

**Report n.158**

**Analisi del Commercio al minuto in Italia**

**Vincenzo Bruno**

Pisa, Dicembre 1999

## Analisi del commercio al minuto In Italia

Vincenzo Bruno

1. Il commercio al minuto in Italia si esercita attraverso le imprese che presiedono ai punti di vendita sparsi in tutto il territorio. L'attività dell'impresa commerciale costituisce una delle caratteristiche della terziarizzazione delle moderne popolazioni. Nel settore dei servizi, le predette attività occupano un peso preponderante. Tali attività, consentendo le trasformazioni, nel tempo e nello spazio, dei prodotti manifatturieri, manifestano un rilevante ruolo del settore produttivo.

La compra - vendita, in generale, ed in particolare quella al minuto, avvicina i produttori ai consumatori, esplicando uno dei cardini fondamentali dell'economia moderna. Essa si esercita, sia attraverso i piccoli negozi, per lo più condotti da un titolare e dalla sola famiglia, sia attraverso negozi a catena, sia mediante supermercati a prezzi fissi ecc....., per lo più gestiti da società per azioni.

Il commercio al minuto, nei tempi recenti tende a trasformarsi, allargando la dimensione dei punti vendita alle strutture industriali vere e proprie. Ne deriva un'organizzazione del lavoro a carattere industriale con l'impiego di macchinari sempre più complessi e sofisticati. Vi si ravvisa una netta specializzazione dei suoi dipendenti ed una spiccata professionalità, al punto di pensare che un negoziante moderno non s'improvvisa e si ottiene attraverso un' appropriata scuola di vita e di cultura.

Vi si osserva una struttura economica robusta basata su relazioni tra i singoli punti vendita, per quanto riguarda i confini dei singoli mercati e per quanto attiene le offerte dei prodotti che vanno incontro ai gusti dei clienti, nonchè per quanto si riferisce all'immissione immediata del prodotto, direttamente dalla fabbrica al negozio, senza perdite di tempo eccessive nei magazzini di stoccaggio o per lo meno con la riduzione al minimo di tali tempi.

La compra-vendita al minuto tende a garantirsi alle spalle una struttura finanziaria solida fornita dagli intermediari finanziari di propria fiducia, attraverso accordi commerciali con le altre botteghe e mediante accordi direttamente con i fornitori. Nei tempi moderni si ravvisa una netta specializzazione, distinta per settori. In sintesi si può dire che nel commercio al minuto moderno si applicano i canoni economici della "logistica" vista come metodi e procedure per la razionalizzazione dei flussi materiali ed immateriali, che intercorrono tra le singole unità di vendita e di produzione.

2. Il commercio al minuto in Italia è di grande importanza, sia per il volume di affari che vi si sviluppa, sia per la massa di gente che vi si occupa, sia per la caratteristica che esso ha di calmierare i prezzi dei vari prodotti, offerti nei singoli mercati. Esso crea, attraverso le più svariate forme di propaganda, i gusti dei singoli individui, facendoli affiorare e concretizzandoli nei singoli prodotti come insieme di consumo. Sviluppa una funzione sociale perchè occupa parecchie persone, specie nei nostri centri urbani. Per altro verso esso, fornendo i prodotti più vari a larghe quantità di consumatori, allarga i contorni dell'esistenza migliorandone la qualità della vita.-

Nei tempi moderni i costi tendono a contenersi, accrescendo la produttività.<sup>1</sup>

3. Negli anni '70 l'incidenza del commercio sul prodotto netto lordo è andata crescendo, nel nostro Paese, contemporaneamente alle attività industriali a scapito del settore agricolo, fino a raggiungere un valore prossimo al 14,2%. Tale incidenza diventa del 19,02%, nel 1991, mentre quello dell'industria si sposta dal 42,20% del primo anno a 35,25% del secondo anno. L'incremento medio annuo del periodo, del valore aggiunto del settore commercio, in termini reali, si mostra superiore a quello del prodotto nazionale lordo.

Gli occupati, presenti nel settore commerciale palesano un incremento medio annuo, nel periodo 1970 - 1991, maggiore di quello dell'occupazione totale.

4. Lo studio osserva le distribuzioni territoriali, al 31-12-1970 ed al 31-12-1991, delle autorizzazioni per il commercio fisso al minuto, distinti in alimentari, non alimentari e totale, per Province e per Regioni, pubblicati nelle "Statistiche del commercio interno" nell'anno 1991 (Annuario, 33, edizione del 1993) ed in quelle relative al 1970, sempre editate dall'ISTAT (Annuario statistico del commercio interno, Vol. XIV, anno 1972).

Si analizzano, altresì le distribuzioni territoriali dei supermarket.

Al 1970, si ha un totale di licenze per il commercio fisso al minuto di milioni, 1.094.800 di cui 519.767 sono alimentari. Al 1991 si verificano licenze per il commercio fisso al minuto, in totale pari ad 1.048.549 unità di cui alimentari sono 365.828. Vi è una diminuzione, nel periodo, compensata da un incremento dei supermarket, grandi magazzini ecc....

Le maggiori numerosità dei predetti servizi commerciali si verificano, nel primo periodo, nella Lombardia (157251), nella Campania (94808) e nel Lazio (90678).

Al 1970 le licenze di commercio fisso al minuto che si trovavano nell'Italia del Nord e del Centro erano 714821 pari al 65,2% del totale, mentre nel 1991 esse

---

<sup>1</sup> Si citano solo alcuni studi :

F. Alvino (1996); V. Bruno (1986); G. Cozzi (1974); M. David (1969); M. Di Ruzza (1995); C. Fabrizi (1961); P. Mariti (1986);

risultavano 659933, pari al 62,9%. Nel Mezzogiorno d'Italia si verifica un'incremento, la cui misura passa dal 34,8% del 1970 al 37,1% del 1991.

Ne 1970, la Lombardia comprende il 14,4% delle licenze di commercio fisso al minuto, seguita dalla Campania che racchiude l'8,7% degli esercizi ~~dei~~ predetti e del Lazio che possiede l'8,3% dei negozi. Nell'ambito della prima Regione acquistano rilevanza le Province di Milano, di Brescia e di Bergamo. Minori unità si accertano nella Provincia di Sondrio. Nella Campania il maggior numero dei punti vendita si rileva nelle Province di Napoli e in quella di Salerno; le minori unità si accertano in quella di Benevento. Nel Lazio, le più numerose cifre si palesano nelle Province di Roma e di Frosinone; le meno spesse nella Provincia di Rieti.

Le Regioni che manifestano minore rilevanza sono la Valle D'Aosta ed il Molise. In quest'ultima Regione la più ampia concentrazione si nota nella Provincia di Campobasso. Segue la Basilicata, in cui le maggiori botteghe si palesano nella Provincia di Potenza.

Nel 1991 si conferma al primo posto la Lombardia (140038 pari al 13,4%) seguita dalla Campania (105887 pari al 10,1%), dalla Sicilia (96533 pari al 9,4%) e dal Lazio (95696 pari al 9,1%).

