

2.9. La struttura del sistema distributivo commerciale

Il settore commerciale del nostro Paese sta attraversando, negli ultimi anni, una fase di profonda trasformazione. Come si evince dai dati presentati nei *Rapporti sulle Vendite al Dettaglio* dell'Unioncamere degli ultimi quattro anni e dalle serie storiche raccolte e commentate dall'Osservatorio Nazionale sul Commercio, iniziativa maturata nell'ambito del Ministero per lo sviluppo economico, questa trasformazione è l'effetto congiunto di diversi fattori quali, ad esempio, l'accentuata **dinamica di modernizzazione dei canali distributivi**, ma anche la recente fase di crisi e recessione economica che sta **incidendo pesantemente sugli stili di consumo e dunque di acquisto** dei cittadini. Negli anni più recenti, poi, la struttura degli esercizi commerciali si è modificata anche per effetto della nuova normativa nazionale e regionale (il D.lgs n.114/98 a cui hanno fatto seguito nella Regione Lazio le L.L.R.R. n. 14 e n.33/99). In generale il cambiamento del settore consistente nello **sviluppo** (in **numero di esercizi**, in **superficie di vendita** e di **quote di fatturato**) degli esercizi tipologicamente appartenenti alla categoria della **grande distribuzione** (*supermercati alimentari e discount* in particolare). Gli esercizi despecializzati (*ipermercati, supermercati e grandi magazzini*), infatti, continuano a mostrare tassi di variazione positivi anche per il 2007.

La fase di **stagnazione economica del 2007** ha inciso sia sui prezzi che sono rincarati, sia sulla capacità di spesa delle famiglie che non hanno visto crescere i propri redditi reali e che, a causa dell'aumento dei tassi di interesse, hanno visto crescere anche gli oneri per i debiti.

Accanto a queste motivazioni congiunturali, vi sono poi anche motivazioni di natura storica più ampia che spiegano questa minore propensione degli italiani verso i consumi, a partire dalla perdita di potere di acquisto delle famiglie in seguito al passaggio tra la lira e l'euro.

Questi fattori hanno **ridotto le capacità di spesa delle famiglie** e portato verso una stagnazione dei consumi, anche per quelle categorie di beni come gli alimentari o i prodotti energetici che generalmente mostrano consumi scarsamente elastici rispetto all'aumento dei prezzi. Secondo i dati del rapporto 2007 sulle vendite al dettaglio di Unioncamere, il giro di affari per il complesso dei punti vendita si è ridotto dello 0,2%. Tuttavia tale dato generale **si declina diversamente a seconda delle dimensioni e della tipologia merceologica** dei vari esercizi commerciali. Infatti la grande distribuzione despecializzata, cioè supermercati e ipermercati hanno avuto le stesse performance di miglioramento rispetto al 2006, registrando un aumento delle vendite pari a 13,4%. Viceversa contrazioni di fatturato più vistose si sono registrate negli esercizi commerciali di piccole dimensioni, specializzati in particolare nel settore alimentare. Per questa tipologia di esercizio la contrazione del fatturato si è attestata su base nazionale annua sul meno 1,6%.

La stagnazione degli acquisti, come evidenziato nel Rapporto sul sistema distributivo del Ministero dello Sviluppo economico 2007, ha interessato soprattutto il comparto abbigliamento e calzature, che soltanto per effetto dei saldi di fine stagione hanno visto riprendere leggermente il loro fatturato.

Considerata la crucialità di questo settore, anche per gli aspetti di impatto sui **bilanci delle famiglie**, scopo di questa analisi sarà quello di fornire alcuni elementi conoscitivi sulla **rete commerciale** nelle sue varie **articolazioni funzionali e territoriali**. Le valutazioni prospettate mirano a fornire alle istituzioni locali uno strumento di analisi

per la futura programmazione della rete distributiva (per i comuni soprattutto, ma anche per la provincia in quanto amministrazione “intermedia” titolare della funzione strategica della definizione degli indirizzi generali di sviluppo socio-economico-urbanistico dell’area - includenti anche l’assetto della distribuzione commerciale - che orientano la redazione del **Piano Territoriale Provinciale Generale**).

Le elaborazioni oggetto del seguente paragrafo sono state effettuate sulla base dei dati forniti dall’*Osservatorio Nazionale del commercio* del **Ministero dello Sviluppo Economico** e dall’**Istat**.¹

2.9.1. Il commercio al dettaglio

Nel seguente paragrafo, sono stati analizzati i dati sul **commercio al dettaglio in sede fissa** (cioè esclusi gli ambulanti) relativi all’anno 2007. Sono state prese in considerazione sia gli aggiornamenti sulla **consistenza degli esercizi commerciali**, che quelli sulla **specializzazione merceologica** degli stessi.

A **livello nazionale** il numero degli esercizi commerciali al dettaglio nel 2006 è stato stimato a **778.534 unità**, valore in crescita rispetto agli anni precedenti ma che comunque è il più contenuto dal 2000, segnando dunque un rallentamento della crescita degli esercizi di dettaglio fisso.

L’analisi per **comparti geografici** evidenzia la prevalenza di valori positivi, a conferma della crescita della consistenza degli esercizi commerciali al dettaglio su scala nazionale. Nel 2007, infatti, in tutte le regioni della Penisola sono state registrate variazioni in aumento fatta eccezione per il **Friuli Venezia Giulia** (-2,5%), che è stata l’unica regione d’Italia ad aver presentato un calo nel numero degli esercizi commerciali al dettaglio rispetto al 2002. Il nord ed il centro del Paese, nonostante i valori positivi, registrano un rallentamento del tasso di sviluppo. L’incremento più rilevante riguarda il **Lazio** che ha registrato un **aumento del numero degli esercizi pari a +16,3% rispetto al 2002 (+10.002 unità)**. Altri incrementi significativi continuano a confermarsi, inoltre, nelle **aree meridionali ed insulari**. In particolare è da rilevare il dato della **Campania**, che con +8.843 unità nel 2007, ha segnato una crescita rispetto al 2002 del 7,7%. Tra le regioni del sud Italia si evidenziano anche i risultati positivi della **Puglia**, che con +5.314 unità rispetto al 2002, ha rilevato un incremento percentuale pari a 9,7 punti allo stesso anno.

¹ **Grande Magazzino:** Esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno 5 distinti reparti (oltre l’eventuale annesso reparto alimentare) ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo. **Supermercato:** Esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino) organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all’uscita, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo e in massima parte preconfezionati nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente. **Ipermercato:** Esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore ai 2.500 mq, suddiviso in reparti (alimentari e non alimentare), ciascuno dei quali aventi, rispettivamente, le caratteristiche del supermercato e di grande magazzino. **Cash and Carry:** Esercizio all’ingrosso organizzato a self-service, con superficie di vendita superiore a 400 mq, nel quale i clienti provvedono al pagamento in contanti, contro l’emissione immediata di fattura, e al trasporto diretto delle merci. **Minimercato:** Esercizio con una superficie di vendita ad un solo livello non superiore a 400 mq, che associano alcuni elementi dei supermercati ad altri tipici dei negozi tradizionali, con il servizio al banco (spesso, infatti, a conduzione familiare).

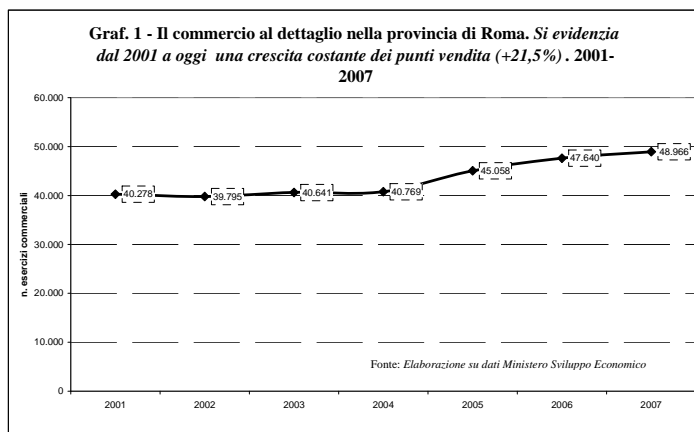
Tab. 1 - La consistenza degli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa nelle regioni italiane. 2002, 2007 e variazione % 2002-2007

