

La distribuzione commerciale in Umbria

2009

Rapporto di ricerca

RICONOSCIMENTI

La presente ricerca è stata condotta dall'AUR, su incarico della Regione Umbria, nell'ambito delle attività che l'Agenzia svolge all'interno dell'Osservatorio del Commercio, di cui alla l.r. 24/1999.

La ricerca è per lo più il risultato di quanto emerso da un'indagine di campo effettuata presso i Comuni, che si ringraziano per la collaborazione.

Si ringrazia altresì il Servizio Commercio e Tutela dei Consumatori e il suo responsabile, Enzo Santucci, per aver presidiato l'intero svolgimento della rilevazione.

Gruppo di lavoro

<i>Elisabetta Tondini</i>	Coordinamento generale
<i>Andrea Kaczmarek</i>	Esperto
<i>Enza Galluzzo</i>	Ricercatrice
<i>Chiara Vivoli</i>	Ricercatrice
<i>Emanuele Pettini</i>	Ricercatore informatico

Il rapporto, frutto della collaborazione del team di ricerca, è stato impostato e supervisionato da Andrea Kaczmarek che ha anche curato la raccolta e l'elaborazione dei dati e redatto le sezioni relative alle zone socio-economiche, alle strutture M3 e all'evoluzione della rete del capitolo *Il commercio al dettaglio in Umbria* nonché il capitolo *Quadro di sintesi*; Chiara Vivoli ha curato l'elaborazione dei dati e le sezioni relative ai dati generali, per provincia, classe demografica e zona comunale, ed ai centri commerciali del capitolo *Il commercio al dettaglio in Umbria*; Enza Galluzzo ha redatto il capitolo *L'Umbria nel quadro nazionale*.

L'impaginazione del quaderno è stata curata da Vito Simone Foresi.

LA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE IN UMBRIA 2009

INDICE

Introduzione	5
I - L'Umbria nel quadro nazionale	7
II - Il commercio al dettaglio in Umbria	28
Quadro di sintesi	104
Allegati: 1 - Categorie merceologiche; 2 - Zone socio-economiche omogenee	111

INTRODUZIONE

Il presente rapporto è uno dei lavori realizzati dall'Agencia Umbria Ricerche nell'ambito dell'Osservatorio del Commercio, lo strumento della Regione Umbria¹ che prevede, tra le sue finalità, di:

- a) *realizzare un Sistema informativo della rete distributiva, avvalendosi dei Comuni e del sistema camerale;*
- b) *valutare l'andamento delle problematiche della distribuzione commerciale nella Regione, con particolare riguardo ai processi derivanti dall'entrata in vigore del decreto;*
- c) *fornire le basi conoscitive per la programmazione regionale nel settore del commercio;*
- d) *valutare il grado di attuazione e l'efficacia degli interventi regionali in materia di commercio;*
- e) *fornire a tutti i soggetti interessati i dati e le elaborazioni per una migliore conoscenza del settore della distribuzione commerciale, nel rispetto delle disposizioni in materia di riservatezza delle informazioni.*

All'AUR, a partire dal 2006, la Regione Umbria ha affidato l'incarico di monitorare l'attività del commercio nell'ambito dell'Osservatorio, da realizzare, segnatamente, attraverso indagini di campo specifiche. Tra gli aspetti esplorati, un'attenzione particolare è stata dedicata allo studio della media e grande distribuzione, un settore la cui conoscenza, allo stato attuale, non sembrerebbe commisurata al ruolo rivestito nella realtà economica regionale.

La rilevazione che ha permesso la realizzazione del presente rapporto è stata molto lunga e complessa, ha richiesto un intenso lavoro di ricostruzione del sistema di informazioni in possesso dei Comuni supportato da un'opera di assistenza diretta da parte dell'AUR, rivelatasi di fatto fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi conoscitivi della ricerca.

Il punto di forza dell'indagine risiede principalmente nella ricchezza di informazioni su cui è stato strutturato il questionario: si tratta di un'ampia mole di dati di primo livello che fornisce un quadro conoscitivo molto dettagliato il quale può tuttavia essere ulteriormente approfondito attraverso successive indagini.

Nelle pagine che seguono si descriveranno le principali caratteristiche della media e grande distribuzione in Umbria sia nei suoi tratti generali sia relativamente ad ambiti più specifici.

¹ Istituito, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, lettera g) del d.lgs. 114/98 con legge regionale 3 agosto 1999, n. 24 (articoli 32 e 33).

Il rapporto si compone di due parti: la *prima parte* traccia un'analisi di sfondo della distribuzione in Umbria, ponendola a confronto, ove possibile, con altre realtà territoriali e con il complesso dei dati nazionali, la *seconda parte* del lavoro contiene l'analisi dei dati originali acquisiti attraverso la rilevazione di campo effettuata presso le Amministrazioni comunali.

I dati esposti nella seconda parte concernono:

- la consistenza generale degli esercizi commerciali - compresi dunque quelli di minore dimensione o di vicinato - di cui è stato acquisito per ciascun comune numerosità e superficie complessiva, distintamente per i settori alimentare e non alimentare;
- l'approfondimento delle medie e grandi strutture di vendita, l'oggetto specifico della presente ricerca, di cui sono stati acquisiti dai Comuni elenchi analitici ricchi di informazioni.

Due ulteriori sezioni sono state dedicate, rispettivamente, alle medie strutture di vendita di tipologia M3, individuata dalla recentissima legge regionale n. 15/2010, ed all'evoluzione temporale della rete distributiva, così da cogliere elementi di valutazione sul futuro del settore.

Un accenno è, infine, operato relativamente ai tratti principali dei centri commerciali localizzati nella regione.

I - L'UMBRIA NEL QUADRO NAZIONALE

Nella presente sezione si propone un'analisi di sfondo sui macro indicatori economici relativi al commercio in Umbria comparandoli con la media italiana e con le *performance* di alcune ripartizioni territoriali. In particolare si forniscono dati relativi al Commercio inteso come “Commercio ingrosso e dettaglio, riparazione beni personali e per la casa”, in relazione a *consistenza* (Movimprese), *occupazione e valore aggiunto* (Istat - Contabilità Territoriale) e *spesa delle famiglie* (Ministero dello Sviluppo Economico - *Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008*).

A seguire vengono presentati approfondimenti sul *Commercio al dettaglio in sede fissa* e sulla *Grande distribuzione organizzata*, con l'ausilio dei dati dell'Osservatorio Nazionale sul Commercio così come elaborati nel *Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008* del Ministero dello Sviluppo Economico.

Tali approfondimenti, pur facendo riferimento a dati che - per difformità di fonte - risultano divergenti rispetto a quelli rivenienti dalle indagini di campo effettuate per l'Umbria, hanno il pregio di fornire una visione d'insieme della realtà regionale in comparazione con quella nazionale.

Le imprese commerciali

La consistenza

Le imprese registrate² in Umbria al 31 dicembre 2008 relative al *Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa*, cioè la voce G del Codice Ateco 2002³ (che somma le voci G50, *Commercio, manutenzione e riparazione autoveicoli e motocicli*, G51 *Commercio ingrosso e intermediari del commercio esclusi autoveicoli* e G52 *Commercio dettaglio esclusi autoveicoli; riparazione beni personali*, al netto della Somministrazione che è inclusa invece nella voce H, *Alberghi e ristoranti*) sono 22.284, su un totale di 95.162 unità; esse costituiscono pertanto il 23,4% di tutte le imprese localizzate nella regione (il 23,7 nel 2006 e il 24,3% nel 2002).

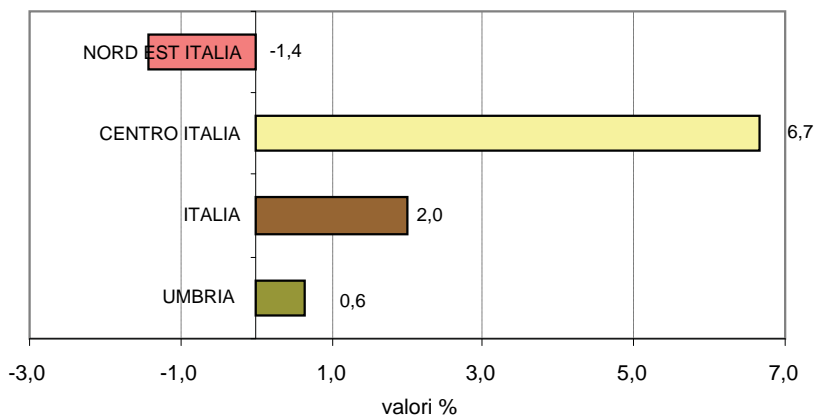
Il comparto in Umbria incide di qualche punto in meno rispetto alla media Italiana (25,9%) ed all'Italia Centrale (26,1%); nella ripartizione del Nord Est l'incidenza del commercio risulta invece più bassa di quella umbra (21,8%).

² I dati utilizzati per misurare la consistenza del commercio in Umbria sono stati desunti dagli archivi di Movimprese e fanno riferimento alle imprese registrate presso le Camere di Commercio. Sono stati esaminati in particolare i dati degli ultimi 3 anni e, per poter fornire una visione diacronica, anche i dati del 2002.

³ Ora sostituita dalla nuova classificazione 2007.

Confrontando i valori assoluti relativi al 2002 e al 2008, emerge che le imprese commerciali registrate e qui considerate sono cresciute nella regione dello 0,6%, un tasso inferiore rispetto alla media italiana (2,0%) e soprattutto dell'Italia Centrale che ha registrato un aumento del 6,7%. L'Italia Nord Orientale si pone invece in controtendenza con un decremento dell'1,4% (graf. 1).

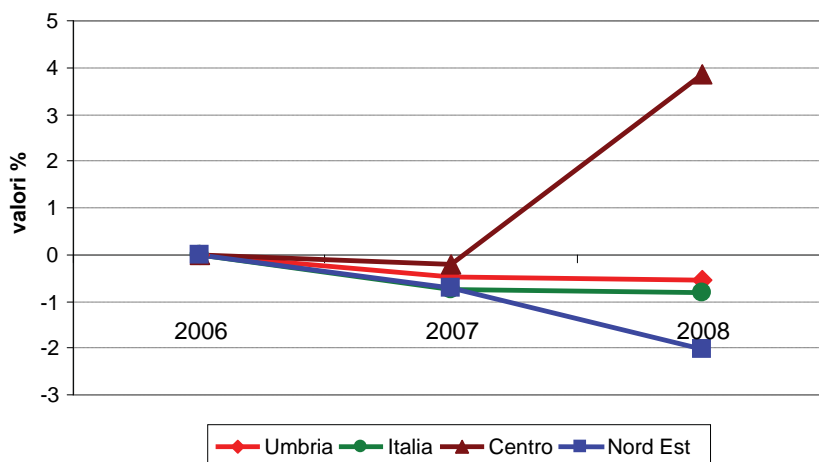
Graf. 1 - Imprese commerciali: variazioni 2002-2008



Fonte: Movimprese.

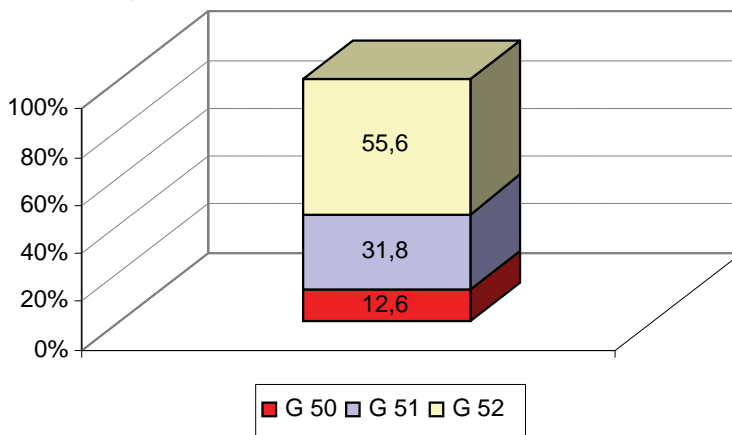
Prendendo a riferimento lo stesso periodo (2002-2008), si osserva in Umbria una crescita media annua dello 0,1%, contro quella nazionale dello 0,3%. Osservando i dati solamente degli ultimi tre anni (2006=100), si evidenzia nel 2007 e 2008 (graf. 2) una dinamica negativa delle imprese umbre, in linea con la media italiana. Un decremento si registra, nel 2007, anche nelle altre due ripartizioni territoriali, seguito nel 2008 nel Centro Italia da un forte aumento, mentre nel settentrione prosegue, accentuandosi, il trend negativo. In analogia con quanto avviene nelle altre ripartizioni geografiche esaminate, le imprese commerciali registrate in Umbria nel 2008 per il 56% operano al dettaglio (G 52) e per quasi un terzo (G 51) all'ingrosso (graf. 3).

Graf. 2 - Imprese commerciali: variazioni annue dal 2006 al 2008 (2006=100)



Fonte: Movimprese.

Graf. 3 - Umbria: composizione delle imprese commerciali al 2008 (commercio=100)

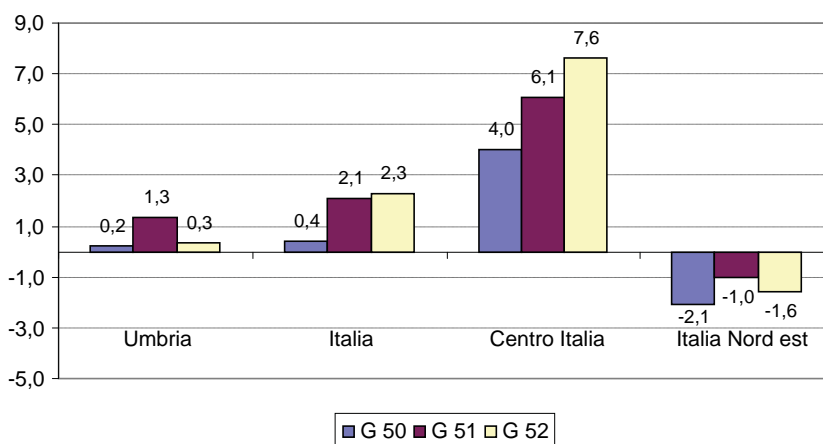


Fonte: Movimprese.

Dal 2002 al 2008 il settore che è cresciuto di più in Umbria è quello del commercio all'ingrosso G 51 (1,3%) a fronte di una crescita più modesta degli altri settori (graf. 4).

A differenza dell'Umbria, in Italia e nel Centro la dinamica ha riguardato maggiormente il commercio al dettaglio. Nella ripartizione di Nord Est, all'interno dell'evoluzione negativa di tutti e tre i settori, quello dell'auto ha subito la maggiore decrescita, seguito dal commercio al dettaglio ed infine dall'ingrosso.

Graf. 4 - Dinamica settoriale del commercio: variazione 2002 - 2008



Fonte: Movimprese.

L'occupazione

In Umbria, nel 2007, sono 60.100 gli occupati⁴ impiegati nel *Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa* (voci 50-51-52), il 15,2% del totale degli occupati, con una sostanziale invariabilità rispetto al 2000 (15,0%). Tale numerosità costituisce altresì il 22,6% del totale dei Servizi.

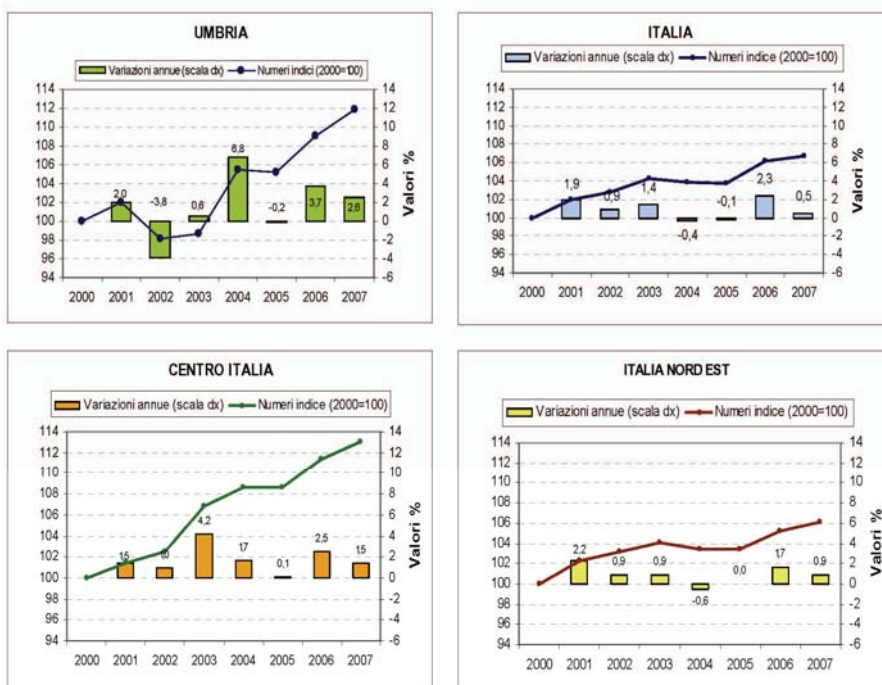
Dal 2000 al 2007 gli occupati sono cresciuti complessivamente dell'11,9%, pur con un andamento altalenante, avendo a riferimento le variazioni

⁴ L'aspetto occupazionale collegato alle attività commerciali dell'Umbria è stato analizzato utilizzando i dati di Contabilità territoriale, che forniscono il numero di *occupati* operanti nel settore commercio nel periodo 2000-2007. Anche in questa occasione occorre precisare che il dettaglio dei dati della Contabilità Territoriale giunge fino alla "divisione economica", per cui non comprende la "somministrazione", in quanto non estrapolabile dalla voce complessiva H - Alberghi Ristoranti.

annuali: una crescita nel 2001, un drastico calo (-3,8%) nell'anno successivo, quindi una lieve ripresa nel 2003 (+0,6%) e una repentina impennata nel 2004 (+6,8%), seguita da una nuova decrescita nel 2005 (-0,2%) ed di nuovo da valori positivi nel 2006 (3,7%) e nel 2007 (2,6%) (graf. 5).

In generale, l'andamento dell'Umbria nei primi anni 2000 mostra una dinamica più accentuata, in negativo e in positivo, rispetto alle altre realtà territoriali, alle quali si allinea nell'ultimo triennio in esame.

Graf. 5 - Dinamica occupazionale del commercio* dal 2000 al 2007 - variazioni annue



* Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa (voci 50-51-52)
 Fonte: Istat Contabilità territoriale 15/10/2009.

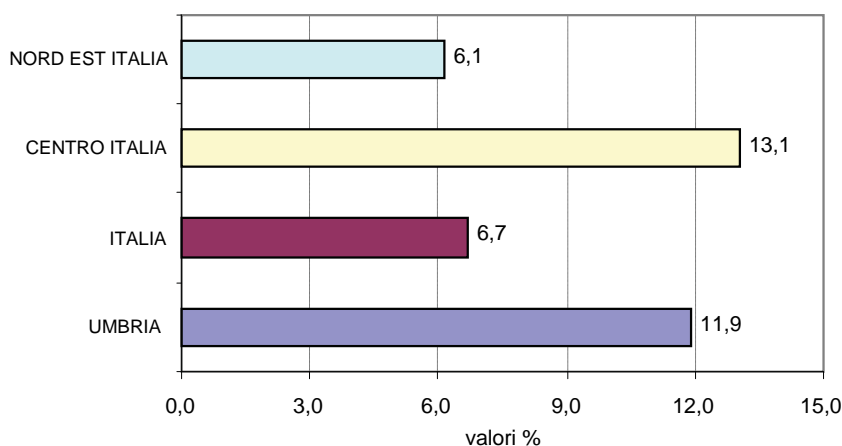
Stando ai dati che riguardano la voce Servizi⁵ disponibile per un ulteriore anno, nel 2008 in Umbria si è in presenza di una variazione negativa rispetto al 2007, sebbene di modeste dimensioni (-0,3%).

⁵ La voce Servizi è un aggregato di voci che comprende: "Commercio, riparazioni, alberghi e ristoranti, trasporti e comunicazioni", "Intermediazione monetaria e finanziaria; attività immobiliari ed

Come appare dall'andamento dei numeri indice (2000=100) del grafico 5 e dal confronto dei dati al 2000 e al 2007, l'Umbria è stata interessata da un aumento dell'occupazione (+12%) più elevato di quello medio italiano (+6,7%) e della ripartizione territoriale Nord Est (+6,1%). Invece, la performance dell'Italia Centrale è pari al 13,1% (graf. 6).

La crescita media annua che si registra all'interno delle ripartizioni esaminate risulta in Umbria e nel Centro Italia rispettivamente dell'1,7% e dell'1,8%, mentre nell'Italia nordorientale ed in generale in Italia dello 0,9%.

Graf. 6 - Dinamica occupazionale nel commercio*: variazioni 2000 - 2007



* Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa (voci 50-51-52).

Fonte: Istat Contabilità territoriale 15/10/2009.

Il valore aggiunto

Il valore aggiunto⁶ prodotto in Umbria nel 2007 dal commercio (di cui alle voci G, 50-51-52 - con esclusione quindi della *Somministrazione*) è pari a 2.224,9

imprenditoriali" e "Altre attività di servizi". E' utile fare riferimento a tale aggregato più ampio perché il suo valore è disponibile anche per il 2008.

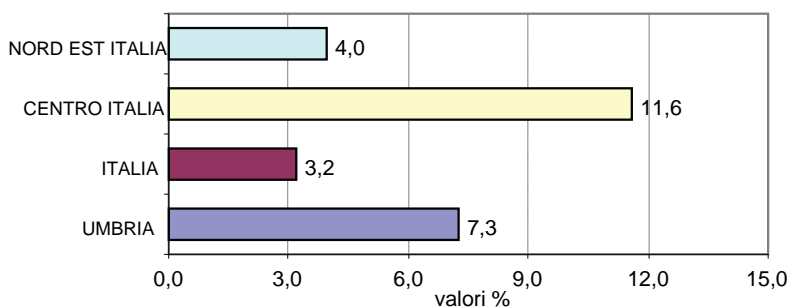
⁶ Per valore aggiunto si intende (Istat) "l'aggregato che consente di apprezzare la crescita del sistema economico in termini di nuovi beni e servizi messi a disposizione della comunità per impieghi finali. È la risultante della differenza tra il valore della produzione di beni e servizi conseguita dalle singole branche produttive ed il valore dei beni e servizi intermedi dalle stesse consumati (materie prime e ausiliarie impiegate e servizi forniti da altre unità produttive). Corrisponde alla somma delle retribuzioni dei fattori produttivi e degli ammortamenti. Può essere calcolato ai prezzi di base o ai prezzi di mercato".

milioni di euro correnti, l'11,6% del totale riferito a tutti i settori considerati ed il 16,9% dei Servizi⁷.

La sostanziale analogia dell'Umbria con le ripartizioni territoriali in esame in termini di incidenza del commercio sull'economia nel suo complesso non la si ritrova considerando il ruolo del commercio all'interno dei Servizi. Infatti, la quota di valore aggiunto rinveniente dal commercio umbro è di poco inferiore a quella dell'Italia nord orientale (pari in questo caso al 17,2%) e superiore ai valori medi italiani (16,0%) e dell'Italia centrale (14,7%).

In riferimento al periodo 2000-2007, in Umbria la crescita reale del valore aggiunto del settore è del 7,3% (graf. 7). L'Italia nel suo complesso e la ripartizione nord orientale invece hanno registrato incrementi rispettivamente del 3,2% e del 4,0%, superati dall'Italia Centrale che si è invece distinta per una crescita dell'11,6%. In tale quadro l'Umbria si colloca in una posizione mediana tra i due blocchi.

Graf. 7 - Valore aggiunto nel commercio: variazioni 2000-2007



* *Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa* (voci 50-51-52).

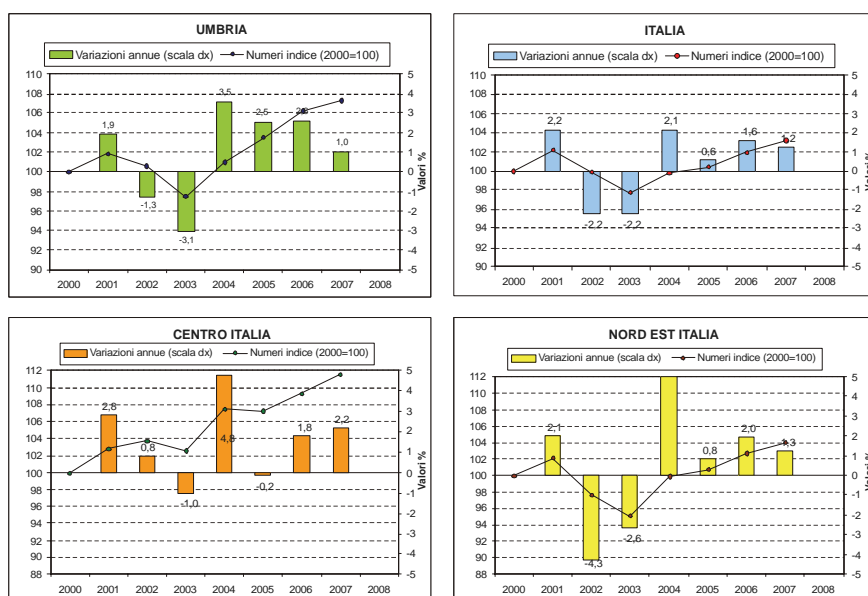
Fonte: Istat Contabilità territoriale 15/10/2009.

Anche in questo caso il valore aggiunto medio annuo dell'Umbria risulta cresciuto maggiormente rispetto a quello dell'Italia e del Nord est (1% contro 0,5% e 0,6%). Nel Centro Italia l'aumento medio annuo è stato dell' 1,6%. Prendendo a riferimento le variazioni annue (graf. 8), si rileva che le

⁷ Il valore aggiunto registrato nel settore commercio è stato analizzato utilizzando i dati desumibili dalla Contabilità territoriale Istat. I dati sono forniti a prezzi concatenati, a base 2000 - secondo la definizione introdotta dall'Istat - ed a prezzi correnti. Come già precisato, il dettaglio dei dati consultabili giunge fino alla divisione economica per cui i dati si riferiscono al commercio al dettaglio, all'ingrosso, settore auto (voci G 50-51-52) con esclusione quindi della "somministrazione" non estrapolabile dalla voce H.

ripartizioni esaminate hanno andamenti altalenanti; si notino in particolare gli anni 2002 e 2003 in cui si registra in Italia, rispetto agli anni precedenti, uno spiccato decremento. L'Umbria e l'Italia Nord orientale si allineano a tale andamento, mentre nella ripartizione dell'Italia centrale il fenomeno è meno accentuato in quanto registra una variazione negativa, peraltro non spiccata, solo nell'anno 2003.

Graf. 8 - Evoluzione del valore aggiunto nel commercio dal 2000 al 2007: variazioni annue



Fonte: Istat Contabilità territoriale 15/10/2009.