Nella Valle d'Aosta e nel Molise si accentrano, rispettivamente, pochi punti vendita (2744 pari all'0,2% del totale per la prima Regione e 6328 pari allo 0,6% per la seconda),

Nel 1991, il numero dei negozi risulta inferiore al 5% del totale nazionale, oltre che nelle due predette piccole Regioni (V.d'Aosta e Molise), nel Trentino A. Adige, nel Friuli-Venezia Giulia, nella Liguria, nell'Umbria, nelle Marche, nell'Abruzzo, nella Basilicata, nella Calabria e nella Sardegna.

I rapporti alimentari sul totale emergono più alti nella Sardegna (44,2%), nella Calabria (40,6%), nel Molise (40,0%), nella Basilicata e nella Liguria (38,5%), nella Campania (37,6%), nella Sicilia (37,0%),

Nelle Regioni dove, tendenzialmente meno virulento è il livello del commercio al minuto, prevalgono le botteghe degli alimentari. In Italia gli alimentari incidono sul totale per il 34,9%.

Al Sud si ha un'incidenza del 38,2% mentre al Nord - Centro essa è del 33%.

Al 1991 l'analisi per Province ci acclara un primato delle licenze di commercio fisso al minuto, in quella di Milano (56760) seguita da quella di Brescia (18890) e dalla circoscrizione di Bergamo (14858). Nella Regione Campana, una prevalenza di negozi si ravvisa nella Provincia Capoluogo (54657), con Salerno (23079). Nella Sicilia, la Provincia di Palermo occupa la maggiore numerosità (28009) seguita da quella di Catania (16442) e da quella di Messina (13567). Segue l'hinterland di Latina (10073) e di Frosinone (9451). Nel Lazio, la Provincia di Roma è più ricca di negozi (67720);

In sintesi si può affermare che negli anni settanta si ha una quasi equivalenza fra i due tipi di commercio (alimentari e non alimentari) che tende nel ventunennio ad attenuarsi, a vantaggio delle imprese non alimentari. L'evoluzione dell'economia impone la diffusione, nel tempo, della vendita di una più svariata gamma di prodotti merceologici a scapito della diffusione di quelli esclusivamente alimentari.

5. Osservando il rapporto delle licenze di commercio fisso al minuto sulla popolazione residente si rileva che al 1970, i predetti esercizi sono pari al 20,02‰ e diventano al 1991 pari al 18,47‰. Nel Nord e nel Centro Italia, il commercio fisso al minuto è pari al 21,08‰ nel 1970, ed al 18,21‰ nel 1991.

Nel Mezzogiorno tale incidenza passa dal 20,90‰ del primo anno al 18,92‰ del secondo anno.

Si rileva una diminuzione del peso delle predette attività commerciali sulla popolazione (con un minore rilievo nel Sud rispetto al Nord). La maggiore incidenza del commercio fisso al minuto sulla popolazione si ravvisa, in entrambi i periodi nella Valle d'Aosta, nella Sardegna e nell'Abruzzo. Nelle Provincie al 1970 l'incidenza sulla popolazione è maggiore in Sassari (32,10‰) ed in Grosseto (32,01‰). (Tab.n.1)

Al 1991 la maggiore rilevanza delle licenze al minuto sulla popolazione si conferma a Grosseto (28,48‰). Segue Imperia (25,00‰) e Sassari (23,69‰).

Gli alimentari rappresentano, in Italia, il 6,44‰ di tutta la popolazione. Nel Nord Centro si verifica il 5,99‰ con il 7,23‰ nel Mezzogiorno.

I non alimentari emergono per il 12,01‰ nel complesso nazionale e per il 12,21‰ nel Settentrione e l'11,69‰ nel Sud.

Al Nord prevalgono i negozi non alimentari risultandovi il commercio più variegato e più adatto alle esigenze più diversificate della popolazione che vi risiede e per lo più dedita alle industrie ed ai servizi.

Gli alimentari hanno più incidenza sulla popolazione nelle Provincie di Sassari (10,21‰), di Massa Carrara (9,96‰); di Grosseto (9,91‰) e di Imperia (9,74‰).

La minore rilevanza si verifica a Caserta (3,50‰) ed a Milano (4,19‰).

I non alimentari sono più accentuati, rispetto al volume demografico, nella Provincia di Grosseto (18,58‰) di Forlì (17,10‰) di Siena (15,51‰), di Imperia (15,26‰). La minore quota dei non alimentari sulla popolazione si accerta in Rovigo 7,98‰ e in Taranto (8,71‰). (Tab. n.2)

Le licenze di commercio fisso al minuto ragguagliate alla popolazione regrediscono, nel passare dal 1970 al 1991, in quasi tutte le Provincie italiane.

I rapporti fra le cifre al 1991 e quelli al 1970, sono superiori a 100 e quindi denunciando un incremento nel commercio al minuto, nelle Provincie di Sondrio di Bergamo, di Bolzano, di Trento, di Genova, di Piacenza, di Livorno, di Latina, di

**Tab.1 - Licenze di commercio fisso al minuto, per mille abitanti, al 1970 ed al 1991, in Italia, per Provincie e per Regioni**

