-950	1.331	2.057	-726	4.841	7.399	-2.558	29.728	34.333	-4.605
Nord-est	7.314	9.446	-2.132	3.758	5.374	-1.616	12.055	17.063	-5.008	71.948	82.380	-10.432
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Emilia Romagna - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA R. Nord-est	ITALIA
Area alimentare	986	1.489	1.327	1.861	2.556	1.264	1.199	1.223	1.156	13.061	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	461	690	571	852	1.032	582	503	515	416	5.622	98.357
Specializzati	525	799	756	1.009	1.524	682	696	708	740	7.439	121.352
- Frutta e verdura	102	162	127	138	331	128	98	116	122	1.324	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	124	194	154	238	315	157	131	137	116	1.566	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	16	18	19	13	24	32	45	47	91	305	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	45	95	81	83	198	53	93	54	54	756	12.241
- Bevande	13	18	28	36	39	36	24	14	50	258	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	40	55	61	63	154	49	52	58	69	601	10.421
- Tabacchi	185	257	286	438	463	227	253	282	238	2.629	29.498
Area non alimentare	2.583	3.589	3.583	5.280	7.457	2.999	3.467	3.254	4.147	36.359	555.339
Non specializzati	112	120	164	223	212	137	155	121	176	1.420	25.086
Specializzati	2.471	3.469	3.419	5.057	7.245	2.862	3.312	3.133	3.971	34.939	530.253
- Carburanti	145	217	237	272	381	179	181	171	127	1.910	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	36	39	38	60	107	31	40	32	28	411	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	27	26	34	55	85	34	43	26	49	379	850
- Apparecchiature audio e video	2	7	1	1	11	26	180				6.216
- Prodotti tessili	108	191	190	217	367	124	169	185	227	1.778	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	206	212	254	373	464	256	264	249	234	2.512	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	9	13	7	14	21	7	9	4	9	93	1.691
- Elettrodomestici	8	4	4	3	9	1	2	1	5	37	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	231	262	289	418	492	167	214	221	227	2.521	46.413

continua a pag. 166

continua da pag. 165 (tab. 6)

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA R. Nord-est	ITALIA	
- Libri	27	59	44	84	119	31	45	41	62	512	1.173	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	189	256	258	386	695	256	248	233	221	2.742	6.422	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	3	1	4	1	1	3	4	17	48	283		
- Articoli sportivi	68	94	110	184	178	91	117	92	143	1.077	2.916	14.947
- Giochi e giocattoli	29	48	34	69	101	33	35	37	51	437	1.064	6.977
- Articoli di abbigliamento	601	908	762	1.329	1.649	707	843	835	1.165	8.799	21.685	129.130
- Calzature e articoli in pelle	134	202	170	275	403	148	159	175	332	1.998	5.000	27.799
- Medicinali	94	142	120	180	288	131	106	113	92	1.266	3.372	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	28	48	43	66	81	32	54	42	34	428	936	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	107	165	174	249	365	118	185	163	180	1.706	4.065	22.555
- Fiori, piante, semi, fertilizz., an. dom. e alim.	103	162	183	228	317	177	154	130	101	1.555	3.786	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	89	115	83	156	260	91	104	80	117	1.095	2.843	19.389
- Articoli di seconda mano	36	33	53	49	92	24	21	27	26	361	783	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	196	271	322	389	766	223	318	272	537	3.294	9.476	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	3.569	5.078	4.910	7.141	10.013	4.263	4.666	4.477	5.303	49.420	125.266	775.048
Alimentare	138	163	196	285	277	170	175	213	242	1.859	5.052	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	325	306	458	844	972	328	602	455	592	4.882	10.806	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	13	20	30	38	42	32	24	23	20	242	590	3.974
Altri articoli	165	150	172	217	345	122	337	213	324	2.045	4.798	37.134
Prodotti non specificati	45	54	76	14	64	58	66	74	89	540	1.418	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	686	693	932	1.398	1.700	710	1.204	978	1.267	9.568	22.664	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	20	23	24	29	64	6	26	17	37	246	625	3.084

continua a pag. 167

continua da pag. 166 (tab. 6)

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA R. Nord-est	ITALIA
Vendita a domicilio	23	25	36	59	72	30	43	29	22	339	1.716
Comm. per mezzo di distrib. autom.	14	30	13	30	47	23	24	32	32	245	608
Commercio solo via Internet	26	44	55	75	130	18	33	40	45	466	1.154
Forme di vendita non specificate	6	27	34	8	21	30	71	5	11	213	507
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	89	149	162	201	334	107	197	123	147	1.509	28.642
Minimercati (*)	40	21	56	69	31	56	26	32	19	350	1.088
Supermercati (*)	62	61	93	115	129	75	80	71	48	734	2.404
Ipermercati (*)	4	3	2	11	6	7	2	3	2	40	123
Grandi magazzini (*)	5	4	2	10	21	8	3	1	2	56	192
Grandi specializzati (*)	11	15	23	17	18	15	14	14	6	133	429
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	122	104	176	222	205	161	125	121	77	1.313	4.236

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Emilia Romagna - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA R. Nord-est	ITALIA
Area alimentare	-20	6	20	120	101	-54	12	-41	69	213	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	56	68	72	285	157	56	77	8	71	850	2.173
Esercizi specializzati	-76	-62	-52	-165	-56	-110	-65	-49	-2	-637	-2.055
- Frutta e verdura	-26	-33	-22	-4	7	-31	-18	-21	-8	-156	-670
- Carni e di prodotti a base di carne	-26	-21	-23	-17	-59	-50	-37	-29	-21	-283	-671
- Pesci, crostacei e molluschi	-1	3	0	-2	-5	-7	-6	0	6	-12	-55
- Pane, torte, dolci e confetteria	1	-5	-19	6	19	-19	-35	-6	-3	-61	-250

continua a pag. 168

continua da pag. 167 (tab. 7)

	Piacenza	Parma	Reggio Emilia	Modena	Bologna	Ferrara	Ravenna	Forlì-Cesena	Rimini	EMILIA R. Nord-est	ITALIA
- Bevande	-2	-7	0	4	4	-1	6	-1	15	18	164
- Altri esercizi specializzati alimentari	-35	-24	-2	-181	-99	-27	-17	-18	-22	-425	-1.443
- Tabacchi	13	25	14	29	77	25	42	26	31	282	870
Area non alimentare	115	195	134	273	35	-110	-17	59	229	913	2.118
Carburanti	3	19	20	-5	6	-5	-7	-8	12	35	288
Prodotti tessili	53	73	70	40	130	42	42	60	100	610	1.058
Articoli di abbigliamento	-59	-2	-37	27	-119	-85	-25	-29	-2	-331	-106
Calzature e articoli in pelle	6	29	-2	9	10	-7	-6	-12	-6	21	138
Medicinali	-3	9	12	21	21	5	5	10	21	101	392
Articoli medicali e ortopedici	10	7	6	14	8	2	18	13	0	78	201
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	6	-1	7	25	13	-15	-3	3	3	38	27
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-16	26	5	38	-9	-9	-12	-15	-15	-7	-234
Articoli di seconda mano	24	12	12	3	34	14	-1	6	3	107	250
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	95	201	154	393	136	-164	-5	18	298	1.126	2.236
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	190	74	111	154	319	212	306	178	233	1.777	4.487
Minimercati (*)	16	10	2	0	9	4	2	12	-1	54	111
Supermercati (*)	19	6	15	32	19	17	13	18	11	150	541
Ipermercati (*)	4	0	0	2	0	3	0	0	2	11	28
Grandi magazzini (*)	0	-1	1	-1	0	4	0	-1	-1	1	0
Grandi superfici specializzate (*)	6	11	4	7	5	5	11	3	6	58	153
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	69	37	76	109	55	85	50	52	37	570	1.810
											8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

CENTRO

**Tab. 1 · Toscana - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Massa-Carrara	203	11	179	64,9	58,2	10,2
Lucca	389	23	338	64,6	61,5	4,8
Pistoia	289	23	251	66,3	63,4	4,3
Firenze	981	89	848	72,2	69,0	4,4
Prato	246	28	211	69,2	64,2	7,0
Livorno	340	18	297	64,5	61,2	5,1
Pisa	408	29	353	69,8	66,5	4,6
Arezzo	344	31	298	70,3	66,8	4,9
Siena	268	24	232	70,4	67,5	4,0
Grosseto	225	16	198	69,5	66,3	4,4
TOSCANA	3.692	292	3.206	68,9	65,4	5,0
Centro	11.737	917	10.061	66,9	62,8	6,1
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Massa-Carrara	22.008	78	1,9	29,6	68,5
Lucca	45.226	155	2,5	34,4	63,1
Pistoia	33.871	121	2,3	33,5	64,1
Firenze	108.535	439	1,1	30,0	68,9
Prato	32.777	106	- (**)	42,1	57,7
Livorno	32.172	136	1,9	26,8	71,2
Pisa	42.657	179	1,8	29,8	68,4
Arezzo	38.139	151	3,8	40,1	56,1
Siena	29.366	115	8,2	26,1	65,8
Grosseto	29.670	97	12,8	18,5	68,6
TOSCANA	414.421	1.577	3,0	31,2	65,8
Centro	1.278.910	4.857	2,4	26,6	71,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009; (**) dato non pubblicato dall'Istat.

Tab. 2 · Toscana - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Massa-Carrara	0,9	1,6	-1,4	12.439	15.181	20.772	82,8	81,2	88,0
Lucca	1,6	2,0	-1,3	14.896	18.742	26.172	99,2	100,3	110,8
Pistoia	2,0	1,5	-1,4	14.721	18.640	24.038	98,0	99,8	101,8
Firenze	2,4	0,0	-1,4	18.127	23.974	28.373	120,7	128,3	120,2
Prato	1,2	0,1	-1,0	18.903	22.364	25.667	125,9	119,7	108,7
Livorno	0,9	1,0	-1,3	15.169	18.599	24.036	101,0	99,5	101,8
Pisa	1,1	1,2	-1,2	16.813	20.520	26.285	112,0	109,8	111,3
Arezzo	1,1	1,3	-1,4	15.950	19.143	24.554	106,2	102,4	104,0
Siena	2,1	0,7	-0,8	16.603	21.238	26.229	110,6	113,7	111,1
Grosseto	2,0	3,2	-1,0	12.147	15.730	23.678	80,9	84,2	100,3
TOSCANA	1,7	0,9	-1,3	16.154	20.384	25.776	107,6	109,1	109,2
Centro	1,6	1,4	-0,8	16.502	20.551	26.249	109,9	110,0	111,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Toscana - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Massa-Carrara	2,8	0,6	-0,3	9.757	12.785	15.939	98,2	100,1	101,7
Lucca	2,2	0,8	0,5	11.502	14.619	18.247	115,8	114,5	116,4
Pistoia	2,3	0,8	0,3	10.689	13.483	16.273	107,6	105,6	103,8
Firenze	3,0	0,7	-1,7	11.932	15.924	19.667	120,1	124,7	125,5
Prato	3,1	0,8	-1,3	11.341	14.459	17.351	114,1	113,2	110,7
Livorno	2,3	0,8	-1,2	10.973	14.143	17.743	110,4	110,7	113,2
Pisa	2,4	0,8	-0,3	9.752	12.454	15.251	98,1	97,5	97,3
Arezzo	2,6	0,7	-0,2	9.914	12.601	15.258	99,8	98,7	97,3
Siena	2,5	0,8	-0,2	11.576	14.790	18.090	116,5	115,8	115,4
Grosseto	2,6	0,7	1,9	10.707	14.014	17.136	107,8	109,7	109,3
TOSCANA	2,6	0,8	-0,6	11.019	14.275	17.548	110,9	111,8	111,9
Centro	2,7	0,9	-0,0	10.678	13.858	16.665	107,5	108,5	106,3
ITALIA	3,0	1,2	0,1	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Toscana - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Massa-Carrara	1.193	7.137	6.543	3.730	1.558	4.457	1.120	22.008
Lucca	3.172	15.766	11.353	6.292	3.372	9.875	1.688	45.226
Pistoia	3.803	11.797	7.862	4.015	1.794	7.303	1.312	33.871
Firenze	6.900	35.386	27.814	13.785	5.960	27.268	5.207	108.535
Prato	647	14.969	7.573	2.999	1.089	8.318	181	32.777
Livorno	3.016	7.581	9.433	6.193	2.876	7.963	1.303	32.172
Pisa	4.099	12.982	11.369	6.483	2.267	9.580	2.360	42.657
Arezzo	7.118	12.337	8.649	4.576	1.899	7.140	996	38.139
Siena	5.852	7.988	6.163	3.511	2.463	5.802	1.098	29.366
Grosseto	10.014	5.880	5.868	3.756	2.097	4.779	1.032	29.670
TOSCANA	45.814	131.823	102.627	55.340	25.375	92.485	16.297	414.421
Centro	150.595	344.683	330.810	180.650	73.133	305.698	73.991	1.278.910
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Massa-Carrara	5,4	32,4	29,7	16,9	7,1	20,3	5,1	100,0
Lucca	7,0	34,9	25,1	13,9	7,5	21,8	3,7	100,0
Pistoia	11,2	34,8	23,2	11,9	5,3	21,6	3,9	100,0
Firenze	6,4	32,6	25,6	12,7	5,5	25,1	4,8	100,0
Prato	2,0	45,7	23,1	9,1	3,3	25,4	0,6	100,0
Livorno	9,4	23,6	29,3	19,2	8,9	24,8	4,1	100,0
Pisa	9,6	30,4	26,7	15,2	5,3	22,5	5,5	100,0
Arezzo	18,7	32,3	22,7	12,0	5,0	18,7	2,6	100,0
Siena	19,9	27,2	21,0	12,0	8,4	19,8	3,7	100,0
Grosseto	33,8	19,8	19,8	12,7	7,1	16,1	3,5	100,0
TOSCANA	11,1	31,8	24,8	13,4	6,1	22,3	3,9	100,0
Centro	11,8	27,0	25,9	14,1	5,7	23,9	5,8	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Toscana - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Massa-Carrara	194	229	-35	92	114	-22	199	261	-62	1.594	1.356	238
Lucca	363	440	-77	144	230	-86	403	592	-189	3.027	3.077	-50
Pistoia	246	339	-93	96	138	-42	347	461	-114	2.249	2.561	-312
Firenze	799	1.057	-258	215	353	-138	1.052	1.743	-691	7.002	7.677	-675
Prato	324	279	45	106	82	24	557	595	-38	3.284	2.924	360
Livorno	473	548	-75	169	221	-52	323	551	-228	2.263	2.342	-79
Pisa	516	545	-29	148	188	-40	475	612	-137	3.152	3.042	110
Arezzo	290	349	-59	96	149	-53	326	486	-160	2.537	2.717	-180
Siena	222	276	-54	116	184	-68	249	397	-148	1.760	2.105	-345
Grosseto	236	291	-55	115	157	-42	251	338	-87	1.850	1.937	-87
TOSCANA	3.663	4.353	-690	1.297	1.816	-519	4.182	6.036	-1.854	28.718	29.738	-1.020
Centro	10.644	13.188	-2.544	3.266	4.544	-1.278	12.757	17.411	-4.654	85.538	80.867	4.671
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 • Toscana - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
Area alimentare	1.001	1.575	754	3.006	666	1.681	1.495	1.314	1.142	1.068	13.702	41.264	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	430	732	337	1.302	308	673	618	590	486	505	5.981	18.371	98.357
Specializzati	571	843	417	1.704	358	1.008	877	724	656	563	7.721	22.893	121.352
- Frutta e verdura	137	154	32	259	32	128	90	135	71	91	1.129	4.177	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	130	244	116	403	106	219	231	166	133	121	1.869	5.647	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	40	46	9	48	9	111	60	4	15	40	382	1.486	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	60	83	55	193	36	178	126	65	63	53	912	2.096	12.241
- Bevande	27	50	25	132	18	80	56	40	106	46	580	1.286	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	21	52	22	191	29	80	73	83	105	49	705	1.944	10.421
- Tabacchi	156	214	158	478	128	212	241	231	163	163	2.144	6.257	29.498
Area non alimentare	1.991	4.204	2.533	9.607	1.704	3.821	3.696	3.303	2.901	2.697	36.457	113.317	555.339
Non specializzati	81	176	110	379	89	191	137	128	121	142	1.554	5.344	25.086
Specializzati	1.910	4.028	2.423	9.228	1.615	3.630	3.559	3.175	2.780	2.555	34.903	107.973	530.253
- Carburanti	82	202	122	344	71	176	200	166	140	147	1.650	5.541	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	24	54	25	103	29	52	59	51	34	35	466	1.794	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	18	38	30	112	23	48	26	35	21	21	372	1.389	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	5	6	4	2	1	1	20	43	180			
- Prodotti tessili	123	183	115	358	79	130	180	140	119	110	1.537	4.142	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	154	284	161	627	98	267	309	270	271	235	2.676	8.964	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	2	10	9	36	7	6	9	10	4	5	98	370	1.691
- Elettrodomestici	2	3	9	2	2	4	2	3	5	32	163	725	
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	169	307	208	629	99	228	349	273	243	187	2.692	8.613	46.413

continua a pag. 176

continua da pag. 175 (tab. 6)