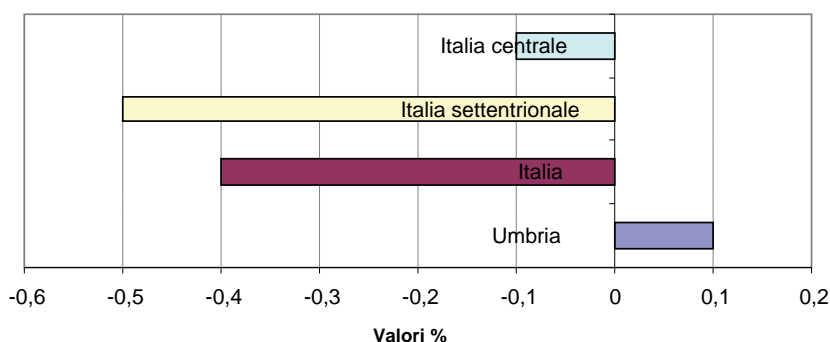
La linea evolutiva calcolata ponendo come anno base il 2000 mostra comunque, in tutte le aree considerate, un punto minimo in corrispondenza dell'anno 2003. Anche la ripresa negli anni 2004-2007 risulta essere fenomeno comune a tutte le aree in esame.

L'Italia centrale è l'unica ripartizione, tra quelle esaminate, a non aver subito inversioni di tendenza e quella che, a fine periodo, risulta avere la crescita più spiccata.

Il commercio al dettaglio in sede fissa

Nel 2008, gli esercizi commerciali⁸ che hanno quale attività primaria il commercio al dettaglio in sede fissa operanti in Umbria sono pari a 12.197 unità, un valore sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente (+18 unità in valore assoluto, pari a +0,1%). L'Umbria (graf. 9) si differenzia dalla media italiana che presenta, dopo sette anni di aumenti ininterrotti, un decremento dello 0,4%. Di fatto, sul complesso delle regioni, solo 4 (oltre all'Umbria, Trentino Alto Adige +0,7%, Lazio +0,6% e Molise +0,3%) evidenziano una crescita delle unità al dettaglio dal 2007 al 2008.

Graf. 9 - Consistenza degli esercizi commerciali al dettaglio: variazioni 2008 - 2007



Fonte: nostra elaborazione su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Il rapporto di densità degli esercizi umbri, pari a 13,8 esercizi ogni mille abitanti, appare superiore a quello dell'Italia nel suo complesso. Nell'ambito dell'area territoriale del centro, l'Umbria ha il valore simile a quello della Toscana (13,6) e più elevato di quelli delle Marche (12,8) e del Lazio (12,9).

⁸ I dati sul commercio al dettaglio in sede fissa sono stati tratti dal *Rapporto sul sistema distributivo* (anno 2008) del Ministero dello Sviluppo Economico (Osservatorio Nazionale del Commercio).

Tab. 1 - Rapporto di densità degli esercizi commerciali al dettaglio in Umbria, Italia e ripartizioni (2008)

	Esercizi per 1000 ab.
Umbria	13,8
Italia	13,0
Italia settentrionale	10,8
Italia Centrale	13,2
Italia Meridionale	15,8

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

La distribuzione per natura giuridica (tab. 2) mostra in Umbria una prevalenza di imprese individuali (53,1%), seguita da un 28,7% di società di persone e un 16,9% di società di capitali. Si differenzia quindi dalla media nazionale per una maggiore presenza di società di persone (media italiana 20,9%) e per un più basso valore di ditte individuali (media italiana 61,5%).

Tab. 2 - Distribuzione degli esercizi commerciali al dettaglio per forma giuridica in Umbria e Italia (2008)

(valori percentuali)

	Imprese individuali	Società di capitali	Società di persone	Altre forme	TOTALE
Umbria	53,1	16,9	28,7	1,3	100
Italia	61,5	16,5	20,9	1,1	100

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Per quanto concerne l'analisi merceologica, dal Rapporto ministeriale, emerge che nel 2008 si è registrata per la prima volta in Italia nel decennio una inversione di tendenza nella numerosità di esercizi, diminuiti sia nel settore alimentare, sia in quello non alimentare. Risultano invece in crescita le cosiddette "tabelle speciali": carburanti⁹, farmacie e tabacchi (tab. 3).

⁹ La tabella speciale carburanti è stata abolita dall'art. 2 bis del d.l. 383/1999 conv. l. 494/1999.

Tab. 3 - Italia: consistenza degli esercizi commerciali al dettaglio per settore

	2008	2007	Variazione assoluta	Variazione %
Alimentare	189.709	191.928	-2.219	-1,2
Non alimentare	511.598	514.118	-2.520	-0,5
Tabelle speciali	72.533	70.839	1.694	2,4
Non specializzati	1.581	1.649	-68	-4,1
TOTALE	775.421	778.534	-3.113	-0,4

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

In Umbria, analogamente a quanto avviene a livello nazionale, la graduatoria delle categorie sulla base del numero degli esercizi vede al primo posto gli esercizi ricompresi nella voce residuale altri esercizi specializzati non alimentari (19%), seguiti dall'abbigliamento (16,3%) e dai non specializzati alimentari (12,9%) (tab. 4).

Se si escludono i carburanti, le farmacie e i tabacchi e i non specializzati ai quali non è attribuito settore prevalente, gli esercizi di tipo alimentare rappresentano il 25,9%, mentre quelli non alimentari il 74,1%. A livello italiano i dati sono lievemente meno orientati verso gli esercizi non alimentari che rappresentano il 72,9% contro il 27,1% del settore alimentare (tab. 5).

Tab. 4 - Consistenza degli esercizi commerciali al dettaglio per specializzazione (2008)

	Umbria	%	Italia	%
Carburanti	482	4,0	24.490	3,2
Non specializzato	9	0,1	1.581	0,2
Non specializzati con prevalenza alimentare	1.575	12,9	89.620	11,6
Non specializzati con prevalenza non alimentare	217	1,8	13.487	1,7
Frutta e verdura	238	2,0	20.716	2,7
Carni e prodotti a base di carne	481	3,9	35.088	4,5
Pesci, crostacei e molluschi	102	0,8	8.413	1,1
Pane, pasticceria, dolciumi	165	1,4	12.378	1,6
Bevande	87	0,7	5.485	0,7
Tabacco e altri generi di monopolio	591	4,8	29.010	3,7
Altri esercizi specializzati alimentari	160	1,3	18.009	2,3
Farmacie	271	2,2	19.033	2,5
Articoli medicali e ortopedici	83	0,7	5.311	0,7
Cosmetici, articoli di profumeria	282	2,3	22.852	2,9
Prodotti tessili e di biancheria	383	3,1	22.968	3,0
Abbigliamento, accessori, pellicceria	1.990	16,3	129.663	16,7
Calzature e articoli in cuoio	465	3,8	27.851	3,6
Mobili, illuminazione casalinghi	673	5,5	51.044	6,6
Elettrodomestici, radio TV dischi strumenti musicali	236	1,9	17.224	2,2
Ferramenta vernici giardinaggio sanitari	646	5,3	39.825	5,1
Libri, giornali cartoleria	660	5,4	44.696	5,8
Altri esercizi specializzati non alimentari	2.318	19,0	132.543	17,1
Articoli di seconda mano	83	0,7	4.134	0,5
TOTALE	12.197	100	775.421	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Tab. 5 - Consistenza e rapporto di composizione degli esercizi commerciali al dettaglio per settore alimentare e non in Umbria e Italia (2008)

	Umbria	%	Italia	%
Alimentare	2.808	25,9	189.709	27,1
Non alimentare	8.036	74,1	511.598	72,9
TOTALE	10.844	100,0	701.307	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

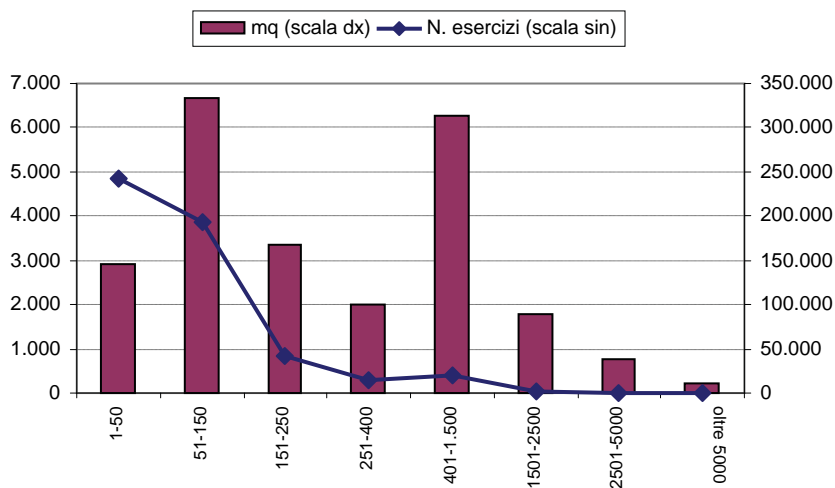
I dati sulla superficie di vendita, dato che l'obbligatorietà della denuncia è stata introdotta a partire dalla fine degli anni 90, non sono evidentemente onnicomprensivi, poiché vi sono esercizi che non riportano tale informazione. In Umbria, in particolare, questi ultimi rappresentano il 15,5% del totale (pari a 1.891 unità). A livello nazionale la percentuale degli esercizi la cui superficie non è conosciuta è più ampia (32,9%) ed è il risultato di distribuzioni regionali non omogenee. Con riferimento agli esercizi di cui è nota invece la superficie di vendita, alle 10.306 unità localizzate in Umbria, corrispondono 1.200.371 mq (tab. 6 e graf. 10).

Tab. 6 - Numero di esercizi commerciali al dettaglio e mq di vendita per classi di superficie in Umbria e Italia (2008)

Classi superficie	Umbria				Italia			
	Eserc.	mq	Eserc. %	mq %	Eserc.	mq	Eserc. %	mq %
1-50	4.859	146.724	47,1	12,2	268.166	8.560.977	51,6	14,9
51-150	3.860	334.471	37,5	27,9	190.794	16.243.617	36,7	28,2
151-250	845	167.642	8,2	14,0	31.505	6.290.890	6,1	10,9
251-400	302	100.329	2,9	8,4	11.519	3.831.735	2,2	6,7
401-1.500	385	313.171	3,7	26,1	15.264	12.327.272	2,9	21,4
1501-2500	41	88.576	0,4	7,4	1.514	3.115.393	0,3	5,4
2501-5000	12	38.454	0,1	3,2	852	3.022.165	0,2	5,2
oltre 5000	2	11.004	0,0	0,9	489	4.224.522	0,1	7,3
TOTALE	10.306	1.200.371	100,0	100,0	520.103	57.616.571	100,0	100,0

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Graf. 10 - Umbria: numero esercizi commerciali al dettaglio e mq di vendita per classi di superficie (2008)



Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

La distribuzione degli esercizi per classi di superficie evidenzia una concentrazione dei punti vendita nelle prime due classi, quelle di minori dimensioni (ovvero fino a 150 mq), che assommano l'84,6% del totale. La parte residuale si distribuisce nelle rimanenti classi assottigliandosi notevolmente all'amplarsi delle stesse.

La superficie risulta distribuita relativamente più omogeneamente sulle prime 5 classi (fino a 1.500 mq) che assommano l'88,5% del totale di mq. Sono in particolare la seconda (51-150 mq) e la quinta classe (401-1.500 mq) ad assorbire più del 50% delle superfici.

Il dato italiano evidenzia una analoga concentrazione degli esercizi nelle prime due classi; la superficie risulta maggiormente distribuita tra le classi, con uno scostamento più evidente nell'ultima (7,3% contro lo 0,9% umbro). Le regioni del Nord sono quelle che registrano valori più bassi nelle classi più basse e più alti in quelle più alte¹⁰.

¹⁰ Cfr. Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008. Ministero dello Sviluppo Economico.

La grande distribuzione organizzata

In Umbria, nel 2008, il numero delle strutture riconducibili alla grande distribuzione¹¹ è di 429 esercizi con un numero medio di addetti pari a 15 dipendenti e una superficie media di 1.023 mq (tab. 7).

Tab. 7 - Umbria: consistenza, dimensione e addetti della grande distribuzione per tipologia di esercizi (2008)

	N. esercizi	mq	Addetti	N° medio superficie	N° medio addetti
Supermercati	211	187.637	3.405	889,3	16,1
Ipermercati	8	59.388	1.008	7.423,5	126,0
Minimercati	113	33.464	586	296,1	5,2
Grandi Magazzini	68	86.153	968	1.267,0	14,2
Grandi Superfici Spec.	29	72.423	385	2.497,3	13,3
TOTALE	429	439.065	6.352	1.023,5	14,8

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

La maggiore concentrazione di esercizi si rileva per i supermercati (graf. 11) che assommano la metà della grande distribuzione, seguiti dai minimercati

¹¹ Si riportano di seguito (Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008) alcune definizioni utili alla lettura dei dati:

GRANDE MAGAZZINO: esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno cinque distinti reparti, ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo.

SUPERMERCATO: esercizio al dettaglio operante nel campo alimentare, 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 ed in massima parte preconfezionati nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente.

IPERMERCATO: esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 mq, suddiviso in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali aventi, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

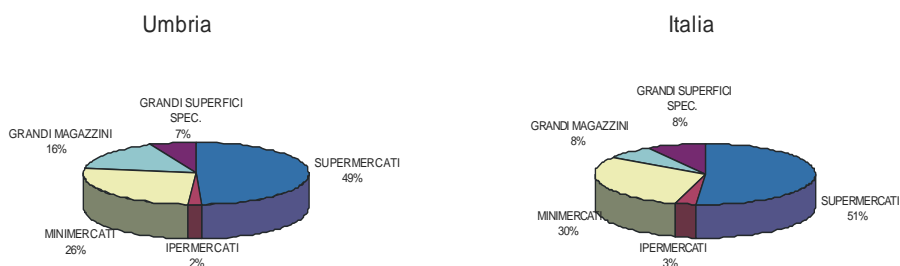
MINIMERCATO: esercizio al dettaglio in sede fissa operante nel campo alimentare con una superficie di vendita che varia tra 200 e 399 mq e che presenta le medesime caratteristiche del supermercato.

CASH & 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 emissione immediata di fattura, e al trasporto diretto della merce.

GRANDE SUPERFICIE SPECIALIZZATA: esercizio al dettaglio operante nel settore non alimentare (spesso appartenente ad una catena distributiva a succursali) che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su una superficie di vendita non inferiore ai 1.500 mq.

che ne raccolgono circa un quarto. Situazione simile si osserva nella media nazionale peraltro con percentuali lievemente più marcate.

Graf. 11 - Grande distribuzione organizzata per forma distributiva: Umbria e Italia (2008)



Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Dal punto di vista dinamico (tab. 8), l'Umbria ha registrato la variazione più alta tra i grandi magazzini (+26%, pari a +14 unità); l'unica variazione negativa (di una unità) riguarda gli ipermercati. Anche a livello nazionale si registrano variazioni positive, ma di minore entità.

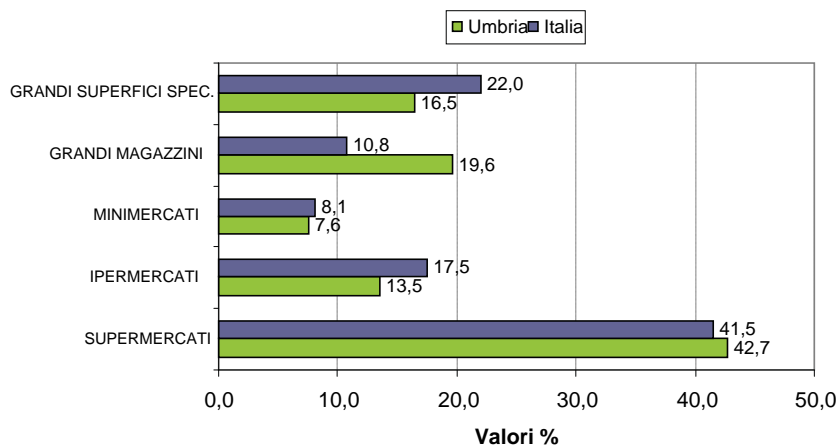
Tab. 8 - Umbria e Italia: consistenza della grande distribuzione per tipologia di esercizi (2007, 2008)

	UMBRIA				ITALIA			
	2007	2008	var. % 2008/2007	2008: % su tot.	2007	2008	var. % 2008/2007	2008: % su tot.
Supermercati	196	211	7,7	49,2	8.814	9.133	3,6	51,3
Ipermercati	9	8	-11,1	1,9	520	552	6,2	3,1
Minimercati	108	113	4,6	26,3	5.183	5.302	2,3	29,8
Grandi Magazzini	54	68	25,9	15,9	1.292	1.352	4,6	7,6
Gr. Superf. Spec.	27	29	7,4	6,8	1.400	1.465	4,6	8,2
TOTALE	394	429	8,9	100,0	17.209	17.804	3,5	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

In coerenza con quanto detto sulla consistenza ed analogamente a quanto accade a livello medio italiano, la graduatoria per importanza dimensionale (in termini di superficie) vede al primo posto i supermercati (graf. 12). L'Umbria diverge invece rispetto all'Italia nelle posizioni successive. Al secondo posto si pongono infatti i grandi magazzini seguiti poi dalle grandi superfici specializzate e dagli Ipermercati. A livello nazionale invece troviamo in seconda posizione le grandi superfici specializzate, seguiti dagli ipermercati e dai grandi magazzini. Analogamente a quanto accade a livello nazionale, all'ultimo posto si collocano in Umbria i minimercati che hanno una dimensione media di circa 296 mq.

Graf. 12 - Umbria e Italia: superficie utilizzata dalla grande distribuzione per tipologia di esercizi (2008)



Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Sempre a livello dinamico (variazione del 2008 sul 2007), l'aumento più consistente (tab. 9) della superficie si rileva nei grandi magazzini, ma è ascrivibile prevalentemente all'aumento degli esercizi e marginalmente all'ampliamento delle dimensioni unitarie medie (ampiezza media 2007: 1.191 mq; ampiezza media 2008: 1.267 mq).

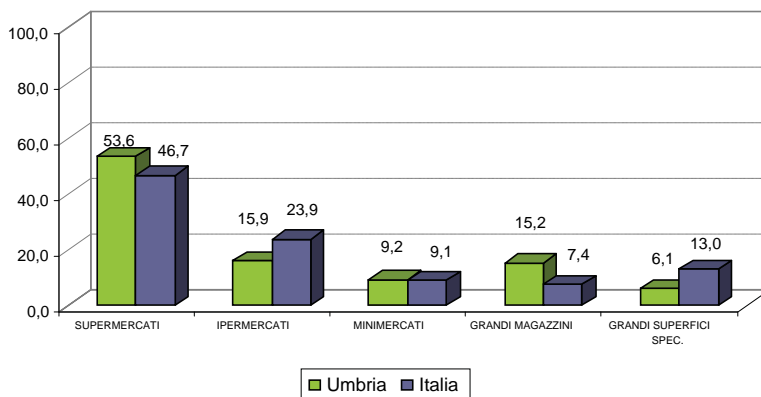
Tab. 9 - Umbria e Italia: superficie della grande distribuzione per tipologia di esercizi

	UMBRIA				ITALIA			
	2007	2008	var. % 2007/ 08	2008: % su tot.	2007	2008	var. % 2007/ 08	2008: % su tot.
Supermercati	183.506	187.637	2,3	42,7	7.746.637	8.056.194	4,0	41,5
Ipermercati	60.483	59.388	-1,8	13,5	3.184.253	3.401.913	6,8	17,5
Minimercati	31.669	33.464	5,7	7,6	1.532.019	1.565.578	2,2	8,1
Grandi Magazzini	64.314	86.153	34,0	19,6	2.025.893	2.092.646	3,3	10,8
Gr. Superf. Spec.	72.243	72.423	0,2	16,5	4.028.090	4.274.519	6,1	22,0
TOTALE	412.215	439.065	6,5	100,0	18.516.892	19.390.850	4,7	100,0

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico- Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Più della metà degli addetti nei diversi formati distributivi (ovvero 3.400 unità lavorative), presta attività in Umbria nei supermercati, mentre un altro 30% si distribuisce tra ipermercati e grandi magazzini (graf. 13). A livello nazionale abbiamo una prevalenza occupazionale nei supermercati (47%), seguiti dagli ipermercati (23,9%) e poi dalle grandi superfici specializzate (13%). Il numero minore di addetti si trova in Umbria nelle grandi superfici specializzate, mentre a livello italiano nei grandi magazzini.

Graf. 13 - Umbria e Italia: addetti della grande distribuzione per tipologia distributiva degli esercizi



Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Tra il 2007 ed il 2008 si registra (tab. 10) un incremento occupazionale del 30% nei grandi magazzini umbri, che non trova analogo riscontro tra i dati italiani. Lievi diminuzioni riguardano gli ipermercati e le grandi superfici specializzate. Tra gli addetti prevalgono le donne (tab. 11) che rappresentano circa il 64% del totale degli addetti. La percentuale più elevata di lavoro femminile si trova negli ipermercati.

Come ci si attendeva, la concentrazione degli addetti (oltre la metà) si trova nei supermercati che raccolgono il maggior numero di occupati.

Tab. 10 - Umbria e Italia: addetti della grande distribuzione per tipologia di esercizi (2007, 2008)

	UMBRIA				ITALIA			
	2007	2008	variaz. % 2008/2007	2008: % su tot.	2007	2008	variaz. % 2008/2007	2008: % su tot.
Supermercati	3.278	3.405	3,9	53,6	157.898	164.411	4,1	46,7
Ipermercati	1.125	1.008	-10,4	15,9	81.588	83.998	3,0	23,9
Minimercati	543	586	7,9	9,2	30.500	32.003	4,9	9,1
Grandi Magazzini	747	968	29,6	15,2	25.522	26.089	2,2	7,4
Gr. Superf. Spec.	398	385	-3,3	6,1	42.922	45.613	6,3	13,0
TOTALE	6.091	6.352	4,3	100,0	338.430	352.114	4,0	100,0

Fonte: Ministero dello Sviluppo Economico- Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

Tab. 11 - Umbria: addetti della grande distribuzione per tipologia di esercizi e genere (2008)

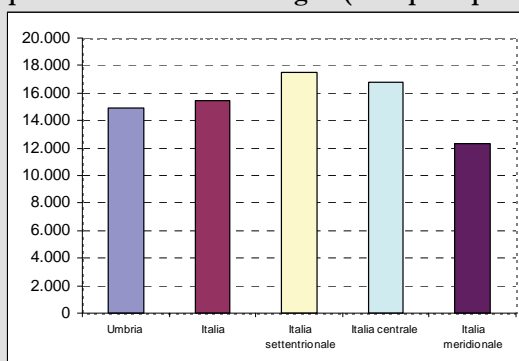
Addetti	Uomini	Donne	Uomini: % su tot. uomini	Donne:% su tot. donne	% Donne per tip. eserc.
Supermercati	1.226	2.179	54,0	52,9	64,0
Ipermercati	298	710	17,6	12,9	70,4
Minimercati	240	346	8,6	10,4	59,0
Grandi Magazzini	389	579	14,3	16,8	59,8
Grandi Superfici Spec.	164	221	5,5	7,1	57,4
TOTALE	2.317	4.035	100,0	100,0	63,5

Fonte: elaborazione AUR su dati Ministero dello Sviluppo Economico- Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

BOX - LA SPESA DELLE FAMIGLIE

Le famiglie umbre nel 2007 hanno speso circa 13.077 milioni di euro¹². Il valore procapite (ottenuto relativizzando il dato rispetto alla popolazione residente) è di 14.882 euro, inferiore a quello medio nazionale (pari a 15.430 euro) e dell'Italia centrale (16.781 euro) e settentrionale (17.493 euro) (graf. 14).

Graf. 14 - Spesa per il consumo delle famiglie (euro procapite annui)



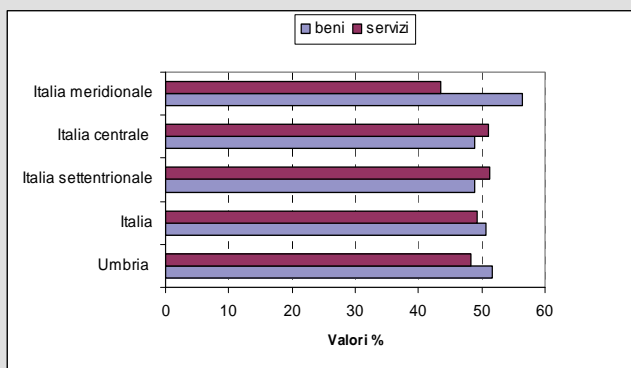
Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

La composizione della spesa per il consumo delle famiglie umbre vede prevalere l'acquisto di beni (51,7%) rispetto ai servizi (48,3%), con una quota leggermente superiore alla media italiana (rispettivamente 50,7% e 49,3%).

Tuttavia si rileva una varietà regionale. In 11 regioni, tutte appartenenti al centro nord (fanno eccezione Piemonte, Marche e Umbria, appunto), prevale la spesa per servizi; invece nelle regioni del Sud spiccano le spese per beni e si osservano i maggiori differenziali tra le due tipologie di spese. Quindi: nell'Italia centro-settentrionale si spende di più in servizi, mentre nell'Italia meridionale e insulare in beni (graf. 15).

¹² I dati relativi alla spesa delle famiglie sono stati tratti dal volume "Rapporto sul sistema distributivo. Analisi economico-strutturale del commercio italiano" del Ministero dello Sviluppo Economico, anno 2008.

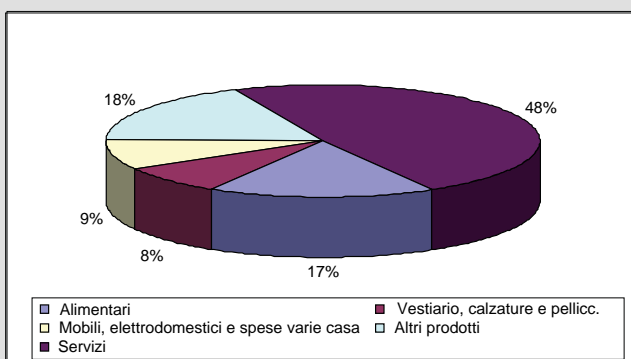
Graf. 15 - Distribuzione delle spesa di consumo delle famiglie per beni e servizi



Fonte: nostre elaborazioni su dati Ministero dello Sviluppo Economico - Rapporto sul sistema Distributivo. Anno 2008.

In linea con quanto accade in media in Italia, il 17% della spesa riguarda l'alimentazione e, a distanza di circa 8-9 punti, si trovano rispettivamente i beni per la casa ed il vestiario. I prodotti diversi dai citati raccolgono invece il 18% (graf. 16).

Graf. 16 - Umbria: distribuzione della spesa delle famiglie per capitoli di spesa



Fonte: nostre elaborazioni su dati Osservatorio Nazionale del Commercio.

II - IL COMMERCIO AL DETTAGLIO IN UMBRIA

Metodologia

La rilevazione dei dati del commercio al dettaglio in sede fissa di cui al d.lgs. 114/98 è stata effettuata presso i Comuni nel corso del 2009, con riferimento alla situazione esistente al 31.12.2008.