Circoscrizione territoriale	1970	1991	variazioni relative 1991-1970 %	Circoscrizione territoriale	1970	1991	variazioni relative 1991-1970 %
Torino	17,20	15,48	90,00	Trieste	17,61	17,24	97,89
Vercelli	20,38	17,57	86,21	<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>20,30</b>	<b>18,99</b>	<b>93,55</b>
Novara	20,72	17,34	83,68	Imperia	27,30	5,00	91,57
Cuneo	21,65	19,12	88,31	Savona	27,35	23,59	97,22
Asti	20,63	17,85	86,52	Genova	18,88	19,00	100,63
Alessandria	23,51	19,93	84,77	La Spezia	24,76	22,13	89,38
<b>Piemonte</b>	<b>19,51</b>	<b>16,76</b>	<b>85,90</b>	<b>Liguria</b>	<b>22,00</b>	<b>20,27</b>	<b>92,14</b>
Aosta	25,69	23,32	90,77	Piacenza	21,39	21,62	101,07
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>25,69</b>	<b>23,32</b>	<b>90,77</b>	Parma	21,44	19,85	92,58
Varese	17,64	15,30	86,73	Reggio Emilia	20,32	17,43	85,77
Como	18,32	15,36	83,84	Modena	20,55	18,30	89,05
Sondrio	20,10	20,85	103,73	Bologna	20,06	16,79	83,70
Milano	17,88	14,47	80,93	Ferrara	26,48	22,49	84,93
Bergamo	14,90	15,94	106,98	Ravenna	23,81	20,75	87,15
Brescia	20,58	18,05	87,70	Frosinone	26,57	23,57	88,71
Pavia	21,85	18,42	84,30	<b>Emilia Romagna</b>	<b>22,35</b>	<b>19,66</b>	<b>87,96</b>
Cremona	19,06	16,59	87,04	Massa Carrara	26,90	23,43	87,19
Mantova	20,85	18,84	90,36	Lucca	27,31	23,71	86,82
<b>Lombardia</b>	<b>18,63</b>	<b>15,81</b>	<b>84,86</b>	Pistoia	22,94	20,96	91,37
Bolzano	16,45	17,32	105,29	Firenze	20,56	18,83	91,58
Trento	17,75	18,67	105,18	Livorno	22,06	22,91	103,85
<b>Trentino Alto Adige</b>	<b>18,14</b>	<b>18,60</b>	<b>102,53</b>	Pisa	21,71	20,5	94,52
Verona	18,92	15,50	81,92	Arezzo	22,83	21,88	95,84
Vicenza	20,15	16,87	83,72	Siena	24,15	22,91	94,86
Belluno	25,18	21,66	86,02	Grosseto	32,01	28,49	89,00
Treviso	17,22	16,91	98,19	<b>Toscana</b>	<b>23,32</b>	<b>21,50</b>	<b>92,19</b>
Venezia	12,46	29,98	93,41	Perugia	22,11	20,05	90,68
Padova	17,32	16,69	96,36	Terni	21,98	18,78	85,44
Rovigo	20,17	11,87	58,84	<b>Umbria</b>	<b>22,08</b>	<b>20,06</b>	<b>90,85</b>
<b>Veneto</b>	<b>19,67</b>	<b>17,59</b>	<b>89,42</b>	Pesaro	23,58	21,33	90,46
Pordenone	17,56	17,46	99,43	Ancona	20,26	19,58	96,64
Udine	22,55	20,29	89,97	Macerata	22,58	20,65	91,45
Gorizia	22,66	20,48	90,38	Ascoli Piceno	22,58	20,55	91,00
				<b>Marche</b>	<b>21,99</b>	<b>20,61</b>	<b>93,95</b>

**Tab.1** Licenze di commercio fisso al minuto, per mille abitanti, al 1970 ed al 1991, in Italia, per Provincie e per Regioni

Circoscrizione territoriale	1970	1991	variazioni relative 1991-1970 %	Circoscrizione territoriale	1970	1991	variazioni relative 1991-1970 %
Viterbo	25,69	18,84	77,23	Potenza	19,33	19,20	99,33
Rieti	25,45	20,18	79,29	Matera	19,84	17,64	88,91
Roma	18,34	18,00	98,15	<b>Basilicata</b>	<b>19,50</b>	<b>18,67</b>	<b>95,74</b>
Latina	20,65	21,15	102,42	Cosenza	22,43	21,01	93,67
Frosinone	19,50	19,71	101,07	Catanzaro	22,28	20,89	93,76
<b>Lazio</b>	<b>19,27</b>	<b>18,22</b>	<b>94,55</b>	Calabria	23,31	19,74	84,68
L'Aquila	26,94	23,08	85,67	<b>Reggio Calabria</b>	<b>22,64</b>	<b>20,61</b>	<b>91,03</b>
Teramo	20,88	22,48	107,66	Trapani	23,29	19,36	83,12
Pescara	24,79	21,20	85,52	Palermo	15,31	23,86	155,84
Chieti	21,32	21,34	100,09	Messina	23,51	20,97	89,19
<b>Abruzzo</b>	<b>23,42</b>	<b>21,98</b>	<b>93,85</b>	Agrigento	17,79	17,92	100,73
Isernia	20,79	18,43	88,65	Caltanissetta	16,05	19,34	120,49
Campobasso	20,04	19,64	98,00	Enna	17,81	16,16	90,73
<b>Molise</b>	<b>20,26</b>	<b>19,12</b>	<b>94,37</b>	Catania	16,16	15,87	98,20
Caserta	19,28	18,23	94,55	Ragusa	20,77	21,33	102,70
Benevento	18,43	17,96	97,45	Siracusa	16,28	17,78	109,21
Napoli	16,31	18,12	111,09	<b>Sicilia</b>	<b>18,10</b>	<b>19,44</b>	<b>107,40</b>
Avellino	18,91	18,26	96,56	Sassari	32,10	23,09	71,93
Salerno	22,64	21,64	95,58	Nuoro	25,34	21,24	83,82
<b>Campania</b>	<b>18,26</b>	<b>18,89</b>	<b>103,45</b>	Oristano	-	19,12	100,0
Foggia	18,20	15,03	82,58	Cagliari	28,55	21,37	74,85
Bari	14,63	15,24	104,17	<b>Sardegna</b>	<b>28,83</b>	<b>21,77</b>	<b>75,51</b>
Taranto	16,06	14,06	87,55	<b>ITALIA</b>	20,02	18,47	92,25
Brindisi	16,37	16,54	101,04	NORD CENTRO	21,09	18,21	86,34
Lecce	18,69	16,86	90,21	MEZZOGIORNO	20,00	18,92	94,60
<b>Puglia</b>	<b>16,49</b>	<b>15,49</b>	<b>93,93</b>				

**Tab.2 Autorizzazioni per il commercio fisso al minuto (Alimentari, non Alimentari) per Provincia e per Regioni. Dati rapportati alla popolazione. Al 31 12 1991)**