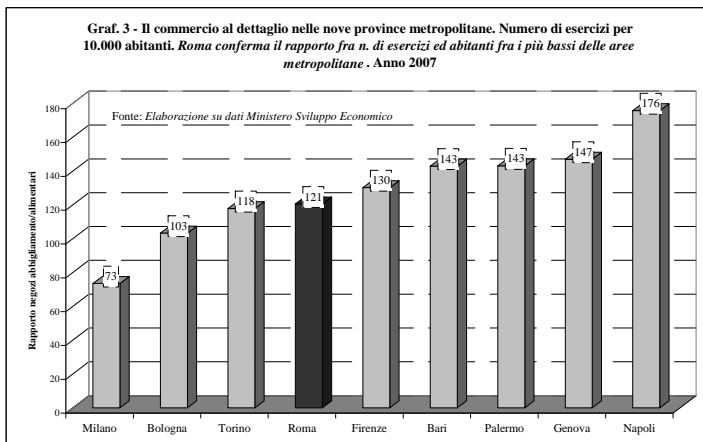
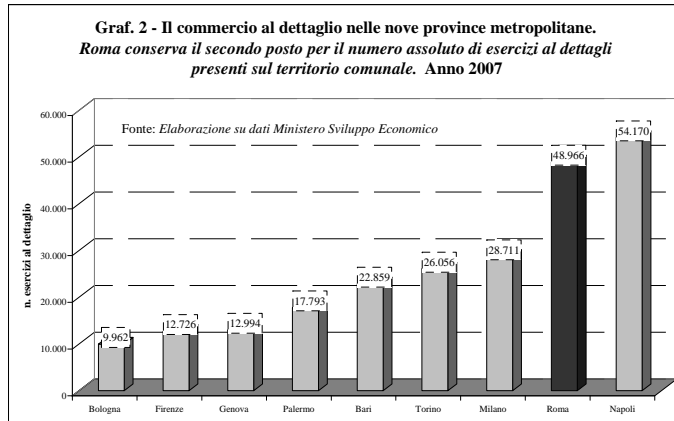
CONSISTENZA ESERCIZI COMMERCIALI			
	2002	2007	Variazione % 2002-2007
PIEMONTE	50.561	51.754	2,4
VALLE D'AOSTA	1.898	1.899	0,1
LOMBARDIA	87.355	90.002	3,0
TRENTINO ALTO ADIGE	10.147	10.400	2,5
VENETO	50.453	51.816	2,7
FRIULI-VENEZIA GIULIA	14.136	13.780	-2,5
LIGURIA	24.582	25.124	2,2
EMILIA-ROMAGNA	48.294	49.573	2,6
TOSCANA	49.776	50.487	1,4
UMBRIA	11.692	12.179	4,2
MARCHE	19.274	20.026	3,9
LAZIO	61.357	71.359	16,3
ABRUZZO	18.214	19.585	7,5
MOLISE	4.988	5.112	2,5
CAMPANIA	91.811	100.254	9,2
PUGLIA	55.398	60.745	9,7
BASILICATA	8.831	9.356	5,9
CALABRIA	32.350	33.406	3,3
SICILIA	69.358	74.275	7,1
SARDEGNA	25.414	27.402	7,8
TOTALE	735.889	778.534	5,8

Fonte: Elaborazione su dati Ministero dello Sviluppo Economico. Osservatorio Nazionale del Commercio

Nel 2007 la Provincia di Roma ha contato complessivamente 48.966 esercizi al dettaglio, registrando una tendenza incrementale notevole (+21,5% rispetto al 2000) pari a ben 8.688 unità in più, soprattutto se raffrontata retrospettivamente alle modeste tendenze settoriali rilevate negli anni precedenti a partire dal 2000.

Rispetto alle altre **province metropolitane** la **provincia di Roma** mantiene anche nel 2007 il secondo posto per la **dimensione del numero di esercizi al dettaglio** presenti sul proprio territorio. Confrontando, invece, i dati delle province metropolitane considerate, relativamente alla consistenza del **numero di esercizi commerciali** rispetto alla **popolazione residente**, la provincia di Roma si conferma al quart'ultimo posto, precedendo città quali **Torino, Bologna e Milano**.



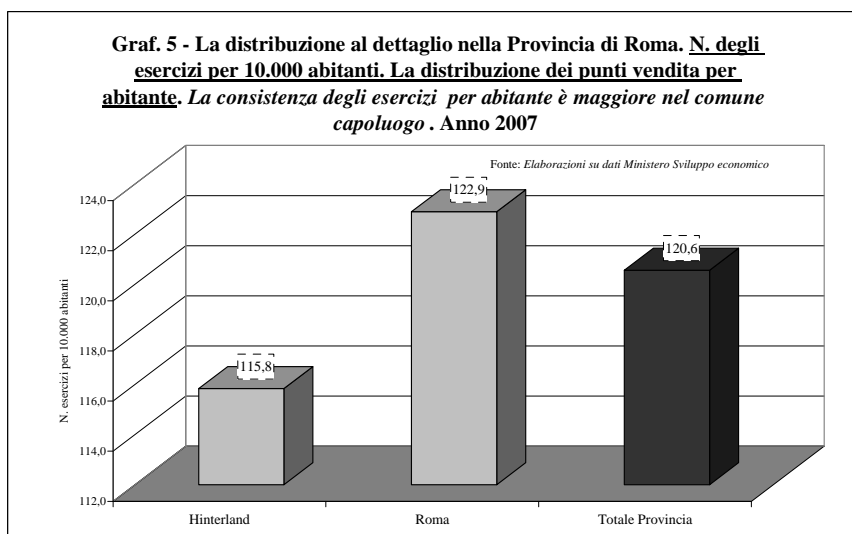
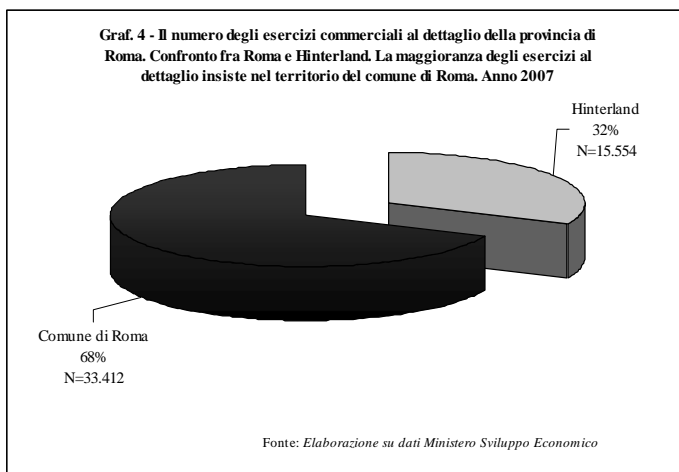


L'analisi del sistema distributivo al dettaglio relativo all'**area romana**, con riguardo ai due macro aggregati territoriali, **comune capoluogo** e **insieme dei comuni di hinterland**, evidenzia come il 68,2% dei 47.640 esercizi commerciali sia localizzato nel comune di Roma. Questo dato riflette un **rapporto di distribuzione** sul territorio **simmetrico** a quello della **popolazione residente**, anche se leggermente sbilanciato in favore del capoluogo. Per comprendere meglio questa relazione, è utile osservare il **numero di esercizi per abitante** che mostra come il rapporto tra la popolazione e gli esercizi commerciali risulti più vantaggioso nel capoluogo rispetto all'hinterland (rispettivamente 122 e 115 esercizi per 10.000 abitanti). In tutta la provincia di Roma si registrano mediamente **120 esercizi commerciali per 10.000 abitanti**.

L'analisi di dettaglio nei 120 comuni che costituiscono l'hinterland evidenzia come i **piccoli** e soprattutto i **piccolissimi comuni** siano proprio quelli che presentano anche i **valori più bassi** dell'indicatore rilevando un **deficit territoriale** di dotazione di **esercizi commerciali**. L'eccezione a questa tendenza è rappresentata da alcuni comuni di **minima dimensione demografica** in cui si registrano valori dell'indicatore corrispondenti a circa il **doppio della media provinciale**: **Vallepietra** (76,45 esercizi per

1.000 residenti), **Capranica Prenestina** (23,05 esercizi per 1.000 residenti), **Gerano** (19,79 esercizi per 1.000 residenti) e **Valmontone** (23,05 esercizi per 1.000 residenti). Quest'ultimo, anche se rappresenta una tipologia demografica non rilevante, si colloca tra le comunità dell'hinterland meglio dotate. Il sovradimensionamento dotazionale si spiega, in questi casi, anche ricordando la presenza di fattori di richiamo **turistico-culturale-religioso** che esercitano una funzione attrattiva di popolazione non residente: si ricordano a tal proposito il *Santuario della Trinità* presente a Vallepietra ed il *Santuario della Mentorella* a Capranica Prenestina.

Nel caso di Valmontone è la presenza dell'outlet "Fashion District" a spiegare il sovradimensionamento.