Il questionario utilizzato, inviato su file excel per posta elettronica, si compone di due parti, corrispondenti a due distinti fogli di lavoro excel:

- la prima parte è strutturata per accogliere un elenco analitico delle sole medie e grandi strutture, di cui agli articoli 8 e 9 del d.lgs. 114/1998, con numerosi caratteri (titolare, ubicazione, superfici, settore e merceologia prevalente, ecc.) di cui i comuni erano chiamati ad indicare le relative modalità;
- la seconda parte è dedicata all'indicazione delle modalità di rilevazione (data, soggetto che l'ha condotta, recapiti, ecc.) e, soprattutto, alla specificazione del numero e della superficie di vendita complessiva di tutti gli esercizi commerciali al dettaglio, distintamente per il settore prevalente alimentare e non alimentare. Questi dati complessivi sono stati acquisiti per inquadrare correttamente il settore della media e grande distribuzione che costituisce l'oggetto specifico della presente ricerca.

Un apposito questionario è stato, poi, inviato per posta elettronica per raccogliere informazioni circa i centri commerciali, prevedendo l'acquisizione, oltreché dei dati generali sulla compilazione, di dati per ciascun singolo centro commerciale¹³.

I comuni privi di centri commerciali erano invitati a segnalare espressamente tale circostanza nel rinviare il questionario vuoto.

Prima di iniziare la trattazione dei dati, vogliamo richiamare, come nota metodologica, la classificazione delle medie e grandi strutture di vendita. Questa è differente a seconda dell'ampiezza demografica dei comuni nei quali sono ubicate le strutture. Mentre, infatti, nei comuni con oltre diecimila

¹³ Sono stati rilevati solo i centri commerciali formalmente riconosciuti come tali con apposito nulla-osta regionale ai sensi della pregressa legge 11.06.71, n. 426 oppure con specifica autorizzazione, in conformità a quanto disposto dall'articolo 10 della legge regionale n. 24/99. Ovviamente l'autorizzazione per il centro commerciale non andava riportata nell'elenco analitico delle singole medie e grandi strutture, pena la duplicazione delle superfici. Non sono state acquisite, pertanto, informazioni sulle concentrazioni o complessi di esercizi che l'attuale l.r. 15/2010 denomina "poli" commerciali.

abitanti le medie strutture hanno superficie di vendita¹⁴ compresa tra 251 e 2.500 mq e le grandi strutture superficie maggiore di 2.500 mq; nei comuni di minore popolazione i suddetti valori scendono, rispettivamente, a 151 e 1.500 mq, valore oltre il quale l'esercizio è considerato grande struttura di vendita. Tuttavia l'articolo 4 della l.r. 24/1999, come modificato dalla l.r. 15/2010, prevede una sottospecificazione di tali strutture, come descritto nella tabella 1.

Tab. 1 - Classificazione degli esercizi commerciali

Tipologia della struttura	Comuni con oltre 10.000 abitanti	Comuni con meno di 10.000 abitanti
<i>Medie strutture di vendita</i>		
M1	Da 251 a 900 mq	Da 151 a 600 mq
M2	Da 901 a 1.500 mq	Da 601 a 1.000 mq
M3	Da 1.501 a 2.500 mq	Da 1.001 a 1.500 mq
<i>Grandi strutture di vendita</i>		
G1	Da 2.501 a 5.500 mq	Da 1.501 a 3.500 mq
G2	Oltre 5.500 mq	Oltre 3.500 mq

I dati che verranno esposti si riferiscono a tutte le attività di commercio al dettaglio risultanti nei registri comunali, siano esse svolte in forma principale o corrispondenti ad attività secondarie annesse ad altra attività principale diversa, ad esempio, artigianale o di somministrazione. Il collettivo considerato è, pertanto, il medesimo delle precedenti indagini dell'Osservatorio regionale del commercio.

Nelle pagine che seguono, le medie e grandi strutture di vendita sono spesso indicate, per brevità, con le sigle MSV e GSV; mentre con la sigla VIC si intendono gli esercizi, che il decreto legislativo 114/1998 denomina "di vicinato", aventi superficie di vendita inferiore alla soglia minima della media struttura e, precisamente, da 0 a 150 mq nei comuni con meno di 10.000 abitanti e da 0 a 250 mq negli altri.

Infine con la sigla MGSV indicheremo, cumulativamente, medie e grandi strutture di vendita.

Dati generali

La consistenza degli esercizi commerciali presenti in Umbria al 31.12.2008 è pari a 17.056 unità, per una superficie di vendita complessiva di 1.964.646 mq ed una dimensione media di 115,2 mq per esercizio.

¹⁴ La superficie di vendita non comprende magazzini, depositi, locali di lavorazione, uffici e servizi (art. 4 d.lgs. 114/1998).

Di tali esercizi, 4.371 (pari al 25,6%), con una superficie di 469.491 mq (corrispondente al 23,9%), appartengono al settore prevalente alimentare e 12.685 (74,4%) con una superficie di vendita complessiva di 1.495.155 mq (76,1%) a quello non alimentare.

Sulla base della classificazione operata dal decreto 114/1998, 15.803 esercizi, il 92,7% del totale, risultano di vicinato e, data la percentuale così elevata, la ripartizione per settore merceologico riproduce ovviamente quella esistente nel totale.

Tab. 2 - Esercizi suddivisi per tipologia e settore prevalente

Settore	Tipologia struttura	N°	Superficie	Sup. media
Alimentare	Vicinato	4.009	172.961	43,1
	Medie Strutture	350	229.923	656,9
	Grandi Strutture	12	66.607	5550,6
	TOTALE	4.371	469.491	107,4
Non alimentare	Vicinato	11.794	869.703	73,7
	Medie Strutture	872	556.615	638,3
	Grandi Strutture	19	68.837	3623,0
	TOTALE	12.685	1.495.155	117,9
TOTALE	Vicinato	15.803	1.042.664	66,0
	Medie Strutture	1.222	768.538	643,6
	Grandi Strutture	31	135.444	4369,2
	TOTALE	17.056	1.964.646	115,2

Fonte: Indagine AUR, 2009.

La consistenza degli esercizi commerciali è nella provincia di Perugia di 12.186 unità, pari al 71,4% del totale regionale, e di 4.870 (il restante 28,6%), in quella di Terni (tab. 3). Per le superfici di vendita tali quote sono, rispettivamente, del 73,4% e del 26,6%. Si tenga presente, al riguardo, che la popolazione residente, al 31.12.2008, si distribuisce tra le due province, rispettivamente, per il 74% ed il 26%.

La superficie media degli esercizi risulta maggiore nella provincia di Perugia (118,3 mq) rispetto a quella di Terni (107,5 mq). Essendo, tuttavia, nella provincia di Perugia inferiore la concentrazione degli esercizi (54,3 abitanti per esercizio contro 47,7), inferiore risulta anche il valore di superficie di vendita per 100 abitanti (217,8 contro 225,1 della provincia di Terni) (tab. 3).

Tab. 3 - Consistenza degli esercizi e principali indicatori per provincia

	Perugia	Terni	Umbria
Esercizi	12.186	4.870	17.056
Superficie	1.441.148	523.498	1.964.646
Superficie media	118,3	107,5	115,2
Abitanti per esercizio	54,3	47,7	52,4
Superficie x 100 abitanti	217,8	225,1	219,7

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Analizzando i medesimi indici esposti nella tabella 3, distintamente per i due settori, alimentare e non alimentare, si può constatare che la minore dotazione di superficie per 100 abitanti, riscontrata in generale nella provincia di Perugia rispetto a quella di Terni, caratterizza soltanto l'ambito non alimentare. Quanto all'alimentare, la superficie per 100 abitanti nel perugino risulta maggiore che nel ternano.

Tab. 4 - Consistenza degli esercizi del settore alimentare e principali indicatori per provincia

	Perugia	Terni	Umbria
Esercizi	3.189	1.182	4.371
Superficie	355.671	113.820	469.491
Superficie media	111,5	96,3	107,4
Abitanti per esercizio	207,5	196,7	204,6
Superficie x 100 abitanti	53,8	48,9	52,5

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 5 - Consistenza degli esercizi del settore non alimentare e principali indicatori per provincia

	Perugia	Terni	Umbria
Esercizi	8.997	3.688	12.685
Superficie	1.085.477	409.678	1.495.155
Superficie media	120,6	111,1	117,9
Abitanti per esercizio	73,5	63,1	70,5
Superficie x 100 abitanti	164,0	176,2	167,2

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le medie e grandi strutture di vendita

La media e grande distribuzione è rappresentata, al 31.12.2008, da 1.253 strutture di vendita, di cui 1.153 sono state segnalate come attive e

funzionanti, 40 con attività sospesa e 51 ancora in attesa di prima attivazione; di 9 non è stata possibile la catalogazione.

La presenza di MGSV è stata segnalata in 73 dei 92 comuni; ne sarebbero, infatti, privi 19 comuni quasi tutti di piccola dimensione¹⁵.

La dinamica delle aperture negli ultimi tre anni rileva:

- 38 strutture sorte nel 2006;
- 51 strutture sorte nel 2007;
- 48 strutture sorte nel 2008.

Dalla tabella 6 possiamo constatare che 78 medie e grandi strutture trattano il solo settore alimentare ed hanno una superficie media di 721,5 mq, 867 il solo settore non alimentare con una superficie media di 690,4 mq e 308 entrambi i settori con una superficie media di 867,3 mq. I dati relativi ai due macrosettori solo alimentare e misto corrispondono alla tipologia A di cui all'articolo 4, comma 3, della l.r. 24/1999 e quelli relativi al macrosettor non alimentare, alla tipologia E. Le medie strutture rappresentano il 97,5% del totale delle MGSV e la grande maggioranza di queste, cioè il 79%, è rappresentata da strutture di tipo M1¹⁶. La superficie media delle medie strutture autorizzate per il solo settore alimentare risulta, per ogni tipologia, maggiore di quella delle strutture non alimentari o che trattano entrambi i settori (miste).

Tab. 6 - Tipologia degli esercizi suddivisi per dimensione e macrosettor

(metri quadrati)

DIMENSIONE	MACROSETTORE						TOTALE	
	Solo alimentare		Solo non alimentare		Misto			
	N° Es.	Sup. Media	N° Es.	Sup. media	N° Es.	Sup. media	N° Es.	Sup. media
M1	62	477,6	693	443,8	232	473,4	987	452,9
M2	9	1.229,9	84	1.151,3	45	1.188,8	138	1.168,7
M3	6	2.127,7	72	1.826,2	19	1.790,7	97	1.837,9
G1	1	2.833	14	2.881,2	6	3.761	21	3.130,3
G2	0	0	4	5.625	6	7.868	10	6.970,8
TOTALE	78	721,5	867	690,4	308	867,3	1.253	735,8

Fonte: Indagine AUR, 2009.

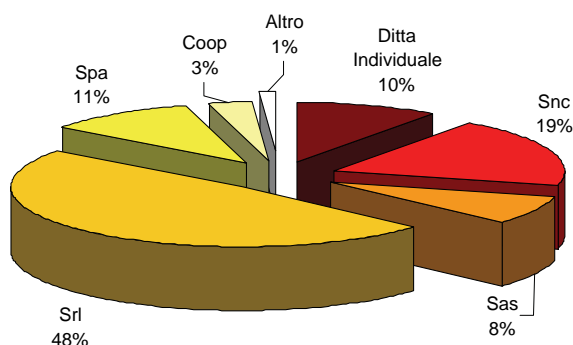
¹⁵ Non hanno segnalato MGSV i Comuni di Alviano, Costacciaro, Guardea, Lisciano Niccone, Monte Santa Maria Tiberina, Montone, Nocera Umbra, Paciano, Parrano, Penna in Teverina, Poggiodomo, Polino, Porano, Preci, San Venanzo, Sant'Anatolia di Narco, Scheggino, Sellano, Vallo di Nera.

¹⁶ Per quanto riguarda le notazioni M1, M2, M3, G1, G2 si faccia riferimento a quanto indicato e descritto nella tabella 1 - Classificazione degli esercizi commerciali della parte II del volume.

Analizziamo ora la suddivisione delle MGSV per tipo di ditta (graf. 1). Quasi la metà degli esercizi è gestita da società a responsabilità limitata e il 19% da società in nome collettivo.

Le società per azioni, dalla complessa struttura organizzativa, coprono una percentuale di strutture molto simile a quella delle ditte individuali (10%). In ogni caso le società di capitali sono decisamente predominanti tra le forme di gestione.

Graf. 1 - Tipologie societarie delle strutture

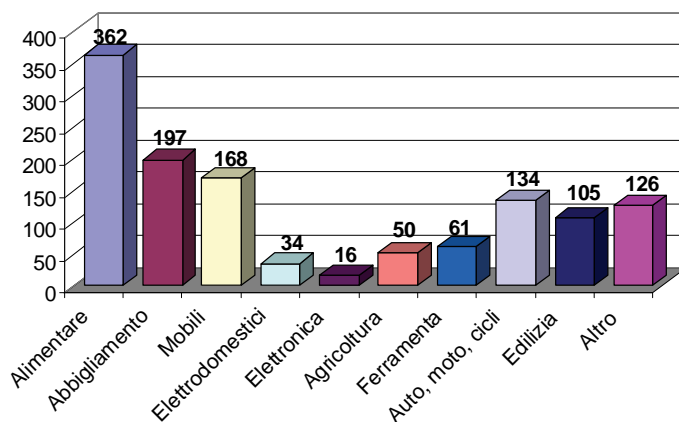


Fonte: Indagine AUR, 2009.

Il grafico 2 riassume le merceologie prevalenti delle strutture. A tal fine occorre specificare che con la dizione alimentari, abbigliamento, mobili, ecc. si intende indicare non solamente detto genere ma l'intera categoria, come meglio specificato nell'allegato 1.

La quota maggiore di esercizi ha come merceologia di vendita prevalente l'alimentare (362 strutture corrispondenti al 28,9% del complesso delle 1.253). Vengono poi l'abbigliamento ed i mobili rispettivamente con 197 e 168 strutture, a seguire auto, moto e cicli con 134 esercizi e poi via via tutte le altre merceologie. La merceologia con il numero più basso di esercizi risulta essere l'elettronica con solo 16 strutture, ma in realtà la vendita di prodotti di elettronica potrebbe essere ricompresa in altri esercizi di superficie maggiore, come, ad esempio, quelli di elettrodomestici o altri generi non specificati.

Graf. 2 - Distribuzione delle strutture per merceologia prevalente



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 7 - Strutture suddivise per merceologia prevalente e tipologia dimensionale dell'esercizio

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentare	279	51	20	7	5	362
Abbigliamento	157	22	17	0	1	197
Mobili	104	29	24	8	3	168
Elettrodomestici	26	5	3	0	0	34
Elettronica	11	2	3	0	0	16
Agricoltura	47	0	3	0	0	50
Ferramenta	46	7	6	2	0	61
Auto-moto-cicli	123	6	3	2	0	134
Edilizia	91	8	4	1	1	105
Altro/non specif.	103	8	14	1	0	126
TOTALE	987	138	97	21	10	1.253

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 8 - Quota di esercizi di MGSV tenendo conto della merceologia prevalente

(valori percentuali)

Merceologia prevalente	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentare	28,3	37,0	20,6	33,3	50,0	28,9
Abbigliamento	15,9	15,9	17,5	0,0	10,0	15,7
Mobili	10,5	21,0	24,7	38,1	30,0	13,4
Elettrodomestici	2,6	3,6	3,1	0,0	0,0	2,7
Elettronica	1,1	1,4	3,1	0,0	0,0	1,3
Agricoltura	4,8	0,0	3,1	0,0	0,0	4,0
Ferramenta	4,7	5,1	6,2	9,5	0,0	4,9
Auto-moto-cicli	12,5	4,3	3,1	9,5	0,0	10,7
Edilizia	9,2	5,8	4,1	4,8	10,0	8,4
Altro/non specif.	10,4	5,8	14,4	4,8	0,0	10,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Dall'analisi della suddivisione delle strutture sia per merceologia sia per tipologia dimensionale (tabb. 7 e 8) si coglie una certa relazione tra i due caratteri presi in esame. Nel dettaglio:

- la merceologia alimentare risulta sottorappresentata, vale a dire presente in percentuale inferiore al dato medio, per le M1 ed in modo più evidente per le M3, mentre abbiamo una concentrazione superiore alla media per tutte le altre tipologie dimensionali;
- per il settore dell'abbigliamento abbiamo una sovrarappresentazione per le strutture di tipo M3; per questo genere sono quasi assenti grandi strutture di vendita che lo trattino come prevalente;
- per il comparto dei mobili abbiamo, come del resto ci saremmo attesi, una sottorappresentazione delle strutture di minore dimensione (M1) ed una sovrarappresentazione di tutte le altre;
- per il genere auto-moto-cicli, sono sovrarappresentate le strutture minori (M1) e sottorappresentate le altre medie strutture (M2 ed M3);
- l'edilizia risulta il genere più particolare in quanto sovrarappresentato nella dimensione minima (M1) e massima (G2), e fortemente sottorappresentato nelle rimanenti;
- grandi strutture di tipo G2 si hanno solo per esercizi di alimentari, abbigliamento, mobili ed edilizia.

Tab. 9 - Superfici delle medie e grandi strutture suddivise per merceologia prevalente

	Sup. media (mq)	Sup. totale (mq)	N° es.	% Sup. tot.	% es.
Alimentare	819,1	296.530	362	32,2	28,9
Abbigliamento	705,5	138.974	197	15,1	15,7
Mobili	935,7	157.198	168	17,1	13,4
Elettrodomestici	726,7	24.709	34	2,7	2,7
Elettronica	742,9	11.886	16	1,3	1,3
Agricoltura	441,1	22.055	50	2,4	4,0
Ferramenta	763,2	46.553	61	5,0	4,9
Auto-moto-cicli	523,4	70.137	134	7,6	10,7
Edilizia	649,5	68.197	105	7,4	8,4
Altro/non specificato	680,5	85.743	126	9,3	10,1
TOTALE	735,8	921.982	1.253	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

L'analisi delle superfici in relazione alla merceologia prevalente della struttura mostrano una relazione statisticamente significativa. Dalla tabella 9 risulta infatti la presenza di superfici medie significativamente diverse a seconda della merceologia prevalente. Circa un terzo della superficie complessiva è coperto da strutture alimentari che hanno una superficie media di circa 820 mq, inferiore solo a quella degli esercizi di mobili. Gli esercizi con superficie media più elevata, pari a 936 mq, sono, infatti, quelli che hanno come merceologia prevalente la vendita di mobili e rappresentano la seconda quota per importanza, con il 17% di superficie complessiva. Altra quota importante di superficie complessiva è detenuta dagli esercizi di abbigliamento (15%), con una superficie media di poco superiore ai 705 mq.

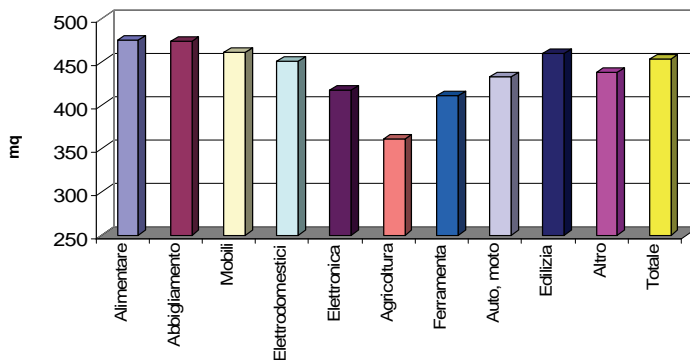
Gli esercizi con la più bassa superficie media, pari a circa 440 mq, sono quelli che trattano prodotti per agricoltura; essi ricoprono il penultimo posto in ordine alla superficie complessiva, con una quota del 2,4%.

Analizzando infine congiuntamente dimensioni medie, merceologia prevalente e classificazione formale si nota quanto segue:

- la superficie media delle M1 è di circa 450 mq che sale a circa 475 mq per gli esercizi di abbigliamento e di alimentari; ancora leggermente sopra la media risultano gli esercizi di mobili (461 mq) e di edilizia (460 mq), mentre sotto la media si collocano quelli di elettronica (417 mq), ferramenta (411 mq), agricoltura (361 mq) ed auto (432 mq) (graf. 3);

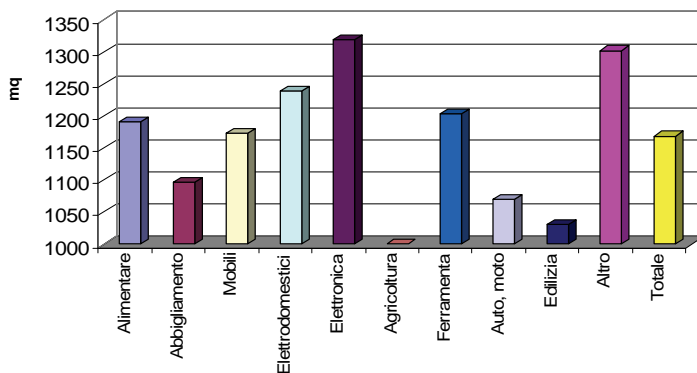
- la superficie media delle M2 è di 1.169 mq che diviene 1.240 nel caso di esercizi di elettrodomestici, 1204 mq per quelli di ferramenta e 1.320 mq per quelli di elettronica. Valori intorno alla superficie media generale si riscontrano per gli altri settori (graf. 4);
- la superficie media delle M3 è di 1.838 mq. Superficie media maggiore hanno gli esercizi di elettrodomestici (2.267 mq), abbigliamento (2.030 mq), edilizia (1.983 mq), auto, moto e cicli (1.956 mq), ferramenta (1.930 mq). Negli altri settori si hanno valori inferiori alla media (graf. 5).

Graf. 3 - Superfici medie delle strutture M1 suddivise per merceologia



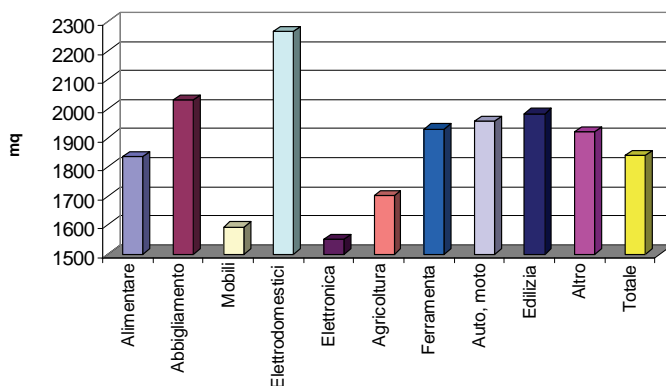
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 4 - Superfici medie delle strutture M2 suddivise per merceologia



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 5 - Superfici medie delle strutture M3 suddivise per merceologia



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La situazione delle grandi strutture di vendita è molto varia e gli indicatori di media sono scarsamente significativi. In particolare, i 21 esercizi classificati G1 hanno una superficie media di 3.130 mq che sale a 4.200 mq per quelli di edilizia, a 3.825 per quelli di ferramenta ed a 3.628 per quelli alimentari. Più piccoli, invece, sono gli esercizi di auto-moto-cicli, con 2.333 mq di media, e quelli di mobili, con 2.556 mq. Le categorie abbigliamento, elettrodomestici, elettronica e agricoltura non sono presenti per questa tipologia.

Infine le 10 strutture di tipo G2 hanno una superficie media di 6.971 mq. Sono rappresentate, come già detto, solo le categorie alimentare, abbigliamento, mobili ed edilizia. Gli esercizi di maggiore dimensione sono quelli alimentari, con una media di 8.242 mq, mentre i più piccoli della categoria, con una superficie media di 5.500 mq, risultano quelli di mobili; le altre due categorie presenti, abbigliamento ed edilizia, hanno una superficie media di 6.000 mq.

Le province

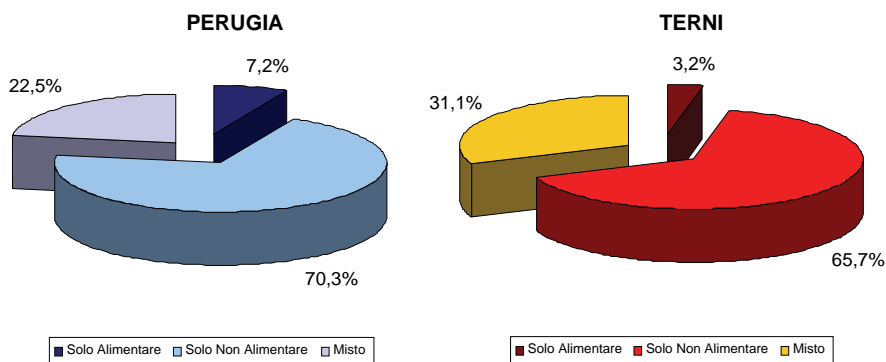
La distribuzione delle MGSV per provincia e macrosettore (alimentare, non alimentare, misto) è ravvisabile dalla tabella 10 e dal relativo grafico 6. In provincia di Perugia, la percentuale delle strutture che trattano solo prodotti alimentari è più che doppia rispetto alla provincia di Terni, dove invece sono maggiormente presenti le strutture miste. In generale sono assai più numerose le strutture che trattano soli prodotti non alimentari le quali rappresentano i 2/3 del totale nella provincia di Terni e oltre il 70% in quella di Perugia.

Tab. 10 - Tipologia di strutture per macrosettore e provincia

	PG		TR		TOTALE	
	N°	%	N°	%	N°	%
Solo alimentare	68	7,2%	10	3,2%	78	6,2%
Solo non alimentare	664	70,3%	203	65,7%	867	69,2%
Misto	212	22,5%	96	31,1%	308	24,6%
TOTALE	944	75,3%	309	24,7%	1.253	100,0%

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 6 - Tipologia di strutture per macrosettore e provincia



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Dei complessivi 921.982 mq di MGSV, il 73,7% è in provincia di Perugia ed il restante 26,3% in quella di Terni nella quale la superficie media è maggiore (783,5 mq contro 720,2 mq) (tab. 11). Ciò si verifica, oltreché in generale, anche per gli esercizi che trattano il solo settore non alimentare e per quelli che trattano entrambi i settori; al contrario, per gli esercizi alimentari, la superficie media è maggiore nella provincia di Perugia: quasi il doppio rispetto a Terni (graf. 7).

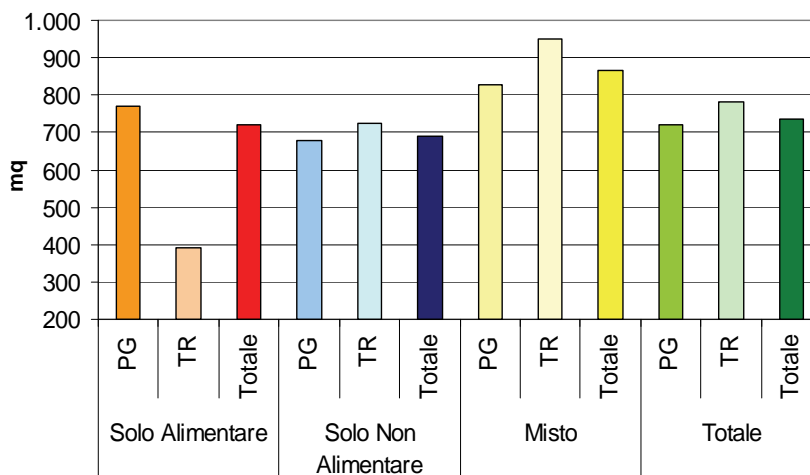
In Umbria, gli esercizi solo alimentari coprono una superficie pari al 6,1% del totale, quelli non alimentari il 64,9% ed i misti il 29,0%.