Provincie	Alim.	Non alim	Totale	Provincie	Alim	Non alim	Totale
<b>PIEMONTE</b>	5,46	11,31	16,76	Terni	5,59	13,18	18,78
Torino	4,78	10,43	15,48	<b>UMBRIA</b>	<b>6,10</b>	<b>13,96</b>	<b>20,06</b>
Vercelli	5,54	12,03	17,57	Pesaro e Urbino	7,03	14,30	21,33
Novara	5,48	11,86	17,34	Ancona	6,73	12,85	19,58
Cuneo	6,17	12,95	19,12	Macerata	6,46	14,19	20,65
Asti	6,74	11,11	17,85	Ascoli Piceno	6,61	13,94	20,55
Alessandria	7,38	12,55	19,93	<b>MARCHE</b>	<b>6,71</b>	<b>13,75</b>	<b>20,46</b>
<b>AOSTA</b>	<b>7,66</b>	<b>16,52</b>	<b>23,32</b>	Viterbo	6,58	13,26	19,84
Varese	4,79	10,52	15,30	Rieti	8,58	11,59	20,18
Como	4,75	10,51	15,36	Roma	6,59	11,41	18,00
Sondrio	6,65	14,19	20,85	Latina	7,48	13,66	21,15
Milano	4,19	10,27	14,47	Frosinone	4,97	12,65	19,71
Bergamo	5,27	10,56	15,94	<b>LAZIO</b>	<b>6,77</b>	<b>11,84</b>	<b>18,22</b>
Brescia	5,64	12,44	18,05	L'Aquila	9,02	14,06	23,08
Pavia	6,55	11,87	18,42	Teramo	7,71	14,77	22,48
Cremona	5,54	11,06	16,59	Pescara	7,57	13,63	21,20
Mantova	6,07	12,78	18,84	Chieti	7,51	13,83	21,34
<b>LOMBARDIA</b>	<b>4,89</b>	<b>10,99</b>	<b>15,81</b>	<b>ABRUZZO</b>	<b>7,93</b>	<b>14,05</b>	<b>21,98</b>
Bolzano	4,99	12,10	17,32	Isernia	8,09	10,34	18,43
Trento	6,13	12,55	18,67	Campobasso	7,46	11,91	19,64
<b>TRENTINO ALTO ADIGE</b>	<b>5,68</b>	<b>12,33</b>	<b>18,60</b>	<b>MOLISE</b>	<b>7,64</b>	<b>11,48</b>	<b>19,12</b>
Verona	4,64	10,86	15,50	Caserta	3,50	11,05	18,23
Vicenza	4,49	12,38	16,87	Benevento	7,53	10,43	17,96
Belluno	7,59	14,07	21,66	Napoli	6,69	11,43	18,12
Treviso	5,16	11,75	16,91	Avellino	7,39	10,86	18,26
Venezia	7,14	13,84	20,98	Salerno	7,84	13,79	21,54
Padova	4,75	11,94	16,69	<b>CAMPANIA</b>	<b>7,08</b>	<b>11,73</b>	<b>18,80</b>
Rovigo	5,46	7,98	11,87	Foggia	5,32	9,70	15,03
<b>VENETO</b>	<b>5,38</b>	<b>12,20</b>	<b>17,59</b>	Bari	5,51	9,73	15,24
Pordenone	5,68	11,78	17,46	Taranto	5,34	8,71	14,00
Udine	7,19	13,10	20,29	Brindisi	6,65	9,89	16,54
Gorizia	6,23	14,25	20,48	Lecce	6,28	10,58	16,86
Trieste	5,25	11,98	17,24	<b>PUGLIA</b>	<b>5,72</b>	<b>9,76</b>	<b>15,49</b>
<b>F.V.GIULIA</b>	<b>6,31</b>	<b>12,68</b>	<b>18,99</b>	Potenza	7,77	11,43	19,20
Imperia	9,74	15,26	25,00	Matera	6,05	11,58	17,65
Savona	8,63	14,96	23,59	<b>BASILICATA</b>	<b>7,18</b>	<b>11,48</b>	<b>18,67</b>
Genova	7,31	11,69	19,00	Cosenza	8,35	12,66	21,01
la Spezia	8,96	13,17	22,13	Catanzaro	8,44	12,46	20,89
<b>LIGURIA</b>	<b>8,06</b>	<b>12,90</b>	<b>20,97</b>	Reggio Calabria	8,27	11,47	19,74
Piacenza	7,95	13,66	21,62	<b>CALABRIA</b>	<b>8,36</b>	<b>12,25</b>	<b>20,61</b>
Parma	6,09	13,76	19,85	Trapani	7,29	12,07	19,56
Reggio Emilia	5,33	12,09	17,43	Palermo	8,70	14,16	22,86
Modena	5,23	13,07	18,30	Messina	8,63	12,34	20,97
Bologna	4,87	11,92	16,79	Agrigento	6,68	11,24	17,92
Ferrara	9,05	13,44	22,49	Caltanissetta	6,08	13,25	19,34
Ravenna	6,29	14,45	20,75	Enna	5,59	10,57	16,16
Forlì	6,46	17,10	23,57	Catania	5,69	10,18	15,87
<b>E ROMAGNA</b>	<b>6,07</b>	<b>13,59</b>	<b>19,66</b>	Ragusa	7,58	13,77	21,33
Massa Carrara	9,96	13,47	23,43	Siracusa	5,72	12,06	17,78
Lucca	9,48	14,23	23,71	<b>SICILIA</b>	<b>7,18</b>	<b>12,25</b>	<b>19,44</b>
Pistoia	6,70	14,25	20,96	Sassari	10,21	13,48	23,69
Firenze	6,19	12,64	18,83	Nuoro	9,59	11,64	21,24
Livorno	9,02	13,88	22,91	Oristano	8,34	10,78	19,12
Pisa	6,98	13,54	20,52	Cagliari	9,53	11,84	21,37
Arezzo	7,39	14,49	21,88	<b>SARDEGNA</b>	<b>9,61</b>	<b>12,16</b>	<b>21,77</b>
Siena	7,39	15,51	22,91	<b>ITALIA</b>	<b>6,44</b>	<b>12,01</b>	<b>18,47</b>
Grosseto	9,91	18,58	28,49	<b>NORD CENTRO</b>	<b>5,99</b>	<b>12,21</b>	<b>18,21</b>
<b>TOSCANA</b>	<b>7,57</b>	<b>13,93</b>	<b>21,50</b>	<b>MEZZOGIORNO</b>	<b>7,23</b>	<b>11,69</b>	<b>18,92</b>
Perugia	6,29	14,25	20,55				



Frosinone, di Teramo, di Chieti, di Napoli, di Bari, di Brindisi, di Palermo, di Agrigento, di Caltanissetta, di Ragusa, Di Siracusa, di Oristano.

I più alti incrementi si ravvisano nelle Provincie di Palermo (155,8 %) di Caltanissetta (20,57%), di Napoli (111,1%). Decrementi non superiori al 10 % si palesano nelle Provincie di Aosta, di Mantova, di Treviso, di Venezia, di Padova, di Pordenone, di Gorizia, di Trieste, di Imperia, di Savona, di Parma, di Pistoia, di Firenze, di Pisa, di Arezzo, di Perugia, nelle Provincie delle Marche, di Roma, di Campobasso ed in quella campane (esclusa la Provincia di Napoli ) di Lecce, di Potenza, di Cosenza, di Catanzaro, di Enna e di Catania.

I più ampi decrementi si denunciano nella Provincia di Rovigo (58,8%), di Sassari (71,9%) di Rieti (79,3%), di Viterbo (71,2%), di Cagliari (74,8%).

6. Distinguendo le autorizzazioni per il commercio fisso al minuto per gruppi merceologici, al 31-12-1991., nei comuni capoluoghi di Provincia, dell'intera nazione, gli alimentari rappresentano il 32,54%; i tessuti ed articoli di abbigliamento vi figurano per il 20,76%; i mobili, gli apparecchi ed i materiali per la casa rappresentano l' 11,54%; I prodotti e altri articoli vari si accertano per il 35,16%.

Nei rimanenti comuni d'Italia (non capoluoghi) gli alimentari si acclarano per i 36,10%. I tessuti ed articoli di abbigliamento per il 17,68%. I mobili, apparecchi e materiali per la casa per il 12,06%. I prodotti e articoli vari per il 34,06%. Nel complesso si hanno negozi dediti agli alimentari per un 34,38%; dediti ai tessuti ed articoli di abbigliamento per il 18,76%; utilizzati per la vendita di mobili, apparecchi e articoli per la casa, per l'11,9% quelli destinati a prodotti ed articoli vari per il 34,44%.