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
- Libri	41	45	22	144	24	38	49	40	54	30	487	1.454	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	145	330	216	762	154	327	338	216	199	211	2.898	7.991	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	2	3	11	1	3	2	1	24	66	283		
- Articoli sportivi	72	172	85	240	46	190	111	90	68	139	1.213	3.199	14.947
- Giochi e giocattoli	25	52	42	118	17	43	37	35	36	26	431	1.320	6.977
- Articoli di abbigliamento	464	1.041	617	2.342	462	868	721	777	567	599	8.458	26.183	129.130
- Calzature e articoli in pelle	73	244	132	643	69	167	151	177	168	120	1.944	5.696	27.799
- Medicinali	63	124	85	302	63	110	147	99	98	81	1.172	3.565	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	17	25	12	72	16	37	37	26	36	20	298	1.005	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	88	172	87	384	70	168	113	114	110	93	1.399	4.532	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	88	153	108	374	59	165	209	142	118	110	1.526	4.929	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	61	145	94	424	56	143	104	123	107	90	1.347	4.081	19.389
- Articoli di seconda mano	23	59	27	217	16	25	37	94	58	29	585	1.234	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	175	382	218	971	155	435	366	291	324	261	3.578	11.699	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	2.992	5.779	3.287	12.613	2.370	5.502	5.191	4.617	4.043	3.765	50.159	154.581	775.048
Alimentare	135	211	260	492	96	239	217	150	101	135	2.036	7.234	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	594	708	493	1.391	497	887	1.164	342	139	402	6.617	14.416	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	16	40	28	62	9	33	50	15	11	13	277	715	3.974
Altri articoli	170	244	184	697	93	357	393	204	83	136	2.561	6.208	37.134
Prodotti non specificati	43	55	52	183	26	27	84	33	28	23	554	3.734	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	958	1.258	1.017	2.825	721	1.543	1.908	744	362	709	12.045	32.307	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	29	27	12	80	4	13	18	11	8	7	209	592	3.084

continua a pag. 177

continua da pag. 176 (tab. 6)

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
Vendita a domicilio	14	45	28	59	33	26	42	19	20	15	301	2.087	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	11	18	18	81	23	24	27	16	15	10	243	651	3.025
Commercio solo via Internet	19	47	43	120	30	42	51	42	23	14	431	1.407	5.720
Forme di vendita non specificate	9	17	17	83	10	24	39	9	11	32	251	1.387	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	82	154	118	423	100	129	177	97	77	78	1.435	6.124	28.642
Minimercati (*)	13	16	12	19	11	25	19	18	17	25	175	755	5.302
Supermercati (*)	31	65	38	95	34	44	55	49	45	43	499	1.732	9.133
Ipermercati (*)	1	2	2	7	4	6	4	2	1	29	82	552	
Grandi magazzini (*)	4	9	1	37	3	39	10	7	6	8	124	426	1.352
Grandi specializzati (*)	1	9	6	10	7	9	18	5	3	5	73	209	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	50	101	59	168	59	123	106	81	71	82	900	3.204	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 - Toscana - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
Area alimentare	-62	-126	-49	-24	13	-154	28	115	84	37	-138	2.579	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	-12	-63	-46	450	118	41	18	47	15	56	624	4.129	19.115
Esercizi specializzati	-50	-63	-3	-474	-105	-195	10	68	69	-19	-762	-1.550	-15.386
- Frutta e verdura	-46	-62	-6	-134	-22	-49	-23	-11	-23	-12	-388	-794	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-35	-59	-42	-103	-13	-107	-46	-23	-21	-12	-461	-922	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-3	-8	-2	-13	-2	-35	-4	-2	2	5	-62	50	349

continua a pag. 178

continua da pag. 177 (tab. 7)

	Massa-Carrara	Lucca	Pistoia	Firenze	Prato	Livorno	Pisa	Arezzo	Siena	Grosseto	TOSCANA	Centro	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	2	-8	8	4	-13	5	38	4	18	4	62	65	-1.024
- Bevande	14	20	9	13	8	16	9	18	55	23	185	313	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-7	8	-14	-334	-92	-56	-24	29	9	-29	-510	-1.515	-13.167
- Tabacchi	25	46	44	93	29	31	60	53	29	2	412	1.253	5.370
Area non alimentare	-24	259	42	5	-43	-70	1	223	77	51	521	9.903	35.426
Carburanti	-4	3	8	13	7	-3	1	6	16	2	49	435	1.614
Prodotti tessili	29	71	38	59	16	43	78	55	25	40	454	1.383	7.645
Articoli di abbigliamento	-16	28	-10	21	-1	-33	-35	49	-4	-26	-27	2.888	6.237
Calzature e articoli in pelle	5	19	1	12	4	-4	22	19	22	-5	95	675	2.435
Medicinali	1	19	7	32	8	17	28	12	23	6	153	509	2.725
Articoli medicali e ortopedici	8	2	5	21	6	10	13	2	13	8	88	377	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	0	15	-12	-2	-4	-1	-20	2	-22	-7	-51	255	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	4	4	-11	-69	-16	-18	-23	0	-2	-2	-133	362	365
Articoli di seconda mano	0	24	5	48	2	2	13	48	28	7	177	410	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	-86	133	-7	-19	-30	-224	29	338	161	88	383	12.482	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	156	154	69	536	257	358	548	115	31	119	2.343	9.376	40.044
Minimercati (*)	-2	4	-4	8	4	10	2	1	9	17	49	131	1.586
Supermercati (*)	12	12	5	16	8	-9	9	6	13	7	79	339	2.241
Ipermercati (*)	0	0	1	2	0	2	-3	-1	-1	0	0	12	171
Grandi magazzini (*)	0	-1	0	15	1	29	2	1	2	2	51	77	244
Grandi superfici specializzate (*)	-1	4	3	0	4	9	0	-3	0	1	17	60	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	24	31	21	52	24	56	27	21	31	35	322	1.243	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

Tab. 1. Umbria - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupazione
Perugia	658	63	566	70,1	66,6	5,0
Terni	232	17	203	64,8	62,0	4,3
UMBRIA	889	81	768	68,7	65,4	4,8
Centro	11.737	917	10.061	66,9	62,8	6,1
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Perugia	73.303	284	4,0	33,3	62,7
Terni	22.068	92	2,8	28,9	68,3
UMBRIA	95.371	376	3,7	32,2	64,1
Centro	1.278.910	4.857	2,4	26,6	71,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Umbria - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Perugia	2,3	0,7	-1,2	14.775	18.545	22.219	98,4	99,2	94,1
Terni	1,5	0,8	-1,3	13.737	16.949	21.183	91,5	90,7	89,7
UMBRIA	2,1	0,8	-1,2	14.493	18.118	21.949	96,5	97,0	92,9
Centro	1,6	1,4	-0,8	16.502	20.551	26.249	109,9	110,0	111,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Umbria - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Perugia	2,2	0,9	-0,3	9.964	12.443	15.022	100,3	97,4	95,8
Terni	2,6	0,8	-0,8	9.508	12.386	15.344	95,7	97,0	97,9
UMBRIA	2,3	0,9	-0,4	9.840	12.428	15.106	99,0	97,3	96,4
Centro	2,7	0,9	-0,0	10.678	13.858	16.665	107,5	108,5	106,3
ITALIA	3,0	1,2	0,1	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Umbria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Perugia	14.892	19.531	16.406	9.184	3.755	13.785	4.934	73.303
Terni	4.038	5.597	5.934	3.238	1.129	4.236	1.134	22.068
UMBRIA	18.930	25.128	22.340	12.422	4.884	18.021	6.068	95.371
Centro	150.595	344.683	330.810	180.650	73.133	305.698	73.991	1.278.910
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Perugia	20,3	26,6	22,4	12,5	5,1	18,8	6,7	100,0
Terni	18,3	25,4	26,9	14,7	5,1	19,2	5,1	100,0
UMBRIA	19,8	26,3	23,4	13,0	5,1	18,9	6,4	100,0
Centro	11,8	27,0	25,9	14,1	5,7	23,9	5,8	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

**Tab. 5 · Umbria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Perugia	514	610	-96	171	219	-48	559	715	-156	4.218	4.197	21
Terni	198	230	-32	50	61	-11	190	236	-46	1.454	1.283	171
UMBRIA	712	840	-128	221	280	-59	749	951	-202	5.672	5.480	192
Centro	10.644	13.188	-2.544	3.266	4.544	-1.278	12.757	17.411	-4.654	85.538	80.867	4.671
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Umbria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Perugia	Terni	UMBRIA	Centro	ITALIA
Area alimentare	2.473	946	3.419	41.264	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.186	424	1.610	18.371	98.357
Specializzati	1.287	522	1.809	22.893	121.352
- Frutta e verdura	160	83	243	4.177	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	360	127	487	5.647	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	79	26	105	1.486	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	122	38	160	2.096	12.241
- Bevande	57	36	93	1.286	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	98	31	129	1.944	10.421
- Tabacchi	411	181	592	6.257	29.498
Area non alimentare	6.428	2.385	8.813	113.317	555.339
Non specializzati	243	118	361	5.344	25.086
Specializzati	6.185	2.267	8.452	107.973	530.253
- Carburanti	354	129	483	5.541	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	84	28	112	1.794	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	80	24	104	1.389	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	2	3	43	180
- Prodotti tessili	267	99	366	4.142	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	499	215	714	8.964	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	19	3	22	370	1.691
- Elettrodomestici	11	4	15	163	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	436	185	621	8.613	46.413
- Libri	74	27	101	1.454	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	400	138	538	7.991	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	3	.	3	66	283
- Articoli sportivi	194	72	266	3.199	14.947
- Giochi e giocattoli	59	15	74	1.320	6.977
- Articoli di abbigliamento	1.483	524	2.007	26.183	129.130
- Calzature e articoli in pelle	362	106	468	5.696	27.799
- Medicinali	190	88	278	3.565	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	58	28	86	1.005	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	214	66	280	4.532	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	367	163	530	4.929	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	184	77	261	4.081	19.389
- Articoli di seconda mano	67	22	89	1.234	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	779	252	1.031	11.699	58.170

continua a pag. 182

continua da pag. 181 (tab. 6)

	Perugia	Terni	UMBRIA	Centro	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	8.901	3.331	12.232	154.581	775.048
Alimentare	274	86	360	7.234	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	621	213	834	14.416	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	28	12	40	715	3.974
Altri articoli	321	101	422	6.208	37.134
Prodotti non specificati	208	52	260	3.734	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.452	464	1.916	32.307	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	30	13	43	592	3.084
Vendita a domicilio	74	19	93	2.087	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	36	14	50	651	3.025
Commercio solo via Internet	75	25	100	1.407	5.720
Forme di vendita non specificate	75	10	85	1.387	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	290	81	371	6.124	28.642
Minimercati (*)	92	21	113	755	5.302
Supermercati (*)	168	43	211	1.732	9.133
Ipermercati (*)	5	3	8	82	552
Grandi magazzini (*)	64	4	68	426	1.352
Grandi specializzati (*)	29	29	209	1.465	-
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	358	71	429	3.204	17.804

(*) al 31 dicembre 2008.