Tab. 11 - Superfici complessive e medie delle medie e grandi strutture suddivise per provincia e macrosettore

Tipo	Prov.	Sup. media (mq)	N° es.	Sup. totale (mq)	% Sup. totale
Solo alimentare	PG	770,0	68	52.361	5,7
	TR	391,7	10	3.917	0,4
	Totale	721,5	78	56.278	6,1
Solo non alimentare	PG	680,3	664	451.724	49,0
	TR	723,5	203	146.863	15,9
	Totale	690,4	867	598.587	64,9
Misto	PG	829,3	212	175.808	19,1
	TR	951,1	96	91.309	9,9
	Totale	867,3	308	267.117	29,0
TOTALE	PG	720,2	944	679.893	73,7
	TR	783,5	309	242.089	26,3
	Totale	735,8	1.253	921.982	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 7 - Superfici medie degli esercizi per macrosettore e provincia



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La superficie di vendita delle MGSV è di 679.893 mq in provincia di Perugia e di 242.089 mq in quella di Terni; le superfici medie vanno da un minimo di

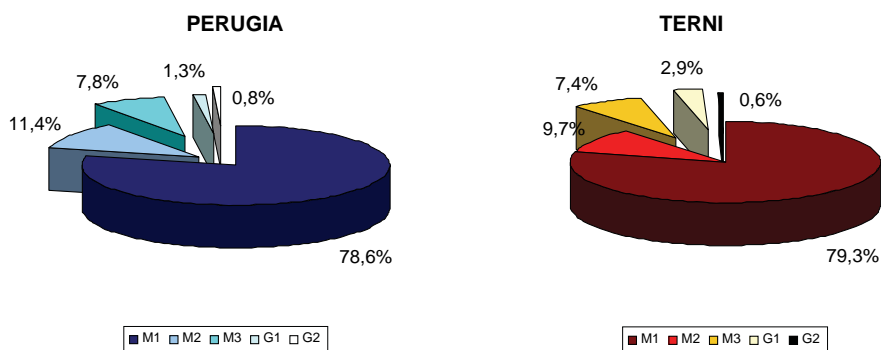
453 mq per le medie strutture ad un massimo di 6.971 mq per le grandi. Con riferimento alla classificazione per tipologie prevista dalla l.r. 24/1999, si hanno 944 MGSV in provincia di Perugia e 309 in quella di Terni (tab. 12). Il 75,3% delle strutture di medie e grandi dimensioni è ubicato in provincia di Perugia, mentre il restante 24,7% in quella di Terni.

La provincia di Perugia accoglie una relativa maggiore presenza soprattutto di strutture M2; in quella di Terni sono invece relativamente più presenti le strutture G1 (graf. 8).

Tab. 12 - Numero di MGSV per tipologia e provincia - % sul totale regionale

	Perugia		Terni		Umbria	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
M1	742	75,2	245	24,8	987	100,0
M2	108	78,3	30	21,7	138	100,0
M3	74	76,3	23	23,7	97	100,0
G1	12	57,1	9	42,9	21	100,0
G2	8	80,0	2	20,0	10	100,0
TOTALE	944	75,3	309	24,7	1.253	100,0

Graf. 8 - Tipologia di esercizi per dimensione



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Come si è visto, la superficie media degli esercizi è generalmente superiore nella provincia di Terni: questo si verifica per quasi tutti i settori ed in modo particolare per l'elettronica la cui superficie media è quasi doppia che in provincia di Perugia (1.100 mq contro 580 mq). Per gli esercizi trattanti prevalentemente mobili, elettrodomestici e prodotti per edilizia la superficie media è invece maggiore nella provincia di Perugia (tab. 13).

Tab. 13 - Esercizi e superfici per province e merceologia prevalente

Merceologia prevalente	Provincia Perugia			Provincia Terni			Umbria		
	N°	Superf. (mq)	Sup. media (mq)	N°	Superf. (mq)	Sup. media (mq)	N°	Superf. (mq)	Sup. media (mq)
Alimentare	265	210.497	794,3	97	86.033	886,9	362	296.530	819,1
Abbigliamento	153	104.236	681,3	44	34.738	789,5	197	138.974	705,5
Mobili	128	126.102	985,2	40	31.096	777,4	168	157.198	935,7
Elettrodomestici	30	22.648	754,9	4	2.061	515,3	34	24.709	726,7
Elettronica	11	6.386	580,5	5	5.500	1100,0	16	11.886	742,9
Agricoltura	42	17.922	426,7	8	4.133	516,6	50	22.055	441,1
Ferramenta	49	36.190	738,6	12	10.363	863,6	61	46.553	763,2
Auto-moto-cicli	106	53.836	507,9	28	16.301	582,2	134	70.137	523,4
Edilizia	77	51.494	668,8	28	16.703	596,5	105	68.197	649,5
Altro	83	50.582	609,4	43	35.161	817,7	126	85.743	680,5
TOTALE	944	679.893	720,2	309	242.089	783,5	1.253	921.982	735,8

Fonte: Indagine AUR, 2009.

L'analisi degli indici di servizio registra un'altissima variabilità sia relativamente al parametro "abitanti per esercizio", sia per quello delle superfici disponibili ogni 100 abitanti.

Tab. 14 - Indici di servizio per province e merceologia prevalente

Merceologia prevalente	Provincia Perugia			Provincia Terni			Umbria		
	N°	Abit. x Es.	Sup. x 100 ab.	N°	Abit. x Es.	Sup. x 100 ab.	N°	Abit. x Es.	Sup. x 100 ab.
Alimentare	265	2.497	31,81	97	2.397	37,00	362	2.470	33,16
Abbigliamento	153	4.325	15,75	44	5.285	14,94	197	4.539	15,54
Mobili	128	5.169	19,06	40	5.814	13,37	168	5.323	17,58
Elettrodomestici	30	22.056	3,42	4	58.135	0,89	34	26.301	2,76
Elettronica	11	60.153	0,97	5	46.508	2,37	16	55.889	1,33
Agricoltura	42	15.754	2,71	8	29.068	1,78	50	17.884	2,47
Ferramenta	49	13.504	5,47	12	19.378	4,46	61	14.659	5,21
Auto-moto-cicli	106	6.242	8,14	28	8.305	7,01	134	6.673	7,84
Edilizia	77	8.593	7,78	28	8.305	7,18	105	8.516	7,63
Altro	83	7.972	7,64	43	5.408	15,12	126	7.097	9,59
TOTALE	944	701	102,75	309	753	104,11	1.253	714	103,1

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le classi demografiche dei comuni

Per operare l'analisi dei dati anche in relazione all'ampiezza demografica dei comuni è stata assunta la classificazione prevista dalla legge regionale n. 24 del 1999 che prevede le seguenti quattro categorie¹⁷:

I - comuni con oltre 50.000 abitanti;

II - comuni con popolazione compresa tra 10.000 e 50.000 abitanti;

III - comuni con popolazione compresa tra i 3.000 ed i 10.000 abitanti;

IV - comuni con popolazione inferiore ai 3.000 abitanti.

Nei comuni più grandi vi è una maggiore concentrazione di strutture solo alimentari ed una minore presenza di strutture miste. Nei comuni con ampiezza demografica da 10 a 50 mila abitanti abbiamo, invece, una minore concentrazione di esercizi solo alimentari ed una maggiore di esercizi misti; lo stesso fenomeno si verifica nei comuni fino a 3 mila abitanti (tab. 15).

Tab. 15 - Strutture suddivise per macrosettore e classe dimensionale del comune

Classi di comuni	TIPO						TOTALE	
	Solo alimentare		Solo non alimentare		Misto			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Oltre 50.000	48	61,5	388	44,8	84	27,3	520	41,5
da 10.001 a 50.000	9	11,5	283	32,6	120	39,0	412	32,9
da 3.000 a 10.000	16	20,5	144	16,6	69	22,4	229	18,3
Fino a 3.000 abitanti	5	6,4	52	6,0	35	11,4	92	7,3
TOTALE	78	100	867	100	308	100	1.253	100

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le strutture poste nei comuni di maggiori dimensioni assorbono il 45% della superficie complessiva (tab. 16); a seguire, le strutture poste nei comuni medi coprono circa il 36% della superficie complessiva; poi quelle nei comuni piccoli che coprono circa il 14% ed infine quelle nei comuni piccolissimi che assorbono il 5% della superficie complessiva.

In dettaglio, nel settore misto la superficie media è correlata con la dimensione comunale, nel senso che detta superficie cresce al crescere della popolazione residente. La stessa correlazione, meno evidente, si riscontra nel

¹⁷ Per semplicità spesso nelle pagine che seguono parleremo di comuni grandi, medi, piccoli e piccolissimi con riferimento alla quattro classi demografiche della l.r. 24/99.

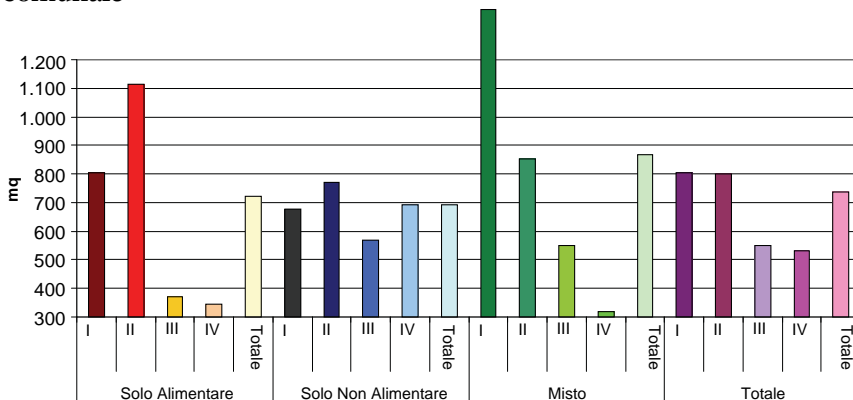
settore solo alimentare in cui abbiamo anche le maggiori differenze di valori che sono tuttavia più elevati per la seconda e non la prima classe di comuni. Per il settore non alimentare nel suo complesso non si riscontra una relazione lineare e la superficie media non sembrerebbe essere correlata alla dimensione del comune.

Tab. 16 - Superfici delle medie e grandi strutture suddivise per dimensione comunale e macrosettore

Tipo	Classi di comuni	Sup. media (mq)	N° es.	Sup. totale (mq)	% Sup. totale
Solo alimentare	Oltre 50.000	804,0	48	38.594	4,2
	da 10.001 a 50.000	1.114,1	9	10.027	1,1
	da 3.000 a 10.000	371,2	16	5.939	0,6
	Fino a 3.000 abitanti	343,6	5	1.718	0,2
	Totale	721,5	78	56.278	6,1
Solo non alimentare	Oltre 50.000	677,8	388	262.968	28,5
	da 10.001 a 50.000	769,6	283	217.785	23,6
	da 3.000 a 10.000	567,8	144	81.764	8,9
	Fino a 3.000 abitanti	693,7	52	36.070	3,9
	Totale	690,4	867	598.587	64,9
Misto	Oltre 50.000	1.376,3	84	115.610	12,5
	da 10.001 a 50.000	854,0	120	102.477	11,1
	da 3.000 a 10.000	548,9	69	37.875	4,1
	Fino a 3.000 abitanti	318,7	35	11.155	1,2
	Totale	867,3	308	267.117	29,0
TOTALE	Oltre 50.000	802,3	520	417.172	45,2
	da 10.001 a 50.000	801,7	413	330.289	35,8
	da 3.000 a 10.000	548,4	229	125.578	13,6
	Fino a 3.000 abitanti	532,0	92	48.943	5,3
	Totale	735,8	1254	921.982	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 9 - Superfici medie degli esercizi per macrosettore e dimensione comunale¹⁸



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tuttavia, per questo tipo di analisi, occorre tenere conto che la media struttura, per definizione di legge, ha una superficie maggiore (250-2.500) nei comuni maggiori, per cui le conclusioni circa la relazione superficie medie-ampiezza dei comuni vanno tratte con prudenza.

La medesima osservazione vale per le grandi strutture di vendita.

Gli esercizi che trattano il solo settore alimentare presentano più variabilità con il parametro abitanti per esercizio, che va da un minimo di 6.967 nei comuni più grandi, fino ad un massimo di 38.169 in quelli medi. Anche le superfici per 100 abitanti risultano variabili.

Per il comparto degli esercizi autorizzati per il solo settore non alimentare il rapporto abitanti per esercizio appare molto più stabile e si aggira intorno a 1.000. Il valore più elevato, quasi 1.400, si ha nei comuni molto piccoli, mentre il valore più basso (860) riguarda i comuni più grandi. La superficie disponibile ogni 100 abitanti è minore nei comuni molto piccoli (50 mq ogni 100 abitanti) e maggiore nei comuni grandi (79 mq ogni 100 abitanti).

¹⁸ I numeri romani corrispondono alle classi di popolazione residente di cui alla legge 24/1999: I - oltre 50 mila abitanti; II - da 10 a 50 mila abitanti; III - da 3 a 10 mila abitanti; IV - fino a 3 mila abitanti.

Tab. 17 - Indici di servizio per macrosettore e dimensione comunale

Classi di comuni	Solo alimentare		Solo non alimentare		Misto		TOTALE	
	Ab. x es.	Sup. x 100 ab. (mq)	Ab. x es.	Sup. x 100 ab. (mq)	Ab. x es.	Sup. x 100 ab. (mq)	Ab. x es.	Sup. x 100 ab. (mq)
Oltre 50.000	6.967	11,54	862	78,63	3.981	34,57	643	124,75
da 10.001 a 50.000	38.169	2,92	1.214	63,4	2.863	29,83	834	96,15
da 3.000 a 10.000	9.014	4,12	1.002	56,69	2.090	26,26	630	87,07
Fino a 3.000 abitanti	14.413	2,38	1.386	50,05	2.059	15,48	783	67,92
TOTALE	11.464	6,29	1.031	66,94	2.903	29,87	714	103,1

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Analizzando le MGSV sia per la loro dimensione che per la classe demografica dei comuni osserviamo che nei comuni più grandi si ha una leggera sovrarappresentazione, e quindi una maggiore concentrazione, di esercizi di dimensione M1 e G1 (tab. 18); nei comuni da 10 a 50 mila abitanti prevalgono invece le M2 e sono fortemente sottorappresentate le G1 che risultano invece sovrarappresentate nei comuni da 3 a 10 mila abitanti, così come le G2. Infine nei comuni ancora più piccoli abbiamo una sovrarappresentazione delle G1 e delle M3.

Tab. 18 - Strutture suddivise per dimensione e classe dimensionale del comune

Classi di comuni	TIPOLOGIA DIMENSIONALE ESERCIZIO										TOTALE	
	M1		M2		M3		G1		G2		N°	%
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%		
Oltre 50.000	418	42,4	48	34,8	40	41,2	10	47,6	4	40,0	520	41,5
da 10.001 a 50.000	317	32,1	65	47,1	25	25,8	2	9,5	3	30,0	412	32,9
da 3.000 a 10.000	181	18,3	19	13,8	20	20,6	6	28,6	3	30,0	229	18,3
Fino a 3.000 abitanti	71	7,2	6	4,3	12	12,4	3	14,3	0	0,0	92	7,3
TOTALE	987	100	138	100	97	100	21	100	10	100	1.253	100

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 19 - Superficie media per dimensione e classe dimensionale del comune

Classi di comuni	TIPOLOGIA DIMENSIONALE ESERCIZIO					TOTALE
	M1	M2	M3	G1	G2	
Oltre 50.000	483,9	1.220,1	2.065,9	3.632,2	9.348,2	802,3
da 10.001 a 50.000	519,1	1.271,7	2.121,1	5.250,0	6.516,7	801,7
da 3.000 a 10.000	318,4	804,2	1.314,2	2.269,0	4.255,0	548,4
Fino a 3.000 abitanti	317,6	795,0	1.360,5	1.766,7	0	532,0
TOTALE	452,9	1.168,7	1.837,9	3.130,3	6.970,8	735,8

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Generalmente la superficie media aumenta al crescere della dimensione dei comuni oltreché, ovviamente, della tipologia dell'esercizio. Va, in proposito, ricordato quanto già detto circa le differenti definizioni della legge in relazione all'ampiezza dei comuni che consentono di trarre conclusioni valide solo all'interno delle due categorie, sopra e sotto i 10.000 abitanti, e non tra di esse.

All'interno, però, delle varie tipologie dimensionali degli esercizi, ciò non sempre si verifica in quanto per le tipologie M1, M2 e G1 la superficie media è maggiore nei comuni di medie dimensioni. Nelle M3, infine, si ha una situazione molto altalenante: la superficie media minore si riscontra nei comuni piccoli, poi nei piccolissimi, nei grandi ed infine in quelli medi.

In generale le superfici medie dei comuni con 10-50.000 abitanti sono maggiori in tutte le ripartizioni dimensionali ad eccezione delle G2 per le quali le superfici medie maggiori si hanno, come detto, nei comuni più grandi.

Una relazione statisticamente significativa sussiste anche tra la merceologia prevalente e la classe dimensionale del comune ove la struttura è ubicata. La tabella 20 riporta il dettaglio dei dati dai quali si può evincere che:

- nei comuni dimensionalmente più piccoli prevalgono, in percentuale, le medie strutture di prodotti alimentari e ciò si verifica, in particolare, per quelli fino a 3.000 abitanti;
- nei comuni dimensionalmente più grandi, oltre i 10 mila abitanti, si riscontra una elevata percentuale di strutture di abbigliamento;
- il comparto dei mobili risulta sottorappresentato nei comuni più grandi, oltre i 50 mila abitanti, rispetto a tutti gli altri dove risulta sovrarappresentato e, in particolare, nei comuni molto piccoli;

- nei comuni di maggiori dimensioni una percentuale elevata hanno anche le MGSV di auto, moto e cicli e ciò si verifica anche per l'edilizia.

Tab. 20 - Strutture suddivise per merceologia prevalente e classe dimensionale dei comuni

Merceologia prevalente	CLASSI DI COMUNI								TOTALE	
	Oltre 50.000		da 10.001 a 50.000		da 3.000 a 10.000		Fino a 3.000 abitanti			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alimentare	124	23,8	118	28,6	81	35,4	39	42,4	362	28,9
Abbigliamento	86	16,5	69	16,7	33	14,4	9	9,8	197	15,7
Mobili	47	9,0	65	15,8	39	17,0	17	18,5	168	13,4
Elettrodomestici	19	3,7	11	2,7	3	1,3	1	1,1	34	2,7
Elettronica	8	1,5	4	1,0	4	1,7	0	0	16	1,3
Agricoltura	18	3,5	15	3,6	13	5,7	4	4,3	50	4,0
Ferramenta	24	4,6	19	4,6	12	5,2	6	6,5	61	4,9
Auto-moto-cicli	82	15,8	32	7,8	18	7,9	2	2,2	134	10,7
Edilizia	46	8,8	40	9,7	12	5,2	7	7,6	105	8,4
Altro	66	12,7	39	9,5	14	6,1	7	7,6	126	10,1
TOTALE	520	100	412	100	229	100	92	100	1.253	100

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Analizzando complessivamente le medie e grandi strutture suddivise sia per merceologia prevalente che per classe dimensionale del comune, si ha, anche in questo caso, una relazione statisticamente significativa dalla quale si colgono indicazioni interessanti (tab. 21):

- nella tipologia alimentare la superficie media degli esercizi è proporzionale alla dimensione del comune;
- un'analogia proporzionalità si riscontra per gli esercizi aventi per merceologia prevalente i generi elettronica, agricoltura, ferramenta;
- per le altre merceologie il rapporto non appare: per l'abbigliamento gli esercizi di maggiori dimensioni si trovano nei comuni di media dimensione, seguiti dai comuni grandi, poi dai piccolissimi ed infine dai piccoli. Per i mobili le superfici medie maggiori si hanno nei comuni minori, piuttosto che nei maggiori;
- una situazione intermedia si potrebbe intravedere per il genere elettrodomestici per il quale abbiamo esercizi di maggiori dimensioni nei comuni grandi; quindi nei comuni medi, piccolissimi e piccoli;

- infine per gli esercizi di auto, moto e cicli la dimensione media nei comuni medi e grandi è simile (560 e 551 mq); seguono i comuni piccolissimi (443 mq) ed i piccoli (343 mq).

Ancora una volta, tuttavia, si richiama l'attenzione sulla differente classificazione di legge delle medie e grandi strutture che rende meno significative le comparazioni di superficie media tra comuni con più e comuni con meno di 10.000 abitanti.

Il grafico 10 riassume quanto illustrato e descritto.

Difficile è dare una lettura univoca di questi fenomeni: di certo entrano in gioco vari fattori, quali l'ampiezza del bacino potenziale di utenza che spiega, ad esempio, la proporzionalità nel settore alimentare, mentre per settori come i mobili la scelta di localizzazione in realtà minori potrebbe dipendere da motivi di costo degli immobili, e dei suoli e di accessibilità.

Tab. 21 - Superfici delle medie e grandi strutture suddivise per merceologia prevalente e dimensione del comune

Merceologia	Classi di comuni	Sup. media (mq)	N° es.	Sup. totale (mq)	% Sup. totale
Alimentare	Oltre 50.000	1.158,0	124	143.589	15,6
	da 10.001 a 50.000	835,8	118	98.626	10,7
	da 3.000 a 10.000	514,6	81	41.682	4,5
	Fino a 3.000 abitanti	323,9	39	12.633	1,4
Abbigliamento	Oltre 50.000	769,9	86	66.208	7,2
	da 10.001 a 50.000	790,4	69	54.535	5,9
	da 3.000 a 10.000	389,6	33	12.858	1,4
	Fino a 3.000 abitanti	597,0	9	5.373	0,6
Mobili	Oltre 50.000	661,6	47	31.096	3,4
	da 10.001 a 50.000	1.047,5	65	68.085	7,4
	da 3.000 a 10.000	1.010,0	39	39.389	4,3
	Fino a 3.000 abitanti	1.095,8	17	18.628	2,0
Elettrodomestici	Oltre 50.000	810,6	19	15.401	1,7
	da 10.001 a 50.000	739,8	11	8.138	0,9
	da 3.000 a 10.000	231,7	3	695	0,1
	Fino a 3.000 abitanti	475,0	1	475	0,1

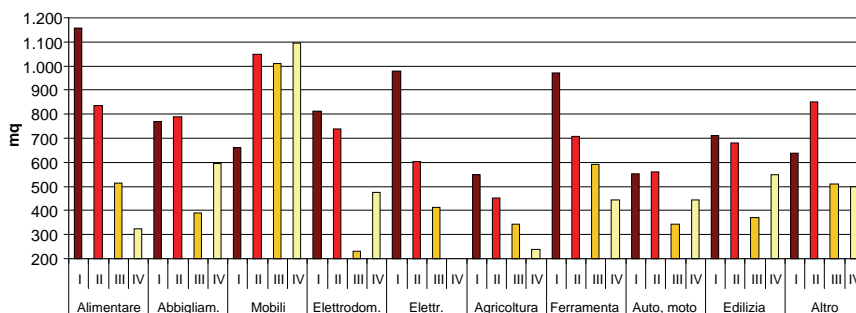
---segue

segue Tab. 21 - Superfici delle medie e grandi strutture suddivise per merceologia prevalente e dimensione del comune

Merceologia	Classi di comuni	Sup. media (mq)	N° es.	Sup. totale (mq)	% Sup. totale
Elettronica	Oltre 50.000	978,0	8	7.824	0,8
	da 10.001 a 50.000	601,2	4	2.405	0,3
	da 3.000 a 10.000	414,2	4	1.657	0,2
	Fino a 3.000 abitanti	0,0	0	0	0,0
Agricoltura	Oltre 50.000	547,9	18	9.863	1,1
	da 10.001 a 50.000	452,5	15	6.788	0,7
	da 3.000 a 10.000	342,2	13	4.449	0,5
	Fino a 3.000 abitanti	238,8	4	955	0,1
Ferramenta	Oltre 50.000	971,8	24	23.323	2,5
	da 10.001 a 50.000	708,3	19	13.457	1,5
	da 3.000 a 10.000	591,6	12	7.099	0,8
	Fino a 3.000 abitanti	445,7	6	2.674	0,3
Auto-moto-cicli	Oltre 50.000	550,8	82	45.162	4,9
	da 10.001 a 50.000	559,9	32	17.918	1,9
	da 3.000 a 10.000	342,9	18	6.172	0,7
	Fino a 3.000 abitanti	442,5	2	885	0,1
Edilizia	Oltre 50.000	711,2	46	32.713	3,5
	da 10.001 a 50.000	679,6	40	27.185	2,9
	da 3.000 a 10.000	371,5	12	4.458	0,5
	Fino a 3.000 abitanti	548,7	7	3.841	0,4
Altro	Oltre 50.000	636,3	66	41.993	4,6
	da 10.001 a 50.000	850,1	39	33.152	3,6
	da 3.000 a 10.000	508,5	14	7.119	0,8
	Fino a 3.000 abitanti	497,0	7	3.479	0,4
TOTALE	Oltre 50.000	802,3	520	417.172	45,2
	da 10.001 a 50.000	801,7	412	330.289	35,8
	da 3.000 a 10.000	548,4	229	125.578	13,6
	Fino a 3.000 abitanti	532,0	92	48.943	5,3
	Totale	735,8	1.253	921.982	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 10 - Superfici medie delle strutture suddivise per merceologia e dimensione comunale¹⁹



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le zone comunali

Per ciascuna MGSV, i Comuni sono stati invitati a specificare l'ubicazione dell'esercizio, secondo una ripartizione già utilizzata dalla Regione dell'Umbria in precedenti analisi e che funge da denominatore comune per tutti i Comuni dell'Umbria. Essa prevede le seguenti "zone" comunali:

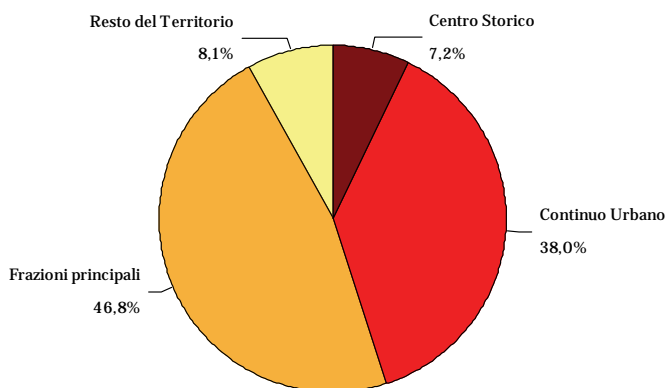
- Zona 1: Centro storico del capoluogo corrispondente alla zona "A" del Capoluogo di cui al d.m. 02.04.68 n. 1444;
- Zona 2: Continuo urbano cittadino, comprendente il resto del capoluogo comunale;
- Zona 3: Frazioni costituenti i principali poli di sviluppo del capoluogo comunale;
- Zona 4: Resto del territorio, cioè altre frazioni minori, territorio montano e rurale.