7. Osservando il rapporto fra la popolazione residente e le autorizzazioni di commercio fisso al minuto, al 31-12-1991 notiamo il maggior numero di popolazione per punti di vendita, per gli alimentari, al Nord Centro (168ab. per negozio) rispetto al Sud (138ab.). La media nazionale è di 158ab. per unità locale.

La quota di popolazione più numerosa si ravvisa nelle Provincie di Milano (243) di Vicenza (223), di Torino (213) di Verona (216), di Como (211) di Varese (210), di Bologna (206). Le quote più ridotte si accertano nelle Provincie di Sassari (98) di Oristano (105) di Massa-Carrara (103), di Grosseto (103), di Imperia e di Cagliari (106), dell'Aquila (112), di Frosinone (119).

Le Regioni con maggiore carico demografico sono la Lombardia (206) ed il Veneto (187). Le meno incise emergono la Sardegna (105), la Calabria (124), l'Abruzzo (128).

Le unità locali adette all'abbigliamento concentrano più numerose schiere di popolazione al Sud, essendo ivi meno numerosi i locali che non al Nord-Centro (299 abitanti per unità locale della seconda circoscrizione rispetto a 287 della prima). Nel complesso si palesano 294 abitanti per punto vendita. Le Provincie con più popolazione per negozio di abbigliamento si mostrano nelle Provincie di

Oristano (469), di Isernia (420), di Asti (388), di Taranto (385), di Benevento (385), di Como (366), di Torino (363), di Pordenone (363), di Catania (362), di Varese (362) di Cremona (361). Le incidenze più ridotte si palesano nelle Provincie di Forlì (183), di Grosseto (189), di Palermo (192), di Salerno (231), di Siena (234). Le Regioni, con più carico di popolazione, per unità di vendita, sono quelle della Puglia (384), del Molise (344).

La più scarsa popolosità dei negozi di abbigliamento si accerta nelle Regioni dell'Abruzzo e della Sicilia.

Le unità locali addette alla vendita di mobili, degli apparecchi e materiali per la casa, manifestano più ampia popolosità al Nord - Centro (462 abitanti per unità locale) che non nel Mezzogiorno (432). Nel complesso si ravvisano 461 abitanti per ogni negozio. Le Provincie con carico più alto di popolazione sono quella di Napoli (625), di Taranto (597), di Torino (578) di Venezia (576), di Varese (575), di Trieste (572). Le Provincie, colla minore popolosità, sono quelle di Grosseto (341), dell'Aquila (352), di Pistoia (354) e di Teramo (354). Le Regioni con più alta popolosità per punti di vendita in oggetto, sono la Puglia (529), la Campania ed il Piemonte (516). Quelli con minore carico demografico risultano essere, L'Abruzzo (369) ed il Lazio (384).

Per i prodotti e articoli vari venduti nelle più diverse botteghe, al Sud si hanno 172 ab. ; al Nord - Centro si palesano 142 ab.; nell'Italia si accertano 160 ab. Il peso relativo di popolazione è più alto nelle Provincie di Taranto (235) di Foggia (213), di Bari (211), di Roma (198), di Catania (197), di Avellino (194), di Brindisi (193), di Benevento (192), di Potenza (192), di Milano (190). Abbiamo più bassi indici negli hinterlands di Grosseto (99), di Forlì (107) di Siena (115), Di Perugia (119), di Ravenna (120). Le Regioni con popolosità più alta emergono, la Puglia (205), la Basilicata (184), la Calabria (181), il Lazio (180). I più bassi indicatori si ottengono nella Valle d'Aosta (109), nell'Umbria (121), nelle Marche (130).

Considerando l'insieme dei prodotti merceologici si ravvisano 55 ab. per unità di vendita. Al Sud sono 56; al Nord-Centro emergono 53.

Più alti indici statistici si leggono nelle Provincie di Taranto (73); di Milano (70), di Foggia (67), di Torino (67), di Bari (66), di Enna (65), di Como (65), di Bergamo (63).

Indicatori più ridotti si ottengono ad Imperia (41), Savona (43), Forlì (43), Lucca (39).

Valori più spinti si mostrano nella Puglia (65), Lombardia (64). Piemonte (60). Dati meno accentuati si accertano nella Valle d'Aosta (42), Toscana (47), Marche (40), Liguria (49), Abruzzo (46), Sardegna (46).

8. Al 1991, i supermarket risultano essere in Italia, 3465, di cui 535 in Lombardia, 503, nel Veneto, 294 in Emilia Romagna, 285 in Sicilia, 245 in Piemonte. (Tab. n.3)

**Tab 3. Unità locali dei supermercati per regione al 31.12.1991**  
*Superficie media per unità locali. Superficie media per unità locali per ‰ abitanti.*

Regioni	Popolazione	Unita' locali	Unità locali ‰ab.	Superficie media	Superficie media ‰ab.
Piemonte	4302563	245	0,057	897,48	0,208
V. Aosta	115935	6	0,052	2106,00	18,165
Lombardia	8856074	535	0,060	980,77	0,110
Trentino a. Adige	890366	130	0,146	826,26	0,928
Veneto	4380797	503	0,114	898,18	0,205
Friuli V. Giulia	1197666	142	0,118	688,23	0,574
Liguria	1676282	86	0,051	741,16	0,442
Emilia Romagna	3929512	294	0,075	748,60	0,191
Toscana	3529946	198	0,056	896,17	0,254
Umbria	811831	48	0,059	816,02	1,005
Marche	1429205	159	0,111	782,34	0,547
Lazio	5140371	258	0,050	815,55	0,158
Abruzzo	1249054	132	0,106	814,50	0,652
Molise	330900	21	0,063	796,57	2,407
Campania	5630280	119	0,021	743,69	0,132
Puglia	4031885	129	0,032	685,46	0,170
Basilicata	610528	35	0,057	517,54	0,848
Calabria	2070203	97	0,047	652,89	0,315
Sicilia	4966366	285	0,057	778,38	0,157
Sardegna	1648248	43	0,026	826,88	0,502
ITALIA	56778031	3465	0,061	833,88	0,014
NORD CENTRO	36240547	2604	0,072	933,06	0,026
MEZZOGIORNO	20537484	861	0,042	726,98	0,035

Nella Valle d'Aosta si ravvisano supermarket 6; nel Molise, 21, nella Basilicata 35; nella Sardegna 43; nell'Umbria 48, La Lombardia detiene il 15,4% ed il Veneto il 14,5% del numero totale de grossi punti vendita.

La Valle d'Aosta, il Molise e la Basilicata hanno tali negozi per una percentuale sul totale, singolarmente presa, meno dell'1%. In Italia il Nord- Centro detiene 2604 supermercati pari al 75,2%, mentre il Mezzogiorno ne manifesta 861, pari al 24,8%.