Tab. 7 · Umbria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Perugia	Terni	UMBRIA	Centro	ITALIA
Area alimentare	107	48	155	2.579	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	46	36	82	4.129	19.115
Esercizi specializzati	61	12	73	-1.550	-15.386
- Frutta e verdura	-61	3	-58	-794	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-12	-12	-24	-922	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	14	4	18	50	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	9	-4	5	65	-1.024
- Bevande	30	12	42	313	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	18	-4	14	-1.515	-13.167
- Tabacchi	63	13	76	1.253	5.370
Area non alimentare	331	54	385	9.903	35.426
Carburanti	-6	4	-2	435	1.614
Prodotti tessili	2	40	42	1.383	7.645
Articoli di abbigliamento	107	-25	82	2.888	6.237
Calzature e articoli in pelle	34	-21	13	675	2.435
Medicinali	40	14	54	509	2.725
Articoli medicali e ortopedici	12	10	22	377	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	11	-11	0	255	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-7	-3	-10	362	365
Articoli di seconda mano	34	8	42	410	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	438	102	540	12.482	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	439	135	574	9.376	40.044
Minimercati (*)	-8	4	-4	131	1.586
Supermercati (*)	61	16	77	339	2.241
Ipermercati (*)	3	1	4	12	171
Grandi magazzini (*)	36	-1	35	77	244
Grandi superfici specializzate (*)	8	0	8	60	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	200	37	237	1.243	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Marche - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Pesaro e Urbino	379	31	325	67,5	64,2	4,8
Ancona	473	36	407	68,0	65,4	3,8
Macerata	321	30	276	68,4	65,3	4,3
Ascoli Piceno	388	26	335	67,8	63,8	5,9
Fermo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
MARCHE	1.561	123	1.343	67,9	64,7	4,7
Centro	11.737	917	10.061	66,9	62,8	6,1
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Pesaro e Urbino	44.272	160	2,1	40,1	57,8
Ancona	46.536	200	2,5	33,8	63,8
Macerata	40.034	136	2,3	48,5	49,2
Ascoli Piceno	24.294	161	1,3	42,8	55,9
Fermo	22.635	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
MARCHE	177.771	657	2,0	40,6	57,4
Centro	1.278.910	4.857	2,4	26,6	71,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Marche - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Pesaro e Urbino	3,0	1,9	-1,7	13.878	17.876	23.489	92,4	95,7	99,5
Ancona	2,5	1,1	-1,8	16.370	20.789	26.455	109,0	111,3	112,0
Macerata	2,3	1,4	-1,7	13.935	17.616	22.701	92,8	94,3	96,1
Ascoli Piceno	2,4	1,3	-1,6	13.676	17.343	22.577	91,1	92,8	95,6
Fermo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
MARCHE	2,5	1,4	-1,7	14.601	18.577	24.000	97,2	99,4	101,6
Centro	1,6	1,4	-0,8	16.502	20.551	26.249	109,9	110,0	111,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Marche - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Pesaro e Urbino	2,2	0,3	1,9	10.677	13.334	15.565	107,4	104,4	99,3
Ancona	2,4	0,2	0,9	10.982	13.997	16.638	110,5	109,6	106,1
Macerata	2,4	0,2	1,0	9.933	12.639	14.963	100,0	99,0	95,5
Ascoli Piceno	2,5	0,2	0,7	9.510	12.154	14.569	95,7	95,2	92,9
Fermo	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
MARCHE	2,4	0,2	1,1	10.322	13.097	15.519	103,9	102,6	99,0
Centro	2,7	0,9	-0,0	10.678	13.858	16.665	107,5	108,5	106,3
ITALIA	3,0	1,2	0,1	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Marche - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pesaro e Urbino	7.206	13.955	9.929	5.292	2.279	8.974	1.929	44.272
Ancona	8.248	12.092	11.947	5.855	2.090	10.094	2.065	46.536
Macerata	9.752	11.635	8.928	4.685	1.579	6.744	1.396	40.034
Ascoli Piceno	4.794	6.537	5.482	2.798	1.288	4.770	1.423	24.294
Fermo	4.538	7.627	5.081	2.466	899	3.599	891	22.635
MARCHE	34.538	51.846	41.367	21.096	8.135	34.181	7.704	177.771
Centro	150.595	344.683	330.810	180.650	73.133	305.698	73.991	1.278.910
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Pesaro e Urbino	16,3	31,5	22,4	12,0	5,1	20,3	4,4	100,0
Ancona	17,7	26,0	25,7	12,6	4,5	21,7	4,4	100,0
Macerata	24,4	29,1	22,3	11,7	3,9	16,8	3,5	100,0
Ascoli Piceno	19,7	26,9	22,6	11,5	5,3	19,6	5,9	100,0
Fermo	20,0	33,7	22,4	10,9	4,0	15,9	3,9	100,0
MARCHE	19,4	29,2	23,3	11,9	4,6	19,2	4,3	100,0
Centro	11,8	27,0	25,9	14,1	5,7	23,9	5,8	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Umbria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Pesaro e Urbino	411	352	59	105	154	-49	288	474	-186	2.558	2.765	-207
Ancona	387	445	-58	80	146	-66	487	657	-170	3.005	3.212	-207
Macerata	301	352	-51	63	118	-55	289	402	-113	2.395	2.579	-184
Ascoli Piceno	165	259	-94	69	118	-49	269	369	-100	1.730	2.128	-398
Fermo	108	126	-18	41	51	-10	141	126	15	1.100	930	170
MARCHE	1.372	1.534	-162	358	587	-229	1.474	2.028	-554	10.788	11.614	-826
Centro	10.644	13.188	-2.544	3.266	4.544	-1.278	12.757	17.411	-4.654	85.538	80.867	4.671
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Marche - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Pesaro-Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	Fermo	MARCHE	Centro	ITALIA
Area alimentare	1.474	1.664	1.262	805	753	5.958	41.264	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	621	679	572	348	315	2.535	18.371	98.357
Specializzati	853	985	690	457	438	3.423	22.893	121.352
- Frutta e verdura	138	132	127	68	68	533	4.177	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	222	203	209	138	131	903	5.647	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	89	78	55	33	38	293	1.486	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	67	134	63	26	38	328	2.096	12.241
- Bevande	34	54	23	23	14	148	1.286	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	77	62	27	40	36	242	1.944	10.421
- Tabacchi	226	322	186	129	113	976	6.257	29.498
Area non alimentare	3.286	3.959	3.054	2.087	1.603	13.989	113.317	555.339
Non specializzati	108	136	115	71	59	489	5.344	25.086
Specializzati	3.178	3.823	2.939	2.016	1.544	13.500	107.973	530.253
- Carburanti	185	236	186	116	95	818	5.541	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	32	42	31	18	19	142	1.794	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	22	52	36	32	23	165	1.389	6.216
- Apparecchiature audio e video	3	1	4	43	180	-	-	-
- Prodotti tessili	142	153	170	102	90	657	4.142	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	272	304	255	145	128	1.104	8.964	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	11	12	11	5	6	45	370	1.691
- Elettrodomestici	8	5	3	2	2	20	163	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	286	313	243	177	121	1.140	8.613	46.413
- Libri	55	59	37	24	16	191	1.454	6.078

continua a pag. 187

continua da pag. 186 (tab. 6)

	Pesaro- Urbino	Ancona	Mace- rata	Ascoli Piceno	Fermo	MARCHE	Centro	ITALIA
- Giornali e articoli di cartoleria	228	274	162	164	96	924	7.991	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	1	1	3	66	283	-	-
- Articoli sportivi	119	126	69	65	43	422	3.199	14.947
- Giochi e giocattoli	40	37	36	25	24	162	1.320	6.977
- Articoli di abbigliamento	786	939	749	498	365	3.337	26.183	129.130
- Calzature e articoli in pelle	158	177	182	105	108	730	5.696	27.799
- Medicinali	139	159	115	80	72	565	3.565	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	33	41	25	18	13	130	1.005	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	117	210	154	98	60	639	4.532	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	143	198	135	96	74	646	4.929	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	78	110	102	74	47	411	4.081	19.389
- Articoli di seconda mano	25	20	23	15	9	92	1.234	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	295	354	215	157	132	1.153	11.699	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	4.760	5.623	4.316	2.892	2.356	19.947	154.581	775.048
Alimentare	244	284	215	122	121	986	7.234	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	603	706	690	220	302	2.521	14.416	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	30	16	16	13	5	80	715	3.974
Altri articoli	191	261	234	89	75	850	6.208	37.134
Prodotti non specificati	37	75	34	21	21	188	3.734	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.105	1.342	1.189	465	524	4.625	32.307	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	8	19	3	5	1	36	592	3.084
Vendita a domicilio	35	26	24	25	27	137	2.087	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	18	18	12	6	10	64	651	3.025
Commercio solo via Internet	48	49	27	21	28	173	1.407	5.720
Forme di vendita non specificate	14	5	19	7	6	51	1.387	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEG., BANCHI E MERC.	123	117	85	64	72	461	6.124	28.642
Minimercati (*)	61	50	45	59	n.d.	215	755	5.302
Supermercati (*)	68	118	72	58	n.d.	316	1.732	9.133
Ipermercati (*)	3	9	2	6	n.d.	20	82	552
Grandi magazzini (*)	12	39	13	3	n.d.	67	426	1.352
Grandi specializzati (*)	12	20	12	7	n.d.	51	209	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	156	236	144	133	n.d.	669	3.204	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Marche - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009 (**)

	Pesaro- Urbino	Ancona	Macerata	Ascoli Piceno	MARCHE	Centro	ITALIA
Area alimentare	65	96	-47	-726	141	2.579	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	113	54	-10	-256	216	4.129	19.115
Esercizi specializzati	-48	42	-37	-470	-75	-1.550	-15.386
- Frutta e verdura	-20	-12	-37	-96	-97	-794	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	0	-14	-10	-128	-21	-922	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	8	8	3	-41	16	50	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-4	37	4	-43	32	65	-1.024
- Bevande	12	16	-6	-16	20	313	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-106	-32	0	-60	-162	-1.515	-13.167
- Tabacchi	62	39	9	-86	137	1.253	5.370
Area non alimentare	153	100	177	-1.501	532	9.903	35.426
Carburanti	2	6	22	-74	51	435	1.614
Prodotti tessili	26	28	64	-36	172	1.383	7.645
Articoli di abbigliamento	41	36	-28	-381	33	2.888	6.237
Calzature e articoli in pelle	10	-3	30	-78	67	675	2.435
Medicinali	21	28	21	-47	95	509	2.725
Articoli medicali e ortopedici	11	6	4	-3	31	377	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-5	25	14	-47	47	255	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	2	-27	-4	-128	-45	362	365
Articoli di seconda mano	6	8	6	1	30	410	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	218	196	130	-2.227	673	12.482	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	329	299	271	-297	1.126	9.376	40.044
Minimercati (*)	3	5	-1	15	22	131	1.586
Supermercati (*)	17	32	13	10	72	339	2.241
Ipermercati (*)	0	2	0	1	3	12	171
Grandi magazzini (*)	5	10	-2	-4	9	77	244
Grandi superfici specializzate (*)	6	7	1	0	14	60	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	89	101	57	66	313	1.243	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008; (**) la variazione assoluta delle provincie non ha riguardato Fermo istituita provincia nel 2009; il confronto tra le provincie di cui parte del territorio è confluita nella nuova provincia di Fermo non è possibile.

**Tab. 1 · Lazio - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Viterbo	313	22	271	61,8	55,5	10,1
Rieti	158	9	137	61,0	56,6	7,1
Roma	4.086	344	3.448	67,3	62,6	7,0
Latina	541	27	459	59,6	54,5	8,5
Frosinone	496	18	428	56,8	51,5	9,3
LAZIO	5.594	421	4.744	65,1	60,2	7,5
Centro	11.737	917	10.061	66,9	62,8	6,1
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Viterbo	38.240	115	2,2	18,5	79,3
Rieti	15.208	59	5,3	27,6	67,0
Roma	434.665	1.698	1,0	15,0	84,0
Latina	57.744	202	7,8	29,5	62,7
Frosinone	45.490	172	1,3	35,8	62,9
LAZIO	591.347	2.246	1,8	18,4	79,7
Centro	1.278.910	4.857	2,4	26,6	71,0
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Lazio - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Viterbo	-1,1	3,0	-0,7	13.789	14.799	21.118	91,8	79,2	89,4
Rieti	0,8	3,6	-0,7	11.504	13.588	20.718	76,6	72,7	87,7
Roma	1,5	1,4	-0,1	19.346	24.114	30.133	128,8	129,0	127,6
Latina	1,8	3,8	-0,7	12.155	15.193	22.805	80,9	81,3	96,6
Frosinone	0,5	1,6	-0,7	13.691	16.064	21.952	91,2	86,0	93,0
LAZIO	1,3	1,7	-0,2	17.603	21.668	27.928	117,2	116,0	118,3
Centro	1,6	1,4	-0,8	16.502	20.551	26.249	109,9	110,0	111,2
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Lazio - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Viterbo	2,8	1,1	0,9	8.919	11.389	13.444	89,8	89,2	85,8
Rieti	2,5	1,0	2,1	8.918	11.270	13.394	89,7	88,2	85,4
Roma	3,1	1,3	-0,2	11.602	15.374	18.196	116,8	120,4	116,1
Latina	2,6	1,1	2,5	8.377	10.682	12.508	84,3	83,6	79,8
Frosinone	2,6	0,7	-0,1	7.407	9.448	11.492	74,5	74,0	73,3
LAZIO	2,4	0,5	-0,0	10.678	14.020	16.649	107,5	109,8	106,2
Centro	2,7	0,9	-0,0	10.678	13.858	16.665	107,5	108,5	106,3
ITALIA	3,0	1,2	0,1	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Viterbo	13.110	7.859	8.452	5.286	1.646	4.904	2.269	38.240
Rieti	3.985	3.903	3.159	2.018	833	2.023	1.305	15.208
Roma	15.655	98.532	123.939	67.404	26.239	134.845	35.455	434.665
Latina	12.023	13.529	16.042	9.077	3.569	11.498	1.083	57.744
Frosinone	6.540	12.063	12.884	8.007	2.452	7.741	3.810	45.490
LAZIO	51.313	135.886	164.476	91.792	34.739	161.011	43.922	591.347
Centro	150.595	344.683	330.810	180.650	73.133	305.698	73.991	1.278.910
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Viterbo	34,3	20,6	22,1	13,8	4,3	12,8	5,9	100,0
Rieti	26,2	25,7	20,8	13,3	5,5	13,3	8,6	100,0
Roma	3,6	22,7	28,5	15,5	6,0	31,0	8,2	100,0
Latina	20,8	23,4	27,8	15,7	6,2	19,9	1,9	100,0
Frosinone	14,4	26,5	28,3	17,6	5,4	17,0	8,4	100,0
LAZIO	8,7	23,0	27,8	15,5	5,9	27,2	7,4	100,0
Centro	11,8	27,0	25,9	14,1	5,7	23,9	5,8	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Lazio - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Viterbo	366	354	12	80	100	-20	242	284	-42	2.434	2.401	33
Rieti	104	161	-57	46	63	-17	131	165	-34	1.067	1.034	33
Roma	3.355	4.534	-1.179	834	1.306	-472	4.779	6.700	-1.921	29.806	23.595	6.211
Latina	620	756	-136	298	206	92	857	744	113	4.065	3.638	427
Frosinone	452	656	-204	132	186	-54	343	503	-160	2.988	3.367	-379
LAZIO	4.897	6.461	-1.564	1.390	1.861	-471	6.352	8.396	-2.044	40.360	34.035	6.325
Centro	10.644	13.188	-2.544	3.266	4.544	-1.278	12.757	17.411	-4.654	85.538	80.867	4.671
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Lazio - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosino- ne	LAZIO	Centro	ITALIA
Area alimentare	1.443	652	11.739	2.274	2.077	18.185	41.264	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	662	322	5.114	1.030	1.117	8.245	18.371	98.357
Specializzati	781	330	6.625	1.244	960	9.940	22.893	121.352
- Frutta e verdura	170	51	1.620	274	157	2.272	4.177	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	193	116	1.478	325	276	2.388	5.647	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	61	14	484	95	52	706	1.486	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	86	27	440	102	41	696	2.096	12.241
- Bevande	48	15	290	59	53	465	1.286	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	53	29	630	109	47	868	1.944	10.421
- Tabacchi	170	78	1.683	280	334	2.545	6.257	29.498
Area non alimentare	3.612	1.457	38.185	5.567	5.237	54.058	113.317	555.339
Non specializzati	188	63	2.158	241	290	2.940	5.344	25.086
Specializzati	3.424	1.394	36.027	5.326	4.947	51.118	107.973	530.253
- Carburanti	217	98	1.652	321	302	2.590	5.541	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	59	21	760	129	105	1.074	1.794	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	35	9	576	66	62	748	1.389	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	15	16	43	180	-	-	-
- Prodotti tessili	139	65	1.025	193	160	1.582	4.142	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	370	196	2.705	538	661	4.470	8.964	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	16	5	156	13	15	205	370	1.691
- Elettrodomestici	13	3	51	14	15	96	163	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	304	114	2.945	410	387	4.160	8.613	46.413
- Libri	37	9	531	66	32	675	1.454	6.078

continua a pag. 192

continua da pag. 191 (tab. 6)