Il grafico 11 riassume la distribuzione delle MGSV secondo questa ripartizione.

La quota più importante di strutture, corrispondente al 46,8%, è ubicata nelle Frazioni principali; segue il Continuo urbano che copre una quota del 38%. La quota meno importante, come del resto ci saremmo attesi, riguarda il Centro storico che comprende solo il 7,2% delle strutture; il restante 8,1% è localizzato nel Resto del territorio.

¹⁹ I numeri romani corrispondono alle classi di popolazione residente di cui alla legge 24/1999: I - oltre 50 mila abitanti; II - da 10 a 50 mila abitanti; III - da 3 a 10 mila abitanti; IV - fino a 3 mila abitanti.

Graf. 11 - Ubicazione delle strutture



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le strutture poste nelle zone del Centro storico coprono solo il 5% della superficie complessiva (tab. 22). A poco più arrivano le strutture che sono poste nel Resto del territorio (6%). Per converso, le strutture poste nelle Frazioni principali coprono il 50% della superficie totale e a queste si aggiunge il 38% delle strutture ubicate nel Continuo urbano.

Vediamo ora i dati più nel dettaglio. Il macrosettore solo alimentare non è presente con strutture ubicate nel Centro storico. Nelle zone del Continuo urbano si registra la superficie media maggiore, seguita dalle zone del Resto del territorio. Le superfici medie inferiori si hanno, quindi, nelle Frazioni principali, dove si ha, tuttavia, il maggior numero di esercizi.

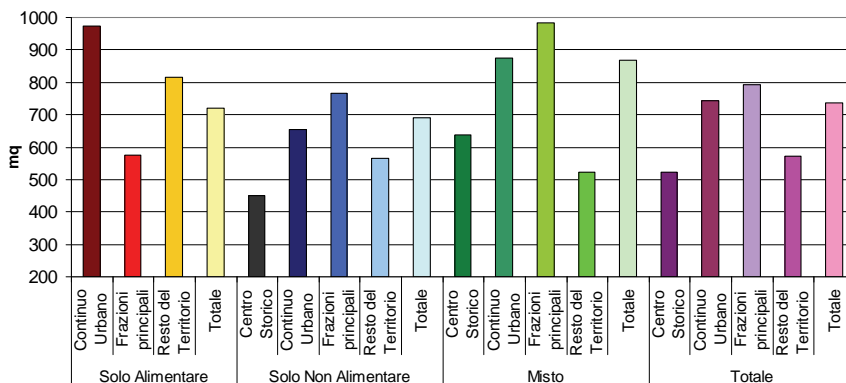
Nel settore solo non alimentare le superfici medie, inferiori in ogni zona rispetto al settore solo alimentare, aumentano, passando dal Centro storico alle Frazioni principali per poi diminuire nel Resto del territorio e lo stesso si verifica per il settore misto (graf. 12).

Tab. 22 - Superfici delle medie e grandi strutture suddivise per zona e macrosettore

Tipo	Zona	Sup. media (mq)	N° es.	Sup. totale (mq)	% Sup. totale
Solo alimentare	Centro storico	0,0	0	0	0,0
	Continuo urbano	972,6	25	24.316	2,6
	Frazioni principali	576,0	47	27.072	2,9
	Resto del territorio	815,0	6	4.890	0,5
	Totale	721,5	78	56.278	6,1
Solo non alimentare	Centro storico	450,9	56	25.252	2,7
	Continuo urbano	655,6	299	196.012	21,3
	Frazioni principali	767,8	434	333.224	36,1
	Resto del territorio	565,4	78	44.099	4,8
	Totale	690,4	867	598.587	64,9
Misto	Centro storico	639,2	34	21.734	2,4
	Continuo urbano	875,9	152	133.140	14,4
	Frazioni principali	984,3	105	103.353	11,2
	Resto del territorio	522,9	17	8.890	1,0
	Totale	867,3	308	267.117	29,0
TOTALE	Centro storico	522,1	90	46.986	5,1
	Continuo urbano	742,6	476	353.468	38,3
	Frazioni principali	791,2	586	463.649	50,3
	Resto del territorio	573,1	101	57.879	6,3
	Totale	735,8	1.253	921.982	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 12 - Superfici medie degli esercizi per macrosettore e zona comunale



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Guardando contemporaneamente la zona e la dimensione della struttura (tab. 23), si nota che:

- le strutture M1 ed M3 di maggiore dimensione sono ubicate nel Continuo urbano, le M2 di maggiore dimensione sono presenti nei Centri storici;
- le grandi strutture, assenti nei Centri storici ed in numero di sole 3 su 31 nel Resto del territorio, presentano le maggiori superfici medie nelle Principali Frazioni e nel Continuo urbano (rispettivamente per le tipologie G1 e G2);
- le strutture M1, il 79% del totale delle MGSV, risultano intorno ai 400 mq nei centri storici e nel Resto del territorio e ai 460 mq nelle altre due zone.

Tab. 23 - Strutture suddivise per dimensione e zona comunale

	ZONA DEL COMUNE												TOTALE		
	Centro storico			Continuo urbano			Frazioni principali			Resto del territorio					
	N°	%	Sup. media (mq)	N°	%	Sup. media (mq)	N°	%	Sup. media (mq)	N°	%	Sup. media (mq)	N°	%	Sup. media (mq)
M1	82	8,3	406	373	37,8	471	449	45,5	457	83	8,4	399	987	100	453
M2	3	2,2	1.378	56	40,6	1.156	68	49,3	1.193	11	8,0	1.029	138	100	1.169
M3	5	5,2	1.915	35	36,1	1.950	53	54,6	1.780	4	4,1	1.526	97	100	1.838
G1	0	0,0	0	10	47,6	3.010	8	38,1	3.534	3	14,3	2.456	21	100	3.130
G2	0	0,0	0	2	20,0	7.380	8	80,0	6.869	0	0,0	0	10	100	6.971
TOT.	90	7,2	522	476	38,0	743	586	46,8	791	101	8,1	573	1.253	100	736

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Analizzando nel dettaglio le strutture suddivise per merceologia prevalente e zona comunale, come da tabella 24, si evidenzia quanto segue:

- nei centri storici sono in prevalenza presenti MGSV di abbigliamento, poi di alimentari, mobili ed altri prodotti non specificati;
- nel Continuo urbano la presenza delle strutture alimentari, sul totale delle MGSV della zona, è assai più accentuata (36%), mentre la presenza di quelle di abbigliamento è assai minore che nei Centri storici;
- una situazione analoga si riscontra per le Frazioni principali nelle quali, tuttavia, sono più presenti che altrove MGSV di generi che necessitano di ampi spazi (auto, edilizia, mobili, ecc.);
- nella zona residuale denominata Resto del territorio la merceologia più rappresentata, con percentuale sul totale di zona nettamente superiore a quanto si riscontra in altre zone, è quella dei mobili, seguita dalle MGSV alimentari e di edilizia.

Si delinea pertanto un quadro chiaro, secondo il quale le MGSV tendono a collocarsi nei centri storici, se di abbigliamento, nelle immediate periferie,

trattandosi di supermercati alimentari, nelle aree più esterne trattandosi di generi più tecnici.

Tab. 24 - Strutture suddivise per merceologia prevalente e zona comunale

Merceologia prevalente	ZONA								TOTALE	
	Centro storico		Continuo urbano		Frazioni principali		Resto del territorio			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alimentare	28	31,1	171	35,9	143	24,4	20	19,8	362	28,9
Abbigliamento	34	37,8	62	13,0	91	15,5	10	9,9	197	15,7
Mobili	9	10,0	55	11,6	82	14,0	22	21,8	168	13,4
Elettrodomestici	1	1,1	11	2,3	18	3,1	4	4,0	34	2,7
Elettronica	0	0,0	10	2,1	5	0,9	1	1,0	16	1,3
Agricoltura	1	1,1	23	4,8	20	3,4	6	5,9	50	4,0
Ferramenta	2	2,2	23	4,8	30	5,1	6	5,9	61	4,9
Auto-moto-cicli	4	4,4	44	9,2	77	13,1	9	8,9	134	10,7
Edilizia	2	2,2	38	8,0	54	9,2	11	10,9	105	8,4
Altro	9	10,0	39	8,2	66	11,3	12	11,9	126	10,1
TOTALE	90	100	476	100	586	100	101	100	1.253	100

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 25 - Superficie media delle strutture suddivise per merceologia prevalente e zona del comune

Merceologia	ZONA COMUNALE				TOTALE
	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto del territorio	
Alimentari	534,3	854,9	859,7	622,6	819,1
Abbigliamento	624,9	650,5	793,5	518,5	705,5
Mobili	343,1	899,0	1.110,3	619,4	935,7
Elettrodomestici	656,0	762,8	804,6	294,8	726,7
Elettronica	0,0	670,7	855,8	900,0	742,9
Agricoltura	240,0	310,3	637,9	320,0	441,1
Ferramenta	359,0	742,8	779,7	893,2	763,2
Auto-moto-cicli	371,0	497,5	522,4	726,8	523,4
Edilizia	270,0	719,7	668,3	383,9	649,5
Altri/Non specif.	450,3	742,4	700,7	541,2	680,5
TOTALE	522,1	742,6	791,2	573,1	735,8

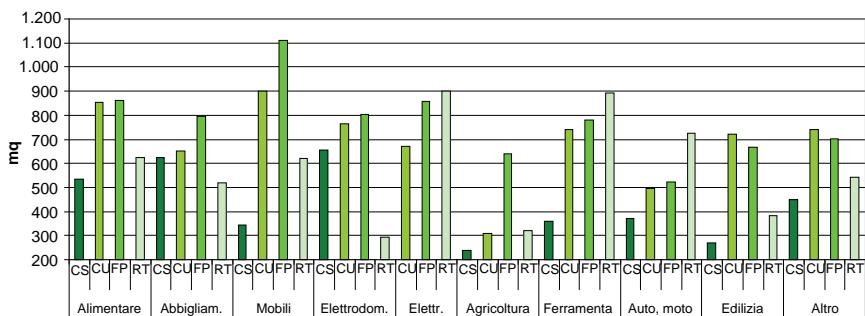
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le MGSV nelle zone del Centro storico sono mediamente più piccole rispetto alle altre zone comunali. Ciò si verifica per le seguenti merceologie: alimentari, mobili, agricoltura, ferramenta, auto, moto e cicli, edilizia. Per le altre due categorie merceologiche, non menzionate precedentemente, vale a dire l'abbigliamento e gli elettrodomestici, le strutture mediamente più

piccole si hanno nelle zone del Resto del territorio, cioè nelle zone più periferiche ed esterne.

Le superfici maggiori si registrano invece nelle zone del Continuo urbano e delle Frazioni principali un po' per tutte le merceologie (graf. 13).

Graf. 13 - Superfici medie delle strutture suddivise per merceologia e zona comunale²⁰



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le zone socio-economiche omogenee

In questa sezione analizzeremo il tessuto commerciale della regione con riferimento alla ripartizione del suo territorio, in otto zone socio-economiche omogenee, operata dalla legge regionale n. 24 del 1999. I comuni ad esse appartenenti sono indicati nell'allegato 2²¹.

L'analisi si articola in due parti: nella prima saranno esposti i principali dati ed indicatori, in una visione comparativa tra le varie zone regionali, nella seconda si opererà un breve approfondimento per ciascuna di esse.

Quadro generale

La zona regionale di Perugia è quella che presenta il maggior numero di esercizi commerciali, seguita da quella di Terni (tab. 26). Ciò dipende dal

²⁰ Per utilità del grafico la zona comunale è stata abbreviata e corrisponde a: CS - Centro storico; CU - Continuo urbano; FP - Frazioni principali; RT - Resto del territorio.

²¹ E' necessario non cadere nell'equivoco di considerare le zone socio-economiche di Terni ed Orvieto comprensive dei Comuni della provincia di Terni e le altre di quelli della provincia di Perugia. La logica seguita dalla Regione è infatti basata sulle presunte gravitazioni, cosicché, ad esempio, il comune di Todi è stato incluso nell'area di Terni e quello di Assisi nell'area di Perugia, anziché di Foligno.

fatto che dette zone comprendono i capoluoghi di provincia che hanno maggiore popolazione.

Per comprendere, pertanto, il posizionamento relativo delle varie zone regionali e trarre conclusioni utili, è necessario fare riferimento ai due indici, già più volte utilizzati nelle pagine precedenti, relativi al numero di abitanti per esercizio ed alla superficie di vendita per 100 abitanti. Essi risultano sufficientemente significativi, pur essendo esclusivamente legati al numero dei residenti e, pertanto, in grado di dare solo una visione parziale di un fenomeno, come quello del commercio, influenzato da una molteplicità di fattori sia economici sia sociali.

Tab. 26 - Consistenza degli esercizi e principali indicatori per zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Esercizi	5.322	4.266	1.947	1.337	1.189	1.314	1.018	663	17.056
Superficie (mq)	722.267	469.793	238.744	141.646	113.686	126.706	87.991	63.813	1.964.646
Sup.media (mq)	135,7	110,1	122,6	105,9	95,6	96,4	86,4	96,2	115,2
Abit./Es.	58,6	48,9	52,3	57,5	48,3	43,3	42,1	57,0	52,4
Sup. x 100 abit. (mq)	231,5	225,4	234,6	184,1	197,9	222,6	205,2	168,9	219,7

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Ricordando che, per l'indice abitanti per esercizio, quanto più il valore è elevato tanto più si è in presenza di rarefazione di esercizi, mentre il valore di superficie per 100 abitanti è proporzionale alla quantità di servizio, il quadro regionale presenta:

- zone ad elevata dotazione commerciale, con indici superiori alle medie regionali, come quelle di Terni e Foligno;
- zone che, per converso, hanno entrambi gli indici al di sotto delle medie regionali, come quelle di Città di Castello e Castiglione del Lago;
- zone per le quali uno dei due indici risulta superiore e l'altro inferiore alle medie regionali e quindi si collocano in posizione intermedia.

La superficie media degli esercizi delle zone di Perugia e Foligno è superiore alla media regionale (pari a 115,2 mq), scende al di sotto dei 100 mq per le zone di Spoleto, Gubbio, Castiglione del Lago e, in modo accentuato, Orvieto (86,4 mq).

Più specificamente, nel settore alimentare presentano entrambi gli indicatori in esame al di sopra delle medie regionali le zone di Orvieto e Foligno; le zone di Perugia e Castiglione del Lago hanno, a parità di abitanti e rispetto alle medie regionali, meno esercizi, ma di dimensione maggiore e l'inverso avviene per le zone di Spoleto o Gubbio (tab. 27). Per il settore non alimentare i maggiori indici di dotazione si riscontrano per le zone di Terni, Gubbio e Foligno ed i minori in quelle di Spoleto ed Orvieto (tab. 28), sempre con riferimento all'intera rete degli esercizi commerciali. La superficie media è superiore alle medie regionali nelle zone di Perugia e Foligno e, limitatamente al settore alimentare, anche in quella di Città di Castello.

Tab. 27 - Consistenza degli esercizi alimentari e principali indicatori per zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Esercizi	1.381	1.019	503	330	344	336	279	179	4.371
Superficie (mq)	174.084	99.128	58.093	36.325	26.739	28.034	25.286	21.802	469.491
Sup.media (mq)	126,1	97,3	115,5	110,1	77,7	83,4	90,6	121,8	107,4
Abit./Es.	226,0	204,6	202,3	233,2	167,0	169,4	153,7	211,0	204,6
Sup. x 100 abit. (mq)	55,8	47,6	57,1	47,2	46,5	49,2	59,0	57,7	52,5

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 28 - Consistenza degli esercizi non alimentari e principali indicatori per zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Esercizi	3.941	3.247	1.444	1.007	845	978	739	484	12.685
Superficie (mq)	548.183	370.665	180.651	105.321	86.947	98.672	62.705	42.011	1.495.155
Sup.media (mq)	139,1	114,2	125,1	104,6	102,9	100,9	84,9	86,8	117,9
Abit./Es.	79,2	64,2	70,5	76,4	68,0	58,2	58,0	78,0	70,5
Sup. x 100 abit. (mq)	175,7	177,8	177,5	136,9	151,3	173,3	146,2	111,2	167,2

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Numerosità degli esercizi commerciali e quantità di superficie di vendita non sono da sole sufficienti per esprimere valutazioni corrette sulla maggiore o minore dotazione di servizi commerciali nel territorio in quanto questa dipende anche, e spesso soprattutto, dalla tipologia di attività presenti. Dal momento che lo sviluppo delle forme di media e grande distribuzione è generalmente accompagnato dalla contrazione del numero di esercizi tradizionali di minore dimensione, la minore dotazione numerica di esercizi non necessariamente significa un tessuto commerciale povero potendo, invece, essere il risultato di profondi processi di trasformazione da modelli tradizionali ad altri più avanzati.

Verifichiamo, pertanto, la composizione della rete distributiva in ciascuna zona, con riferimento alla ripartizione delle attività in esercizi di vicinato, medie e grandi strutture di vendita (tabb. 29 e 30).

Nel settore alimentare, gli esercizi di vicinato, che a livello regionale mediamente rappresentano il 91,7% del totale, raccolgono quote percentuali maggiori per le zone socio-economiche di Spoleto e Gubbio e minori per quelle di Foligno, Città di Castello e soprattutto Castiglione del Lago che, di conseguenza, hanno un maggiore quota di esercizi di media e grande distribuzione. Se, tuttavia, spostiamo l'attenzione dal numero degli esercizi alle quantità di superficie, che è sicuramente più indicativa della presenza di servizio, notiamo che le zone con percentuale più elevata per la media e grande distribuzione risultano quelle di Terni, Castiglione del Lago, Orvieto e Perugia (tab. 30).

Tab. 29 - Esercizi alimentari nelle singole zone regionali per tipologia

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	91,2	91,8	90,9	90,9	94,2	95,8	91,0	87,7	91,7
MSV	8,5	7,7	8,7	9,1	5,8	4,2	8,6	12,3	8,0
GSV	0,2	0,6	0,4	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,3
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 30 - Esercizi alimentari nelle singole zone regionali per tipologia della superficie

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	36,5	22,3	42,8	42,9	57,1	55,5	34,9	33,0	36,8
MSV	49,2	46,7	47,9	57,1	42,9	44,5	43,4	67,0	49,0
GSV	14,3	31,0	9,3	0,0	0,0	0,0	21,8	0,0	14,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Diverso appare il quadro per il settore non alimentare, in cui la presenza della media e grande distribuzione, sul totale degli esercizi, è relativamente inferiore rispetto al settore alimentare, sia in termini di numero di attività sia, soprattutto, di superfici di vendita (tabb. 31 e 32).

Per questo settore le zone con più elevata quota di media e grande distribuzione, in termini di superficie di vendita, risultano quelle di Castiglione del Lago, Perugia e Foligno (non più Terni), a motivo della presenza di esercizi di grande distribuzione non alimentare, con una percentuale, sul totale della zona, che appare la più elevata nella regione (10,6%).

La distribuzione relativa ad entrambi i settori, alimentare e non alimentare, è riportata nelle tabelle 33 e 34.

Tab. 31 - Distribuzione degli esercizi non alimentari per tipologia nelle singole zone regionali

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	91,2	94,1	91,8	92,9	96,1	95,6	95,4	89,5	93,0
MSV	8,7	5,8	7,8	7,1	3,8	4,4	4,6	10,3	6,9
GSV	0,2	0,1	0,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2	0,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 32 - Distribuzione per tipologia della superficie degli esercizi non alimentari nelle singole zone regionali

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoletto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	52,1	61,5	55,1	65,7	72,9	71,1	61,8	35,2	58,2
MSV	41,6	35,3	34,3	34,3	24,8	28,9	38,2	60,4	37,2
GSV	6,2	3,2	10,6	0,0	2,3	0,0	0,0	4,4	4,6
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 33 - Distribuzione degli esercizi totali per tipologia nelle singole zone regionali

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoletto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	91,2	93,5	91,6	92,4	95,5	95,7	94,2	89,0	92,7
MSV	8,6	6,3	8,0	7,6	4,4	4,3	5,7	10,9	7,2
GSV	0,2	0,2	0,4	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,2
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tab. 34 - Distribuzione per tipologia della superficie degli esercizi non alimentari nelle singole zone regionali

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoletto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
VIC	48,4	53,3	52,1	59,9	69,2	67,6	54,1	34,5	53,1
MSV	43,5	37,7	37,6	40,1	29,1	32,4	39,7	62,6	40,0
GSV	8,2	9,0	10,3	0,0	1,8	0,0	6,3	2,9	6,9
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Riassumendo quanto fin qui detto, il settore alimentare presenta:

- una generale maggiore offerta commerciale, rilevata dalle coppie di valori relativi al numero di abitanti per esercizio e superficie per 100 abitanti, nelle zone di Orvieto e Foligno e a seguire Perugia e Castiglione del Lago;
- una maggiore quota di superficie destinata specificamente alle MGSV nelle zone di Terni e, a distanza, Castiglione del Lago, Orvieto e Perugia.

Per il settore non alimentare, si ha:

- una generale maggiore offerta commerciale, rilevata dalle coppie di valori relativi al numero di abitanti per esercizio e superficie per 100 abitanti, nelle zone di Terni, Gubbio e Foligno;
- una maggiore quota di superficie destinata specificamente alle MGSV nelle zone di Castiglione del Lago, Perugia, Foligno e Terni.

Bastano questi indicatori per individuare una porzione di Umbria commercialmente più evoluta o più forte ed una commercialmente più debole? Evidentemente no, dovendosi considerare anche altri elementi che esulano dalla presente indagine, ma, in ogni caso, sono indicazioni importanti. In ogni caso, per ciascuno dei due settori, alimentare e non alimentare, la presenza di una data zona ai primi posti in entrambe le graduatorie rappresentate l'una dagli indici riferiti a tutta la rete commerciale (tabb. 27 e 28) e l'altra dalla quota di superficie di media e grande distribuzione sul totale (tabb. 29-34) sta a significare senz'altro che la sua rete distributiva è sviluppata e moderna.

La media e grande distribuzione

La consistenza e le caratteristiche della media e grande distribuzione mostrano un'ampia variabilità territoriale (tab. 35).

Tab. 35 - Consistenza delle MGSV e principali indicatori per zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
MGSV	469	277	164	101	53	57	59	73	1.253
Superficie (mq)	372.895	219.619	114.346	56852	35.047	41021	40.396	41.806	921.982
Sup. media (mq)	795,1	792,8	697,2	562,9	661,3	719,7	684,7	572,7	735,8
Abit./Es.	665,3	752,5	620,5	761,8	1084,0	998,6	726,9	517,5	713,7
Sup. x 100 abit. (mq)	119,5	105,4	112,4	73,89	61,0	72,06	94,2	110,7	103,1

Fonte: Indagine AUR, 2009.

La superficie media è maggiore nelle due zone di Perugia e Terni, anche per la presenza di grandi strutture di vendita²². La zona di Perugia, tra l'altro, raccoglie il 40% di tutta la superficie di media e grande distribuzione presente nella regione. L'indice abitanti per esercizio indica elevata presenza di MGSV per le zone di Città di Castello e Castiglione del Lago e, invece, scarsa presenza di tali strutture per la zona di Spoleto e soprattutto di Gubbio. Quanto alle tipologie individuate dalla legge regionale 24/1999 le medie strutture di minore dimensione (M1), che a livello regionale rappresentano il 78,8% del totale delle MGSV, sono maggiormente presenti nelle zone di Città di Castello e Foligno rispetto alle altre (tab. 36a e 36b).

Tab. 36a - MGSV per tipo e zona regionale

	Perugia		Terni		Foligno		Città di Castello	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
M1	362	77,2	217	78,3	132	80,5	91	90,1
M2	59	12,6	31	11,2	13	7,9	7	6,9
M3	38	8,1	19	6,9	11	6,7	3	3
G1	5	1,1	8	2,9	5	3,0	0	0
G2	5	1,1	2	0,7	3	1,8	0	0
TOTALE	469	100,0	277	100,0	164	100,0	101	100

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 36b - MGSV per tipo e zona regionale

	Spoleto		Gubbio		Orvieto		Cast. del Lago		TOTALE	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
M1	38	71,7	44	77,2	47	79,7	56	76,7	987	78,8
M2	9	17,0	5	8,8	5	8,5	9	12,3	138	11,0
M3	5	9,4	8	14	6	10,2	7	9,6	97	7,7
G1	1	1,9	0	0	1	1,7	1	1,4	21	1,7
G2	0	0,0	0	0	0	0,0	0	0,0	10	0,8
TOTALE	53	100,0	57	100	59	100,0	73	100,0	1.253	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

²² E' bene non cadere nell'equivoco di considerare il valore di 735,8 mq come quello generalmente riscontrabile per le MGSV. Trattandosi, infatti, di valore medio, è fortemente influenzato dalle 31 grandi strutture di vendita, pari al solo 2,5% del n. totale delle MGSV ed al 15% della loro superficie. Se consideriamo la mediana, cioè il valore centrale della distribuzione di superficie ordinata, abbiamo 518 e 450 mq, rispettivamente, per le MGSV alimentari e non alimentari. Gli esercizi della classe chiusa 400H600 mq risultano 273 su 1.253, pari a quasi un quarto del totale (22%).

Le grandi strutture di vendita sono presenti solamente nelle zone regionali di Perugia, Terni e Foligno nonché nella zona di Orvieto nel settore alimentare e di Spoleto in quello non alimentare (tabb. 37a e 37b).

Tab. 37a - MGSV alimentari per tipologia e zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
M1	91	66	37	23	16	9	21	16	279
M2	21	9	6	5	2	2	2	4	51
M3	6	3	1	2	2	3	1	2	20
G1	1	4	1	0	0	0	1	0	7
G2	2	2	1	0	0	0	0	0	5
TOTALE	121	84	46	30	20	14	25	22	362

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 37b - MGSV non alimentari per tipologia e zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
M1	271	151	95	68	22	35	26	40	708
M2	38	22	7	2	7	3	3	5	87
M3	32	16	10	1	3	5	5	5	77
G1	4	4	4	0	1	0	0	1	14
G2	3	0	2	0	0	0	0	0	5
TOTALE	348	193	118	71	33	43	34	51	891

Fonte: Indagine AUR, 2009.

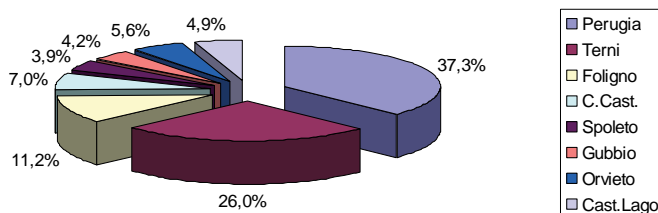
In merito alle superfici di vendita, la cui ripartizione è mostrata dalle tabelle 38a e 38b, si nota una maggiore incidenza percentuale della zona di Terni per il settore alimentare e di Perugia per quello non alimentare (graff. 14 e 15).