Se esaminiamo le unità locali dei grossi punti vendita rapportati alla popolazione censita, vediamo un rapporto dello 0,146‰ nel Trentino Alto Adige, dell'0,118‰ nel Friuli Venezia Giulia, dell'0,114‰ nel Veneto, dell'0,111‰ nelle Marche, del'0,106‰ in Abruzzo.

In Italia si palesa un rapporto medio dell'0,061‰. Nel Settentrione si riscontra un incidenza sulla popolazione dell'0,072‰. Nel Mezzogiorno si ha un indice dell'0,042‰. Valori superiori alla media nazionale si accertano oltre che nelle cinque Regioni già segnalate per i più alti indici, nel Molise con lo 0,063‰ e nell'Emilia Romagna coll'0,075‰. In Lombardia si verifica un valore quasi in media (0,060‰).

Analizzando la superficie media in m<sup>2</sup>, per unità locale, un più alto dato si manifesta nella Valle d'Aosta (2106,00); in Lombardia (980,77), segue il Veneto (898,18); il Piemonte (897,49); la Toscana (896,17); La Sardegna (826,88); il Trentino Alto Adige (826,26); l'Umbria (816,02), Il Lazio (815,55) e l'Abruzzo (814,50).

Nel complesso nazionale, si acclara una dimensione media per unità locale, per superficie in m<sup>2</sup> pari a 833,88.

Nel Settentrione si ha una dimensione media dei supermarket più ampia di quella del Sud (933,06 per i primi contro i 726,98 dei secondi). Nel primo aggregato si tratta quasi sempre di società di capitali che amministrano grossi empori; di contro, al Sud, si verificano società personali o famigliari, del tutto private che gestiscono grossi negozi di dimensioni territoriali, più ridotte rispetto a quelle del Nord Italia.

Se dividiamo la superficie media per unità locale per la popolazione, osserviamo la superficie in metri quadri di unità locale per mille abitanti. Per la Valle d'Aosta si hanno, per mille abitanti, 18m<sup>2</sup> di unità locale. Nel Molise si manifestano m<sup>2</sup> 2 per locale per mille abitanti. In Umbria tale indice diventa 1. Nel Trentino Alto Adige si manifesta un dato dell'0,9. In Basilicata si osserva l'0,8. In Abruzzo 0,6. Rispetto alla popolazione, la dimensione media del Sud tende a riequilibrarsi rispetto a quella del Nord.

9. La dimensione media, per unità locale risulta maggiore nei comuni capoluoghi rispetto agli altri comuni. Per il complesso nazionale si verifica un rapporto pari a 841,28 m<sup>2</sup> per unità locale per i capoluoghi di Provincia di contro a 830,06 m<sup>2</sup> per unità locale per i rimanenti comuni delle Provincie. ( Tab. n.4).

Tab. n 4 Superfici di vendita dei supermarket per capoluoghi di Provincia ed altri comuni - Superficie media in m<sup>2</sup> dati al 31 - 12 - 1991 in Italia.

Provincie e Regioni	capoluoghi	Altri comuni	totale	Provincie e Regioni	capoluoghi	altri comuni	totale
Torino	776,79	952,64	862,88	Friuli V. Giulia	678,58	693,48	688,23
Vercelli	1120,86	972,90	1009,89	Imperia	867,20	1242,42	1132,18
Novara	992,28	1001,75	998,59	Savona	565,00	523,29	532,55
Cuneo	580,42	897,55	815,33	Genova	661,73	805,62	689,14
Asti	851,25	1489,06	978,80	La Spezia	598,92	594,00	597,55
Alessandria	971,87	786,16	849,38	Liguria	662,09	873,97	741,10
Piemonte	853,80	926,11	897,48	Piacenza	810,11	690,28	757,69
Valle d'Aosta	2595,33	1616,66	2103,00	Parma	715,60	720,55	717,46
Varese	1325,71	970,10	1023,06	Reggio Emilia	711,33	623,48	660,08
Como	1515,00	1404,14	1427,89	Modena	584,42	693,31	667,69
Sondrio	774,00	2566,00	1894,00	Bologna	914,17	751,83	816,77
Milano	893,21	993,89	952,46	Ferrara	835,41	801,22	811,74
Bergamo	924,85	874,60	884,20	Ravenna	1207,37	824,31	952,00
Brescia	977,53	823,66	865,25	Forlì	650,75	672,64	668,66
Pavia	931,25	1021,66	990,21	Emilia Romagna	801,34	720,17	748,60
Cremona	787,00	1512,25	1245,05	Massa Carrara	1246,00	719,28	910,82
Mantova	673,50	1031,50	901,32	Lucca	1580,33	967,93	1142,90
Lombardia	935,74	1001,38	980,77	Pistoia	1280,20	839,73	977,38
Bolzano	893,83	834,04	853,97	Firenze	1141,56	1124,69	1131,12
Trento	895,56	786,69	815,65	Livorno	693,23	617,75	647,49
Trentino A. Adige	895,60	798,91	826,26	Pisa	890,86	874,72	878,62
Verona	942,46	877,39	892,12	Arezzo	1034,20	1065,00	1051,00
Vicenza	771,75	958,50	929,77	Siena	696,00	621,45	647,76
Belluno	1371,67	763,86	871,11	Grosseto	534,00	647,18	603,17
Treviso	731,08	866,78	859,39	Toscana	977,75	852,53	896,17
Venezia	874,85	917,14	905,22	Perugia	899,09	892,65	894,93
Padova	769,50	952,89	914,51	Terni	731,45	563,33	672,12
Rovigo	1015,70	816,25	874,91	Umbria	815,27	816,65	816,02
Veneto	877,28	903,56	898,18	Pesaro e Urbino	717,55	654,00	668,30
Pordenone	596,00	665,63	650,15	Ancona	643,11	1053,57	987,61
Udine	605,19	749,67	710,49	Macerata	713,66	683,74	689,18
Gorizia	720,50	586,09	621,93	Ascoli Piceno	620,86	663,74	653,73
Trieste	770,20	606,66	748,87	Marche	673,35	808,74	782,34



Il divario è pari a 101%. Per il Nord-Centro si palesa un divario pari al 108% mentre per il Sud, tale diversità è di 111%. Al Sud, quindi, si trovano empori alquanto ampi nei comuni capoluoghi, più di quanto non avvenga al Nord - Centro. Locali superiori a 1000m<sup>2</sup> si ravvisano nei capoluoghi delle Provincie quali Vercelli, Valle d'Aosta, Varese, Como, Belluno, Rovigo, Ravenna, Massa-Carrara, Lucca, Pistoia, Firenze, Arezzo, Latina, Campobasso, Caserta, Trapani, Palermo, Sassari, Nuoro. Il capoluogo della Provincia di Nuoro detiene il maggiore numero di m<sup>2</sup> per unità locale. Il minore scarto positivo rispetto a mille si riscontra a Rovigo (1015,70). Negli altri comuni, non capoluoghi, scartano rispetto a 1000 m<sup>2</sup> per unità locale, i comuni delle Provincie di Novara, di Asti, della Valle d'Aosta, di Como, di Sondrio, di Pavia, di Cremona, di Mantova, di Imperia, di Firenze, di Arezzo, di Ancona, dell'Aquila, di Pescara, di Caserta, di Oristano.