	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosino- ne	LAZIO	Centro	ITALIA
- Giornali e articoli di cartoleria	226	71	2.673	325	336	3.631	7.991	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	1	29	4	1	36	66	283
- Articoli sportivi	110	45	879	161	103	1.298	3.199	14.947
- Giochi e giocattoli	42	10	461	78	62	653	1.320	6.977
- Articoli di abbigliamento	744	269	8.987	1.291	1.090	12.381	26.183	129.130
- Calzature e articoli in pelle	178	52	1.826	293	205	2.554	5.696	27.799
- Medicinali	91	83	1.049	153	174	1.550	3.565	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	24	7	345	60	55	491	1.005	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	144	47	1.627	228	168	2.214	4.532	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	149	80	1.498	213	287	2.227	4.929	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	124	55	1.481	199	203	2.062	4.081	19.389
- Articoli di seconda mano	40	10	366	26	26	468	1.234	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	360	144	4.390	545	498	5.937	11.699	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	5.055	2.109	49.924	7.841	7.314	72.243	154.581	775.048
Alimentare	248	62	2.524	630	388	3.852	7.234	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	445	83	2.578	575	763	4.444	14.416	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	22	11	217	19	49	318	715	3.974
Altri articoli	142	44	1.605	200	384	2.375	6.208	37.134
Prodotti non specificati	99	34	2.363	106	130	2.732	3.734	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	956	234	9.287	1.530	1.714	13.721	32.307	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	30	7	201	62	4	304	592	3.084
Vendita a domicilio	38	16	1.253	153	96	1.556	2.087	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	14	3	202	40	35	294	651	3.025
Commercio solo via Internet	31	15	558	63	36	703	1.407	5.720
Forme di vendita non specificate	20	19	889	14	58	1.000	1.387	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEG., BANCHI E MERC.	133	60	3.103	332	229	3.857	6.124	28.642
Minimercati (*)	18	4	152	64	14	252	755	5.302
Supermercati (*)	53	19	488	87	59	706	1.732	9.133
Ipermercati (*)	2	14	4	5	25	82	552	
Grandi magazzini (*)	4	5	111	47	0	167	426	1.352
Grandi specializzati (*)	2	3	44	5	2	56	209	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	79	31	809	207	80	1.206	3.204	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Lazio - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Viterbo	Rieti	Roma	Latina	Frosino- ne	LAZIO	Centro	ITALIA
Area alimentare	78	14	2.145	220	-36	2.421	2.579	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	95	157	2.460	514	-19	3.207	4.129	19.115
Esercizi specializzati	-17	-143	-315	-294	-17	-786	-1.550	-15.386
- Frutta e verdura	-13	-21	-171	-21	-25	-251	-794	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-12	-18	-287	-23	-76	-416	-922	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	2	7	74	-7	2	78	50	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	12	3	-18	-10	-21	-34	65	-1.024
- Bevande	13	2	13	12	26	66	313	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-56	-136	-296	-341	-28	-857	-1.515	-13.167
- Tabacchi	37	20	370	96	105	628	1.253	5.370
Area non alimentare	317	97	7.138	521	392	8.465	9.903	35.426
Carburanti	11	10	295	8	13	337	435	1.614
Prodotti tessili	57	43	497	60	58	715	1.383	7.645
Articoli di abbigliamento	44	-3	2.458	189	112	2.800	2.888	6.237
Calzature e articoli in pelle	10	-8	441	49	8	500	675	2.435
Medicinali	17	9	140	31	10	207	509	2.725
Articoli medicali e ortopedici	3	0	193	24	16	236	377	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-8	1	250	9	7	259	255	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	27	-3	513	-2	15	550	362	365
Articoli di seconda mano	8	3	139	6	5	161	410	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	395	111	9.283	741	356	10.886	12.482	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	234	75	4.421	263	340	5.333	9.376	40.044
Minimercati (*)	1	0	31	26	6	64	131	1.586
Supermercati (*)	20	5	42	17	27	111	339	2.241
Ipermercati (*)	0	0	0	1	4	5	12	171
Grandi magazzini (*)	2	0	-16	4	-8	-18	77	244
Grandi superfici specializzate (*)	0	3	14	2	2	21	60	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	40	12	192	88	39	371	1.243	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Abruzzo - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
L'Aquila	308	18	268	63,2	57,7	8,6
Teramo	308	19	264	64,0	60,6	5,3
Pescara	318	12	272	64,2	60,1	6,5
Chieti	395	16	343	61,5	57,7	6,0
ABRUZZO	1.329	65	1.146	63,1	59,0	6,6
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
L'Aquila	30.790	118	5,2	28,9	65,9
Teramo	35.907	124	4,7	34,3	60,9
Pescara	35.722	125	4,1	20,8	75,1
Chieti	47.607	151	3,9	35,8	60,3
ABRUZZO	150.026	518	4,4	30,3	65,3
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Abruzzo - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
L'Aquila	0,7	0,7	-1,9	13.569	15.777	19.950	90,4	84,4	84,5
Teramo	2,6	1,1	-1,6	12.179	15.341	19.282	81,1	82,1	81,7
Pescara	2,9	0,8	-1,7	12.240	15.674	19.135	81,5	83,9	81,0
Chieti	2,0	-0,1	-1,9	13.452	16.718	19.739	89,6	89,5	83,6
ABRUZZO	2,0	0,6	-1,8	12.911	15.939	19.538	86,0	85,3	82,7
Sud	1,6	1,4	-0,8	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Abruzzo - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
L'Aquila	1,1	0,5	-0,1	9.166	11.233	14.009	92,2	88,0	89,4
Teramo	1,2	0,5	0,8	8.971	10.959	13.186	90,3	85,8	84,1
Pescara	1,6	0,5	0,0	9.665	12.015	14.446	97,3	94,1	92,2
Chieti	1,1	0,3	-0,9	8.351	10.294	12.711	84,0	80,6	81,1
ABRUZZO	1,2	0,4	-0,1	8.989	11.069	13.536	90,5	86,7	86,4
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Abruzzo - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
L'Aquila	4.990	8.511	7.651	5.062	2.255	5.275	2.108	30.790
Teramo	6.739	10.695	8.088	4.821	2.097	6.091	2.197	35.907
Pescara	4.994	8.448	10.670	5.278	1.755	7.331	2.524	35.722
Chieti	15.958	10.447	9.915	5.893	2.087	6.895	2.305	47.607
ABRUZZO	32.681	38.101	36.324	21.054	8.194	25.592	9.134	150.026
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
L'Aquila	16,2	27,6	24,8	16,4	7,3	17,1	6,8	100,0
Teramo	18,8	29,8	22,5	13,4	5,8	17,0	6,1	100,0
Pescara	14,0	23,6	29,9	14,8	4,9	20,5	7,1	100,0
Chieti	33,5	21,9	20,8	12,4	4,4	14,5	4,8	100,0
ABRUZZO	21,8	25,4	24,2	14,0	5,5	17,1	6,1	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Abruzzo - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
L'Aquila	206	354	-148	97	124	-27	258	305	-47	2.141	1.852	289
Teramo	343	375	-32	117	141	-24	370	406	-36	2.500	2.566	-66
Pescara	382	371	11	89	121	-32	390	454	-64	2.497	2.254	243
Chieti	368	448	-80	128	132	-4	354	386	-32	2.745	2.919	-174
ABRUZZO	1.299	1.548	-249	431	518	-87	1.372	1.551	-179	9.883	9.591	292
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Abruzzo - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	ABRUZZO	Sud	ITALIA
Area alimentare	1.436	1.173	1.133	1.658	5.400	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	731	537	451	735	2.454	44.427	98.357
Specializzati	705	636	682	923	2.946	54.594	121.352
- Frutta e verdura	91	116	133	144	484	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	240	184	167	266	857	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	34	41	53	110	238	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	80	65	73	90	308	4.426	12.241
- Bevande	27	21	29	29	106	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	51	56	68	63	238	4.529	10.421
- Tabacchi	182	153	159	221	715	10.447	29.498
Area non alimentare	3.464	3.142	3.381	4.095	14.082	228.985	555.339
Non specializzati	133	138	121	177	569	11.153	25.086
Specializzati	3.331	3.004	3.260	3.918	13.513	217.832	530.253
- Carburanti	153	168	155	224	700	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrezz. per ufficio	55	35	47	72	209	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	29	33	49	45	156	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	1	69	180			
- Prodotti tessili	118	137	127	212	594	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	340	265	228	408	1.241	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	15	11	8	8	42	557	1.691
- Elettrodomestici	3	1	2	2	8	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	292	275	262	333	1.162	21.075	46.413
- Libri	41	33	37	36	147	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	211	226	206	229	872	13.213	37.385

continua a pag. 200

continua da pag. 199 (tab. 6)

	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	ABRUZZO	Sud	ITALIA
- Registrazioni musicali e video	2	2	2	2	8	85	283
- Articoli sportivi	109	83	90	107	389	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	49	38	33	47	167	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	798	745	913	979	3.435	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	163	164	180	212	719	11.018	27.799
- Medicinali	150	96	111	173	530	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	39	17	26	33	115	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	98	96	144	128	466	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	177	164	142	174	657	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	138	124	135	166	563	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	11	11	19	11	52	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	340	279	344	317	1.280	24.909	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	4.900	4.315	4.514	5.753	19.482	328.006	775.048
Alimentare	152	243	228	337	960	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	294	504	423	349	1.570	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	16	15	16	18	65	1.826	3.974
Altri articoli	123	249	395	227	994	19.306	37.134
Prodotti non specificati	107	140	111	109	467	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	692	1.151	1.173	1.040	4.056	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	5	13	22	23	63	842	3.084
Vendita a domicilio	16	29	48	30	123	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	7	19	18	24	68	909	3.025
Commercio solo via Internet	23	18	33	30	104	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	26	68	124	43	261	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	77	147	245	150	619	8.247	28.642
Minimercati (*)	38	31	35	48	152	2.109	5.302
Supermercati (*)	74	64	65	53	256	2.549	9.133
Ipermercati (*)	4	2	4	6	16	117	552
Grandi magazzini (*)	4	6	8	26	44	437	1.352
Grandi specializzati (*)	12	4	17	18	51	294	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	132	107	129	151	519	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Abruzzo - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	L'Aquila	Teramo	Pescara	Chieti	ABRUZZO	Sud	ITALIA
Area alimentare	5	36	49	103	193	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	-34	81	76	114	237	9.136	19.115
Esercizi specializzati	39	-45	-27	-11	-44	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	-27	-2	3	19	-7	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-14	-1	-15	-35	-65	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	3	-2	6	29	36	386	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	1	6	3	2	12	-550	-1.024
- Bevande	14	6	0	4	24	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	5	-86	-40	-92	-213	-7.149	-13.167
- Tabacchi	57	34	16	62	169	1.824	5.370
Area non alimentare	213	195	299	368	1.075	20.590	35.426
Carburanti	20	16	21	17	74	724	1.614
Prodotti tessili	58	55	49	99	261	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	58	40	88	49	235	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	12	12	15	24	63	1.365	2.435
Medicinali	20	11	13	22	66	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	10	0	10	19	39	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-5	-19	18	-20	-26	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	22	8	14	20	64	669	365
Articoli di seconda mano	4	2	6	2	14	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	218	231	348	471	1.268	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	199	296	302	174	971	18.480	40.044
Minimercati (*)	17	31	19	29	96	1.028	1.586
Supermercati (*)	15	7	11	-7	26	750	2.241
Ipermercati (*)	2	0	1	3	6	62	171
Grandi magazzini (*)	-3	3	6	12	18	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	-1	2	10	13	24	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	51	43	63	69	226	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Molise - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Isernia	89	2	78	60,6	55,5	8,3
Campobasso	232	5	200	59,3	53,6	9,4
MOLISE	321	7	278	59,6	54,1	9,1
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Isernia	8.784	33	4,2	30,0	65,9
Campobasso	26.949	82	9,3	28,8	61,9
MOLISE	35.733	114	7,9	29,1	63,0
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Molise - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Isernia	2,7	0,6	-1,8	10.099	13.163	17.290	67,3	70,4
Campobasso	1,6	0,9	-1,6	11.073	13.811	18.293	73,7	73,9	77,5
MOLISE	1,9	0,8	-1,7	10.802	13.629	18.015	71,9	72,9	76,3
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Molise - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Isernia	0,9	0,5	-1,0	8.128	10.065	12.753	81,8	78,8
Campobasso	1,2	0,4	-0,6	7.956	10.094	12.557	80,1	79,0	80,1
MOLISE	1,1	0,4	-0,7	8.004	10.086	12.611	80,5	79,0	80,4
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Molise - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Isernia	2.007	2.151	2.122	1.440	535	1.388	581	8.784
Campobasso	9.664	5.348	5.748	3.608	1.268	3.720	1.201	26.949
MOLISE	11.671	7.499	7.870	5.048	1.803	5.108	1.782	35.733
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Isernia	22,8	24,5	24,2	16,4	6,1	15,8	6,6	100,0
Campobasso	35,9	19,8	21,3	13,4	4,7	13,8	4,5	100,0
MOLISE	32,7	21,0	22,0	14,1	5,0	14,3	5,0	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Molise - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Isernia	80	111	-31	32	37	-5	84	96	-12	536	608	-72
Campobasso	198	248	-50	80	93	-13	193	218	-25	1.358	1.529	-171
MOLISE	278	359	-81	112	130	-18	277	314	-37	1.894	2.137	-243
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Molise - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Isernia	Campobasso	MOLISE	Sud	ITALIA
Area alimentare	528	1119	1.647	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	307	572	879	44.427	98.357
Specializzati	221	547	768	54.594	121.352
- Frutta e verdura	46	80	126	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	90	198	288	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	18	58	76	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	14	19	33	4.426	12.241
- Bevande	6	21	27	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	12	41	53	4.529	10.421
- Tabacchi	35	130	165	10.447	29.498
Area non alimentare	956	2469	3.425	228.985	555.339
Non specializzati	47	129	176	11.153	25.086
Specializzati	909	2340	3.249	217.832	530.253
- Carburanti	47	124	171	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrezz. per ufficio	19	36	55	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	7	23	30	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	69	180			
- Prodotti tessili	33	70	103	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	88	234	322	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	3	3	557	1.691	
- Elettrodomestici	2	2	4	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	95	194	289	21.075	46.413
- Libri	3	24	27	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	41	117	158	13.213	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	1	85	283	
- Articoli sportivi	29	52	81	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	10	31	41	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	214	509	723	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	34	120	154	11.018	27.799
- Medicinali	55	107	162	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	9	13	22	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	35	109	144	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	55	125	180	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	46	99	145	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	4	6	10	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	83	341	424	24.909	58.170

continua a pag. 205

continua da pag. 204 (tab. 6)