Tab. 38a - Superfici delle MGSV alimentari per tipo e zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
M1	47.894	29.443	18.363	10.320	6.760	4.558	7.509	7.623	132.470
M2	25.143	10.840	7.282	6.219	2.050	2.926	1.950	4.358	60.768
M3	12.545	6.002	2.175	4.200	2.653	4.980	1.510	2.620	36.685
G1	2.833	15.452	1.614	0	0	0	5.500	0	25.399
G2	22.110	15.283	3.815	0	0	0	0	0	41.208
TOTALE	110.525	77.020	33.249	20.739	11.463	12.464	16.469	14.601	296.530

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 14 - Ripartizione della superficie delle MGSV alimentari per zona regionale



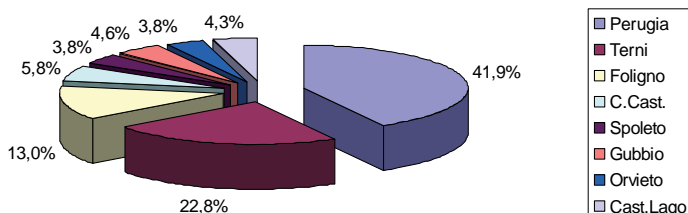
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 38b - Superfici delle MGSV non alimentari per tipo e zona regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
M1	115.815	75.062	39.959	31.460	8.451	173.77	12.116	14.275	314.515
M2	47.420	25.086	7.122	2.653	7.883	2.130	3.735	4.481	100.510
M3	65.018	30.681	14.916	2.000	5.250	9.050	8.076	6.599	141.590
G1	14.567	11.770	10.150	0	2.000	0	0	1.850	40.337
G2	19.550	0	8.950	0	0	0	0	0	28.500
TOTALE	262.370	142.599	81.097	36.113	23.584	28.557	23.927	27.205	625.452

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 15 - Ripartizione della superficie delle MGSV non alimentari per zona regionale



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Per entrambi i settori, dunque, circa il 63% della superficie totale regionale per la media e grande distribuzione è presente nelle sole due zone di Perugia e Terni. In termini di popolazione residente la zona di Perugia rappresenta il 34,9% del totale regionale e quella di Terni il 23,3%, per un valore complessivo del 58,2%.

Per completare questa sezione relativa alla comparazione di carattere quantitativo della consistenza della rete commerciale nelle varie zone regionali e consentire un confronto con i dati dell'osservatorio regionale sul commercio pubblicati negli anni passati, riportiamo brevemente la ripartizione degli esercizi e delle superfici di vendita con riferimento a classi assolute di superficie che non risentono della differente classificazione delle MGSV, legata all'ampiezza demografica dei comuni²³.

La distribuzione degli esercizi commerciali tra le varie zone è mostrata nelle due tabelle 39 e 40.

²³ A tal fine abbiamo eliminato dal calcolo le MSV con superficie inferiore a 250 mq (corrispondenti ad alcune M1 nei comuni con meno di 10.000 abitanti) e la relativa superficie di vendita, così da avere un collettivo statistico omogeneo. Esso è risultato costituito da 1.144 unità per una superficie di 900.504 mq.

Tab. 39 - Distribuzione degli esercizi commerciali per classi di superficie di vendita in ciascuna zona socio-economica

(valori percentuali)

	0-250	251-400	401-800	801-1500	>1.500	TOTALE
1-Perugia	91,7	3,6	2,0	1,9	0,8	100,0
2-Terni	94,0	1,9	2,2	1,3	0,6	100,0
3-Foligno	92,7	2,9	2,1	1,8	0,6	100,0
4-C.Castello	92,6	3,3	2,8	1,1	0,2	100,0
5-Spoleto	96,4	1,0	1,3	1,0	0,3	100,0
6-Gubbio	95,9	1,0	2,1	0,7	0,3	100,0
7-Orvieto	95,6	1,5	1,4	1,3	0,3	100,0
8-Castig. del Lago	90,8	3,6	3,2	2,3	0,2	100,0
TOTALE	93,3	2,6	2,1	1,5	0,6	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 40 - Distribuzione della superficie di vendita degli esercizi commerciali per classi di superficie in ciascuna zona socio-economica

(valori percentuali)

	0-250	251-400	401-800	801-1500	>1.500	TOTALE
1-Perugia	49,0	8,7	8,7	15,4	18,2	100,0
2-Terni	54,2	5,7	11,5	12,7	16,0	100,0
3-Foligno	53,9	7,7	9,3	15,5	13,7	100,0
4-C.Castello	60,1	9,7	14,8	11,0	4,4	100,0
5-Spoleto	70,8	3,7	8,0	12,3	5,2	100,0
6-Gubbio	68,1	3,6	13,0	8,7	6,7	100,0
7-Orvieto	57,3	5,5	9,6	16,8	10,8	100,0
8-Castig. del Lago	38,2	12,3	18,9	27,6	2,9	100,0
TOTALE	54,2	7,3	10,5	14,3	13,8	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Restano confermate, come zone di più intensa trasformazione verso la media e grande distribuzione, quelle di Perugia, Terni, Foligno e Castiglione del Lago, mentre la rete sembra avere un carattere più tradizionale specialmente in quelle di Spoleto e Gubbio. La zona di Orvieto risulta una realtà particolare perché, accanto ad una percentuale di superficie per esercizi di minore dimensione superiore alla media regionale (57,3%), presenta elevate percentuali di esercizi con oltre 800 mq di superficie.

Segue il quadro generale delle medie e grandi strutture di vendita per zona socio-economica e merceologia prevalente rispettivamente in valori assoluti (tab. 41a), articolata per merceologia prevalente (tab. 41b) e per zona regionale (tab. 41c).

Tab. 41a - MGSV per zona socio-economica regionale e merceologia prevalente

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Alimentari	121	84	46	30	20	14	25	22	362
Abbigliamento	81	39	27	12	8	14	6	10	197
Mobili	48	37	25	15	11	8	9	15	168
Elettrodomestici	18	6	3	2	0	3	0	2	34
Elettronica	6	4	2	1	0	0	1	2	16
Agricoltura	18	6	8	3	3	1	2	9	50
Ferramenta	29	10	9	3	2	1	2	5	61
Auto-moto-cicli	60	28	19	14	3	4	2	4	134
Edilizia	31	24	16	16	3	6	7	2	105
Altri/Non spec.	57	39	9	5	3	6	5	2	126
TOTALE	469	277	164	101	53	57	59	73	1.253

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 41b - MGSV per zona socio-economica regionale e merceologia prevalente

(valori percentuali per merceologia prevalente)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Alimentari	33,4	23,2	12,7	8,3	5,5	3,9	6,9	6,1	100,0
Abbigliamento	41,1	19,8	13,7	6,1	4,1	7,1	3,0	5,1	100,0
Mobili	28,6	22,0	14,9	8,9	6,5	4,8	5,4	8,9	100,0
Elettrodomestici	52,9	17,6	8,8	5,9	0,0	8,8	0,0	5,9	100,0
Elettronica	37,5	25,0	12,5	6,2	0,0	0	6,2	12,5	100,0
Agricoltura	36,0	12,0	16,0	6	6,0	2	4,0	18,0	100,0
Ferramenta	47,5	16,4	14,8	4,9	3,3	1,6	3,3	8,2	100,0
Auto-moto-cicli	44,8	20,9	14,2	10,4	2,2	3	1,5	3,0	100,0
Edilizia	29,5	22,9	15,2	15,2	2,9	5,7	6,7	1,9	100,0
Altri/Non spec.	45,2	31,0	7,1	4	2,4	4,8	4,0	1,6	100,0
TOTALE	37,4	22,1	13,1	8,1	4,2	4,5	4,7	5,8	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 41c - Distribuzione delle MGSV per zona socio-economica regionale e merceologia prevalente

(valori percentuali per zona)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Alimentari	25,8	30,3	28,0	29,7	37,7	24,6	42,4	30,1	28,9
Abbigliamento	17,3	14,1	16,5	11,9	15,1	24,6	10,2	13,7	15,7
Mobili	10,2	13,4	15,2	14,9	20,8	14	15,3	20,5	13,4
Elettrodomestici	3,8	2,2	1,8	2	0,0	5,3	0,0	2,7	2,7
Elettronica	1,3	1,4	1,2	1	0,0	0	1,7	2,7	1,3
Agricoltura	3,8	2,2	4,9	3	5,7	1,8	3,4	12,3	4,0
Ferramenta	6,2	3,6	5,5	3	3,8	1,8	3,4	6,8	4,9
Auto-moto-cicli	12,8	10,1	11,6	13,9	5,7	7	3,4	5,5	10,7
Edilizia	6,6	8,7	9,8	15,8	5,7	10,5	11,9	2,7	8,4
Altri/Non spec.	12,2	14,1	5,5	5	5,7	10,5	8,5	2,7	10,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100	100,0	100	100,0	100,0	100,0

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le singole zone

In questa sezione riportiamo brevemente alcuni dati specifici di ciascuna delle otto zone regionali, soprattutto per il settore della media e grande distribuzione, l'oggetto specifico della presente indagine. Nelle tabelle si è scelto di riportare, generalmente, valori assoluti, volendo dare all'esposizione un'impronta prevalentemente illustrativa.

All'inizio di ciascuna esposizione di zona, infine, vengono brevemente ricordati i principali dati già esposti in precedenza. Viene inoltre operato un confronto con la situazione al 1994.

ZONA 1 - PERUGIA

Nell'area regionale di Perugia abbiamo complessivamente 5.322 esercizi commerciali di cui 1.381 alimentari e 3.941 non alimentari; le medie e grandi strutture di vendita sono 469 per una superficie totale di 372.895 mq. Di queste 121 operano nel settore alimentare e coprono una superficie

complessiva di 110.525 mq e 348 in quello non alimentare con una superficie complessiva di 262.370 mq.

Nella zona di Perugia sono dunque presenti 10 grandi strutture di vendita per circa 60.000 mq di superficie (tabb. 42-43).

Oltre la metà delle strutture è presente nelle Frazioni principali (54,1%); nei centri storici vi sono solo 13 unità, di cui 12 di piccola dimensione (tab. 44).

La distribuzione per classe demografica dei comuni mostra 262 strutture nella prima classe, che corrisponde al solo comune di Perugia, 145 nella seconda che comprende Assisi, Corciano, Magione, Marsciano e 62 nei comuni minori (tab. 45).

Tab. 42 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo - principali indicatori

	PERUGIA				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/Esercizio	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	362	163.709	452,2	862,0	52,46
M2	59	72.563	1.229,9	5.288,8	23,25
M3	38	77.563	2.041,1	8.211,6	24,86
G1	5	17.400	3.480	62.408,0	5,58
G2	5	41.660	8.332	62.408,0	13,35
TOTALE	469	372.895	795,1	665,3	119,5

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 43 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	91	271	362
M2	21	38	59
M3	6	32	38
G1	1	4	5
G2	2	3	5
TOTALE	121	348	469

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 44 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	12	111	193	46	362
M2	0	19	34	6	59
M3	1	13	21	3	38
G1	0	1	2	2	5
G2	0	1	4	0	5
TOTALE	13	145	254	57	469

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 45 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo e classe demografica dei comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	214	96	49	3	362
M2	22	31	6	0	59
M3	20	14	3	1	38
G1	4	1	0	0	5
G2	2	3	0	0	5
TOTALE	262	145	58	4	469

Fonte: Indagine AUR, 2009.

L'incrocio tra tipologia dimensionale e merceologia prevalente mostra la presenza di grandi esercizi di alimentari, abbigliamento e mobili; una minore dimensione nel caso di elettrodomestici, ferramenta, auto, edilizia. Quanto all'ubicazione nelle varie parti del territorio, nei centri storici della zona di Perugia troviamo in prevalenza piccole strutture di abbigliamento o di generi alimentari; gli esercizi di mobili o auto sono soprattutto presenti nelle frazioni. Nella zona denominata Resto del territorio sono soprattutto presenti MGSV di mobili o prodotti alimentari (tabb. 46-47).

La titolarità delle 469 MGSV è, nella metà dei casi, in capo a società a responsabilità limitata; la gestione attraverso ditta individuale raccoglie una percentuale inferiore a quanto riscontrato in altre zone regionali, probabilmente a motivo della maggiore presenza, in quella di Perugia, di strutture di ampia dimensione che richiedono forme organizzative più complesse (graf. 16).

Tab. 46 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	91	21	6	1	2	121
Abbigliamento	58	14	8	0	1	81
Mobili	28	11	7	1	1	48
Elettrodomestici	10	5	3	0	0	18
Elettronica	5	0	1	0	0	6
Agricoltura	17	0	1	0	0	18
Ferramenta	21	4	3	1	0	29
Auto-moto-cicli	55	2	2	1	0	60
Edilizia	26	1	2	1	1	31
Altri/Non specif.	51	1	5	0	0	57
TOTALE	362	59	38	5	5	469

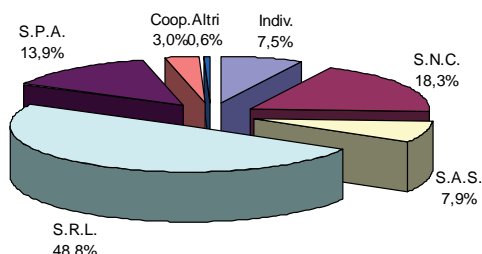
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 47 - Zona regionale di Perugia - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	4	48	56	13	121
Abbigliamento	6	21	46	8	81
Mobili	1	6	31	10	48
Elettrodomestici	0	4	10	4	18
Elettronica	0	6	0	0	6
Agricoltura	0	6	10	2	18
Ferramenta	0	12	13	4	29
Auto-moto-cicli	0	15	39	6	60
Edilizia	0	7	21	3	31
Altri/Non specif.	2	20	28	7	57
TOTALE	13	145	254	57	469

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 16 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Le medie e grandi strutture in attività sono 431; 9 risultano con attività sospesa e 27 già autorizzate ed in attesa di attivazione. Due, per questo carattere, non sono state classificate. Nel 1994²⁴, la zona di Perugia contava 5.325 per 558.074 mq di superficie, contro i 5.322 esercizi e 722.267 mq attuali. Gli esercizi con superficie maggiore di 400 mq erano 188 per 180.877 mq di superficie totale nel 1994 e risultano 251 per 305.279 mq di superficie totale al 31.12.2008. Mentre, dunque, il totale degli esercizi è restato, di massima, invariato le superfici sono molto cresciute, grazie all'espansione della medio-grande distribuzione.

ZONA 2 - TERNI

Nell'area regionale di Terni gli esercizi sono in totale 4.266 di cui 1.019 alimentari e 3.247 non alimentari; le medie e grandi strutture di vendita risultano 277 per una superficie totale di 219.619 mq., 84 strutture sono alimentari (77.020 mq) e 193 non alimentari (142.599 mq). Anche la zona di Terni, come quella di Perugia, presenta una elevata dotazione di grandi strutture di vendita che coprono circa 40.000 mq di superficie (tabb. 48-49). Le medie strutture di maggiore dimensione sono, soprattutto, di tipo non alimentare, mentre tra le grandi strutture prevalgono quelle alimentari. Anche se la zona comprende i comuni di Amelia, Narni e Todi che hanno centri storici in posizione elevata, la conformazione pianeggiante di quello di Terni fa sì che la presenza di medie e grandi strutture in detta zona comunale sia consistente (tab. 50).

²⁴ I dati di confronto sono tratti da "Il commercio in Umbria" - Osservatorio regionale del commercio - 1994.

La distribuzione per classe demografica dei comuni vede la netta predominanza numerica delle strutture nella prima classe che si identifica con il comune di Terni che è anche l'unico ad avere strutture di tipo G2; la seconda classe comprende - come si è detto - Amelia, Narni e Todi e non presenta strutture che superino la soglia dimensionale della tipologia M2. Sono presenti due strutture G1 nei comuni della classe fino a 3.000 abitanti (tab. 51).

Il 30% delle MGSV è di tipo alimentare (per la zona di Perugia detta percentuale è del 27%) (tab. 52). Elevata è la presenza di medie strutture di abbigliamento e di mobili nella zona del Centro storico rispetto a quanto si riscontra in altre zone regionali (tab. 53). Anche per la zona regionale di Terni la forma societaria e, in particolare, la società a responsabilità limitata è predominante tra le forme di gestione delle MGSV. La ditta individuale, molto rara in questi casi, raccoglie una percentuale appena superiore a quanto si è visto per la zona di Perugia (graf. 17).

Tab. 48 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo - principali indicatori

	TERNI				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	217	104.505	481,6	960,5	50,14
M2	31	35.926	1158,9	6.723,8	17,24
M3	19	36.683	1930,7	10.970,0	17,6
G1	8	27.222	3402,8	26.055,0	13,06
G2	2	15.283	7641,5	104.219,0	7,33
TOTALE	277	219.619	792,8	752,5	105,36

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 49 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	66	151	217
M2	9	22	31
M3	3	16	19
G1	4	4	8
G2	2	0	2
TOTALE	84	193	277

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 50 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	31	65	98	23	217
M2	1	9	18	3	31
M3	2	6	11	0	19
G1	0	4	4	0	8
G2	0	1	1	0	2
TOTALE	34	85	132	26	277

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 51 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo e classe demografica dei comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	128	46	25	18	217
M2	17	9	5	0	31
M3	16	0	2	1	19
G1	6	0	0	2	8
G2	2	0	0	0	2
TOTALE	169	55	32	21	277

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 52 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	66	9	3	4	2	84
Abbigliamento	30	5	4	0	0	39
Mobili	26	6	3	2	0	37
Elettrodomestici	6	0	0	0	0	6
Elettronica	1	2	1	0	0	4
Agricoltura	5	0	1	0	0	6
Ferramenta	8	0	1	1	0	10
Auto-moto-cicli	25	2	1	0	0	28
Edilizia	21	2	1	0	0	24
Altri/Non specif.	29	5	4	1	0	39
TOTALE	217	31	19	8	2	277

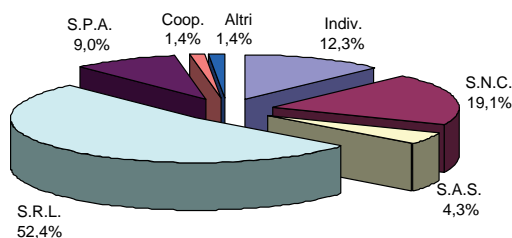
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 53 - Zona regionale di Terni - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	11	38	34	1	84
Abbigliamento	13	12	12	2	39
Mobili	4	10	16	7	37
Elettrodomestici	1	1	4	0	6
Elettronica	0	1	2	1	4
Agricoltura	0	2	2	2	6
Ferramenta	0	4	5	1	10
Auto-moto-cicli	2	4	19	3	28
Edilizia	0	6	14	4	24
Altri/Non specif.	3	7	24	5	39
TOTALE	34	85	132	26	277

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 17 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Delle 277 MGSV della zona, 431 sono in attività, 9 hanno attività sospesa e 27 non sono ancora attivate. Di 2 non è disponibile classificazione.

Nel 1994 la zona di Terni contava 3.565 esercizi per 342.080 mq di superficie, contro i 4.266 esercizi e 469.793 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 95 per 89.145 mq di superficie nel 1994 e risultano 175 per 188.611 mq di superficie al 31.12.2008. In quindici anni la dotazione di questi esercizi è di fatto raddoppiata e la zona ha registrato l'incremento più consistente della regione.

ZONA 3 - FOLIGNO

Nella zona di Foligno si contano 1.947 esercizi; di essi 503 sono alimentari e 1.444 non alimentari. Le medie e grandi strutture sono 164 e coprono una superficie di 114.346 mq. 46 operano nel settore alimentare con una superficie di 33.249 mq e 118 in quello non alimentare con una superficie complessiva di 81.097 mq (tabb. 54-55).

Anche la zona regionale di Foligno ha una buona dotazione di grandi strutture di vendita e - come si è visto nell'analisi comparativa - ha un ruolo importante nella regione per il settore non alimentare proprio grazie alla presenza di grandi strutture di questo tipo.

Circa l'87% delle MGSV è presente nelle zone del Continuo urbano e delle Frazioni principali, mentre sono estremamente esigue le strutture poste nel Resto del territorio che comprende anche una vasta area montana (tab. 56). Inoltre più della metà delle strutture, il 54%, si trova nel comune di Foligno (tab. 57).

Per quanto riguarda la merceologia prevalente, oltre al settore alimentare, sono ben rappresentati abbigliamento, mobili, auto-moto-cicli ed edilizia (tabb. 58-59).

Quanto alla titolarità delle strutture, nella zona di Foligno abbiamo una minor quota sul totale degli esercizi di strutture di cui è titolare una società di capitali, rispetto a quanto si rileva per le zone di Perugia o Terni, ed una maggior presenza di società di persone, società in accomandita semplice (graf. 18).

Tab. 54 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo - principali indici

	FOLIGNO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/ Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	132	58.322	441,8	771	57,31
M2	13	14.404	1.108	7.828,2	14,15
M3	11	17.091	1.553,7	9.251,5	16,79
G1	5	11.764	2.352,8	2.0353	11,56
G2	3	12.765	4.255	33.922	12,54
TOTALE	164	114.346	697,2	620,5	112,36

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 55 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	37	95	132
M2	6	7	13
M3	1	10	11
G1	1	4	5
G2	1	2	3
TOTALE	46	118	164

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 56 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	14	65	50	3	132
M2	1	5	6	1	13
M3	1	2	7	1	11
G1	0	4	1	0	5
G2	0	0	3	0	3
TOTALE	16	76	67	5	164

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 57 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo e classe demografica dei comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	76	0	54	2	132
M2	9	0	3	1	13
M3	4	0	7	0	11
G1	0	0	5	0	5
G2	0	0	3	0	3
TOTALE	89	0	72	3	164

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 58 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	37	6	1	1	1	46
Abbigliamento	24	1	2	0	0	27
Mobili	15	2	2	4	2	25
Elettrodomestici	3	0	0	0	0	3
Elettronica	1	0	1	0	0	2
Agricoltura	8	0	0	0	0	8
Ferramenta	6	2	1	0	0	9
Auto-moto-cicli	18	1	0	0	0	19
Edilizia	14	1	1	0	0	16
Altri/Non specif.	6	0	3	0	0	9
TOTALE	132	13	11	5	3	164

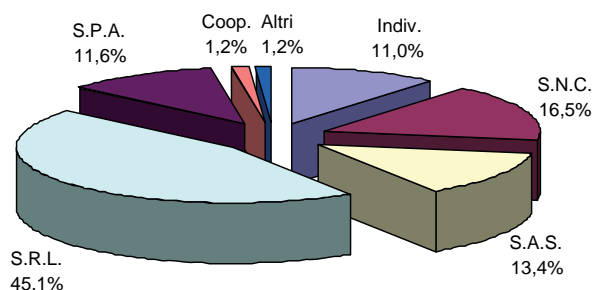
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 59 - Zona regionale di Foligno - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	3	25	17	1	46
Abbigliamento	8	7	12	0	27
Mobili	4	12	7	2	25
Elettrodomestici	0	1	2	0	3
Elettronica	0	1	1	0	2
Agricoltura	0	6	2	0	8
Ferramenta	0	2	6	1	9
Auto-moto-cicli	1	11	7	0	19
Edilizia	0	8	7	1	16
Altri/Non specif.	0	3	6	0	9
TOTALE	16	76	67	5	164

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 18 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Questa zona contava 1.806 esercizi per 166.702 mq di superficie nel 1994, contro i 1.947 esercizi e 238.744 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 48 per 48.278 mq di superficie nel 1994 e risultano 87 per 91.740 mq di superficie al 31.12.2008.

ZONA 4 - CITTÀ DI CASTELLO

La zona di Città di Castello ha 1.337 esercizi di cui 330 alimentari e 1.007 non alimentari; le medie strutture risultano 101 per una superficie totale di 56.852 mq; 30 sono alimentari e coprono una superficie complessiva di 20.739 mq e 71 non alimentari con una superficie complessiva di 36.113 mq (tabb. 60-61).

Non sono presenti grandi strutture (G1 e G2) e, tra le medie, prevalgono nettamente quelle del comparto non alimentare. Come per le altre zone socio-economiche già analizzate, le medie strutture si concentrano nel Continuo urbano e poi nelle Frazioni principali (tabb. 61-62). Va inoltre segnalato che nei comuni con meno di 10.000 abitanti della zona le strutture di vendita non superano mai la dimensione delle M1 (tab. 63).

L'incrocio tra tipologia dimensionale e merceologia prevalente mostra la presenza di medie strutture di alimentari e mobili fino alla tipologia M3 e di minore dimensione nel caso di auto-moto-cicli, abbigliamento, edilizia (tab. 64). Quanto alla presenza nelle varie parti del territorio, nei centri storici della zona di Città di Castello troviamo in prevalenza piccole strutture di abbigliamento o di generi alimentari; gli esercizi di mobili o auto o edilizia sono soprattutto presenti nel Continuo urbano o nelle Frazioni principali.

Nella zona denominata Resto del territorio sono presenti solo quattro MGSV di alimentari, mobili ed edilizia (tab. 65).

Per quanto riguarda la titolarità delle strutture, si ha una quota percentuale di società cooperative decisamente superiore alle altre zone precedentemente viste. Due terzi delle MGSV sono gestite da società di capitali e, in particolare, la presenza di s.r.l. si attesta poco al di sopra del 50% del totale, così come nella zona di Terni, rispetto alla quale, tuttavia, vi è minore presenza di s.p.a. (graf. 19).