**Tab. 2 - La densità degli esercizi commerciali al dettaglio nei comuni della Provincia di Roma, 2007
(ordinamento decrescente)**

Comune	Ambito territoriale	Residenti	Esercizi	n. esercizi per 1.000 abitanti
Vallepietra	Valle dell'Aniene	327	25	76,45
Capranica Prenestina	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	347	8	23,05
Valmontone	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	14.447	286	19,80
Gerano	Valle dell'Aniene	1.213	24	19,79
Anticoli Corrado	Valle dell'Aniene	926	17	18,36
Colleferro	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	21.856	376	17,20
Frascati	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	20.737	356	17,17
Subiaco	Valle dell'Aniene	9.321	144	15,45
Civitavecchia	Litorale Nord - Area Sabatina	51.925	795	15,31
Genzano di Roma	Castelli Sud, Litorale Sud	23.122	354	15,31
Nettuno	Castelli Sud, Litorale Sud	43.409	662	15,25
Mentana	Valle del Tevere - Sabina Romana	19.874	293	14,74
Trevignano Romano	Litorale Nord - Area Sabatina	5.701	84	14,73
Tivoli	Valle dell'Aniene	52.853	772	14,61
Anzio	Castelli Sud, Litorale Sud	49.579	716	14,44
Affile	Valle dell'Aniene	1.594	23	14,43
Bracciano	Litorale Nord - Area Sabatina	17.474	250	14,31
Roviano	Valle dell'Aniene	1.431	20	13,98
Mazzano Romano	Valle del Tevere - Sabina Romana	2.740	38	13,87
Percile	Valle dell'Aniene	222	3	13,51
Albano Laziale	Castelli Sud, Litorale Sud	38.986	522	13,39
Olevano Romano	Valle dell'Aniene	6.814	91	13,35
Allumiere	Litorale Nord - Area Sabatina	4.210	56	13,30
Bellegra	Valle dell'Aniene	3.038	40	13,17
Rocca Santo Stefano	Valle dell'Aniene	1.014	13	12,82
Capena	Valle del Tevere - Sabina Romana	8.207	103	12,55
Manziana	Litorale Nord - Area Sabatina	6.398	80	12,50
Fiumicino	Litorale Nord - Area Sabatina	63.623	790	12,42
Vicovaro	Valle dell'Aniene	4.047	50	12,35
Carpineto Romano	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	4.799	59	12,29
Roma		2.718.768	33.412	12,29
Ladispoli	Litorale Nord - Area Sabatina	37.964	462	12,17
Fiano Romano	Valle del Tevere - Sabina Romana	11.645	141	12,11
Nerola	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.654	20	12,09
Castel Gandolfo	Castelli Sud, Litorale Sud	8.706	105	12,06
Marino	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	38.225	461	12,06
Palestrina	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	19.251	230	11,95
Montelanico	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	2.022	24	11,87
Nemi	Castelli Sud, Litorale Sud	1.950	23	11,79
Ciampino	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	37.885	446	11,77
Pomezia	Castelli Sud, Litorale Sud	56.105	650	11,59
Formello	Valle del Tevere - Sabina Romana	11.831	136	11,50
Morlupo	Valle del Tevere - Sabina Romana	8.016	92	11,48
Montelibretti	Valle del Tevere - Sabina Romana	5.011	57	11,37
Velletri	Castelli Sud, Litorale Sud	51.507	585	11,36
Monterotondo	Valle del Tevere - Sabina Romana	37.359	420	11,24
Poli	Valle dell'Aniene	2.419	27	11,16
Nazzano	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.344	15	11,16
Lariano	Castelli Sud, Litorale Sud	12.009	133	11,08
Civitella San Paolo	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.730	19	10,98
Santa Marinella	Litorale Nord - Area Sabatina	17.354	190	10,95
Arsoli	Valle dell'Aniene	1.657	18	10,86
Canale Monterano	Litorale Nord - Area Sabatina	3.701	40	10,81
Castel San Pietro Romano	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	834	9	10,79
Campagnano di Roma	Valle del Tevere - Sabina Romana	10.301	111	10,78
Colonna	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	3.643	39	10,71
Tolfa	Litorale Nord - Area Sabatina	5.168	55	10,64
Montorio Romano	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.982	21	10,60
Anguillara Sabazia	Litorale Nord - Area Sabatina	17.512	183	10,45
Camerata Nuova	Valle dell'Aniene	482	5	10,37

Tab. 2 - La densità degli esercizi commerciali al dettaglio nei comuni della Provincia di Roma, 2007
(ordinamento decrescente)

Comune	Ambito territoriale	Residenti	Esercizi	n. esercizi per 1.000 abitanti
Grottaferrata	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	20.555	213	10,36
Ponzano Romano	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.163	12	10,32
Ariccia	Castelli Sud, Litorale Sud	18.083	182	10,06
Marcellina	Valle dell'Aniene	6.643	66	9,94
Sant'Oreste	Valle del Tevere - Sabina Romana	3.743	37	9,89
San Vito Romano	Valle dell'Aniene	3.469	34	9,80
Castel Madama	Valle dell'Aniene	7.312	71	9,71
Artena	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	13.242	126	9,52
Magliano Romano	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.490	14	9,40
Agosta	Valle dell'Aniene	1.710	16	9,36
Castelnuovo di Porto	Valle del Tevere - Sabina Romana	8.376	77	9,19
Filacciano	Valle del Tevere - Sabina Romana	544	5	9,19
Pisoniano	Valle dell'Aniene	762	7	9,19
Licenza	Valle dell'Aniene	980	9	9,18
San Gregorio da Sassola	Valle dell'Aniene	1.527	14	9,17
Riofreddo	Valle dell'Aniene	772	7	9,07
Sacrofano	Valle del Tevere - Sabina Romana	6.950	63	9,06
San Cesareo	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	12.407	112	9,03
Roiate	Valle dell'Aniene	776	7	9,02
Galliciano nel Lazio	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	5.638	50	8,87
Moricone	Valle del Tevere - Sabina Romana	2.600	23	8,85
Marano Equo	Valle dell'Aniene	795	7	8,81
Rignano Flaminio	Valle del Tevere - Sabina Romana	8.712	76	8,72
Monte Porzio Catone	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	8.737	76	8,70
Palombara Sabina	Valle del Tevere - Sabina Romana	12.189	106	8,70
Torrita Tiberina	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.040	9	8,65
Ciciliano	Valle dell'Aniene	1.387	12	8,65
Guidonia Montecelio	Valle dell'Aniene	78.491	677	8,63
Montecompatri	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	9.662	83	8,59
Monteflavio	Valle del Tevere - Sabina Romana	1.401	12	8,57
Cave	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	10.339	88	8,51
Segni	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	9.332	79	8,47
Sambuci	Valle dell'Aniene	954	8	8,39
Cervara di Roma	Valle dell'Aniene	487	4	8,21
Cerveteri	Litorale Nord - Area Sabatina	34.338	279	8,13
Ardea	Castelli Sud, Litorale Sud	39.170	315	8,04
Genazzano	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	5.851	47	8,03
Rocca Priora	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	11.490	91	7,92
Cerreto Laziale	Valle dell'Aniene	1.147	9	7,85
Rocca di Cave	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	386	3	7,77
Casape	Valle dell'Aniene	777	6	7,72
Rocca di Papa	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	14.859	113	7,60
Riano	Valle del Tevere - Sabina Romana	8.333	63	7,56
San Paolo dei Cavalieri	Valle dell'Aniene	2.655	20	7,53
Zagarolo	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	16.073	119	7,40
Jenne	Valle dell'Aniene	433	3	6,93
Labico	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	5.397	37	6,86
Arcinazzo Romano	Valle dell'Aniene	1.474	10	6,78
Vallinfreda	Valle dell'Aniene	300	2	6,67
Lanuvio	Castelli Sud, Litorale Sud	12.185	78	6,40
Sant'Angelo Romano	Valle dell'Aniene	4.103	25	6,09
Fonte Nuova	Valle del Tevere - Sabina Romana	26.486	159	6,00
Saracinesco	Valle dell'Aniene	169	1	5,92
Canterano	Valle dell'Aniene	353	2	5,67
Gavignano	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	1.970	11	5,58
Mandela	Valle dell'Aniene	900	5	5,56
Vivaro Romano	Valle dell'Aniene	194	1	5,15
Cineto Romano	Valle dell'Aniene	662	3	4,53
Roccagiovine	Valle dell'Aniene	292	1	3,42
Gorga	Castelli Nord, Prenestini e Valle del Sacco	788	2	2,54

Tab. 2 - La densità degli esercizi commerciali al dettaglio nei comuni della Provincia di Roma, 2007
(ordinamento decrescente)