	Isernia	Campobasso	MOLISE	Sud	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	1484	3588	5072	328.006	775.048
Alimentare	42	160	202	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	122	179	301	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	11	10	21	1.826	3.974
Altri articoli	31	134	165	19.306	37.134
Prodotti non specificati	19	85	104	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	225	568	793	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	1	4	5	842	3.084
Vendita a domicilio	5	21	26	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	4	15	19	909	3.025
Commercio solo via Internet	9	12	21	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	2	30	32	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	21	82	103	8.247	28.642
Minimercati (*)	10	10	20	2.109	5.302
Supermercati (*)	10	32	42	2.549	9.133
Ipermercati (*)	3	3	117	552	
Grandi magazzini (*)	4	2	6	437	1.352
Grandi specializzati (*)	294	1.465			
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	24	47	71	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Molise - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Isernia	Campobasso	MOLISE	Sud	ITALIA
Area alimentare	1	-59	-58	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	14	-8	6	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-13	-51	-64	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	7	1	8	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-21	-25	-46	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	1	4	5	386	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-1	-12	-13	-550	-1.024
- Bevande	0	7	7	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	1	-33	-32	-7.149	-13.167
- Tabacchi	0	7	7	1.824	5.370
Area non alimentare	45	97	142	20.590	35.426
Carburanti	2	21	23	724	1.614
Prodotti tessili	7	17	24	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	11	-32	-21	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	3	11	14	1.365	2.435
Medicinali	8	5	13	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	2	-2	0	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-1	-15	-16	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-8	9	1	669	365
Articoli di seconda mano	1	2	3	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	46	38	84	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	72	168	240	18.480	40.044
Minimercati (*)	10	0	10	1.028	1.586
Supermercati (*)	-3	0	-3	750	2.241
Ipermercati (*)	0	2	2	62	171
Grandi magazzini (*)	-6	-1	-7	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	177	556			
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	1	11	12	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Campania - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Caserta	901	25	740	43,3	38,7	10,5
Benevento	289	4	247	54,4	48,8	10,0
Napoli	3.079	57	2.520	46,4	39,8	14,0
Avellino	439	9	375	57,5	51,9	9,7
Salerno	1.104	28	931	54,5	47,7	12,3
CAMPANIA	5.812	123	4.812	48,7	42,5	12,6
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Caserta	87.007	238	4,6	25,2	70,2
Benevento	34.973	93	13,2	23,2	63,6
Napoli	263.528	842	2,6	22,9	74,5
Avellino	45.464	151	4,3	31,8	63,9
Salerno	118.589	356	6,6	24,1	69,3
CAMPANIA	549.561	1.681	4,5	24,3	71,2
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Campania - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Caserta	2,1	1,7	-2,0	8.413	10.470	14.199	56,0	56,0	60,1
Benevento	0,8	0,6	-2,1	9.612	11.571	15.146	64,0	61,9	64,1
Napoli	2,3	-0,3	-1,6	9.369	11.893	14.540	62,4	63,6	61,6
Avellino	1,7	1,1	-2,0	9.519	11.957	15.990	63,4	64,0	67,7
Salerno	1,6	1,4	-1,9	9.482	11.703	15.973	63,1	62,6	67,6
CAMPANIA	2,0	0,5	-1,8	9.049	11.530	15.015	60,3	61,7	63,6
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Campania - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Caserta	1,7	0,2	0,9	7.167	8.914	10.772	72,1	69,8	68,7
Benevento	1,7	0,0	-0,7	7.041	9.047	11.364	70,9	70,8	72,5
Napoli	1,8	0,1	-1,6	7.277	9.199	11.541	73,2	72,0	73,6
Avellino	1,7	0,1	-0,1	7.352	9.433	11.688	74,0	73,9	74,6
Salerno	1,7	0,1	0,4	8.016	10.148	12.486	80,7	79,5	79,6
CAMPANIA	1,7	0,1	-0,7	7.394	9.345	11.604	74,4	73,2	74,0
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Campania - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Caserta	14.824	20.574	27.122	18.547	3.500	11.196	9.791	87.007
Benevento	13.645	6.092	6.900	4.292	1.361	4.072	2.903	34.973
Napoli	12.962	63.416	112.185	63.924	14.582	56.210	4.173	263.528
Avellino	12.564	10.305	10.890	7.002	1.825	6.054	3.826	45.464
Salerno	20.935	25.695	37.058	23.153	6.517	19.735	8.649	118.589
CAMPANIA	74.930	126.082	194.155	116.918	27.785	97.267	29.342	549.561
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Caserta	17,0	23,6	31,2	21,3	4,0	12,9	11,3	100,0
Benevento	39,0	17,4	19,7	12,3	3,9	11,6	8,3	100,0
Napoli	4,9	24,1	42,6	24,3	5,5	21,3	1,6	100,0
Avellino	27,6	22,7	24,0	15,4	4,0	13,3	8,4	100,0
Salerno	17,7	21,7	31,2	19,5	5,5	16,6	7,3	100,0
CAMPANIA	13,6	22,9	35,3	21,3	5,1	17,7	5,3	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Campania - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Caserta	1.238	1.474	-236	217	229	-12	573	686	-113	6.454	5.877	577
Benevento	225	335	-110	119	98	21	199	259	-60	2.274	2.670	-396
Napoli	4.223	4.029	194	952	617	335	3.972	2.962	1.010	17.043	14.874	2.169
Avellino	407	538	-131	98	102	-4	279	354	-75	2.771	2.770	1
Salerno	1.368	1.628	-260	352	396	-44	855	1.119	-264	7.845	6.964	881
CAMPANIA	7.461	8.004	-543	1.738	1.442	296	5.878	5.380	498	36.387	33.155	3.232
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Campania - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	CAMPANIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	4.710	1.302	16.462	2.178	6.540	31.192	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	2.137	627	6.873	1.022	3.066	13.725	44.427	98.357
Specializzati	2.573	675	9.589	1.156	3.474	17.467	54.594	121.352
- Frutta e verdura	423	80	1.688	184	672	3.047	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	968	284	3.177	454	1.250	6.133	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	186	56	978	91	335	1.646	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	165	25	692	48	213	1.143	4.426	12.241
- Bevande	124	16	475	26	85	726	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	243	66	1.170	99	276	1.854	4.529	10.421
- Tabacchi	464	148	1.409	254	643	2.918	10.447	29.498
Area non alimentare	9.911	3.015	37.206	4.512	13.964	68.608	228.985	555.339
Non specializzati	616	162	1.590	337	616	3.321	11.153	25.086
Specializzati	9.295	2.853	35.616	4.175	13.348	65.287	217.832	530.253
- Carburanti	439	147	1.045	219	468	2.318	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	174	64	637	93	294	1.262	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	98	33	504	47	172	854	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	3	12	1	9	25	69	180	
- Prodotti tessili	334	121	1.446	142	574	2.617	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	911	364	2.476	449	1.315	5.515	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	21	2	72	5	20	120	557	1.691
- Elettrodomestici	17	8	50	6	27	108	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	887	279	3.309	447	1.387	6.309	21.075	46.413

continua a pag. 211

continua da pag. 210 (tab. 6)

	Caserta					CAMPANIA					ITALIA					
	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	ITALIA
- Libri	55	25	341	36	100	557	1.979	6.078								
- Giornali e articoli di cartoleria	575	178	2.187	226	790	3.956	13.213	37.385								
- RegISTRAZIONI musicali e video	2	1	14	1	6	24	85	283								
- Articoli sportivi	210	66	747	77	277	1.377	5.489	14.947								
- Giochi e giocattoli	125	33	632	66	205	1.061	3.104	6.977								
- Articoli di abbigliamento	2.301	606	9.857	1.022	3.438	17.224	53.885	129.130								
- Calzature e articoli in pelle	478	134	2.090	214	659	3.575	11.018	27.799								
- Medicinali	233	109	953	175	410	1.880	7.104	19.357								
- Articoli medicali e ortopedici	104	34	372	40	131	681	2.350	5.331								
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	515	83	1.576	137	606	2.917	9.077	22.555								
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	396	144	1.242	199	556	2.537	8.779	23.006								
- Orologi e articoli di gioielleria	367	103	1.367	167	449	2.453	7.867	19.389								
- Articoli di seconda mano	38	10	228	15	71	362	915	4.283								
- Altri prodotti e prodotti non specificati	1.012	309	4.459	391	1.384	7.555	24.909	58.170								
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	14.621	4.317	53.668	6.690	20.504	99.800	328.006	775.048								
Alimentare	600	152	2.002	278	955	3.987	17.136	38.530								
Abbigliamento, tessuti e calzature	2.104	165	3.762	253	1.915	8.199	29.737	70.753								
Mobili e articoli di uso domestico	41	6	192	16	83	338	1.826	3.974								
Altri articoli	1.585	117	2.401	187	1.401	5.691	19.306	37.134								
Prodotti non specificati	503	58	1.247	169	331	2.308	7.764	16.655								
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	4.833	498	9.604	903	4.685	20.523	75.769	167.046								
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	14	1	88	9	60	172	842	3.084								

continua a pag. 212

continua da pag. 211 (tab. 6)

	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	CAMPANIA	Sud	ITALIA
Vendita a domicilio	41	11	324	33	82	491	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	49	12	96	21	39	217	909	3.025
Commercio solo via Internet	60	19	264	30	133	506	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	287	19	319	139	90	854	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	451	62	1.091	232	404	2.240	8.247	28.642
Minimercati (*)	6	15	220	53	92	386	2.109	5.302
Supermercati (*)	30	16	224	62	114	446	2.549	9.133
Ipermercati (*)	1	1	11	4	1	18	117	552
Grandi magazzini (*)	1	6	45	9	20	81	437	1.352
Grandi specializzati (*)	3	43	11	12	69	294	1.465	
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	41	38	543	139	239	1.000	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Campania - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	CAMPANIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	312	-46	-274	2	629	623	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	728	144	2.326	25	815	4.038	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-416	-190	-2.600	-23	-186	-3.415	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	40	-8	-169	15	-35	-157	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-75	-37	-430	-63	-6	-611	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	14	1	36	4	58	113	386	349

continua a pag. 213

continua da pag. 212 (tab. 7)

	CAMPANIA					ITALIA
	Caserta	Benevento	Napoli	Avellino	Salerno	
- Pane, torte, dolci e confetteria	-53	-4	-12	-18	-20	-1.024
- Bevande	-6	-3	-87	-2	20	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-429	-173	-2.223	-26	-323	-13.167
- Tabacchi	93	34	285	67	120	5.370
Area non alimentare	1.534	248	3.310	481	1.793	20.590
Carburanti	54	22	39	36	58	1.614
Prodotti tessili	132	58	656	38	229	3.685
Articoli di abbigliamento	347	55	548	67	273	3.834
Calzature e articoli in pelle	102	13	254	32	91	1.365
Medicinali	39	12	228	19	125	1.160
Articoli medicali e ortopedici	33	8	62	21	27	563
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-71	3	34	15	13	64
Libri, giornali e articoli di cartoleria	67	9	219	18	36	669
Articoli di seconda mano	-3	1	-4	2	32	149
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	1.846	202	3.036	483	2.422	21.642
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.777	48	2.417	259	1.936	18.480
Minimercati (*)	-8	-1	48	2	25	1.028
Supermercati (*)	-26	2	21	17	41	750
Ipermercati (*)	-1	1	6	2	-1	62
Grandi magazzini (*)	-4	1	19	4	2	114
Grandi superfici specializzate (*)	0	-	37	5	3	177
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	-25	19	303	81	137	3.212

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Puglia - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Foggia	682	15	569	47,7	42,1	11,5
Bari	1.600	29	1.344	55,5	49,7	10,3
Taranto	580	6	494	50,9	45,6	10,3
Brindisi	403	5	344	52,4	46,0	12,0
Lecce	812	13	694	53,7	45,6	15,0
PUGLIA	4.078	69	3.446	52,9	46,7	11,6
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Foggia	73.635	193	12,4	23,9	63,6
Bari	155.476	542	6,8	25,0	68,2
Taranto	47.149	179	11,2	27,0	61,7
Brindisi	37.532	125	11,3	27,0	61,7
Lecce	71.774	247	5,6	25,5	68,9
PUGLIA	385.566	1.287	8,5	25,4	66,1
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Puglia - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Foggia	2,2	-0,1	-1,4	8.830	11.171	13.915	58,8	59,8	58,9
Bari	2,8	-0,1	-1,5	10.948	14.014	16.650	72,9	75,0	70,5
Taranto	3,3	1,1	-1,6	8.628	11.570	15.700	57,5	61,9	66,5
Brindisi	1,3	0,4	-1,6	9.468	11.546	14.758	63,1	61,8	62,5
Lecce	1,9	1,6	-1,5	8.662	10.851	14.810	57,7	58,1	62,7
PUGLIA	2,5	0,4	-1,5	9.640	12.302	15.504	64,2	65,8	65,7
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Puglia - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Foggia	1,3	-0,1	-0,0	7.991	9.878	12.582	80,4	77,3	80,3
Bari	1,4	-0,0	-0,2	8.114	9.937	12.192	81,7	77,8	77,8
Taranto	1,3	-0,1	1,0	7.255	9.008	11.352	73,0	70,5	72,4
Brindisi	1,3	-0,1	-0,3	7.459	9.347	11.782	75,1	73,2	75,2
Lecce	1,2	-0,0	1,5	7.813	9.683	11.910	78,6	75,8	76,0
PUGLIA	1,3	-0,1	0,3	7.842	9.684	12.041	78,9	75,8	76,8
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Puglia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Foggia	27.556	12.794	17.327	11.437	2.933	7.908	5.117	73.635
Bari	30.011	36.796	46.361	26.505	5.723	25.309	11.276	155.476
Taranto	12.483	9.077	13.520	8.786	1.885	7.091	3.093	47.149
Brindisi	9.486	8.064	10.929	7.268	1.792	5.376	1.885	37.532
Lecce	10.800	18.948	22.250	15.006	3.549	10.413	5.814	71.774
PUGLIA	90.336	85.679	110.387	69.002	15.882	56.097	27.185	385.566
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Foggia	37,4	17,4	23,5	15,5	4,0	10,7	6,9	100,0
Bari	19,3	23,7	29,8	17,0	3,7	16,3	7,3	100,0
Taranto	26,5	19,3	28,7	18,6	4,0	15,0	6,6	100,0
Brindisi	25,3	21,5	29,1	19,4	4,8	14,3	5,0	100,0
Lecce	15,0	26,4	31,0	20,9	4,9	14,5	8,1	100,0
PUGLIA	23,4	22,2	28,6	17,9	4,1	14,5	7,1	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

**Tab. 5 · Puglia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Foggia	692	869	-177	194	208	-14	476	492	-16	4.383	4.486	-103
Bari	1.501	2.320	-819	358	434	-76	1.325	1.775	-450	9.416	11.252	-1.836
Taranto	474	859	-385	100	150	-50	394	540	-146	2.872	3.740	-868
Brindisi	400	605	-205	116	142	-26	287	386	-99	2.464	2.898	-434
Lecce	989	1.451	-462	230	391	-161	600	858	-258	5.421	7.043	-1.622
PUGLIA	4.056	6.104	-2.048	998	1.325	-327	3.082	4.051	-969	24.556	29.419	-4.863
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Puglia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	2.989	6.668	2.501	1.925	3.733	17.816	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.432	2.470	1.050	735	1.505	7.192	44.427	98.357
Specializzati	1.557	4.198	1.451	1.190	2.228	10.624	54.594	121.352
- Frutta e verdura	259	745	275	184	361	1.824	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	582	1.491	556	398	682	3.709	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	131	447	103	120	256	1.057	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	114	267	100	105	184	770	4.426	12.241
- Bevande	49	171	55	40	88	403	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	107	432	110	131	207	987	4.529	10.421
- Tabacchi	315	645	252	212	450	1.874	10.447	29.498
Area non alimentare	7.062	16.000	6.056	4.182	8.975	42.275	228.985	555.339
Non specializzati	368	733	324	229	373	2.027	11.153	25.086
Specializzati	6.694	15.267	5.732	3.953	8.602	40.248	217.832	530.253
- Carburanti	262	491	249	179	405	1.586	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	154	279	108	76	214	831	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	93	204	75	58	97	527	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	1	8	4	2	1	16	69	180
- Prodotti tessili	391	741	248	173	355	1.908	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	733	1.122	592	499	984	3.930	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	7	45	7	3	28	90	557	1.691
- Elettrodomestici	7	32	7	5	24	75	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	651	1549	538	375	740	3.853	21.075	46.413

continua a pag. 218

continua da pag. 217 (tab. 6)