Tab. 60 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo - principali indicatori

	CITTA' DI CASTELLO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/ Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	91	41.780	459,1	845,5	54,3
M2	7	8.872	1.267,4	10.991,4	11,53
M3	3	6.200	2.066,7	25.646,7	8,06
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	101	56.852	562,9	761,8	73,89

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 61 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	23	68	91
M2	5	2	7
M3	2	1	3
G1	0	0	0
G2	0	0	0
TOTALE	30	71	101

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 62 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	10	56	21	4	91
M2	1	5	1	0	7
M3	0	3	0	0	3
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	11	64	22	4	101

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 63 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo e classe demografica dei Comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	0	86	3	2	91
M2	0	7	0	0	7
M3	0	3	0	0	3
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	0	96	3	2	101

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 64 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo e merceologia prevalente

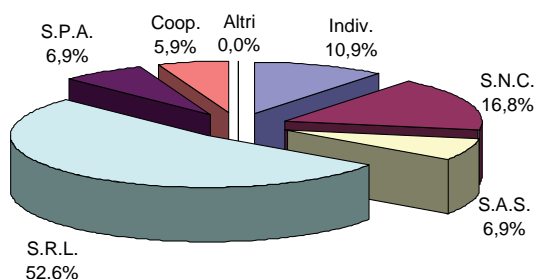
	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	23	5	2	0	0	30
Abbigliamento	12	0	0	0	0	12
Mobili	13	1	1	0	0	15
Elettrodomestici	2	0	0	0	0	2
Elettronica	1	0	0	0	0	1
Agricoltura	3	0	0	0	0	3
Ferramenta	3	0	0	0	0	3
Auto-moto-cicli	14	0	0	0	0	14
Edilizia	15	1	0	0	0	16
Altri/Non specif.	5	0	0	0	0	5
TOTALE	91	7	3	0	0	101

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 65 - Zona regionale di Città di Castello - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	2	20	6	2	30
Abbigliamento	4	5	3	0	12
Mobili	0	9	5	1	15
Elettrodomestici	0	2	0	0	2
Elettronica	0	1	0	0	1
Agricoltura	0	2	1	0	3
Ferramenta	1	2	0	0	3
Auto-moto-cicli	1	9	4	0	14
Edilizia	2	10	3	1	16
Altri/Non specif.	1	4	0	0	5
TOTALE	11	64	22	4	101

Graf. 19 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La zona di Città di Castello contava 1.484 esercizi e 128.627 mq di superficie nel 1994, contro i 1.337 esercizi e 141.646 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 44 per 37.949 mq di superficie nel 1994 e risultano 55 per 42.732 mq di superficie al 31.12.2008. Vi è stata, dunque, una riduzione del numero totale degli esercizi ed una contenuta crescita di superfici da imputare alla media distribuzione.

ZONA 5 - SPOLETO

Nella zona di Spoleto sono presenti 1.189 esercizi di cui 344 alimentari e 845 non alimentari; le medie strutture risultano 53 per una superficie totale di 35.047 mq. Di queste 20 operano nel settore alimentare e coprono una superficie complessiva di 11.463 mq e 33 in quello non alimentare con una superficie complessiva di 23.584 mq (tabb. 66-67). L'area presenta una sola struttura M1 nei centri storici e, come per le zone precedenti, una concentrazione delle MGSV nel Continuo e nelle Frazioni principali. Nella zona denominata Resto del territorio abbiamo 5 piccole strutture medie (M1) ed una grande struttura (G1) di mobili posta in un comune minore (tabb. 68-69). Le merceologie prevalenti, così come per le altre zone, sono generi alimentari, mobili ed abbigliamento (tabb. 70-71).

Tra le forme organizzative dell'impresa, molto elevata è la presenza di s.r.l. che sfiora il 60% del totale (graf. 20).

Tab. 66 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo - principali indicatori

	SPOLETO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	38	15.211	400,3	1.511,9	26,48
M2	9	9.933	1.103,7	6.383,7	17,29
M3	5	7.903	1.580,6	1.1491	13,76
G1	1	2.000	2.000	5.7453	3,48
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	53	35.047	661,3	1.084	61

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 67 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	16	22	38
M2	2	7	9
M3	2	3	5
G1	0	1	1
G2	0	0	0
TOTALE	20	33	53

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 68 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	1	16	16	5	38
M2	0	6	3	0	9
M3	0	3	2	0	5
G1	0	0	0	1	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	1	25	21	6	53

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 69 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo e classe demografica dei Comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	0	16	13	9	38
M2	0	8	0	1	9
M3	0	2	1	2	5
G1	0	0	0	1	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	0	26	14	13	53

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 70 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	16	2	2	0	0	20
Abbigliamento	7	1	0	0	0	8
Mobili	4	4	2	1	0	11
Elettrodomestici	0	0	0	0	0	0
Elettronica	0	0	0	0	0	0
Agricoltura	3	0	0	0	0	3
Ferramenta	2	0	0	0	0	2
Auto-moto-cicli	2	1	0	0	0	3
Edilizia	3	0	0	0	0	3
Altri/Non specif.	1	1	1	0	0	3
TOTALE	38	9	5	1	0	53

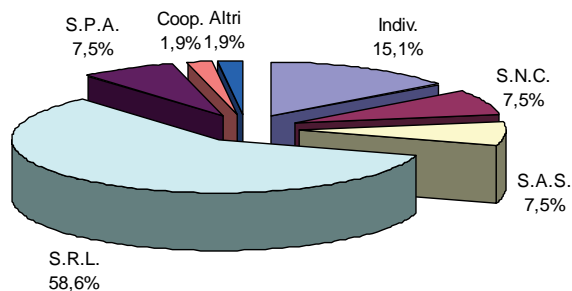
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 71 - Zona regionale di Spoleto - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	0	13	5	2	20
Abbigliamento	0	4	4	0	8
Mobili	0	3	7	1	11
Elettrodomestici	0	0	0	0	0
Elettronica	0	0	0	0	0
Agricoltura	0	0	1	2	3
Ferramenta	0	1	1	0	2
Auto-moto-cicli	0	0	3	0	3
Edilizia	0	2	0	1	3
Altri/Non specif.	1	2	0	0	3
TOTALE	1	25	21	6	53

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 20 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La zona di Spoleto contava 1.201 esercizi per 109.415 mq di superficie nel 1994, contro i 1.189 esercizi e 113.686 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 43 per 37.517 mq di superficie nel 1994 e risultano 31 per 29.060 mq di superficie al 31.12.2008. Questa zona, dunque, mostra una leggera crescita di superficie totale degli esercizi, ma anche una contrazione significativa della rete degli esercizi di media e grande dimensione.

ZONA 6 - GUBBIO

Nella zona di Gubbio sono ubicati 1.314 esercizi, di cui 336 alimentari e 978 non alimentari; le medie strutture risultano 57 per una superficie totale di 41.021 mq. Di queste strutture 14 sono alimentari (12.464 mq di superficie) e 43 non alimentari (28.557 mq di superficie) (tabb. 72-73).

Particolarità di questa zona è l'assenza di strutture nella zona denominata Resto del territorio e una scarsità nel Centro storico (tab. 74), nonché la presenza nelle sole classi demografiche II e IV (tab. 75). La maggior parte delle strutture è costituita da M1 ed opera soprattutto nel settore dell'abbigliamento. Solo tre settori arrivano ad avere strutture di dimensioni maggiori (M3) e nello specifico il settore alimentare, i mobili ed una struttura di abbigliamento (tab. 76). Come per le zone analizzate precedentemente, le strutture sono concentrate nel Continuo urbano e nelle Frazioni principali (tab. 77). In ordine alla forma giuridica, abbiamo il 51% di s.r.l. ed una bassa quota di s.p.a.; pertanto s.a.s. ed s.n.c. sono più frequenti che altrove (graf. 21).

Tab. 72 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo - principali indicatori

	GUBBIO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	44	21.935	498,5	1.293,7	38,53
M2	5	5.056	1.011,2	11.385	8,88
M3	8	14.030	1.753,8	7.115,4	24,65
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	57	41.021	719,7	998,6	72,06

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 73 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	9	35	44
M2	2	3	5
M3	3	5	8
G1	0	0	0
G2	0	0	0
TOTALE	14	43	57

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 74 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	3	23	18	0	44
M2	0	2	3	0	5
M3	1	4	3	0	8
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	4	29	24	0	57

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 75 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo e classe demografica dei Comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	0	31	0	13	44
M2	0	2	0	3	5
M3	0	4	0	4	8
G1	0	0	0	0	0
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	0	37	0	20	57

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 76 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	9	2	3	0	0	14
Abbigliamento	12	1	1	0	0	14
Mobili	5	0	3	0	0	8
Elettrodomestici	3	0	0	0	0	3
Elettronica	0	0	0	0	0	0
Agricoltura	1	0	0	0	0	1
Ferramenta	0	1	0	0	0	1
Auto-moto-cicli	4	0	0	0	0	4
Edilizia	5	1	0	0	0	6
Altri/Non specif.	5	0	1	0	0	6
TOTALE	44	5	8	0	0	57

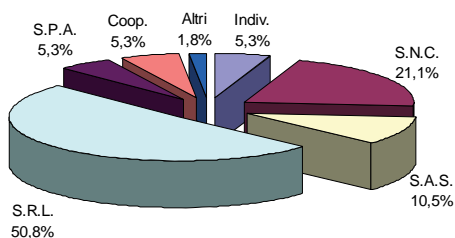
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 77 - Zona regionale di Gubbio - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	1	9	4	0	14
Abbigliamento	2	6	6	0	14
Mobili	0	5	3	0	8
Elettrodomestici	0	2	1	0	3
Elettronica	0	0	0	0	0
Agricoltura	0	1	0	0	1
Ferramenta	0	0	1	0	1
Auto-moto-cicli	0	3	1	0	4
Edilizia	0	2	4	0	6
Altri/Non specif.	1	1	4	0	6
TOTALE	4	29	24	0	57

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 21 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La zona di Gubbio contava 1.152 esercizi per 96.820 mq di superficie nel 1994, contro i 1.314 esercizi e 126.706 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 32 per 27.936 mq di superficie nel 1994 e risultano 37 per 35.936 mq di superficie al 31.12.2008. Pertanto quest'area ha avuto uno sviluppo contenuto.

ZONA 7 - ORVIETO

La zona di Orvieto ha 1.018 esercizi di cui 279 alimentari e 739 non alimentari; le medie strutture risultano 59 per una superficie totale di 40.396 mq. Di queste 25 operano nel settore alimentare e coprono una superficie complessiva di 16.469 mq e 34 in quello non alimentare con una superficie complessiva di 23.927 mq (tabb. 78-79).

Così come per le altre zone precedentemente descritte, anche qui le MGSV si distribuiscono principalmente nelle zone del Continuo urbano e nelle Frazioni principali. Il Resto del territorio è caratterizzato da pochissime strutture, solo due, della dimensione minore (M1) (tab. 80).

La rete commerciale della zona non è molto orientata alla media e grande distribuzione, se non fosse per la presenza di una struttura di tipo G1 alimentare di 5.500 mq, nell'unico comune della II classe demografica (tab. 81).

Dal punto di vista della merceologia, la maggioranza delle strutture trattano prodotti alimentari, mobili, edilizia ed abbigliamento (tab. 82). Gli esercizi sono localizzati prevalentemente nelle Frazioni principali per quanto riguarda le prime due merceologie, mentre per l'abbigliamento la maggiore concentrazione si ha nel Continuo urbano (tab. 83).

Quanto alla forma organizzativa si nota ad Orvieto una minore presenza di s.r.l. rispetto ad altre zone (graf. 22).

Tab. 78 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo - principali indicatori

	ORVIETO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/ Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	47	19.625	417,6	912,5	45,76
M2	5	5.685	1.137	8.577,6	13,26
M3	6	9.586	1.597,7	7148	22,35
G1	1	5.500	5.500	42.888	12,82
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	59	40396	684,7	726,9	94,19

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 79 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	21	26	47
M2	2	3	5
M3	1	5	6
G1	1	0	1
G2	0	0	0
TOTALE	25	34	59

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 80 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	7	15	23	2	47
M2	0	3	2	0	5
M3	0	4	2	0	6
G1	0	1	0	0	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	7	23	27	2	59

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 81 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo e classe demografica dei Comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	0	22	1	24	47
M2	0	4	0	1	5
M3	0	2	0	4	6
G1	0	1	0	0	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	0	29	1	29	59

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 82 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	21	2	1	1	0	25
Abbigliamento	5	0	1	0	0	6
Mobili	4	1	4	0	0	9
Elettrodomestici	0	0	0	0	0	0
Elettronica	1	0	0	0	0	1
Agricoltura	2	0	0	0	0	2
Ferramenta	2	0	0	0	0	2
Auto-moto-cicli	2	0	0	0	0	2
Edilizia	6	1	0	0	0	7
Altri/Non specif.	4	1	0	0	0	5
TOTALE	47	5	6	1	0	59

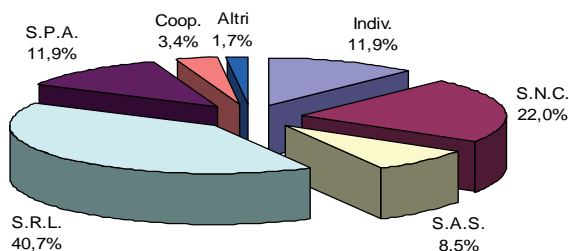
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 83 - Zona regionale di Orvieto - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	5	8	11	1	25
Abbigliamento	1	4	1	0	6
Mobili	0	3	6	0	9
Elettrodomestici	0	0	0	0	0
Elettronica	0	1	0	0	1
Agricoltura	0	2	0	0	2
Ferramenta	1	0	1	0	2
Auto-moto-cicli	0	1	1	0	2
Edilizia	0	2	4	1	7
Altri/Non specif.	0	2	3	0	5
TOTALE	7	23	27	2	59

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 22 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

La zona di Orvieto contava 950 esercizi per 62.633 mq di superficie nel 1994, contro i 1.018 esercizi e 87.991 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 12 per 11.354 mq di superficie nel 1994 e risultano 30 per 32.721 mq di superficie al 31.12.2008. La zona, dunque, ha registrato una crescita moderata, salvo per la medio-grande distribuzione, che negli anni è più che raddoppiata e che, tuttavia, aveva un punto di partenza assai arretrato (dati 1994).

ZONA 8 - CASTIGLIONE DEL LAGO

La zona di Castiglione del Lago ha 663 esercizi di cui 179 alimentari e 484 non alimentari; le medie strutture risultano 73 per una superficie totale di 41.806 mq. Di queste 22 operano nel settore alimentare e coprono una superficie complessiva di 14.601 mq e 51 in quello non alimentare con una superficie complessiva di 27.205 mq (tabb. 84-85).

Anche nella zona di Castiglione del Lago le MGSV si concentrano nelle Frazioni principali e nel Continuo urbano, salvo la presenza di una M2 nel Resto del territorio.

Anche questa zona, come quella di Orvieto, presenta una sola grande struttura di tipo G1, in questo caso non alimentare (tabb. 86-87-88).

Le medie strutture nei centri storici sono rappresentate da quattro sole unità di tipo M1. Delle 73 MGSV, 24 insistono proprio nel comune di Castiglione del Lago, 49 nel resto della zona socio-economica omogenea, tra cui spicca per importanza Città della Pieve con la sua frazione di Po Bandino, in espansione, alle porte di Chiusi. Si hanno in prevalenza strutture di tipo M1 che coprono tutti i settori merceologici. Il settore alimentare è rappresentato in tutte e tre le

categorie di media struttura (M1, M2, M3), così come quello dei mobili (tab. 88-89).

L'area presenta una quota relativamente molto più elevata, rispetto alla precedenti zone descritte, di società in nome collettivo (graf. 23).

Tab. 84 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo - principali indicatori

	CASTIGLIONE DEL LAGO				
	Esercizi	Superficie (mq)	Superficie media (mq)	Abitanti/ Esercizi	Superf. x 100 abitanti (mq)
M1	56	21.898	391	674,6	57,97
M2	9	8.839	982,1	4.197,2	23,4
M3	7	9.219	1.317	5.396,4	24,41
G1	1	1.850	1.850	37.775	4,9
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	73	41.806	572,7	517,5	110,67

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 85 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo e settore prevalente

	Alimentare	Non alimentare	TOTALE
M1	16	40	56
M2	4	5	9
M3	2	5	7
G1	0	1	1
G2	0	0	0
TOTALE	22	51	73

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 86 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
M1	4	22	30	0	56
M2	0	7	1	1	9
M3	0	0	7	0	7
G1	0	0	1	0	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	4	29	39	1	73

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 87 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo e classe demografica dei Comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
M1	0	20	36	0	56
M2	0	4	5	0	9
M3	0	0	7	0	7
G1	0	0	1	0	1
G2	0	0	0	0	0
TOTALE	0	24	49	0	73

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 88 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo e merceologia prevalente

	M1	M2	M3	G1	G2	TOTALE
Alimentari	16	4	2	0	0	22
Abbigliamento	9	0	1	0	0	10
Mobili	9	4	2	0	0	15
Elettrodomestici	2	0	0	0	0	2
Elettronica	2	0	0	0	0	2
Agricoltura	8	0	1	0	0	9
Ferramenta	4	0	1	0	0	5
Auto-moto-cicli	3	0	0	1	0	4
Edilizia	1	1	0	0	0	2
Altri/Non specif.	2	0	0	0	0	2
TOTALE	56	9	7	1	0	73

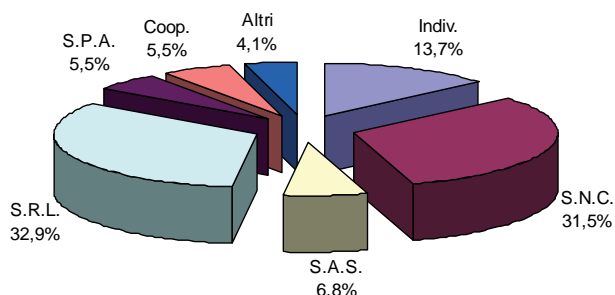
Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 89 - Zona regionale di Castiglione del Lago - MGSV per tipo e merceologia e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	2	10	10	0	22
Abbigliamento	0	3	7	0	10
Mobili	0	7	7	1	15
Elettrodomestici	0	1	1	0	2
Elettronica	0	0	2	0	2
Agricoltura	1	4	4	0	9
Ferramenta	0	2	3	0	5
Auto-moto-cicli	0	1	3	0	4
Edilizia	0	1	1	0	2
Altri/Non specif.	1	0	1	0	2
TOTALE	4	29	39	1	73

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Graf. 23 - Distribuzione percentuale delle MGSV per forma giuridica



Fonte: Indagine AUR, 2009.

Questa zona contava 568 esercizi per 60.413 mq di superficie nel 1994, contro i 663 esercizi e 63.813 mq attuali. Gli esercizi sopra i 400 mq di superficie erano 24 per 20.193 mq di superficie nel 1994 e risultano 37 per 31.557 mq di superficie al 31.12.2008. Mentre, dunque, la superficie globale di vendita non ha avuto forti incrementi, il numero degli esercizi è cresciuto di un centinaio di unità e, soprattutto, la composizione della rete di vendita è mutata a favore della media e grande distribuzione.

Le medie strutture di vendita di tipo M3

In questa sezione forniamo alcune informazioni ulteriori in merito alla tipologia di media struttura denominata M3²⁵, il cui procedimento di autorizzazione, in seguito alle recente legge regionale n. 15 del 2010, è stato assimilato a quello delle grandi strutture di vendita. Le medie strutture M3 risultano 97 per una superficie totale di 178.275 mq; la loro distribuzione tra le due province rispecchia, in linea di massima, la distribuzione della relativa popolazione residente (tab. 90). Tale tipologia è ovviamente più presente nei Comuni di maggiore dimensione, ove ha una superficie compresa tra 1.500 e 2.500 mq, mentre in quelli minori la superficie oscilla tra 1.000 e 1.500 mq.

Quanto alle zone socio-economiche regionali, oltre a quelle che comprendono i capoluoghi di provincia, risultano maggiormente dotate di strutture di tipo M3 le zone di Gubbio (8) e Castiglione del Lago (7) (tab. 91).

Tab. 90 - Medie strutture M3 per provincia e classe demografica dei comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
Perugia	24	23	20	7	74
Terni	16	2	0	5	23
TOTALE	40	25	20	12	97

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 91 - Medie strutture M3 per zona socio-economica regionale e classe demografica dei comuni

	>50.000	10.000-50.000	3.000-10.000	<3.000	TOTALE
1-Perugia	20	14	3	1	38
2-Terni	16	0	2	1	19
3-Foligno	4	0	7	0	11
4-C.Castello	0	3	0	0	3
5-Spoleto	0	2	1	2	5
6-Gubbio	0	4	0	4	8
7-Orvieto	0	2	0	4	6
8-Castiglione del Lago	0	0	7	0	7
TOTALE	40	25	20	12	97

Fonte: Indagine AUR, 2009.

²⁵ Per quanto riguarda tale tipologia si faccia riferimento a quanto già indicato e descritto nella tabella 1 - Classificazione degli esercizi commerciali della parte II del volume.

La distribuzione nell'ambito del territorio comunale, trattandosi di strutture di discreta dimensione, privilegia ovviamente le aree meno centrali, come del resto avviene in genere per tutte le medie strutture: in particolare, il 55% delle medie strutture M3 è collocato nelle Frazioni principali ed il 36% nel Continuo urbano (tab. 92).

Tab. 92 - Medie strutture M3 per zona socio-economica regionale e zona comunale

	Centro storico	Continuo Urbano	Princ. Frazioni	Resto territorio	TOTALE
1-Perugia	1	13	21	3	38
2-Terni	2	6	11	0	19
3-Foligno	1	2	7	1	11
4-C.Castello	0	3	0	0	3
5-Spoleto	0	3	2	0	5
6-Gubbio	1	4	3	0	8
7-Orvieto	0	4	2	0	6
8-Castiglione del Lago	0	0	7	0	7
TOTALE	5	35	53	4	97

Fonte: Indagine AUR, 2009.

La maggioranza delle strutture di tipo M3 tratta, come genere prevalente, prodotti alimentari, specie all'interno del capoluogo, nonché abbigliamento in senso lato e mobili nelle frazioni. Di 14 di esse, tuttavia, non abbiamo ricevuto dai comuni specificazione di merceologia prevalente (tab. 93).

Mentre, dunque - come illustrato nelle pagine precedenti - sono abbastanza frequenti strutture M1 di abbigliamento nei centri storici, la dimensione delle M3 è probabilmente per essi eccessiva.

Con riferimento alle zone socio-economiche regionali, si nota la predominanza delle strutture M3 di abbigliamento in quelle di Perugia, Terni e Foligno e di mobili nelle altre (tabb. 94a-94b); una situazione particolare si verifica per la zona di Città di Castello in cui due strutture su tre sono di tipo alimentare. Per molti generi, quali prodotti per agricoltura, auto-moto-cicli, prodotti per edilizia, le medie strutture di tipo M3 sono presenti quasi esclusivamente nelle zone regionali di Perugia, Terni e Foligno.

Tab. 93 - Medie strutture M3 per merceologia prevalente e zona comunale

	Centro storico	Continuo urbano	Frazioni principali	Resto territorio	TOTALE
Alimentari	2	11	6	1	20
Abbigliamento	3	4	10	0	17
Mobili	0	9	14	1	24
Elettrodomestici	0	1	2	0	3
Elettronica	0	1	2	0	3
Agricoltura	0	0	3	0	3
Ferramenta	0	3	2	1	6
Auto-moto-cicli	0	0	3	0	3
Edilizia	0	1	3	0	4
Altri/Non specif.	0	5	8	1	14
TOTALE	5	35	53	4	97

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 94a - Medie strutture M3 per merceologia prevalente e zona socio-economica regionale

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Alimentari	6	3	1	2	2	3	1	2	20
Abbigliamento	8	4	2	0	0	1	1	1	17
Mobili	7	3	2	1	2	3	4	2	24
Elettrodomest.	3	0	0	0	0	0	0	0	3
Elettronica	1	1	1	0	0	0	0	0	3
Agricoltura	1	1	0	0	0	0	0	1	3
Ferramenta	3	1	1	0	0	0	0	1	6
Auto-moto-cicli	2	1	0	0	0	0	0	0	3
Edilizia	2	1	1	0	0	0	0	0	4
Altri/Non specif.	5	4	3	0	1	1	0	0	14
TOTALE	38	19	11	3	5	8	6	7	97

Fonte: Indagine AUR, 2009.

Tab. 94b - Distribuzione delle medie strutture M3 per merceologia prevalente in ciascuna zona socio-economica regionale

(valori percentuali)

	Perugia	Terni	Foligno	Città di Castello	Spoleto	Gubbio	Orvieto	Cast. del Lago	TOTALE
Alimentari	15,8	15,8	9,1	66,7	40	37,5	16,7	28,6	20,6
Abbigliamento	21,1	21,1	18,2	0	0	12,5	16,7	14,3	17,5
Mobili	18,4	15,8	18,2	33,3	40	37,5	66,7	28,6	24,7
Elettrodomest.	7,9	0	0	0	0	0	0	0	3,1
Elettronica	2,6	5,3	9,1	0	0	0	0	0	3,1
Agricoltura	2,6	5,3	0	0	0	0	0	14,3	3,1
Ferramenta	7,9	5,3	9,1	0	0	0	0	14,3	6,2
Auto-moto-cicli	5,3	5,3	0	0	0	0	0	0	3,1
Edilizia	5,3	5,3	9,1	0	0	0	0	0	4,1
Altri/Non specif.	13,2	21,1	27,3	0	20	12,5	0	0	14,4
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'evoluzione della rete distributiva

Con riferimento alle precedenti rilevazioni delle reti distributive regionale condotte in Umbria, è possibile operare un confronto che consenta di evidenziare l'evoluzione della rete nel corso degli anni.

Per tale analisi ci si servirà dei principali indicatori tratti dalle pubblicazioni del 1994 e del 1996, nonché di quelli elaborati nel 1998, in occasione dell'emanazione della legge regionale n. 24/1999, concernenti la rete distributiva al dettaglio nel suo complesso²⁶. E' quest'ultima rilevazione che, in quanto successiva al d.lgs. 114/1998, consente una comparazione di dati anche per le tipologie di esercizio da questo introdotte.

In Umbria, nell'ultimo decennio, si sono verificati in seguenti fenomeni (tabb. 95-97):

- una forte crescita numerica degli esercizi di vicinato;
- una crescita degli esercizi non alimentari ed una contrazione, assai minore, di quelli alimentari;
- una crescita generalizzata di superfici di vendita di circa 320.000 mq;

²⁶ L'evoluzione della rete distributiva nelle singole zone socio-economiche omogenee è riportata nella relativa trattazione.

- una contrazione del numero delle medie strutture con notevole aumento, tuttavia, della loro superficie totale (152.000 mq);
- una stazionarietà del numero delle grandi strutture di vendita con un aumento di 21.000 mq di superficie;
- un forte incremento delle superfici medie, specie della media e grande distribuzione, cui corrisponde un incremento del valore totale.

Tab. 95 - Rete distributiva dell'Umbria per dimensione. Confronto 1998-2008

	N. esercizi		Superfici (mq)		Differenza (2008-1998)	
	Anno 1998	Anno 2008	Anno 1998	Anno 2008	Esercizi	Superfici
Eserc.di vicinato	14.526	15.803	899.762	1.042.664	1.277	142.902
Medie Strutture	1.272	1.222	634.721	786.538	- 50	151.817
Grandi Strutture	31	31	114.085	135.444	0	21.359
TOTALE	15.829	17.056	1.648.568	1.964.646	1.227	316.078

Fonte: Dati Osservatorio regionale del commercio - Regione dell'Umbria.

Tab. 96 - Rete distributiva dell'Umbria per settore prevalente. Confronto 1998-2008

	N. esercizi		Superfici (mq)		Differenza (2008-1998)	
	Anno 1998	Anno 2008	Anno 1998	Anno 2008	Esercizi	Superfici
Alimentari	4.473	4.371	403.526	469.491	- 102	65.965
Non alimentari	11.356	12.685	1.245.042	1.495.155	1.329	250.113
TOTALE	15.829	17.056	1.648.568	1.964.646	1.227	316.078

Fonte: Dati Osservatorio regionale del commercio - Regione dell'Umbria.