Comune	Ambito territoriale	Residenti	Esercizi	n. esercizi per 1.000 abitanti
Rocca Canterano	Valle dell'Aniene	221		0.00
Totale Provincia		4.061.543	48.966	12,06

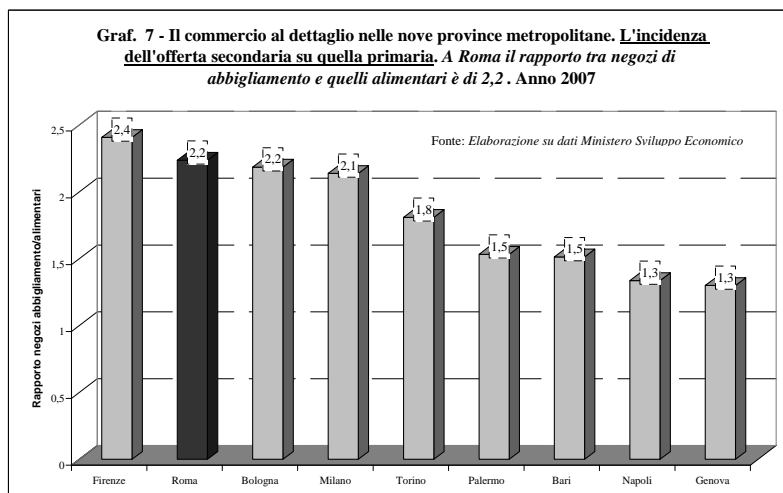
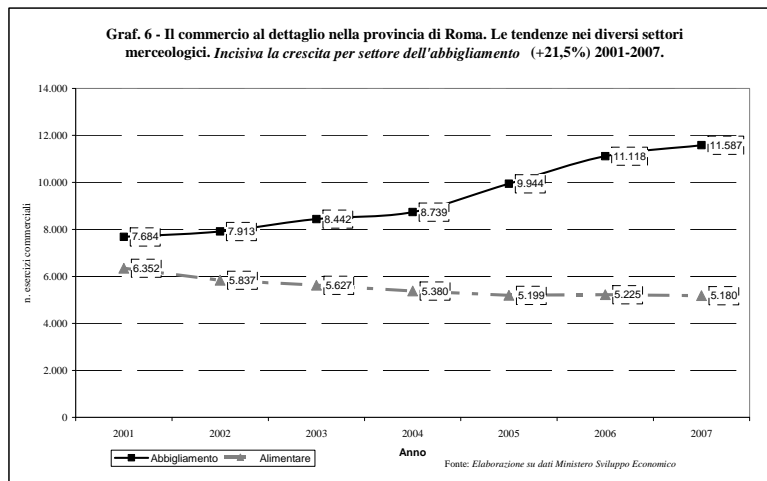
2.9.2. La distribuzione al dettaglio per settore merceologico

Guardando al numero degli esercizi a livello nazionale secondo la specializzazione merceologica, si osserva una **flessione del settore alimentare** (-2.277 esercizi) e invece un **incremento del settore non alimentare** (+2.243 unità). Dunque i due settori tendono a controbilanciarsi tra di loro. L'aumento in termini assoluti nel numero di esercizi commerciali è dunque dovuto principalmente dall'andamento **espansivo delle strutture di vendita di carburanti, farmacie e tabacchi** che aumentano complessivamente di 1.594 unità.

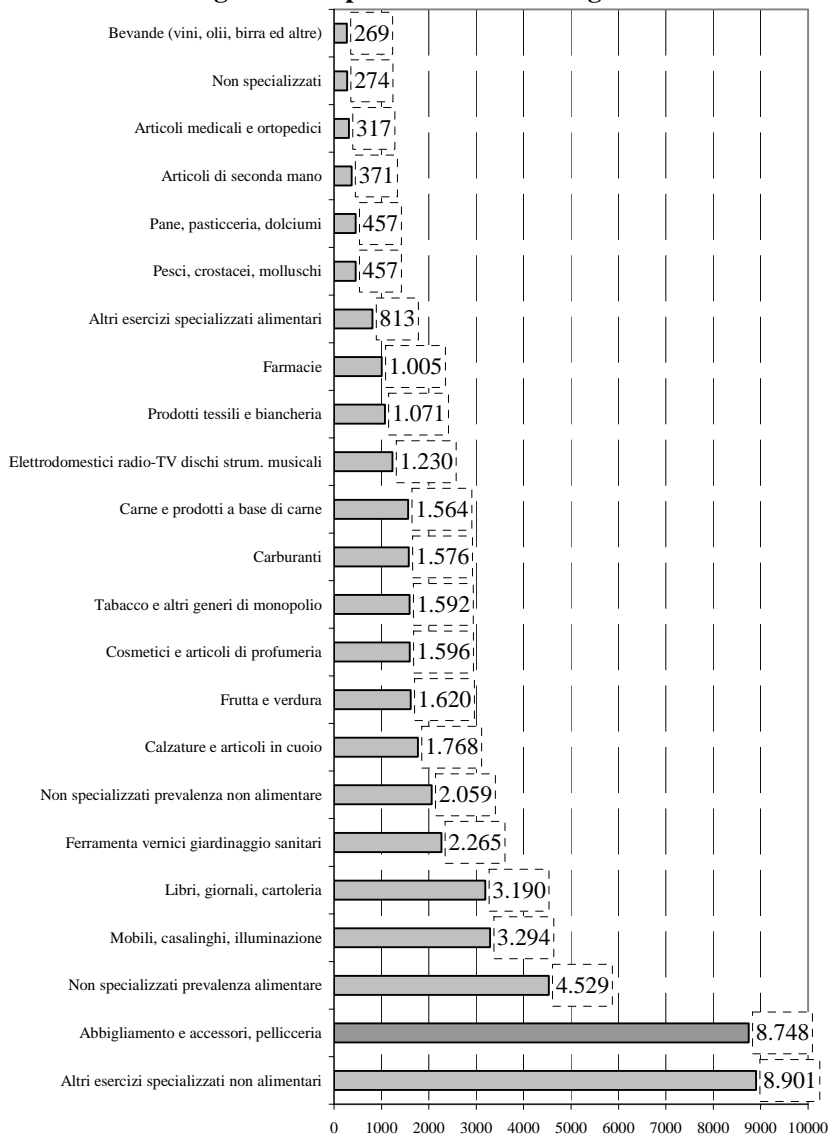
I dati a livello nazionale del **settore alimentare** evidenziano una **flessione** dovuta soprattutto alla contrazione degli **esercizi specializzati** nella vendita di *frutta e verdura* e nella categoria residuale "*altro specializzato alimentare*", tipologie distributive che **diminuiscono** rispettivamente del 2,5% e del 3,3%. Questa tendenza, includente anche la riduzione degli esercizi attivi nel *commercio di carne e pane* (rispettivamente -2% e -1,6%), si riscontra soprattutto nel **Centro-Nord** del Paese, ma non risparmia neanche le aree del **Sud**. I dati più confortanti riguardano, invece, il **settore non alimentare**, come *l'abbigliamento* (+2.227 unità), *despecializzati* (+1.176 unità), mentre diminuiscono in misura consistente tessili e biancheria (-1.087 unità).

Per quanto riguarda l'analisi del dettaglio per classe merceologica dello **specializzato alimentare** della **provincia di Roma**, il dato rispecchia la **dinamica negativa** nazionale, mentre, nel **settore dell'abbigliamento**, continua la **tendenza positiva** degli anni precedenti, registrando un aumento di 3.903 unità dal 2002, contro un decremento del **settore alimentare** di 1.172 unità..

Il confronto del dato relativo alla provincia di Roma con i dati delle altre **province metropolitane** evidenzia come l'andamento positivo registrato dal settore dell'abbigliamento in questa provincia sia maggiormente accentuato in alcune tra le più importanti aree metropolitane del Paese. Infatti, il **rapporto tra l'insieme degli esercizi non alimentari e l'insieme degli esercizi alimentari** è pari a 2,3 nella provincia di **Firenze** ed a 2,2 nella provincia di **Roma** che si attesta così al secondo posto.



Graf. 8 - Il commercio al dettaglio nella Provincia di Roma. Il numero degli esercizi per settore merceologico. Anno 2007.