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
- Libri	44	132	49	22	88	335	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	380	974	404	280	602	2.640	13.213	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	3	6	5	2	7	23	85	283
- Articoli sportivi	171	326	159	106	269	1.031	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	81	198	88	53	115	535	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	1556	4173	1349	937	1820	9.835	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	309	904	305	209	341	2.068	11.018	27.799
- Medicinali	212	420	154	114	253	1.153	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	70	195	64	41	103	473	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	273	775	237	155	401	1.841	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	224	459	219	146	437	1.485	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	242	502	210	114	261	1.329	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	19	78	26	23	28	174	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	811	1654	635	381	1029	4.510	24.909	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	10.051	22.668	8.557	6.107	12.708	60.091	328.006	775.048
Alimentare	578	1.903	483	460	1.021	4.445	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	594	2.216	433	682	1.076	5.001	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	30	189	34	76	106	435	1.826	3.974
Altri articoli	325	1.397	323	279	1.388	3.712	19.306	37.134
Prodotti non specificati	624	437	110	215	315	1.701	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	2.151	6.142	1.383	1.712	3.906	15.294	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	21	163	2	4	28	218	842	3.084

continua a pag. 219

continua da pag. 218 (tab. 6)

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
Vendita a domicilio	49	156	52	31	78	366	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	34	49	20	18	35	156	909	3.025
Commercio solo via Internet	35	109	42	19	74	279	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	251	211	88	83	78	711	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	390	688	204	155	293	1.730	8.247	28.642
Minimercati (*)	103	211	42	127	128	611	2.109	5.302
Supermercati (*)	68	185	42	96	116	507	2.549	9.133
Ipermercati (*)	3	11	2	3	5	24	117	552
Grandi magazzini (*)	2	7	14	40	1	64	437	1.352
Grandi specializzati (*)	9	25	3	12	8	57	294	1.465
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	185	439	103	278	258	1263	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 • Puglia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	59	630	123	115	41	968	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	241	829	377	245	254	1.946	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-182	-199	-254	-130	-213	-978	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	16	20	-45	-32	-24	-65	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-74	-40	-37	-27	-56	-234	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	28	68	14	4	0	114	386	349

continua a pag. 220

continua da pag. 219 (tab. 7)

	Foggia	Bari	Taranto	Brindisi	Lecce	PUGLIA	Sud	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	-22	0	14	15	-2	5	-550	-1.024
- Bevande	-12	12	12	5	20	37	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-146	-310	-247	-148	-211	-1.062	-7.149	-13.167
- Tabacchi	28	51	35	53	60	227	1.824	5.370
Area non alimentare	779	1.996	508	214	228	3.725	20.590	35.426
Carburanti	5	58	17	11	-11	80	724	1.614
Prodotti tessili	208	329	111	90	70	808	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	54	324	45	10	-80	353	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	10	166	34	41	46	297	1.365	2.435
Medicinali	28	67	24	16	27	162	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	29	54	11	4	14	112	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	16	52	-6	-2	-35	25	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	14	98	3	-2	-9	104	669	365
Articoli di seconda mano	-4	2	0	1	-4	-5	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	838	2.626	631	329	269	4.693	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	528	806	130	174	493	2.131	18.480	40.044
Minimercati (*)	62	16	15	104	44	241	1.028	1.586
Supermercati (*)	49	20	-8	61	39	161	750	2.241
Ipermercati (*)	3	6	-1	3	2	13	62	171
Grandi magazzini (*)	0	1	-2	34	-2	31	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	8	23	0	12	3	46	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	163	261	31	237	170	862	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

Tab. 1 · Basilicata - I fattori che determinano la crescita popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupazione
Potenza	387	5	333	56,2	50,1	10,8
Matera	204	5	174	55,1	48,7	11,5
BASILICATA	591	11	507	55,8	49,6	11,1
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Potenza	40.302	129	6,1	27,9	66,0
Matera	21.955	67	11,0	25,6	63,4
BASILICATA	62.257	196	7,8	27,1	65,1
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Basilicata - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Potenza	2,6	0,4	-2,5	10.247	13.321	17.542	68,2	71,3
Matera	4,2	-0,1	-2,4	9.517	13.424	16.675	63,4	71,8	70,6
BASILICATA	3,1	0,3	-2,4	9.997	13.356	17.243	66,6	71,5	73,0
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Basilicata - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
	Potenza	1,9	0,1	-1,3	6.917	8.704	10.763	69,6	68,2
Matera	2,4	0,0	-1,1	7.160	9.270	11.219	72,1	72,6	71,6
BASILICATA	2,1	0,1	-1,2	7.000	8.897	10.920	70,4	69,7	69,7
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Basilicata - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Potenza	12.295	9.198	9.438	6.104	1.830	5.815	1.726	40.302
Matera	8.156	4.301	4.889	3.071	804	2.661	1.144	21.955
BASILICATA	20.451	13.499	14.327	9.175	2.634	8.476	2.870	62.257
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Potenza	30,5	22,8	23,4	15,1	4,5	14,4	4,3	100,0
Matera	37,1	19,6	22,3	14,0	3,7	12,1	5,2	100,0
BASILICATA	32,8	21,7	23,0	14,7	4,2	13,6	4,6	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

**Tab. 5 · Basilicata - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009**

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Potenza	295	486	-191	93	108	-15	230	286	-56	2.008	2.119	-111
Matera	177	252	-75	45	67	-22	128	137	-9	1.213	1.257	-44
BASILICATA	472	738	-266	138	175	-37	358	423	-65	3.221	3.376	-155
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Basilicata - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Potenza	Matera	BASILICATA	Sud	ITALIA
Area alimentare	1.968	956	2.924	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.041	439	1.480	44.427	98.357
Specializzati	927	517	1.444	54.594	121.352
- Frutta e verdura	159	87	246	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	362	212	574	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	76	32	108	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	58	26	84	4.426	12.241
- Bevande	15	10	25	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	57	34	91	4.529	10.421
- Tabacchi	200	116	316	10.447	29.498
Area non alimentare	4.246	2.128	6.374	228.985	555.339
Non specializzati	260	99	359	11.153	25.086
Specializzati	3.986	2.029	6.015	217.832	530.253
- Carburanti	184	90	274	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	84	37	121	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	51	14	65	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	.	4	4	69	180
- Prodotti tessili	168	90	258	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	450	270	720	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	3	3	6	557	1.691
- Elettrodomestici	1	6	7	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	402	219	621	21.075	46.413
- Libri	37	15	52	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	223	136	359	13.213	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	.	1	1	85	283
- Articoli sportivi	82	46	128	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	57	30	87	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	933	475	1.408	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	211	102	313	11.018	27.799
- Medicinali	149	70	219	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	53	20	73	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	149	62	211	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	190	75	265	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	175	67	242	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	12	7	19	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	372	190	562	24.909	58.170

continua a pag. 224

continua da pag. 223 (tab. 6)

	Potenza	Matera	BASILICATA	Sud	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	6.214	3.084	9.298	328.006	775.048
Alimentare	297	157	454	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	191	182	373	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	15	7	22	1.826	3.974
Altri articoli	108	182	290	19.306	37.134
Prodotti non specificati	81	25	106	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	692	553	1.245	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	7	8	15	842	3.084
Vendita a domicilio	26	12	38	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	14	13	27	909	3.025
Commercio solo via Internet	21	10	31	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	53	7	60	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	121	50	171	8.247	28.642
Minimercati (*)	58	47	105	2.109	5.302
Supermercati (*)	45	25	70	2.549	9.133
Ipermercati (*)	1	2	3	117	552
Grandi magazzini (*)	4	1	5	437	1.352
Grandi specializzati (*)	2	2	294	1.465	
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	110	75	185	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Basilicata - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Potenza	Matera	BASILICATA	Sud	ITALIA
Area alimentare	14	129	143	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	31	111	142	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-17	18	1	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	13	12	25	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-41	-18	-59	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	7	5	12	386	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-9	9	0	-550	-1.024
- Bevande	-4	3	-1	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-19	-13	-32	-7.149	-13.167
- Tabacchi	36	20	56	1.824	5.370
Area non alimentare	165	159	324	20.590	35.426
Carburanti	35	3	38	724	1.614
Prodotti tessili	61	37	98	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	-44	9	-35	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	-12	4	-8	1.365	2.435
Medicinali	13	10	23	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	17	9	26	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	12	-1	11	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-18	9	-9	669	365
Articoli di seconda mano	4	5	9	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	179	288	467	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	48	95	143	18.480	40.044
Minimercati (*)	30	32	62	1.028	1.586
Supermercati (*)	8	9	17	750	2.241
Ipermercati (*)	1	1	2	62	171
Grandi magazzini (*)	3	-2	1	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	-	-	-	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	70	55	125	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Calabria - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Cosenza	733	17	629	51,4	45,7	11,1
Crotone	173	5	144	43,1	37,3	13,4
Catanzaro	368	10	314	53,9	46,3	13,9
Vibo Valentia	168	4	141	50,7	43,4	14,3
Reggio Calabria	567	19	478	48,4	42,9	11,2
CALABRIA	2.008	55	1.706	50,2	44,1	12,1
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Cosenza	65.254	226	9,6	16,2	74,1
Crotone	17.969	44	10,2	19,7	70,1
Catanzaro	32.487	115	6,0	19,5	74,5
Vibo Valentia	14.570	48	11,8	18,9	69,3
Reggio Calabria	49.368	162	9,6	19,7	70,7
CALABRIA	179.648	595	9,1	18,3	72,6
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Calabria - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Cosenza	2,5	0,8	-1,9	8.770	11.483	15.216	58,4	61,5	64,4
Crotone	2,9	1,0	-1,8	7.366	9.881	13.370	49,1	52,9	56,6
Catanzaro	1,9	0,4	-1,9	9.928	12.659	16.356	66,1	67,7	69,3
Vibo Valentia	1,6	0,9	-1,7	8.176	10.346	14.174	54,4	55,4	60,0
Reggio Calabria	1,1	0,1	-1,9	9.625	11.717	14.638	64,1	62,7	62,0
CALABRIA	1,9	0,5	-1,9	9.049	11.530	15.015	60,3	61,7	63,6
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Calabria - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Cosenza	1,8	0,0	-0,3	7.284	9.152	11.646	73,3	71,7	74,3
Crotone	1,8	0,1	-0,1	7.720	9.781	12.520	77,7	76,6	79,9
Catanzaro	1,8	0,0	-1,1	7.748	9.815	12.506	78,0	76,9	79,8
Vibo Valentia	1,6	0,0	-0,6	7.344	9.278	12.069	73,9	72,7	77,0
Reggio Calabria	1,9	0,1	-1,4	8.195	10.313	13.072	82,5	80,8	83,4
CALABRIA	1,8	0,1	-0,8	7.666	9.664	12.317	77,1	75,7	78,6
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

**Tab. 4 · Calabria - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009**

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Cosenza	12.484	14.793	19.290	12.414	3.762	9.277	5.648	65.254
Crotone	5.202	4.148	4.470	2.979	721	2.057	1.371	17.969
Catanzaro	4.587	7.218	11.365	7.542	1.640	4.935	2.742	32.487
Vibo Valentia	3.145	3.263	4.258	3.004	911	1.882	1.111	14.570
Reggio Calabria	7.966	10.956	17.469	11.291	1.773	7.351	3.853	49.368
CALABRIA	33.384	40.378	56.852	37.230	8.807	25.502	14.725	179.648
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Cosenza	19,1	22,7	29,6	19,0	5,8	14,2	8,7	100,0
Crotone	28,9	23,1	24,9	16,6	4,0	11,4	7,6	100,0
Catanzaro	14,1	22,2	35,0	23,2	5,0	15,2	8,4	100,0
Vibo Valentia	21,6	22,4	29,2	20,6	6,3	12,9	7,6	100,0
Reggio Calabria	16,1	22,2	35,4	22,9	3,6	14,9	7,8	100,0
CALABRIA	18,6	22,5	31,6	20,7	4,9	14,2	8,2	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Calabria - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Cosenza	709	879	-170	247	282	-35	512	583	-71	4.285	4.298	-13
Crotone	196	223	-27	63	75	-12	110	115	-5	1.381	1.381	0
Catanzaro	382	729	-347	124	121	3	245	390	-145	2.018	3.031	-1.013
Vibo Valentia	184	247	-63	81	62	19	109	127	-18	1.022	1.040	-18
Reggio Calabria	595	912	-317	134	154	-20	378	511	-133	3.188	3.355	-167
CALABRIA	2.066	2.990	-924	649	694	-45	1.354	1.726	-372	11.894	13.105	-1.211
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Calabria - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Cosenza			Crotone			Catanzaro			Vibo Valentia			Reggio Calabria			CALABRIA			ITALIA					
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo			
Area alimentare			3.267			866			1.796			896			2.998			9.823			99.021			219.709
- Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)			1.763			401			852			472			1.474			4.962			44.427			98.357
Specializzati			1.504			465			944			424			1.524			4.861			54.594			121.352
- Frutta e verdura			329			102			209			74			229			943			8.985			20.585
- Carni e di prodotti a base di carne			571			163			302			165			556			1.757			18.835			34.683
- Pesci, crostacei e molluschi			118			25			57			35			171			406			5.408			8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria			84			34			127			31			148			424			4.426			12.241
- Bevande			25			12			9			9			31			86			1.964			5.548

continua da pag. 228 (tab. 6)

	Cosenza				Reggio Calabria				ITALIA		
	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria	Sud	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria	CALABRIA	Sud	ITALIA	
- Altri esercizi specializzati alimentari	79	37	65	4.529	75	25	65	281	4.529	10.421	
- Tabacchi	298	92	324	10.447	165	85	324	964	10.447	29.498	
Area non alimentare	8.084	1.923	7.033	228.985	4.414	1.899	7.033	23.353	228.985	555.339	
Non specializzati	449	83	389	11.153	293	150	389	1.364	11.153	25.086	
Specializzati	7.635	1.840	6.644	217.832	4.121	1.749	6.644	21.989	217.832	530.253	
- Carburanti	276	67	245	8.862	172	66	245	826	8.862	24.739	
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	176	29	120	3.935	82	33	120	440	3.935	8.270	
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	77	23	93	2.676	78	22	93	293	2.676	6.216	
- Apparecchiature audio e video	2	2	69		2	6	69	180			
- Prodotti tessili	305	85	275	9.322	144	60	275	869	9.322	22.419	
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	897	219	790	21.243	433	256	790	2.595	21.243	44.910	
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	13	4	16	557	14	1	16	48	557	1.691	
- Elettrodomestici	6	1	10	319	6	1	10	24	319	725	
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	732	189	578	21.075	468	221	578	2.188	21.075	46.413	
- Libri	64	8	51	1.979	38	12	51	173	1.979	6.078	
- Giornali e articoli di cartoleria	449	90	405	13.213	244	74	405	1.262	13.213	37.385	
- RegISTRAZIONI musicali e video	1	1	283		2	85	283				
- Articoli sportivi	179	57	196	5.489	92	39	196	563	5.489	14.947	
- Giochi e giocattoli	105	16	81	3.104	41	17	81	260	3.104	6.977	
- Articoli di abbigliamento	1.881	416	1.542	53.885	966	370	1.542	5.175	53.885	129.130	
- Calzature e articoli in pelle	397	98	347	11.018	178	70	347	1.090	11.018	27.799	
- Medicinali	343	62	237	7.104	169	80	237	891	7.104	19.357	

continua a pag. 230

continua da pag. 229 (tab. 6)