La maggiore superficie media in m<sup>2</sup> dei supermarket, per i comuni non capoluoghi, si ravvisa nella Provincia di Sondrio. Il più piccolo scarto da 1000 si ha nella Provincia di Novara (1001,75m<sup>2</sup>). Fra i capoluoghi di Provincia gli empori in media, più piccoli si riscontrano, al 1991, nella Provincia di Agrigento (451,75m<sup>2</sup>); Per i rimanenti comuni, ciò si verifica per quelli delle Provincie di Taranto e di Potenza.

**10.** La distribuzione delle licenze di commercio fisso al minuto dei capoluoghi di Provincia viene organizzata per classi di ampiezza demografica dei capoluoghi medesimi. (Tab. n.5)

Si notano, per il complesso nazionale i più bassi indici nei comuni della popolazione intermedia.

Per mille abitanti si riscontrano nei predetti comuni intermedi, negozi alimentari per 6,09; non alimentari per 13,27; totali per 19,37. La numerosità delle botteghe (alimentari e no) rispetto alla popolazione, aumenta nei comuni capoluoghi di Provincia con ampiezza demografica fino a 100000 ab..

Il commercio fisso al minuto incide meno sulla popolazione nella classe di volume demografico, da 100000 a 500000 ab. Nelle varie Provincie del Centro - Nord e del Sud si delinea la medesima tendenza ravvisata per l'Italia. E' da rilevare che nei comuni capoluoghi di Provincia più popolosi del Mezzogiorno, il commercio fisso al minuto permea gli strati di popolazione più che nel Settentrione, ove sono sviluppati altre forme di vendita dei prodotti (punti vendita in case private; ambulanti ecc...).

Per l'insieme della vendita al dettaglio dei vari prodotti, la più alta quota sugli abitanti, si palesa nei capoluoghi di Provincia più piccoli del Centro-Nord.

Organizzando le unità dei supermercati dei capoluoghi di Provincia a seconda la quantificazione degli abitanti, si accerta una più ampia dimensione in m<sup>2</sup> dei supermarket nei comuni più grossi rispetto a quelli più piccoli. Questo vale di più al Centro Nord che non al Sud. L'ampiezza dei punti vendita in oggetto decresce al diminuire del peso demografico. Per i comuni capoluoghi di Provincia più piccoli,

**Tab. 5** Licenze di commercio fisso al minuto dei comuni capoluoghi di Provincia, al 31-12-1991 in Italia, distinti in Alimentari, non Alimentari e totale. Unità locali dei supermarket e superficie in m<sup>2</sup>.

circoscrizioni capoluoghi di Provincia per classi di ampiezza demografica	Alimentari	Non Alimentari	Totale	Alimentari su popolazione %ab	Non alimentari su popolaz. %ab.	Totale su popolazione %ab.
<b>ITALIA</b>						
> 500000ab.	49539	100064	149603	6,74	13,63	20,24
DA 100000 a 500000 ab.	38192	83189	121381	6,09	13,27	19,37
fino a 100000 ab.	33217	64971	98188	9,69	18,95	28,64
<b>CENTRO - NORD</b>						
> 500000 ab	35149	69913	105062	6,29	12,51	18,81
da 100000 a 500000ab	24231	55487	79718	6,07	13,91	19,98
fino a 100000 ab.	22369	44124	66493	9,98	19,20	29,69
<b>SUD</b>						
>500000ab	14390	30151	44541	8,19	17,17	25,37
da 100000 a 500000ab	13961	27702	41663	6,12	12,16	18,29
fino a 100000ab	11250	21770	33020	9,46	18,32	27,79

Unità dei supermarket e loro superficie al 31,12-91. Superficie per unità locali in m<sup>2</sup>. Unità locali su popolazione (%ab.) superficie su popolazione (%ab.); superficie media in m<sup>2</sup> su popolazione (%ab.)

circoscrizioni capoluoghi di Provincia per classi di ampiezza demografica	Unità	Superficie in m <sup>2</sup>	Superficie m <sup>2</sup> Unità	Unità popolazione %ab	Superficie in m <sup>2</sup> popolazione %ab	Superficie media popolazione %ab.
<b>ITALIA</b>						
>500000ab.	222	304596	1371,05	0,030	41,49	0,187
DA 100000 a 500000ab	461	388067	841,79	0,073	61,93	0,134
fino a 100000 ab.	516	316027	612,45	0,150	92,19	0,178
<b>CENTRO - NORD</b>						
> 500000 ab	169	253700	1501,18	0,30	45,42	0,269
da 100000 a 500000ab	337	291421	864,75	0,084	73,07	0,217
fino a 100000 ab.	392	223410	569,92	0,175	99,76	0,254
<b>SUD</b>						
>500000ab	53	50869	960,30	0,030	28,99	0,546
da 100000 a 500000ab	124	96646	779,40	0,054	42,42	0,342
fino a 100000ab.	124	92617	746,91	0,104	77,94	0,628



la dimensione media in m<sup>2</sup> dei grossi empori del Meridione è maggiore rispetto a quella corrispondente dei locali di tutto il settentrione.

Sulla popolazione, l'insieme dei locali, nonché la loro superficie in m<sup>2</sup> pesa maggiormente negli hinterlands meno popolosi e questo, di più al Centro Nord che al Sud.

Nei comuni con popolosità superiore a mezzo milione di abitanti, l'espansione territoriale dei centri di vendita, si palesa per il 41,49%<sup>ab.</sup> nel complesso nazionale ; per il 45,42%<sup>ab.</sup> nel Centro Nord; per il 28,99% nel Sud. Nei comuni con non più 100000<sup>ab.</sup> la superficie in m<sup>2</sup> si rapporta sulla popolazione per il 99,76%<sup>ab.</sup> in tutto il settentrione e per il 77,94%<sup>ab.</sup> nel Meridione.

Se la superficie media, cioè la superficie in m<sup>2</sup> per unità di locale, la dividiamo per la popolazione, vediamo che a Mezzogiorno vi è, per ogni mille abitanti, una ripartizione media in m<sup>2</sup> dei locali più ampia di quella del Centro Nord e ciò specie per i grossi complessi commerciali come Napoli e Palermo.

Nei grossi comuni capoluoghi del Meridione si è sviluppata, rispetto alla popolazione, una terziarizzazione commerciale più diffusa e più ampia che nel Settentrione e ciò per entrambi gli aspetti del commercio al minuto esaminati (negozi e supermarket)

11. Avvicinandoci alla conclusione si sintetizzano in pochi capi, qui appresso indicati, i risultati più salienti della nostra indagine.

1) Fra il 1970 e il 1991 vi è una diminuzione delle licenze di commercio fisso al minuto ( particolarmente nel settore alimentare) compensato da un incremento dei supermarket.

2) Per il ventunennio si accerta, nel Mezzogiorno d'Italia, un incremento delle licenze del commercio fisso al minuto mentre nel Nord-Centro esse diminuiscono. La Lombardia, il Lazio, e la Campania occupano i primi posti di una graduatoria decrescente.

3) Nel tempo si diffondono i negozi non alimentari a scapito di quelli alimentari.

In tutto il Settentrione prevalgono i predetti negozi dediti ad una variegata diversità di prodotti merceologici così come più diversificata ne emerge la popolazione, dedita alle industrie ed ai servizi fra loro più frastagliati di quanto non avvenga nella popolazione meridionale.

4) Distinguendosi i comuni in capoluoghi di Provincia e non, riscontriamo che i negozi dediti alla vendita degli alimenti mostrano un più alto peso relativo nei secondi comuni che non nei primi.

5) La media degli abitanti per unità locale di ogni singolo negozio è più alta al Nord Centro che non al Sud. Nel complesso nazionale si hanno 158 ab. per unità locale. Al Sud sono meno numerosi le botteghe di abbigliamento e lievemente più accresciuti figurano al, 1991, le botteghe dedite alla vendita di mobili, apparecchi e materiali per la casa.

6) Nel 1991, i supermarket risultano essere 3465 di cui più di cinquecento risiedono in Lombardia.

7) La dimensione media per unità locale in m<sup>2</sup> dei supermarket è pari a 833,88 nel complesso nazionale. La dimensione media più ampia dei locali dei supermarket si ravvisa a Settentrione. In quest'ultimo hinterland, quasi sempre, la gestione è dovuta a società di capitali che amministrano grossi empori ; di contro al Sud si trovano proprietà personali o famigliari, del tutto privati, che gestiscono grossi negozi.

8) La dimensione media per unità locali dei supermarket emerge maggiore nei comuni capoluoghi di Provincia che non negli altri comuni.

Il divario fra la superficie media dei negozi dei capoluoghi rispetto ai rimanenti comuni si ravvisa più alto a Sud che non al Nord - Centro.

9) I comuni capoluoghi di Provincia con popolosità più bassa (fino a 10000ab.) manifestano un'incidenza maggiore del numero delle licenze di commercio fisso al minuto sulla popolazione che non nei capoluoghi più popolosi.

Al Sud, i comuni di ampiezza demografica intermedi (da 100000 a 500000ab) dichiarano un peso relativo dei negozi, di qualunque tipo, minore di quanto non avvenga nelle restanti due classi di commercio.

10) Per i supermarket i comuni capoluoghi di Provincia più grossi palesano una superficie in m<sup>2</sup> più ampia. L'ampiezza dei punti vendita decresce al diminuire del peso demografico del comune. Al Mezzogiorno la superficie media in m<sup>2</sup> per locale decresce meno rapidamente, al regredire della popolosità, di quanto non avvenga al Centro. Nord. Al Meridione, nei capoluoghi di Provincia predominano dei supermarket di dimensione media meno vasti di quanto non avvenga al Nord-Centro. Nei capoluoghi con meno di 100000 ab, del Sud si ha una dimensione media più ampia dei locali di quella dei corrispondenti comuni del Nord - Centro.

Il commercio al minuto è in continua trasformazione. Si tende ad integrare il commercio al minuto delle piccole licenze con quello dei supermarket siti in grossi complessi edilizi ove più è meglio di quanto non si faccia nelle singole botteghe o nelle catene di dette botteghe, si tende ad attenuare i costi immettendo i prodotti direttamente dalla grossa distribuzione produttiva al consumatore. I piccoli negozi riescono a sopravvivere sia attraverso stretti legami ed accordi fra loro, sia fornendo al cliente il prodotto sotto casa ( e ciò vale soprattutto per gli alimentari) sia specializzando se stessi secondo i gusti e le richieste dei singoli clienti. I supermarket tendono, spesso ad approfondire alcune caratteristiche proprie dei piccoli negozi, fornendo il grosso complesso edilizio di un angolo dove vengono copiate alcune caratteristiche delle singole botteghe.. Invero si prevede che, oltre ai supermarket, s'incrementerà, nei grossi borghi abitativi il commercio al minuto

delle singole botteghe sempre più in mano a famiglie, al quanto preparate ed aduse a soddisfare le più sofisticate esigenze del cliente. Per altro verso i singoli negozi fra loro collegati, con una spiccata tendenza alla specializzazione dei propri prodotti, riescono a movimentare il commercio fisso al minuto. Si tendono a sviluppare forme diverse di commercio, come quello presso singole case private oppure quello che effettua la transazione commerciali dopo avere fatto visionare la merce dietro la porta della propria dimora. Quest'ultima forma è una specie di ambulante che mette il consumatore nella condizione immediata di esprimere i propri gusti e di concretizzarli. Alcune catene di negozi esprimono la vendita per telefono; altri per posta ecc....

Le piccole catene di commercio al dettaglio esaltano, a volte, le varie forme di compra vendita.

E' da ritenere che in una società europea, sempre più industrializzata e terziarizzata il commercio dei grossi empori venga ad avere una sua vitalità. Si pensa altresì che, specie nel nostro Paese, venga a svilupparsi anche il commercio fisso al minuto delle singole botteghe.

Quest'ultime fra l'altro occupano parecchia gente e costituiscono, specie nel Mezzogiorno d'Italia, uno dei perni fondamentali dello sviluppo economico del territorio.

### Riferimenti bibliografici

Si citano solo alcuni studi :

F. Alvino - Sistema logistica bancario e reti organizzative : esperienze, una proposta di << catena del valore >> in "Rassegna Economica" n.2 Aprile - Giugno 1996. Banco di Napoli.

V. Bruno.- Particolari aspetti dell'impresa commerciale al minuto in Italia. Studi in ricordo di Egidio Giannessi , a cura di Mario Pinna e Riccardo Varaldo - Pisa Pacini 1986

G. Cozzi - Cambiamenti della domanda dei servizi commerciali nel prossimo decennio in << La distribuzione commerciale negli anni ottanta >> Milano Etas 1974

M. David - Nuovi punti di vendita per la periferia delle città, in << L'impresa >> n.6 1969 Milano. Nov. Dic.

M di Ruzza - Il commercio orizzontale . Alcuni contributi teorici in " Rassegna Economica" n 1,1995 .Genn. Marz. Banco di Napoli

C. Fabrizi - Sviluppo del grande dettaglio in " Rassegna Economica" Banco di Napoli. Genn. Apr. 1961

P. Mariti - Gli Accordi di collaborazione tra imprese " Ulteriore evidenza empirica in settori ad alta tecnologia in USA, CEE e Giappone in " International marketing cooperation, 1986, ETS Editore

Riccardo Varaldo, Pisa Università.

Vincenzo Bruno, Prof.re ordinario

di Statistica - Dipartimento di Statistica e Matematica applicata all'Economia.

Facoltà di Economia e Commercio . Università di Pisa.