Fonte: Elaborazione su dati Ministero Sviluppo Economico

2.9.3. La grande distribuzione

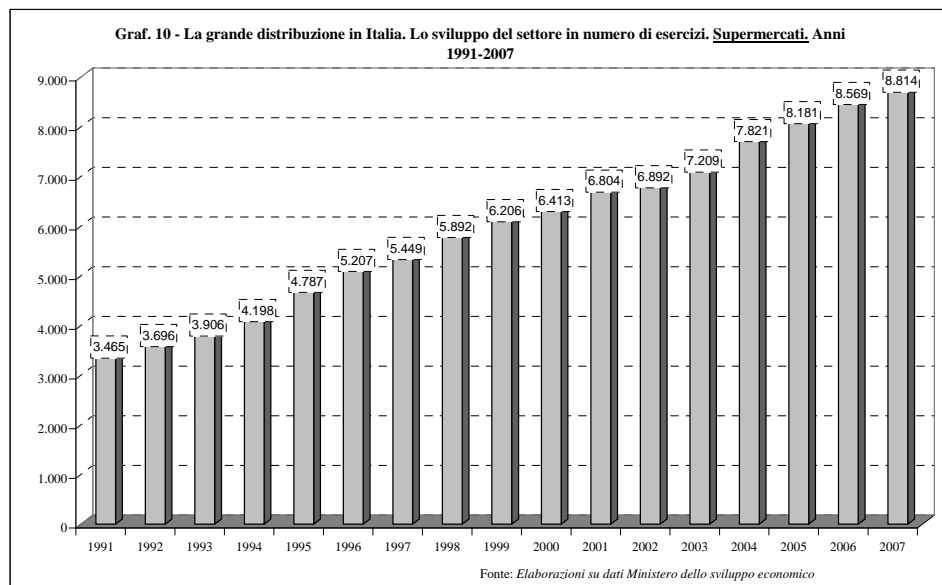
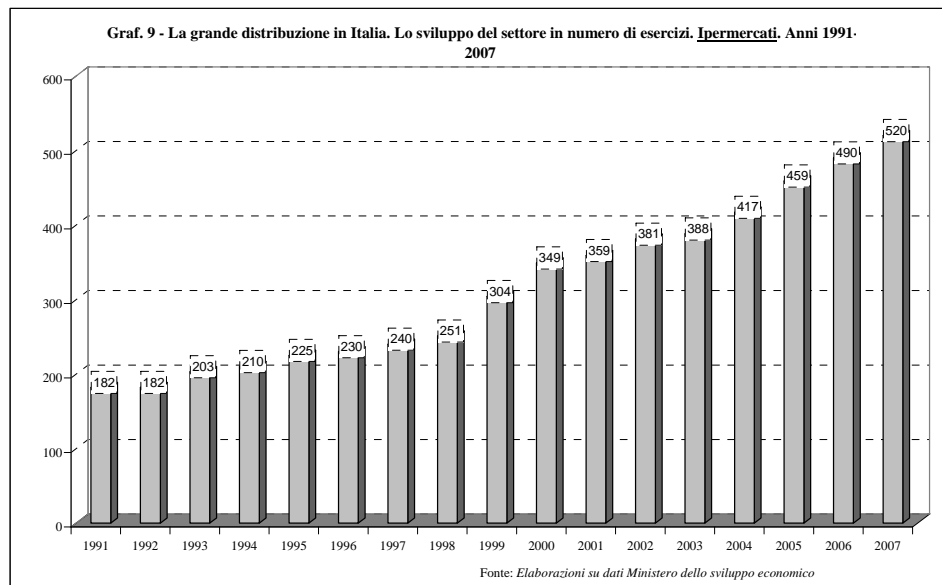
Il trend di incisivo sviluppo della **grande distribuzione** è proseguito anche nel 2007, confermando il protrarsi del processo di profonda trasformazione della struttura dell'apparato distributivo italiano, nella direzione di un suo progressivo ammodernamento. Come rilevato nel Rapporto sul Sistema distributivo del Ministero dello Sviluppo economico ormai il peso della distribuzione moderna sull'intera rete distributiva costituisce, in termini di numerosità dei punti vendita il 2% del totale coprendo però un quarto dell'intera superficie di vendita. Lo sviluppo di questo settore è caratterizzato da una stabilizzazione delle **superfici medie di vendita** e da **un incremento** delle nuove aperture, relativamente a tutte le diverse tipologie distributive (*ipermercati*, *supermercati* e *grandi magazzini*). La tendenza nazionale è anche osservabile in quasi tutti i macro ambiti territoriali del Paese (Nord-Ovest, Nord-Est e Centro, con la sola eccezione del Sud e delle Isole).

I **supermercati** e i **grandi magazzini** rappresentano ormai due formule distributive mature per le quali si registrano andamenti piuttosto costanti nel tempo.

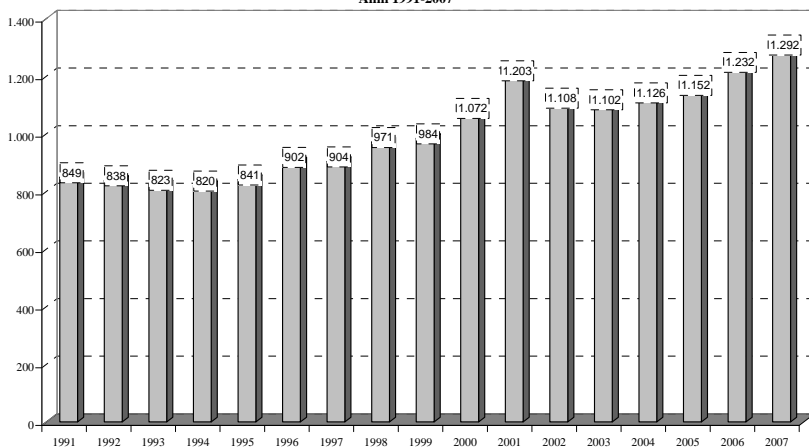
Su scala nazionale il numero dei **supermercati** è più che raddoppiato passando da 3.465 unità nel 1991 a 8.814 nel 2007, senza che si sia registrata comunque una variazione della dimensione media di superficie di vendita. Per quanto riguarda i **grandi magazzini**, invece, la loro espansione si rivela più contenuta sia nel numero di esercizi sia relativamente alle superfici medie.

Il trend di sviluppo degli **ipermercati**, così come quello delle grandi superfici specializzate, mostra invece un andamento più dinamico grazie al deciso incremento nel 2007 sia delle dimensioni delle superfici di vendita (+7% rispetto al 2006) che del numero di esercizi (+6% rispetto al 2006). La consistenza dello stock nazionale di ipermercati, tra il 1991 ed il 2006 si è ben più che raddoppiata, come conseguenza delle "Riforme Bassanini" del 1998 che hanno consentito alle regioni di adottare leggi di settore ispirate a criteri di liberalizzazione.

Anche il numero di **addetti** del settore della grande distribuzione risulta in **incremento** seguendo simmetricamente le medesime tendenze dell'espansione delle reti di vendita. Se e quanto queste potenzialità della grande distribuzione verranno correttamente indirizzate in una logica di riequilibrio territoriale, nel rispetto dei vincoli ambientali e turistici, dipenderà anche dalla qualità delle politiche locali che si metteranno in campo.

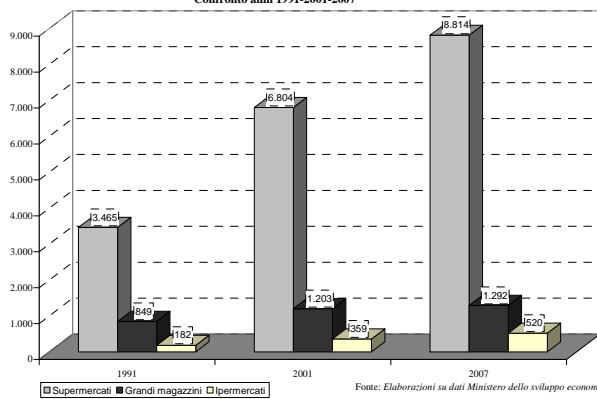


Graf. 11 - La grande distribuzione in Italia. Lo sviluppo del settore in numero di esercizi. Grandi magazzini. Anni 1991-2007



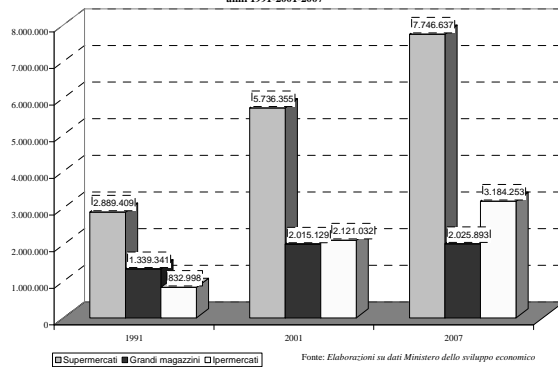
Fonte: Elaborazioni su dati Ministero dello sviluppo economico

Graf. 12 - La grande distribuzione in Italia. Lo sviluppo del settore in numero di esercizi. Confronto anni 1991-2001-2007

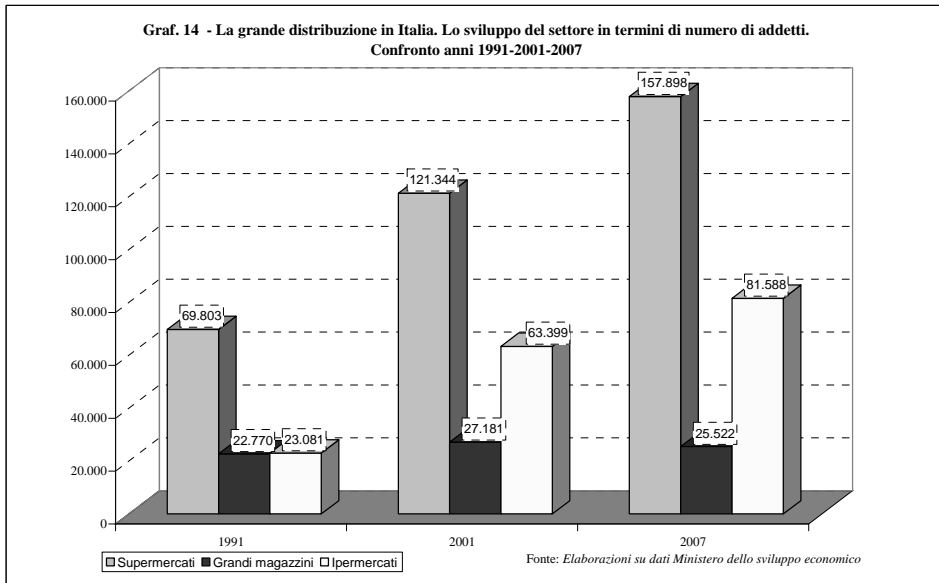


Fonte: Elaborazioni su dati Ministero dello sviluppo economico

Graf. 13 - La grande distribuzione in Italia. Lo sviluppo del settore in mq di superficie di vendita. Confronto anni 1991-2001-2007



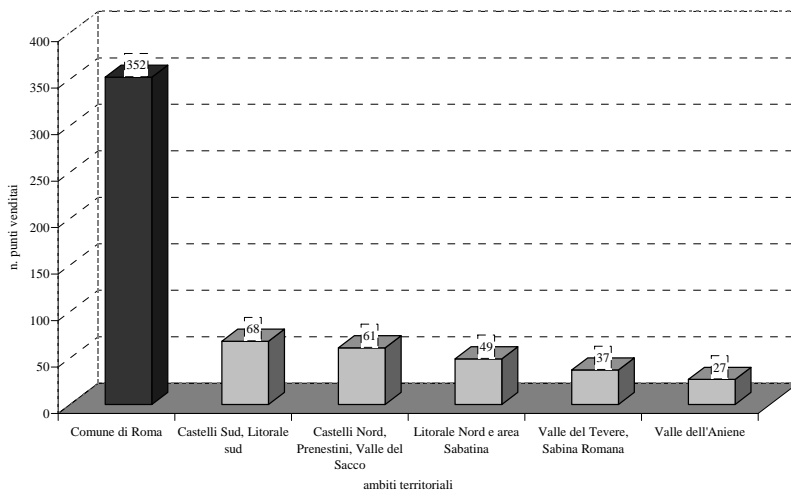
Fonte: Elaborazioni su dati Ministero dello sviluppo economico



L'analisi della **grande distribuzione** nelle articolazioni territoriali dell'**hinterland romano** mette in luce una **differenziazione** dell'**assetto** del **sistema**. Considerando, infatti, i cinque ambiti territoriali in cui è possibile suddividere l'hinterland della provincia di Roma, già altrove identificati², si osserva come l'area con una maggiore **dotazione** di punti vendita della **grande distribuzione** sia, ancora nel 2007, l'area dei **Castelli settentrionali**, che presenta il livello **massimo di offerta** nel rapporto tra il numero dei punti vendita e gli abitanti. Il valore **minimo di offerta**, invece, è rappresentato nell'ambito territoriale della **Valle dell'Aniene**, che registra il peggior valore di rapporto tra il numero dei punti vendita della grande distribuzione e gli abitanti. Il dato critico della **Valle dell'Aniene** è confermato anche dal valore della **densità territoriale** dello stock dei grandi esercizi commerciali localizzati nell'ambito. Infatti, in questa area si individuano appena 13 esercizi della grande distribuzione ogni 100 kmq. contro i 24,6 punti vendita ogni 100 kmq. rilevati nell'area del **Litorale nord – Area Sabatina**, maggiormente infrastrutturata nei grandi servizi commerciali.

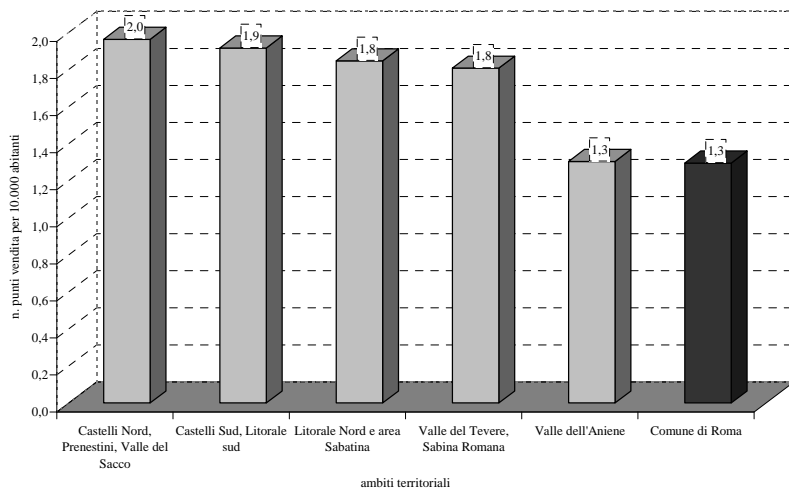
² Cfr. in proposito il *Working Paper dell'Ufficio Studi* "La provincia policentrica" n.2, 2004.

Graf. 15 - La grande distribuzione nella provincia di Roma. Il numero di punti vendita per ambito territoriale. Nell'ambito territoriale dei Castelli sud si addensa il maggior numero di punti vendita . Anno 2007



Fonte: Elaborazione su dati Ministero Sviluppo Economico

Graf. 16 - La grande distribuzione nella provincia di Roma. Punti vendita per 10.000 abitanti. Nell'ambito territoriale dei Castelli Nord i addensa il maggior numero di punti vendita per 10.000 abitanti . Anno 2007



Fonte: Elaborazione su dati Ministero Sviluppo Economico

Tab. 3 - La grande distribuzione negli ambiti sub-provinciali della Provincia di Roma. Litorale nord - area sabatina. Anno 2007

Comune_	Numero esercizi	Superf. di vendita (mq)	Popolazione residente 2007	N. esercizi per 10.000 abitanti	Mq per 100 abitanti
ALLUMIERE	0	0	4.210	0	0
ANGUILLARA SABAZIA	3	5.150	17.512	1,7	29,4
BRACCIANO	2	2.057	17.474	1,1	11,8
CANALE MONTERANO	0	0	3.701	0,0	0,0
CERVETERI	6	5.292	34.338	1,7	15,4
CIVITAVECCHIA	11	26.996	51.925	2,1	52,0
FIUMICINO	12	11.035	63.623	1,9	17,3
LADISPOLI	7	6.687	37.964	1,8	17,6
MANZIANA	2	2.900	6.398	3,1	45,3
SANTA MARINELLA	3	1.840	17.354	1,7	10,6
TOLFA	1	1.008	5.168	1,9	19,5
TREVIGNANO ROMANO	2	1.000	5.701	3,5	17,5
Litorale Nord e area Sabatina	49	63.965	265.368	1,8	24,1

Tab. 4 - La grande distribuzione negli ambiti sub-provinciali della provincia di Roma. Valle del Tevere, Sabina Romana. Anno 2007

Comune_	Numero esercizi	Superf. di vendita (mq)	Popolazione residente 2007	N. esercizi per 10.000 abitanti	Mq per 100 abitanti
CAMPAGNANO DI ROMA	2	1.390	10.301	2	13
CAPENA	2	10.504	8.207	2,4	128,0
CASTELNUOVO DI PORTO	4	3.684	8.376	4,8	44,0
CIVITELLA SAN PAOLO	0	0	1.730	0,0	0,0
FIANO ROMANO	4	4.724	11.645	3,4	40,6
FILACCIANO	0	0	544	0,0	0,0
FONTE NUOVA	7	5.553	26.486	2,6	21,0
FORMELLO	1	1.400	11.831	0,8	11,8
MAGLIANO ROMANO	0	0	1.490	0,0	0,0
MAZZANO ROMANO	0	0	2.740	0,0	0,0
MENTANA	5	2.828	19.874	2,5	14,2
MONTEFLAVIO	0	0	1.401	0,0	0,0
MONTELIBRETTI	0	0	5.011	0,0	0,0
MONTEROTONDO	7	8.045	37.359	1,9	21,5
MONITORIO ROMANO	0	0	1.982	0,0	0,0
MORICONE	0	0	2.600	0,0	0,0
MORLUPO	0	0	8.016	0	0
NAZZANO	1	450	1.344	7,4	33,5
NEROLA	0	0	1.654	0,0	0,0
PALOMBARA SABINA	1	1.000	12.189	0,8	8,2
PONZANO ROMANO	0	0	1.163	0,0	0,0
RIANO	1	400	8.333	1,2	4,8
RIGNANO FLAMINIO	2	1.528	8.712	2,3	17,5
SACROFANO	0	0	6.950	0,0	0,0
SANT'ORESTE	0	0	3.743	0,0	0,0
TORRITA TIBERINA	0	0	1.040	0,0	0,0
Valle del Tevere, Sabina Romana	37	41.506	204.721	1,8	20,3

Fonte: Elaborazione su dati Istat e Ministero dello Sviluppo Economico. Osservatorio nazionale del Commercio

Tab. 5 - La grande distribuzione negli ambiti sub-provinciali della provincia di Roma. Valle dell'Aniene.
Anno 2007

Comune_	Numero esercizi	Superf. di vendita (mq)	Popolazione re- sidente 2007	N. esercizi per 10.000 abitanti	Mq per 100 abi- tanti
AFFILE	0	0	1.594	0,0	0,0
AGOSTA	1	580	1.710	5,8	33,9
ANTICOLI CORRADO	0	0	926	0,0	0,0
ARCINAZZO ROMANO	0	0	1.474	0,0	0,0
ARSOLI	0	0	1.657	0,0	0,0
BELLEGRA	0	0	3.038	0,0	0,0
CAMERATA NUOVA	0	0	482	0,0	0,0
CANTERANO	0	0	353	0,0	0,0
CASAPE	0	0	777	0,0	0,0
CASTEL MADAMA	1	1.420	7.312	1,4	19,4
CERRETO LAZIALE	0	0	1.147	0,0	0,0
CERVERA DI ROMA	0	0	487	0,0	0,0
CICILIANO	0	0	1.387	0,0	0,0
CINETO ROMANO	0	0	662	0,0	0,0
GERANO	0	0	1.213	0,0	0,0
GUIDONIA MONTECELIO	13	14.005	78.491	1,7	17,8
JENNE	0	0	433	0,0	0,0
LICENZA	0	0	980	0,0	0,0
MANDELA	0	0	900	0,0	0,0
MARANO EQUO	0	0	795	0,0	0,0
MARCELLINA	0	0	6.643	0,0	0,0
OLEVANO ROMANO	0	0	6.814	0,0	0,0
PERCILE	0	0	222	0,0	0,0
PISONIANO	0	0	762	0,0	0,0
POLI	0	0	2.419	0,0	0,0
RIOFREDDO	0	0	772	0,0	0,0
ROCCA CANTERANO	0	0	221	0,0	0,0
ROCCA SANTO STEFANO	0	0	1.014	0,0	0,0
ROCCAGIOVINE	0	0	292	0,0	0,0
ROIATE	0	0	776	0,0	0,0
ROVIANO	0	0	1.431	0,0	0,0
SAMBUCI	0	0	954	0,0	0,0
SAN GREGORIO DA SASSOLA	0	0	1.527	0,0	0,0
SAN POLO DEI CAVALIERI	0	0	2.655	0,0	0,0
SAN VITO ROMANO	0	0	3.469	0,0	0,0
SANT'ANGELO ROMANO	0	0	4.103	0,0	0,0
SARACINESCO	0	0	169	0,0	0,0
SUBIACO	3	2.517	9.321	3,2	27,0
TIVOLI	9	9.093	52.853	1,7	17,2
VALLEPIETRA	0	0	327	0,0	0,0
VALLINFREDA	0	0	300	0,0	0,0
VICOVARO	0	0	4.047	0,0	0,0
VIVARO ROMANO	0	0	194	0,0	0,0
Valle dell'Aniene	27	27.615	207.103	1,3	13,3

Fonte: Elaborazione su dati Istat e Ministero dello Sviluppo Economico. Osservatorio nazionale del Commercio

Tab. 6 - La grande distribuzione negli ambiti sub-provinciali della provincia di Roma. Castelli Sud, Litorale Sud. Anno 2007

Comune_	Numero esercizi	Superf. di vendita (mq)	Popolazione residente 2007	N. esercizi per 10.000 abitanti	Mq per 100 abitanti
ALBANO LAZIALE	2	1.165	38.986	0,5	3,0
ANZIO	10	9.762	49.579	2,0	19,7
ARDEA	5	5.257	39.170	1,3	13,4
ARICCIA	10	7.370	18.083	5,5	40,8
CASTEL GANDOLFO	1	1.399	8.706	1,1	16,1
GENZANO DI ROMA	5	5.310	23.122	2,2	23,0
LANUVIO	1	410	12.185	0,8	3,4
LARIANO	2	1.448	12.009	1,7	12,1
NEMI	0	0	1.950	0,0	0,0
NETTUNO	5	4.900	43.409	1,2	11,3
POMEZIA	16	30.349	56.105	2,9	54,1
VELLETRI	11	8.945	51.507	2,1	17,4
Castelli Sud, Litorale sud	68	76.315	354.811	1,9	21,5

Fonte: Elaborazione su dati Istat e Ministero dello Sviluppo Economico. Osservatorio nazionale del Commercio

Tab. 7- La grande distribuzione negli ambiti sub-provinciali della provincia di Roma. Castelli Nord, Prenestini, Valle del Sacco. Anno 2007

Comune_	Numero esercizi	Superf. di vendita (mq)	Popolazione residente 2007	N. esercizi per 10.000 abitanti	Mq per 100 abitanti
ARTENA	2	1.300	13.242	1,5	9,8
CAPRANICA PRENESTINA	0	0	347	0,0	0,0
CARPINETO ROMANO	0	0	4.799	0,0	0,0
CASTEL SAN PIETRO ROMANO	0	0	834	0,0	0,0
CAVE	2	1.180	10.339	1,9	11,4
CIAMPINO	9	7.705	37.885	2,4	20,3
COLLEFERRO	13	15.144	21.856	5,9	69,3
COLONNA	1	1.160	3.643	2,7	31,8
FRASCATI	5	3.671	20.737	2,4	17,7
GALLICANO NEL LAZIO	0	0	5.638	0,0	0,0
GAVIGNANO	0	0	1.970	0,0	0,0
GENAZZANO	0	0	5.851	0,0	0,0
GORGA	0	0	788	0,0	0,0
GROTTAFERRATA	3	2.727	20.555	1,5	13,3
LABICO	1	800	5.397	1,9	14,8
MARINO	9	9.408	38.225	2,4	24,6
MONTE PORZIO CATONE	0	0	8.737	0,0	0,0
MONTECOMPATRI	4	2.680	9.662	4,1	27,7
MONTELANICO	0	0	2.022	0,0	0,0
PALESTRINA	7	5.389	19.251	3,6	28,0
ROCCA DI CAVE	0	0	386	0,0	0,0
ROCCA DI PAPA	0	0	14.859	0,0	0,0
ROCCA PRIORA	0	0	11.490	0,0	0,0
SAN CESAREO	0	0	12.407	0,0	0,0
SEGNI	0	0	9.332	0,0	0,0
VALMONTONE	3	2.550	14.447	2,1	17,7
ZAGAROLO	2	800	16.073	1,2	5,0
Castelli Nord, Prenestini, Valle del Sacco	61	54.514	310.772	2,0	17,5

Fonte: Elaborazione su dati Istat e Ministero dello Sviluppo Economico. Osservatorio nazionale del Commercio

2.9.4. I centri commerciali

Nel 2004 sul territorio nazionale sono stati individuati **679 centri commerciali al dettaglio**. Essi si identificano come un insieme di edifici nei quali si concentrano numerose attività commerciali, quali insegne GDO, negozi specializzati, cinema e ristoranti. Per la numerosità dei servizi offerti e per l'ingente entità dell'utenza che canalizzano solitamente i centri commerciali si collocano in aree caratterizzate da elevata accessibilità veicolare e trasportistica (spesso nelle periferie delle città). Si tratta, dunque, di una realtà commerciale assai recente e quanto mai in espansione, presente in misura consistente nelle regioni dell'Italia settentrionale, quali Lombardia (140 unità nel 2004), Emilia Romagna (93 unità nel 2004) e Veneto (76 unità nel 2004).

Nel 2004 nella regione Lazio sono stati censiti 30 centri commerciali, che si sono sviluppati su ben 897.855 metri quadrati complessivi di superficie. L'attivismo e la dinamicità commerciale del territorio della Provincia di Roma, hanno fatto sì che il maggior numero di centri commerciali del Lazio fossero concentrati proprio nell'area romana. La Capitale e l'hinterland, infatti sono sede di una crescente domanda di servizi commerciali di grandi dimensioni, che hanno determinato l'apertura di nuovi punti distributivi che rispondessero alla logica diffusa del "tutto sotto lo stesso tetto". A livello nazionale le province metropolitane che nel 2004 hanno annoverato il più alto numero di centri commerciali sono state Milano, Torino e Bologna. L'area romana, che si è posizionata in quarta posizione nella graduatoria delle province metropolitane con maggior numero di centri commerciali, ha contato 17 unità³. E' necessario sottolineare che la dimensione dei centri commerciali del territorio della Capitale hanno evidenziato la presenza di una consistente zona adibita a parcheggio in termini di metri quadri e, viceversa, l'esigua entità di spazi comuni, che comprendono verde, viabilità e disimpegni. Nel 2004 il 40% delle superfici di vendita degli esercizi alimentari e non alimentari della Provincia di Roma ha riguardato i centri commerciali al dettaglio con superfici di vendita superiore a 2.500 metri ed il 31% ha, invece, avuto ad oggetto centri con superfici fino a 250 metri. **Ciò denota che nel 2004 le caratteristiche dimensionali dei centri dell'area romana si sono orientate soprattutto verso la grande e la piccola dimensione piuttosto che su superfici medie, ovvero comprese tra i 250 ed i 2.500 metri.**

³ Si riportano di seguito le caratteristiche dimensionali e strutturali dei più noti centri commerciali presenti nell'area limitrofa alla Capitale. Il *Centro: Romaest* è il complesso comprende attività commerciali e spazi ad uso collettivo per un totale di 136.000 metri quadrati. In particolare la struttura ospita oltre 220 negozi e un complesso cinematografico multisala e di intrattenimento. Su entrambi i livelli sono ubicate, poi, numerose aree dedicate alla ristorazione, diversificate per tipologia di offerta e di servizio. A queste si aggiunge l'ipermercato Panorama, che copre una superficie di 13.000 metri quadri. Il *Centro Commerciale Parco Leonardo*, è stato inaugurato nel novembre 2005 con i suoi 100 mila mq, e per numero di punti vendita, con 216 negozi e un ipermercato da 13 mila mq³. Il centro commerciale *La Romanina* è stato inaugurato nel 1991. Il complesso, sorto nel punto di congiunzione tra il Grande Raccordo Anulare e l'Autostrada Roma-Napoli, insiste su un'area di circa 66.000 mq di cui 42.000 mq coperti. E' in grado di accogliere circa 8 milioni di visitatori all'anno con una media giornaliera di 25.000 visitatori. Il bacino d'utenza è caratterizzato da quasi 1.200.000 persone presenti nell'area di influenza, composta dall'area sud di Roma e dalla zona dei Castelli Romani. Inaugurato a Maggio 2004 il centro commerciale *Anagnina* gode di una posizione privilegiata a metà strada tra la via Anagnina e la via Tuscolana. Il Centro Commerciale è composto di 56 esercizi commerciali con un eterogeneo mix merceologico. Il centro commerciale è inoltre integrato un Hotel 4 Stelle di 115 camere. Il centro commerciale *I Granai*, inaugurato nel 1992, è così composto: un ipermercato, 118 negozi, 2.000 posti auto, ristoranti e bar per una superficie complessiva di circa 130.000 mq.

Tab. 8 – Centri commerciali al dettaglio in Italia. Numero e superfici. Anno 2004

Regioni	Cons.	Sup. Lotto	GLA (1)	Parcheggi		Spazi comuni (2)
	numero	mq	mq	numero	mq	mq
PIEMONTE	71	2.425.715	872.004	56.181	1.194.117	705.060
LIGURIA	14	324.578	184.607	10.818	228.551	230.812
LOMBARDIA	140	5.950.835	2.131.820	144.743	2.726.537	1.833.315
NORD-OVEST	225	8.701.128	3.188.431	211.742	4.149.205	2.769.187
TRENTINO ALTO ADIGE	19	221.943	140.998	7.992	110.440	64.811
FRIULI VENEZIA GIULIA	13	705.963	273.248	14.194	317.903	234.968
VENETO	76	2.547.445	946.587	62.287	1.141.591	789.324
EMILIA ROMAGNA	93	3.509.053	978.030	61.266	1.490.141	1.322.965
NORD-EST	201	6.984.404	2.338.863	145.739	3.060.075	2.412.068
TOSCANA	57	1.525.148	566.941	42.217	1.024.692	273.716
MARCHE	31	1.026.266	382.662	27.122	559.511	219.537
UMBRIA	31	490.940	258.736	13.201	219.787	137.918
LAZIO	30	897.885	438.859	26.467	491.019	220.195
CENTRO	149	3.940.239	1.647.198	109.007	2.295.009	851.366
MOLISE	8	184.633	88.811	6.161	75.980	58.000
ABRUZZI	29	844.902	329.422	22.630	430.897	278.882
CAMPANIA	16	525.199	184.924	15.057	246.537	102.478
PUGLIA	20	1.358.046	457.059	32.918	676.464	359.254
CALABRIA	5	221.170	58.921	4.443	110.000	47.764
SICILIA	10	481.921	136.522	8.229	191.850	175.785
SARDEGNA	16	497.055	248.772	14.916	173.507	148.554
SUD-ISOLE	104	4.112.926	1.504.431	104.354	1.905.235	1.170.717
TOTALE ITALIA	679	23.738.697	8.678.923	570.842	11.409.524	7.203.338

(1) GLA: si intende la superficie a disposizione degli operatori a titolo di proprietà o a titolo di godimento non gratuito per l'esercizio della propria attività di vendita o di servizio. (2) Spazi comuni: comprendono verde, viabilità e disimpegni.

Fonte: elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico-Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tab. 9 – Centri commerciali al dettaglio nella regione Lazio. Numero e superfici. Anno 2004

	Cons.	Sup. Lotto	GLA (1)	Parcheggi		Spazi comuni (2)
	numero	mq	mq	numero	mq	mq
Frosinone	3	118.960	45.129	3.800	40.550	58.031
Latina	6	184.198	88.560	4.800	78.913	65.900
ROMA	17	505.972	241.270	13.980	321.639	93.974
Viterbo	4	88.755	63.900	3.887	49.917	2.290
TOTALE LAZIO	30	897.885	438.859	26.467	491.019	220.195

(1) GLA: si intende la superficie a disposizione degli operatori a titolo di proprietà o a titolo di godimento non gratuito per l'esercizio della propria attività di vendita o di servizio. (2) Spazi comuni: comprendono verde, viabilità e disimpegni.

Fonte: elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico-Osservatorio Nazionale del Commercio.

Tab. 10 – Centri commerciali al dettaglio nelle province metropolitane. Numero e superfici. Anno 2004

	Cons.	Sup. Lotto	GLA (1)	Parcheggi		Spazi comuni (2)
	numero	mq	mq	numero	mq	mq
Milano	44	2.052.001	709.675	52.276	963.701	654.092
Torino	29	1.024.385	403.015	24.365	492.818	186.669
Bologna	27	697.449	265.402	14.503	359.055	211.892
ROMA	17	505.972	241.270	13.980	321.639	93.974
Firenze	15	639.661	209.754	17.533	434.915	107.681
Napoli	9	388.699	128.758	10.337	182.387	79.128
Bari	9	717.808	252.063	18.070	314.813	249.752
Genova	5	122.581	69.551	6.234	124.761	171.583
Palermo	4	66.849	27.901	1.540	14.340	32.850

(1) GLA: si intende la superficie a disposizione degli operatori a titolo di proprietà o a titolo di godimento non gratuito per l'esercizio della propria attività di vendita o di servizio. (2) Spazi comuni: comprendono verde, viabilità e disimpegni.

Fonte: elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico-Osservatorio Nazionale del Commercio.