	Cosenza					Reggio Calabria			ITALIA		
	Crotone	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria		CALABRIA	Sud		CALABRIA	Sud	ITALIA
- Articoli medicali e ortopedici	78	45	31	93		273	2.350		273	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	319	176	59	261		879	9.077		879	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	344	189	103	357		1.075	8.779		1.075	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	255	165	67	225		777	7.867		777	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	22	9	4	22		67	915		67	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	714	412	162	698		2.213	24.909		2.213	24.909	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	11.351	6.210	2.795	10.031		33.176	328.006		33.176	328.006	775.048
Alimentare	486	212	178	410		1.444	17.136		1.444	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	853	1.357	133	1.416		3.987	29.737		3.987	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	73	25	10	41		157	1.826		157	1.826	3.974
Altri articoli	532	299	51	659		1.652	19.306		1.652	19.306	37.134
Prodotti non specificati	260	282	94	154		882	7.764		882	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	2.204	2.175	466	2.680		8.122	75.769		8.122	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	30	15	3	12		61	842		61	842	3.084
Vendita a domicilio	54	36	3	36		150	1.807		150	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	25	18	4	20		77	909		77	909	3.025
Commercio solo via Internet	31	21	8	35		105	1.492		105	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	42	239	236	58		610	3.197		610	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	182	329	254	161		1.003	8.247		1.003	8.247	28.642
Minimercati (*)	53	3	9	77		184	2.109		184	2.109	5.302
Supermercati (*)	102	16	6	81		243	2.549		243	2.549	9.133

continua a pag. 231

continua da pag. 230 (tab. 6)

	Cosenza	Grotone	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria	CALABRIA	Sud	ITALIA
Ipermercati (*)	7	1	1	4	13	117	552	
Grandi magazzini (*)	20	11	4	1	40	76	437	1.352
Grandi specializzati (*)	10	1	1	8	20	294	1.465	
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	192	93	24	17	210	536	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Calabria - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Cosenza	Grotone	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria	CALABRIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	-262	23	-53	-35	-158	-485	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	-131	23	99	3	172	166	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-131	0	-152	-38	-330	-651	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	-52	-1	-64	-16	-18	-151	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-90	-7	-46	-23	-103	-269	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	4	-1	-15	-1	13	0	386	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	-17	4	-10	-10	-26	-59	-550	-1.024
- Bevande	0	-1	-12	3	-36	-46	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-54	-9	-43	-10	-252	-368	-7.149	-13.167
- Tabacchi	78	15	38	19	92	242	1.824	5.370
Area non alimentare	461	232	180	33	405	1.311	20.590	35.426
Carburanti	31	10	15	19	22	97	724	1.614

continua a pag. 232

continua da pag. 231 (tab. 7)

	Cosenza	Crotone	Catanzaro	Vibo Valentia	Reggio Calabria	CALABRIA	Sud	ITALIA
Prodotti tessili	73	49	67	16	102	307	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	96	14	-47	-31	14	46	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	6	29	9	0	25	69	1.365	2.435
Medicinali	87	-1	33	2	30	151	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	26	14	17	15	18	90	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	30	18	0	11	-1	58	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	5	5	19	-14	-15	0	669	365
Articoli di seconda mano	2	6	-3	0	9	14	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	199	255	127	-2	247	826	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	419	164	439	53	1.237	2.312	18.480	40.044
Minimercati (*)	20	42	-1	0	46	107	1.028	1.586
Supermercati (*)	26	20	0	-6	28	68	750	2.241
Ipermercati (*)	3	1	0	0	4	8	62	171
Grandi magazzini (+)	5	5	-6	0	7	11	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	4	1	0	0	4	9	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	91	69	-3	3	120	280	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Sicilia - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Trapani	436	9	368	52,1	46,5	10,7
Palermo	1.244	23	1.038	52,1	43,1	17,1
Messina	654	17	563	53,1	45,9	13,6
Agrigento	455	8	383	51,1	42,4	16,8
Caltanissetta	272	4	226	47,9	40,8	14,5
Enna	174	2	147	52,0	43,6	16,0
Catania	1.083	19	900	48,8	43,0	12,0
Ragusa	313	15	261	56,8	52,0	8,4
Siracusa	402	9	339	48,4	42,7	11,6
SICILIA	5.034	106	4.227	51,2	44,1	13,8
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Trapani	49.673	133	10,4	19,6	70,0
Palermo	98.684	360	4,1	16,1	79,8
Messina	61.666	201	6,5	21,6	71,9
Agrigento	44.356	127	11,1	19,7	69,3
Caltanissetta	26.509	74	6,6	25,0	68,4
Enna	15.949	49	7,8	25,9	66,4
Catania	103.515	313	6,4	19,4	74,1
Ragusa	34.265	108	19,6	16,0	64,4
Siracusa	36.243	116	4,3	23,2	72,5
SICILIA	470.860	1.480	7,5	19,5	73,0
Sud	2.004.784	6.482	6,7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	3,8	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Sicilia - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Trapani	2,1	0,2	-1,6	9.023	11.507	14.188	60,1	61,6	60,1
Palermo	1,4	1,3	-1,7	9.367	11.462	15.748	62,4	61,3	66,7
Messina	2,0	0,4	-1,7	10.030	12.485	16.080	66,8	66,8	68,1
Agrigento	-0,1	1,4	-1,7	8.002	9.485	13.054	53,3	50,8	55,3
Caltanissetta	1,1	1,3	-1,7	9.194	11.269	15.647	61,2	60,3	66,3
Enna	2,2	1,4	-0,9	7.484	9.880	14.080	49,8	52,9	59,6
Catania	1,8	-0,0	-1,7	9.852	12.293	14.788	65,6	65,8	62,6
Ragusa	3,0	1,0	-1,7	9.607	12.674	16.054	64,0	67,8	68,0
Siracusa	-0,3	-0,2	-1,7	11.608	13.264	16.075	77,3	71,0	68,1
SICILIA	1,5	0,7	-1,7	9.512	11.746	15.188	63,3	62,9	64,3
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Sicilia - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Trapani	2,1	0,5	-1,5	7.905	9.942	12.609	79,6	77,8	80,4
Palermo	2,2	0,5	-1,2	8.265	10.381	13.416	83,2	81,3	85,6
Messina	2,3	0,4	-1,8	9.053	11.308	14.742	91,1	88,5	94,0
Agrigento	2,0	0,5	-1,2	6.701	8.676	11.202	67,4	67,9	71,5
Caltanissetta	2,0	0,4	-1,0	7.106	8.991	11.704	71,5	70,4	74,7
Enna	1,9	0,3	-0,1	6.388	8.181	10.773	64,3	64,1	68,7
Catania	2,3	0,4	-1,9	7.743	9.758	12.263	77,9	76,4	78,2
Ragusa	2,2	0,6	-0,7	7.805	9.749	12.072	78,5	76,3	77,0
Siracusa	2,0	0,5	-2,5	7.905	10.000	12.820	79,6	78,3	81,8
SICILIA	2,2	0,5	-1,5	7.890	9.955	12.755	79,4	78,0	81,4
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Sicilia - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Trapani	16.760	9.259	12.287	7.616	1.608	6.163	3.596	49.673
Palermo	13.215	19.437	33.843	21.344	3.153	16.556	12.480	98.684
Messina	7.188	15.634	20.050	13.550	2.872	10.455	5.467	61.666
Agrigento	14.469	7.575	11.782	7.931	1.607	4.793	4.130	44.356
Caltanissetta	6.177	5.410	7.958	5.421	872	3.523	2.569	26.509
Enna	5.841	3.187	3.627	2.466	528	1.888	878	15.949
Catania	17.672	21.606	33.847	18.888	2.761	15.908	11.721	103.515
Ragusa	10.151	6.876	8.808	5.201	1.083	4.629	2.718	34.265
Siracusa	8.047	7.685	9.314	6.091	1.344	5.596	4.257	36.243
SICILIA	99.520	96.669	141.516	88.508	15.828	69.511	47.816	470.860
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Trapani	33,7	18,6	24,7	15,3	3,2	12,4	7,2	100,0
Palermo	13,4	19,7	34,3	21,6	3,2	16,8	12,6	100,0
Messina	11,7	25,4	32,5	22,0	4,7	17,0	8,9	100,0
Agrigento	32,6	17,1	26,6	17,9	3,6	10,8	9,3	100,0
Caltanissetta	23,3	20,4	30,0	20,4	3,3	13,3	9,7	100,0
Enna	36,6	20,0	22,7	15,5	3,3	11,8	5,5	100,0
Catania	17,1	20,9	32,7	18,2	2,7	15,4	11,3	100,0
Ragusa	29,6	20,1	25,7	15,2	3,2	13,5	7,9	100,0
Siracusa	22,2	21,2	25,7	16,8	3,7	15,4	11,7	100,0
SICILIA	21,1	20,5	30,1	18,8	3,4	14,8	10,2	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Sicilia - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Trapani	312	592	-280	55	129	-74	276	392	-116	2.531	3.383	-852
Palermo	1.086	1.180	-94	71	156	-85	649	724	-75	5.443	4.686	757
Messina	621	2.125	-1.504	117	290	-173	405	1.238	-833	3.145	7.365	-4.220
Agrigento	443	669	-226	103	113	-10	256	282	-26	2.215	3.321	-1.106
Caltanissetta	294	350	-56	35	48	-13	151	197	-46	1.531	1.628	-97
Enna	142	260	-118	39	46	-7	94	143	-49	846	988	-142
Catania	1.002	1.257	-255	60	138	-78	502	845	-343	6.245	5.721	524
Ragusa	202	282	-80	33	51	-18	200	188	12	1.954	1.667	287
Siracusa	370	590	-220	87	101	-14	298	309	-11	2.225	2.439	-214
SICILIA	4.472	7.305	-2.833	600	1.072	-472	2.831	4.318	-1.487	26.135	31.198	-5.063
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Sicilia - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009
numero

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	2.039	5.252	3.291	1.885	1.241	726	3.899	1.292	1.498	21.123	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	965	2.298	1.408	954	580	369	1.719	591	643	9.527	44.427	98.357
Specializzati	1.074	2.954	1.883	931	661	357	2.180	701	855	11.596	54.594	121.352
- Frutta e verdura	143	400	212	106	84	36	346	113	96	1.536	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	316	988	676	348	224	122	675	255	303	3.907	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	137	248	204	95	47	23	234	56	101	1.145	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	126	421	195	89	59	59	158	41	55	1.203	4.426	12.241
- Bevande	29	70	50	21	38	11	58	39	36	352	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	66	202	133	87	51	9	196	44	59	847	4.529	10.421
- Tabacchi	257	625	413	185	158	97	513	153	205	2.606	10.447	29.498
Area non alimentare	4.813	12.670	7.080	4.986	2.880	1.716	11.137	3.452	3.943	52.677	228.985	555.339
Non specializzati	264	525	408	237	160	134	428	146	184	2.486	11.153	25.086
Specializzati	4.549	12.145	6.672	4.749	2.720	1.582	10.709	3.306	3.759	50.191	217.832	530.253
- Carburanti	241	519	302	171	107	76	521	167	205	2.309	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	72	196	100	87	36	21	166	65	56	799	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	50	192	44	53	21	12	137	41	62	612	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	3	2	2	1	8	69	180					
- Prodotti tessili	222	493	389	218	171	79	446	141	195	2.354	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	451	939	571	612	308	224	1.135	338	361	4.939	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	12	42	19	36	8	6	61	12	9	205	557	1.691
- Elettrodomestici	3	11	21	5	4	6	13	6	1	70	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	442	1.206	652	475	309	194	1.157	326	330	5.091	21.075	46.413

continua a pag. 238

continua da pag. 237 (tab. 6)

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
- Libri	32	145	47	39	18	18	120	37	36	492	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	239	712	359	216	132	70	646	195	201	2.770	13.213	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	2	6	5	1	5	19	85	283				
- Articoli sportivi	140	268	188	115	58	33	247	102	133	1.284	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	84	181	108	65	34	21	172	54	73	792	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	1.117	3.147	1.625	1.158	670	337	2.368	831	889	12.142	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	238	559	314	215	121	57	431	159	203	2.297	11.018	27.799
- Medicinali	152	369	275	150	92	57	360	77	120	1.652	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	36	139	134	51	20	18	97	34	28	557	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	156	494	232	155	101	66	468	117	173	1.962	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	168	411	305	153	91	71	405	117	147	1.868	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	149	420	191	162	97	62	414	130	110	1.735	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	10	52	22	6	6	3	47	8	13	167	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	533	1.644	766	606	316	149	1.291	348	414	6.067	24.909	58.170
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	6.852	17.922	10.371	6.871	4.121	2.442	15.036	4.744	5.441	73.800	328.006	775.048
Alimentare	361	612	705	539	423	156	953	358	385	4.492	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	517	1.442	1.177	762	504	101	1.999	459	369	7.330	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	52	136	184	103	17	6	128	14	33	673	1.826	3.974
Altri articoli	282	1.905	487	575	173	36	1.084	274	179	4.995	19.306	37.134
Prodotti non specificati	169	414	70	177	205	60	714	57	35	1.901	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.381	4.509	2.623	2.156	1.322	359	4.878	1.162	1.001	19.391	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	13	52	87	8	7	2	61	3	7	240	842	3.084

continua a pag. 239

continua da pag. 238 (tab. 6)

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
Vendita a domicilio	36	127	123	17	21	2	79	19	29	453	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	25	64	25	14	14	10	62	27	16	257	909	3.025
Commercio solo via Internet	36	79	52	17	13	8	74	16	32	327	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	41	102	9	80	181	18	113	24	20	588	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	151	424	296	136	236	40	389	89	104	1.865	8.247	28.642
Minimercati (*)	66	58	74	82	12	22	27	30	51	422	2.109	5.302
Supermercati (*)	91	125	92	74	27	36	114	47	75	681	2.549	9.133
Ipermercati (*)	6	3	2	1	8	1	1	22	117	552		
Grandi magazzini (*)	12	28	31	8	1	5	10	3	17	115	437	1.352
Grandi specializzati (*)	7	15	10	6	15	5	58	294	1.465			
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	176	232	210	172	40	64	174	81	149	1.298	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Sicilia - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
Area alimentare	-27	-82	32	11	-46	-66	-22	51	26	-123	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	232	759	220	42	199	4	658	55	221	2.390	9.136	19.115
Esercizi specializzati	-259	-841	-188	-31	-245	-70	-680	-4	-195	-2.513	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	11	-40	-25	1	-11	3	-10	7	7	-57	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-69	-86	-98	-61	-44	-37	-103	-20	-38	-556	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	17	28	10	15	-7	0	-19	8	25	77	386	349

continua a pag. 240

continua da pag. 239 (tab. 7)