Tab. 97 - Superfici medie. Confronto 1998-2008

	Superficie media (mq)	
	Anno 1998	Anno 2008
Esercizi di vicinato	61,9	66,0
Medie strutture	499,0	643,6
Grandi strutture	3.680,2	4.369,2
TOTALE	104,1	115,2
Settore alimentare	90,2	107,4
Settore non alimentare	109,6	117,9

Fonte: Dati Osservatorio regionale del commercio - Regione dell'Umbria.

Tornando ancora più indietro negli anni, possiamo ricavare la evoluzione a partire dal 1985 (tab. 98). In estrema sintesi, si evince che la superficie dedicata è più che raddoppiata, in entrambi i comparti, a fronte di una crescita di 8 punti percentuali del numero di esercizi ed anche che gli esercizi alimentari sono calati del 23%, percentuale più che compensata dall'aumento delle unità non alimentari (+26%).

Tab. 98 - Evoluzione degli esercizi dal 1985 al 2008

VALORI ASSOLUTI						
Anno	Alimentari		Non alimentari		TOTALE	
	Esercizi	mq	Esercizi	mq	Esercizi	mq
1985	5.661	226.848	10.066	713.253	15.727	940.101
1990	4.327	263.123	11.601	1.035.334	15.928	1.298.457
1994	4.741	339.454	11.310	1.185.310	16.051	1.524.764
1996	4.517	356.211	11.495	1.228.323	16.012	1.584.534
1998	4.473	403.526	11.356	1.245.042	15.829	1.648.568
2008	4.371	469.491	12.685	1.495.155	17.056	1.964.646
NUMERI INDICE, 1985=100						
1985	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1990	76,4	116,0	115,2	145,2	101,3	138,1
1994	83,7	149,6	112,4	166,2	102,1	162,2
1996	79,8	157,0	114,2	172,2	101,8	168,5
1998	79,0	177,9	112,8	174,6	100,6	175,4
2008	77,2	207,0	126,0	209,6	108,5	209,0

Fonte: "Il commercio in Umbria" Ed. 1994, 1996 - Regione dell'Umbria 1998 - AUR 2008.

I centri commerciali²⁷

L'indagine condotta ha avuto ad oggetto anche l'acquisizione dei principali dati relativi ai centri commerciali, riconosciuti come tali sulla base di autorizzazione ai sensi dell'art. 10 della l.r. 24/1999, o in base a nulla-osta regionale ai sensi della legge n. 426/1971. Non comprende, pertanto, i complessi commerciali non aventi questo riconoscimento formale.

Sono stati segnalati dai Comuni, sempre con riferimento alla data del 31.12.2008, fornendo i relativi dati analitici, 35 centri commerciali a livello regionale, dei quali 3 al momento inattivi e 2 in fase di realizzazione o costruzione.

Tali centri commerciali sono ubicati nei seguenti comuni: 2 a Città di Castello, 1 a Castiglione del Lago, 1 a Corciano, 4 a Foligno, 3 a Fossato di

²⁷ I dati raccolti risultano incompleti in alcune parti e non è stato possibile colmare le lacune.

Vico, 1 a Gubbio, 1 a Magione, 2 a Marsciano, 1 a Narni, 3 a Orvieto, 1 a Panicale, 1 a San Giustino, 1 a Spello, 3 a Spoleto, 3 a Terni, 1 a Trevi, 1 a Umbertide, 5 a Perugia.

I cinque centri commerciali che non risultano ancora operanti sono ubicati: a Fossato di Vico (1), Narni (1), Orvieto (1), Perugia (2).

Nei centri commerciali che risultano attivi sono presenti complessivamente 309 esercizi commerciali, per una superficie di vendita complessiva di 105.082 mq. Di questi esercizi, 250 pari a circa l'81% sono di vicinato, 50 (16% circa) sono medie strutture e 9, pari al 3%, sono grandi strutture di vendita.

Per quanto riguarda i servizi, le attività maggiormente presenti nei centri commerciali risultano i bar, gli sportelli bancari o i bancomat, i ristoranti e/o self-service. Meno frequenti sono le rivendite di generi di monopolio o di giornali. In circa un terzo dei centri è poi presente una farmacia o almeno una parafarmacia con vendita di farmaci da banco. Sono state anche segnalate 39 attività artigianali.

Tab. 99 - Dati riassuntivi sui centri commerciali

N° centri commerciali attivi	30
N° esercizi complessivi	309
Superficie complessiva (mq)	105.082
Esercizi vicinato	250
Esercizi medie strutture	50
Esercizi grandi strutture	9
SERVIZI PRESENTI NEL CENTRO COMMERCIALE	
Bar	26
Ristorante / self service	15
Edicola - giornali	13
Farmacia	6
Generi di monopolio	13
Distributore di carburanti	1
Banca o Bancomat	16
Attività artigianali	39
Vendita farmaci da banco - d.l. 223/2006	4

Fonte: Indagine AUR, 2009.

QUADRO DI SINTESI

L'Umbria nel quadro nazionale

In Umbria le imprese registrate sotto la voce *Commercio ingrosso e dettaglio; riparazione beni personali e per la casa* (voce G codice Ateco 2002) risultano 22.284, su un totale di 95.162 unità, con un'incidenza percentuale del 23,4%, appena inferiore alla media italiana.

Tali imprese, cresciute dello 0,6% tra il 2002 ed il 2008, con una flessione in corrispondenza dell'anno 2007, a fronte del 2% della media nazionale e del 6,7 di quella centroitaliana, risultano costituite per il 56% da attività di commercio al dettaglio che nella nostra regione, a differenza di quanto avvenuto a livello nazionale o di Centro Italia, è cresciuto, nel suddetto periodo, meno del comparto dell'ingrosso.

Sono 60.100 gli occupati nel settore al 2007, pari al 15,2% del totale, e rappresentano il risultato di una crescita irregolare dal 2000 in poi, pari complessivamente all'11,9%, più consistente rispetto alla media italiana ed appena al disotto di quella delle regioni del centro (13,1%).

Parimenti superiore al corrispondente nazionale, ma inferiore a quello centroitaliano, è il valore aggiunto che, sempre al 2007, è per questo comparto di 2.224,9 milioni di euro correnti, pari all'11,6% di quello riferito a tutti i settori economici ed al 16,9% di quello della sola voce servizi.

Quanto alla rete di vendita, nel 2008 l'Osservatorio nazionale del commercio presso il Ministero dello sviluppo economico, indica in 12.197 unità le attività primarie di commercio al dettaglio, la cui consistenza in Umbria risulta in crescita, diversamente da quanto rilevato negli aggregati territoriali maggiori. Il numero di esercizi per mille abitanti (13,8) è nella nostra regione appena superiore alla media nazionale, simile a quello della vicina Toscana ed intermedio rispetto a quello esistente nelle regioni del nord (10,8) e del sud Italia (15,8). Quanto alla natura giuridica delle imprese, in Umbria, rispetto alla media italiana, abbiamo un maggior numero di società di persone ed un minor numero di imprese individuali.

Circa l'articolazione merceologica, gli esercizi del settore alimentare rappresentano in Umbria una quota percentuale sul totale (25,9%) appena inferiore alla corrispondente nazionale (27,1%).

Per quanto concerne le superfici di vendita difficile è operare confronti validi tra la nostra regione ed i dati nazionali, data la presenza di elevate percentuali di esercizi che non hanno fornito il dato (15,5% in Umbria, 32,9% a livello nazionale) in sede di registrazione presso le CCIAA; si può segnalare, tuttavia, una minore incidenza del numero degli esercizi della classe dimensionale meno

elevata (0-50 mq), una quota appena maggiore in quella immediatamente successiva (51-150 mq) e, in ogni caso, una incidenza più elevata di esercizi più grandi (15,3%) rispetto alla corrispondente nazionale (11,8%), secondo un modello più simile a quello delle regioni del nord Italia.

La grande distribuzione, intesa come esercizi al dettaglio con superficie superiore a 400 mq, nel 2008 è rappresentata in Umbria da 429 unità, con 15 addetti medi per esercizio ed una superficie media di 1.023 mq. Rispetto alla media italiana risulta più elevata la quota della tipologia grandi magazzini non alimentari, mentre quella dei supermercati alimentari, presso i quali opera più della metà degli addetti, è appena inferiore (49% contro 51%) e lo stesso vale per gli ipermercati (2% contro 3%). Nei grandi magazzini, la cui superficie totale tra il 2007 ed il 2008 è cresciuta in Umbria invero più per aumento del numero che per ampliamento delle superfici, si è avuto anche un consistente incremento occupazionale.

Infine, la spesa media pro-capite è nella regione inferiore rispetto a quella che si registra a livello di intera nazione, Italia del nord e Centro Italia. La quota destinata all'acquisto di beni risulta appena superiore alla corrispondente nazionale, secondo un modello di comportamento, in questo caso, più prossimo al sud del Paese.

L'indagine AUR 2009

La rete distributiva al dettaglio esistente in Umbria al 31.12.2008, intesa come complesso di tutte le attività censite presso i comuni, siano esse svolte in via principale o abbinata ad altra diversa attività (artigianale, industriale ecc.) è costituita da 17.056 esercizi commerciali che coprono una superficie di vendita complessiva di 1.964.646 mq. Di tali esercizi, 12.186 (superficie di vendita: 1.441.148 mq) sono in provincia di Perugia e 4.870 (superficie di vendita: 523.498 mq) in quella di Terni. Circa un quarto (25,6%) tratta in forma prevalente prodotti alimentari con una superficie media di 107 mq, mentre per gli esercizi non alimentari tale valore sale a 118 mq; la superficie media per entrambi i settori è di 115 mq.

A parità di numero di abitanti, la concentrazione degli esercizi è appena maggiore nella provincia di Terni (47,7 abitanti per esercizio) che in quella di Perugia (54,3), così come la superficie di vendita per 100 abitanti, pur in presenza di una superficie media appena inferiore.

Le medie strutture di vendita, vale a dire gli esercizi con superficie compresa tra 250 e 2500 mq nei comuni con oltre 10.000 abitanti e tra 150 a 1.500 mq negli altri, sono presenti in 73 dei 92 comuni della regione e risultano 1.222 per un totale di 768.538 mq di superficie, pari al 39,1% della totale presente nella

regione. Sono 350 le medie strutture a prevalenza alimentare (768.538 mq) con una superficie media di 657 mq ed 872 non alimentare (556.615 mq) con una superficie media di 638 mq. Tra le medie strutture, che costituiscono il 97,5% degli esercizi non di vicinato, la netta maggioranza è costituita da quelle di minore dimensione o M1 (n. 987) che hanno mediamente una superficie intorno ai 450 mq.

Le grandi strutture di vendita, corrispondenti agli esercizi la cui superficie è superiore alla soglia dimensionale delle medie strutture, risultano 31, di cui 21 di tipo G1, cioè con superficie tra 2.500 e 5.500 e tra 1.500 e 3.500, rispettivamente, nei comuni con più o meno di 10.000 abitanti e 10 di tipo G2, cioè con superficie ancora maggiore. Esse coprono, nel complesso, 135.444 mq di superficie di vendita che rappresentano il 6,9% della superficie totale presente in Umbria.

Delle 1.253 unità di media e grande distribuzione censite, 78 trattano esclusivamente prodotti alimentari, 867 prodotti non alimentari e 308 entrambi i settori cosicché, con riferimento alla classificazione dell'art. 4 della l.r. 24/1999, abbiamo 386 strutture di tipo A ed 867 di tipo E. La titolarità delle medie e grandi strutture è generalmente in capo a società di capitali (s.r.l 48%, s.p.a. 11% del totale) ed i prodotti maggiormente trattati risultano, nell'ordine, alimentari (362 strutture, pari al 28,9% del totale), abbigliamento (197 - 15,7%), mobili (168 - 13,4% i cui esercizi hanno la più elevata superficie media), auto-moto-cicli (134, 10,7%), edilizia (105, 8,4%), intesi in ogni caso non come singoli generi, ma come categorie di prodotti affini. Le grandi strutture trattano soprattutto generi alimentari e mobili e, se di minore dimensione (G1), anche auto, ferramenta; per le altre merceologie prevalgono format inferiori corrispondenti alla media distribuzione.

Quanto alle province, quella di Perugia si caratterizza per la quota assai maggiore di medie e grandi strutture che trattano il solo settore alimentare, tra l'altro con superficie media più elevata, laddove in quella di Terni prevalgono le strutture di tipo misto, alimentare e non alimentare. In quest'ultima provincia sono presenti più strutture di tipo M1 che M2, più di G1 che G2 e la superficie media è generalmente maggiore, specie per gli esercizi di elettronica; gli esercizi di mobili, di elettrodomestici e di edilizia sono, tuttavia, più grandi in provincia di Perugia.

Grandi strutture in grandi comuni, piccole strutture in piccoli comuni è il criterio di localizzazione che da anni è stato introdotto in Umbria (articolo 11 l.r. 24/1999) ed in genere così si riscontra, pur con qualche eccezione. Nei comuni maggiori prevalgono strutture che trattano il solo settore alimentare, mentre negli altri sono più frequenti quelle miste; anche le superfici medie, di massima, crescono al crescere della dimensione demografica del comune, sia

per il diverso bacino di utenza sia per il differente criterio di classificazione. Nei comuni con meno di 3.000 abitanti sono poi nettamente prevalenti le medie strutture che trattano i prodotti alimentari ed i mobili; man mano che cresce la dimensione del comune, la composizione dell'offerta merceologica muta, la gamma dei prodotti si fa più ampia, le strutture di abbigliamento e di auto-moto-cicli sono sempre più rappresentate. La superficie media appare legata alla dimensione comunale per le strutture che vendono prodotti alimentari, di elettronica, agricoltura e ferramenta; il rapporto è invece assai meno evidente per altri generi.

Quanto alle parti del territorio comunale interessate dagli insediamenti, data la dimensione elevata delle strutture in esame, naturale è la preferenza per le aree in cui possono reperirsi maggiori spazi, parcheggi e dotazioni infrastrutturali, vale a dire le Frazioni principali (46,8% del totale delle medie e grandi strutture) ed il Continuo urbano (38,0%); in particolare nel Centro storico troviamo il solo 7,2% delle strutture, in genere di piccola dimensione (M1 sui 400 mq di superficie), per una superficie complessiva di vendita rappresentata dal 5% del totale regionale. Il rapporto tra zone comunali e merceologie evidenzia la maggiore presenza di abbigliamento nei Centri storici, di prodotti alimentari nelle immediate periferie, di generi più tecnici nelle aree ancora più esterne.

La rete distributiva regionale, analizzata anche in relazione alle zone socio-economiche omogenee previste dalla legge regionale n. 24/99, mostra una situazione fortemente differenziata.

Con riferimento al complesso di tutti gli esercizi commerciali, nel settore alimentare le zone di Orvieto e di Foligno presentano i più elevati indici di dotazione, quelle di Perugia e di Castiglione del Lago hanno, a parità di abitanti e rispetto alle medie regionali, meno esercizi, ma più grandi e l'inverso avviene per le zone di Spoleto o Gubbio che appaiono, pertanto, meno servite. Per il settore non alimentare sono, invece, le zone di Terni, Gubbio e Foligno ad avere indici di dotazione più elevati e quelle di Spoleto ed Orvieto i più bassi. La superficie media degli esercizi è, poi, superiore alle medie regionali nelle zone di Perugia e Foligno e, limitatamente al settore alimentare, anche in quella di Città di Castello.

Tuttavia, se si considera l'incidenza della superficie delle medie e grandi strutture di vendita sul totale, il quadro viene parzialmente a mutare. In proposito, le maggiori quote percentuali si hanno, nell'ordine, nelle zone di Terni, Castiglione del Lago, Orvieto e Perugia per il settore alimentare ed in quelle di Castiglione del Lago, Perugia Foligno e Terni per il settore non alimentare.

Le grandi strutture di vendita sono presenti solamente nelle zone regionali di Perugia, Terni e Foligno nonché nella zona di Orvieto nel settore alimentare e di Spoleto in quello non alimentare; le strutture di minore dimensione sono più frequenti nelle zone di Foligno e Città di Castello.

Anche analizzando la distribuzione di esercizi e superfici per classi assolute di superficie di vendita, anziché secondo la ripartizione in medie e grandi strutture che risente dell'ampiezza demografica del comune, restano confermate le zone di Spoleto e Gubbio come le meno sviluppate sotto il profilo della media e grande distribuzione.

Quanto alle merceologie prevalenti, nelle zone di Gubbio e Perugia sono relativamente più presenti strutture di abbigliamento; nella zona di Spoleto abbiamo una maggiore presenza di strutture operanti nel settore dei mobili, così come in quella di Castiglione del Lago che mostra anche una buona dotazione nel settore dei prodotti per agricoltura, fiori e piante; auto ed edilizia, infine, sono generi più rappresentati nella zona di Città di Castello.

Le medie strutture della tipologia M3, avente superficie compresa tra 1.500 e 2.500 mq nei comuni con oltre 10.000 abitanti e tra 1.000 e 1.500 mq negli altri, sono state recentemente individuate con la l.r. 15/2010 e sottoposte ad una procedura di autorizzazione analoga a quella delle grandi strutture. Tali esercizi risultano 97 e, precisamente, 74 in provincia di Perugia e 23 in quella di Terni. Così come le altre medie e grandi strutture, anche le M3 sono preferibilmente ubicate nel Continuo urbano (36%) e nelle Frazioni principali dei comuni (55%) e sono presenti specialmente nelle zone socio-economiche di Perugia (38), Terni (19) e Foligno (11) in cui predomina l'abbigliamento, Gubbio (8) e Castiglione del Lago (7) in cui sono più rappresentati i mobili.

La maggioranza delle M3 tratta, come genere prevalente, prodotti alimentari, specie all'interno del capoluogo, nonché abbigliamento in senso lato e mobili nelle frazioni; cinque sole strutture M3, di alimentari e di abbigliamento, sono state, infatti, censite nei centri storici.

Con riferimento alle precedenti indagini dell'Osservatorio regionale del commercio e, in particolare, ai dati rilevati nel 1998, sempre acquisiti da fonte comunale, nella regione abbiamo avuto una forte crescita numerica degli esercizi di vicinato che da 14.526 sono divenuti 15.803 al dicembre 2008, con incremento di 143.000 mq della relativa superficie ed, invece, un decremento delle medie strutture, da 1.272 a 1.222, con un aumento, tuttavia, di 152.000 mq di superficie di vendita. Le grandi strutture sono rimaste numericamente invariate (n. 31) ma la loro superficie è cresciuta nel decennio di circa 21.000 mq. Pertanto, complessivamente, tra il 1998 ed il 2008 la superficie di vendita è cresciuta in Umbria di circa 320.000 mq, passando da 1.648.568 a 1.964.646 mq.

Quanto ai settori merceologici, si è avuta una contrazione del numero delle attività alimentari, come del resto avvenuto in tutta la realtà italiana, ed una crescita di quelle non alimentari.

La superficie media di tutti gli esercizi è passata da 104,1 a 115,2 mq (107,4 per il settore alimentare e 117,9 per quello non alimentare), mentre tale valore per le medie strutture è salito da 499 a 643,6 mq e per quelle grandi da 3.680 a 4.369 mq.

Con riferimento al periodo intercorrente tra il 1994 ed il 2008, tra le zone regionali che hanno fatto registrare maggiore crescita della rete al dettaglio abbiamo quelle di Terni, nella quale la superficie della media e grande distribuzione è di fatto raddoppiata, seguita da quelle di Perugia e Foligno, soprattutto in termini di superfici. Minore sviluppo hanno avuto le zone di Orvieto, Castiglione del Lago, Città di Castello e Gubbio, mentre per quella di Spoleto abbiamo qualche segnale negativo.

Infine, i centri commerciali formalmente riconosciuti come tali sono risultati 35, per una superficie di 105.000 mq, dei quali cinque ancora da attivare. In essi operano 309 esercizi e servizi vari tra i quali i più frequenti risultano attività artigianali, bar, ristorazione, bancomat.

Negli ultimi anni, dunque, la regione ha registrato un consistente aumento delle media e grande distribuzione: a tal proposito, tuttavia, Confcommercio nazionale segnala²⁸ un fenomeno riscontrabile con diversa intensità in tutto il Paese e che può essere indicato come “ritorno alla prossimità”, consistente: nel rallentamento delle nuove aperture delle grandi superfici, nella riduzione della dimensione media degli esercizi commerciali, nel maggior successo dei formati medio-piccoli all'interno delle grandi città, nell'incremento delle affiliazioni di esercizi indipendenti all'interno di grandi catene. Ciò - si legge nel Rapporto - sarebbe dovuto, in primo luogo, al mutato profilo del consumatore, sempre più anziano ed acculturato, ma anche meno fedele a specifiche marche o formati, nonché alla diminuzione consistente del numero di componenti della famiglia, all'aumento di nuovi single e di coppie con ridotta disponibilità di tempo. Tutto ciò renderebbe meno attrattivo il grande esercizio commerciale, adatto piuttosto alle “spedizioni, infrequenti, faticose ma convenienti, per la creazione di scorte domestiche”, anche tenuto conto dei costi di trasporto e del maggior tempo necessario e, per converso, più rispondente alle nuove esigenze il formato minore. In particolare, al crescere dell'età media aumenta la propensione a servirsi di esercizi più tradizionali, anche per maggiori problemi di mobilità. In secondo luogo la crescita della città economica, intesa come “entità fluida ed estesa che fornisce spazi e tempi alle relazioni socio-

²⁸ Ufficio studi Confcommercio - Rapporto sulle Economie Territoriali - febbraio 2010.

economiche”, rispetto alla città demografica, comporta la necessità di una nuova urbanizzazione qualificata che il commercio di minore dimensione contribuisce a modellare, laddove le grandi superfici sono necessariamente ubicate - come mostra anche l’analisi condotta in Umbria - in prevalenza in aree periferiche o esterne alla città. Anche in Umbria, dunque, può verificarsi o forse è in atto questo fenomeno.

In secondo luogo, dai dati pubblicati nel suddetto Rapporto, possono trarsi utili elementi per valutare se in Umbria si sia formata una rete di media e grande distribuzione fortemente, se non eccessivamente, sviluppata, anche in seguito alle agevolazioni all’ampliamento introdotte dalla l.r. 26/2005.

In proposito può risultare riduttivo il confronto con la media nazionale, essendo il panorama del commercio nel nostro Paese molto differente tra il centro-nord, in cui “la ristrutturazione del commercio è stata particolarmente intensa e ha favorito le imprese medio-grandi con una conseguente accentuazione del processo di concentrazione degli esercizi”, ed il sud, caratterizzato da una presenza più capillare di esercizi; più utile può essere, pertanto, valutare la situazione umbra nel contesto delle singole regioni.

Al riguardo, sulla base del parametro di superficie per 100 abitanti, nella graduatoria delle regioni con maggiore dotazione commerciale l’Umbria è preceduta da Trentino Alto Adige, Liguria, Valle d’Aosta, ma anche da Marche, Puglia e Basilicata relativamente ai minimercati alimentari aventi superficie compresa tra 200 e 400 mq; dal Veneto per i supermercati maggiori di 400 mq di superficie, allineandosi al Trentino Alto Adige; da Piemonte, Valle d’Aosta, Friuli ed Abruzzo per gli ipermercati maggiori di 2.500 mq, con lo stesso valore di concentrazione delle Marche. L’Umbria registra, invero, la più elevata dotazione nel contesto nazionale di grandi magazzini con oltre 400 mq di superficie, ma è preceduta da ben sei regioni del nord ed anche da Marche ed Abruzzo nella graduatoria della dotazione di grandi superfici specializzate, maggiori di 1.500 metri.

Tali indicatori basati sulla popolazione residente, non tengono, inoltre, conto della presenza del turismo che nella nostra regione è molto intenso.

ALLEGATI

1 - Categorie merceologiche

- 1) Alimentare (alimentari in genere, carni, prodotti ittici, ortofrutta, pasticceria, articoli per la pulizia della casa e della persona, etc.);
- 2) Abbigliamento (vestiario, calzature, accessori, biancheria intima, articoli sportivi, merceria e simili, pelletterie);
- 3) Mobili (mobili, casalinghi, articoli per arredamento, oggetti per la casa e da regalo);
- 4) Elettrodomestici (elettrodomestici, radio TV, materiale elettrico);
- 5) Elettronica (elettronica, telefonia, informatica, macchine e attrezzature per ufficio, audiovideo, articoli di ottica, scientifici, fotografia etc.);
- 6) Agricoltura (articoli per agricoltura e zootecnica, animali, fiori e piante, articoli da giardino, concimi e sementi);
- 7) Ferramenta (ferramenta, brico, utensileria, mesticheria e prodotti per rivestimento, articoli per lavoro manuale, articoli tecnici industria commercio e artigianato, sistemi di sicurezza, combustibili);
- 8) Auto-moto-cicli (automobili, motocicli, biciclette, ricambi e accessori);
- 9) Edilizia (articoli per edilizia, igienico-sanitari e simili);
- 10) Altri prodotti (tutto ciò non ricompreso nei precedenti).

2 - Zone socio-economiche omogenee

Area 1 - Perugia: Assisi; Bastia Umbra; Bettona; Collazzone; Corciano; Deruta; Fratta Todina; Gualdo Cattaneo; Lisciano Niccone; Magione; Marsciano; Monte Castello di Vibio; Passignano sul Trasimeno; Perugia; San Venanzo; Torgiano; Valfabbrica.

Area 2 - Terni: Acquasparta; Alviano; Amelia; Arrone; Attigliano; Avigliano Umbro; Calvi dell'Umbria; Ferentillo; Giove; Guardea; Lugnano in Teverina; Massa Martana; Montecastrilli; Montefranco; Narni; Otricoli; Penna in Teverina; Polino; Sangemini; Stroncone; Terni; Todi.

Area 3 - Foligno: Bevagna; Cannara; Foligno; Giano dell'Umbria; Montefalco; Nocera Umbra; Sellano; Spello; Trevi; Valtopina.

Area 4 - Città di Castello: Citerna; Città di Castello; Monte Santa Maria Tiberina; Montone; Pietralunga; San Giustino; Umbertide.

Area 5 - Spoleto: Campello sul Clitunno; Cascia; Castel Ritaldi; Cerreto di Spoleto; Monteleone di Spoleto; Norcia; Poggiodomo; Preci; Sant'Anatolia di Narco; Scheggino; Spoleto; Vallo di Nera.

Area 6 - Gubbio: Costacciaro; Fossato di Vico; Gualdo Tadino; Gubbio; Scheggia e Pascelupo; Sigillo.

Area 7 - Orvieto: Allerona; Baschi; Castel Giorgio; Castel Viscardo; Fabro; Ficulle; Montecchio; Montegabbione; Monteleone d'Orvieto; Orvieto; Parrano; Porano.

Area 8 - Castiglione del Lago: Castiglione del Lago; Città della Pieve; Paciano; Panicale; Piegaro; Tuoro sul Trasimeno.

Agenzia Umbria Ricerche
Via Mario Angeloni, 80/A
Tel. 075.5045805 - Fax 075.5002905
www.aur-umbria.it