	Trapani	Palermo	Messina	Agrigento	Caltanissetta	Enna	Catania	Ragusa	Siracusa	SICILIA	Sud	ITALIA
- Pane, torte, dolci e confetteria	-25	-156	-72	-27	-25	-51	-56	-8	-28	-448	-550	-1.024
- Bevande	-2	17	-20	6	2	5	21	15	-7	37	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	-237	-707	-54	-14	-165	-1	-587	-30	-179	-1.974	-7.149	-13.167
- Tabacchi	46	103	71	49	5	11	74	24	25	408	1.824	5.370
Area non alimentare	248	1.436	502	310	-35	99	1.119	425	461	4.565	20.590	35.426
Carburanti	7	86	15	4	2	0	13	3	15	145	724	1.614
Prodotti tessili	30	223	103	98	55	-9	221	45	89	855	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	162	401	355	119	-52	4	213	135	119	1.456	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	10	105	19	51	5	6	119	29	25	369	1.365	2.435
Medicinali	22	54	31	21	8	4	75	7	20	242	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	11	52	-53	9	7	4	21	8	14	73	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	-10	-53	-19	-35	-14	11	23	7	17	-73	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	-25	80	-7	-19	-10	-1	66	28	13	125	669	365
Articoli di seconda mano	1	16	11	1	1	3	26	3	8	70	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	221	1.354	534	321	-81	33	1.097	476	487	4.442	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	364	1.838	664	499	227	16	978	222	104	4.912	18.480	40.044
Minimercati (*)	35	20	56	82	-1	5	17	30	20	264	1.028	1.586
Supermercati (*)	74	54	34	53	1	8	4	6	8	242	750	2.241
Ipermercati (*)	0	3	3	2	0	1	5	0	1	15	62	171
Grandi magazzini (*)	8	16	-4	7	-2	1	-1	-4	8	29	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	7	-1	9	5	-1	0	7	0	3	29	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	271	857	406	255	150	88	766	232	237	737	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008

**Tab. 1 · Sardegna - I fattori che determinano la crescita
popolazione e offerta di lavoro (anno 2008)**

	Popolazione residente (migliaia)	Popolazione straniera (migliaia)	Popolazione 15 anni ed oltre (migliaia)	Tasso di attività (15-64 anni)	Tasso di occupazione (15-64 anni)	Tasso di disoccupa- zione
Sassari	336	5	291	56,3	46,7	16,9
Nuoro	162	2	139	59,5	51,6	13,0
Oristano	559	2	147	58,0	51,3	11,4
Cagliari	168	9	486	62,7	55,5	11,3
Olbia-Tempio	153	7	131	66,7	60,7	8,9
Ogliastra	58	1	50	57,9	50,8	12,1
Medio Campidano	103	1	91	54,4	48,0	11,7
Carbonia-Iglesias	131	1	116	56,6	51,0	10,0
SARDEGNA	1.668	27	1.451	59,9	52,5	12,2
Sud	20.842	463	17.574	52,4	46,1	12,0
ITALIA	59.832	3.662	50.956	63,0	58,7	6,7

imprese e occupazione (anno 2008)

	Imprese registrate (*)	Occupati (migliaia)	Occupati, composizione % per settore		
			Agricoltura	Industria	Servizi
Sassari	54.614	109	5	18,9	76,1
Nuoro	29.894	57	9	27,9	62,9
Oristano	15.179	59	12	17,5	70,7
Cagliari	71.446	221	4	16,1	80,2
Olbia-Tempio	n.d.	65	5	26,3	69,2
Ogliastra	n.d.	20	9	24,6	66,8
Medio Campidano	n.d.	34	13	28,0	59,4
Carbonia-Iglesias	n.d.	47	7	30,7	62,3
SARDEGNA	171.133	611	6	21,0	72,8
Sud	2.004.784	6.482	7	23,2	70,1
ITALIA	6.085.105	23.405	4	29,7	66,5

(*) 2009

Tab. 2 · Sardegna - Valore aggiunto ai prezzi base

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Sassari	2,3	0,8	-1,6	11.210	14.564	18.327	74,7	77,9	77,6
Nuoro	1,5	1,5	-1,7	9.441	11.931	17.090	62,9	63,8	72,4
Oristano	1,9	1,8	-1,9	8.601	11.087	16.084	57,3	59,3	68,1
Cagliari	1,1	0,1	-1,7	12.026	14.736	18.314	80,1	78,9	77,6
SARDEGNA	1,6	0,6	-1,7	11.084	13.927	17.932	73,8	74,5	75,9
Sud	2,0	0,5	-1,7	9.788	12.296	15.735	65,2	65,8	66,6
ITALIA	1,8	0,9	-0,9	15.016	18.686	23.615	100,0	100,0	100,0

Tab. 3 · Sardegna - Consumi delle famiglie

	var. % media annua in termini reali			livello per abitante - valori a prezzi correnti (in euro)			divari territoriali - Italia=100		
	1996-00	2001-08	2009-11	1995	2000	2008	1995	2000	2008
Sassari	3,1	0,2	0,1	9.514	12.310	14.403	95,7	96,4	91,9
Nuoro	2,9	0,1	0,1	8.435	10.913	13.687	84,9	85,5	87,3
Oristano	3,0	0,0	0,3	6.957	9.055	11.155	70,0	70,9	71,2
Cagliari	2,9	0,2	-1,3	8.037	10.339	12.619	80,9	81,0	80,5
SARDEGNA	3,0	0,2	-0,5	8.393	10.840	13.135	84,5	84,9	83,8
Sud	1,8	0,2	-0,7	7.804	9.814	12.278	78,5	76,8	78,3
ITALIA	2,4	0,5	-0,0	9.937	12.771	15.676	100,0	100,0	100,0

Tab. 4 · Sardegna - Imprese registrate per settore di attività economica
anno 2009

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Sassari	10.110	14.952	13.901	9.024	3.979	9.305	2.367	54.614
Nuoro	8961	7023	6602	4782	1878	3346	2084	29894
Oristano	4.974	3.169	3.657	2.324	744	1.871	764	15.179
Cagliari	12.691	15.715	19.848	12.223	3.220	12.743	7.229	71.446
SARDEGNA	36.736	40.859	44.008	28.353	9.821	27.265	12.444	171.133
Sud	399.709	448.766	605.439	375.288	90.754	314.818	145.298	2.004.784
ITALIA	891.850	1.608.544	1.573.976	867.881	322.190	1.332.338	356.207	6.085.105

composizione %

	Agricoltura	Industria	Commercio	di cui dettaglio	Alberghi e pubbl. es.	Servizi	Non Class.	Totale
Sassari	18,5	27,4	25,5	16,5	7,3	17,0	4,3	100,0
Nuoro	30,0	23,5	22,1	16,0	6,3	11,2	7,0	100,0
Oristano	32,8	20,9	24,1	15,3	4,9	12,3	5,0	100,0
Cagliari	17,8	22,0	27,8	17,1	4,5	17,8	10,1	100,0
SARDEGNA	21,5	23,9	25,7	16,6	5,7	15,9	7,3	100,0
Sud	19,9	22,4	30,2	18,7	4,5	15,7	7,2	100,0
ITALIA	14,7	26,4	25,9	14,3	5,3	21,9	5,9	100,0

Tab. 5 · Sardegna - Nati-mortalità delle imprese del terziario
anno 2009

	Commercio al dettaglio			Alberghi e pubblici esercizi			Servizi			Totale		
	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo	Iscritte	Cessate	Saldo
Sassari	470	629	-159	178	245	-67	418	593	-175	3.053	3.283	-230
Nuoro	260	313	-53	111	123	-12	154	195	-41	1.508	1.646	-138
Oristano	131	208	-77	41	68	-27	91	123	-32	705	1.117	-412
Cagliari	623	1173	-550	142	229	-87	630	851	-221	4.193	5.381	-1.188
SARDEGNA	1.484	2.323	-839	472	665	-193	1.293	1.762	-469	9.459	11.427	-1.968
Sud	21.588	29.371	-7.783	5.138	6.021	-883	16.445	19.525	-3.080	123.429	133.408	-9.979
ITALIA	50.988	67.176	-16.188	17.227	22.338	-5.111	60.363	81.205	-20.842	385.512	406.751	-21.239

Tab. 6 · Sardegna - Gli esercizi della distribuzione commerciale - 30 giugno 2009

	numero				SARDEGNA	Sud	ITALIA
	Sassari	Nuoro	Oristano	Cagliari			
Area alimentare	2.789	1.629	857	3.821	9.096	99.021	219.709
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	1.248	893	431	1.636	4.208	44.427	98.357
Specializzati	1.541	736	426	2.185	4.888	54.594	121.352
- Frutta e verdura	281	91	54	353	779	8.985	20.585
- Carni e di prodotti a base di carne	387	302	164	757	1.610	18.835	34.683
- Pesci, crostacei e molluschi	238	90	60	344	732	5.408	8.376
- Pane, torte, dolci e confetteria	191	64	23	183	461	4.426	12.241
- Bevande	83	32	17	107	239	1.964	5.548
- Altri esercizi specializzati alimentari	69	35	14	60	178	4.529	10.421
- Tabacchi	292	122	94	381	889	10.447	29.498
Area non alimentare	6.037	3.162	1.604	7.388	18.191	228.985	555.339
Non specializzati	205	150	104	392	851	11.153	25.086
Specializzati	5.832	3.012	1.500	6.996	17.340	217.832	530.253
- Carburanti	195	112	74	297	678	8.862	24.739
- PC, unità periferiche, SW e attrez. per ufficio	62	47	20	89	218	3.935	8.270
- Apparecchiature per telecom. e la telefonia	42	19	10	68	139	2.676	6.216
- Apparecchiature audio e video	2	1	3	3	9	69	180
- Prodotti tessili	231	91	43	254	619	9.322	22.419
- Ferram., vern., vetro piano e mat. da costruz.	541	439	204	797	1.981	21.243	44.910
- Tappeti, scendil., rivest. per pavim. e pareti	22	4	3	14	43	557	1.691
- Elettrodomestici	10	1	3	9	23	319	725
- Mobili, art. per illum. e altri art. per la casa	560	284	134	584	1.562	21.075	46.413
- Libri	69	32	10	85	196	1.979	6.078
- Giornali e articoli di cartoleria	351	207	100	538	1.196	13.213	37.385
- RegISTRAZIONI musicali e video	3	4	7	85	283		
- Articoli sportivi	251	107	60	218	636	5.489	14.947
- Giochi e giocattoli	41	29	21	70	161	3.104	6.977
- Articoli di abbigliamento	1.464	624	285	1.570	3.943	53.885	129.130
- Calzature e articoli in pelle	274	138	71	319	802	11.018	27.799
- Medicinali	167	128	83	239	617	7.104	19.357
- Articoli medicali e ortopedici	59	30	8	59	156	2.350	5.331
- Cosmetici, art. profum. e erboristeria	227	103	42	285	657	9.077	22.555
- Fiori, piante, semi, fertiliz., an. dom. e alim.	228	144	69	271	712	8.779	23.006
- Orologi e articoli di gioielleria	245	87	46	245	623	7.867	19.389
- Articoli di seconda mano	25	4	4	31	64	915	4.283
- Altri prodotti e prodotti non specificati	763	381	207	947	2.298	24.909	58.170

continua a pag. 245

continua da pag. 244 (tab. 6)

	Sassari	Nuoro	Oristano	Cagliari	SARDEGNA	Sud	ITALIA
TOTALE DETTAGLIO IN SEDE FISSA	8.826	4.791	2.461	11.209	27.287	328.006	775.048
Alimentare	359	146	134	513	1.152	17.136	38.530
Abbigliamento, tessuti e calzature	894	533	120	1.429	2.976	29.737	70.753
Mobili e articoli di uso domestico	30	20	11	54	115	1.826	3.974
Altri articoli	511	128	84	1.084	1.807	19.306	37.134
Prodotti non specificati	81	67	31	116	295	7.764	16.655
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	1.875	894	380	3.196	6.345	75.769	167.046
Comm. per corrisp., tel., radio, tv, Internet	21	9	1	37	68	842	3.084
Vendita a domicilio	61	25	7	67	160	1.807	9.131
Comm. per mezzo di distrib. autom.	22	20	7	39	88	909	3.025
Commercio solo via Internet	38	8	3	70	119	1.492	5.720
Forme di vendita non specificate	15	22	5	39	81	3.197	7.682
COMM. AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERC.	157	84	23	252	516	8.247	28.642
Minimercati (*)	79	18	14	118	229	2.109	5.302
Supermercati (*)	108	28	17	151	304	2.549	9.133
Ipermercati (*)	6	1	11	18	117	552	
Grandi magazzini (*)	13	2	1	30	46	437	1.352
Grandi specializzati (*)	13	24	37	294	1.465		
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	219	48	33	334	634	5.506	17.804

(*) al 31 dicembre 2008

Tab. 7 · Sardegna - Gli esercizi della distribuzione commerciale
var. assolute 2002 - 2009

	Sassari	Nuoro	Oristano	Cagliari	SARDEGNA	Sud	ITALIA
Area alimentare	43	26	-79	-199	-209	1.052	3.729
Non specializ. (prev. prodotti alim. e bevande)	21	145	-14	59	211	9.136	19.115
Esercizi specializzati	22	-119	-65	-258	-420	-8.084	-15.386
- Frutta e verdura	-50	-10	-16	-81	-157	-561	-2.800
- Carni e di prodotti a base di carne	-17	-29	-41	-128	-215	-2.055	-4.502
- Pesci, crostacei e molluschi	-1	26	2	2	29	386	349
- Pane, torte, dolci e confetteria	40	8	1	11	60	-550	-1.024
- Bevande	9	4	3	25	41	21	388
- Altri esercizi specializzati alimentari	7	-153	-24	-124	-294	-7.149	-13.167
- Tabacchi	34	35	10	37	116	1.824	5.370
Area non alimentare	914	410	124	634	2.082	20.590	35.426
Carburanti	18	17	16	7	58	724	1.614
Prodotti tessili	98	12	8	101	219	3.685	7.645
Articoli di abbigliamento	219	114	38	139	510	3.834	6.237
Calzature e articoli in pelle	22	12	21	14	69	1.365	2.435
Medicinali	13	16	13	38	80	1.160	2.725
Articoli medicali e ortopedici	37	12	4	19	72	563	1.460
Cosmetici, art. profum. e erboristeria	31	11	-2	51	91	64	249
Libri, giornali e articoli di cartoleria	27	15	-9	2	35	669	365
Articoli di seconda mano	12	0	-1	5	16	149	1.225
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA	957	436	45	435	1.873	21.642	39.155
TOTALE COMMERCIO AMBULANTE	428	239	23	644	1.334	18.480	40.044
Minimercati (*)	32	18	14	118	182	1.028	1.586
Supermercati (*)	49	9	7	119	184	750	2.241
Ipermercati (*)	2	0	0	7	9	62	171
Grandi magazzini (*)	2	-2	0	9	9	114	244
Grandi superfici specializzate (*)	12	0	0	12	24	177	556
TOTALE GRANDE DISTRIBUZIONE	144	25	21	265	455	3.212	8.514

(*) variazioni assolute 2002 - 2008; per i minimercati variazioni assolute 2004 - 2008



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA