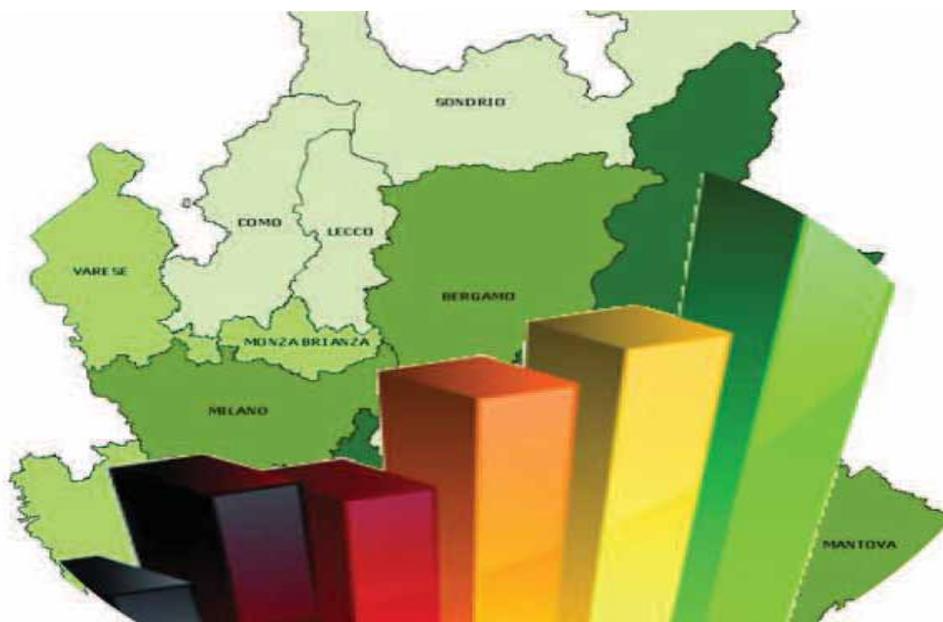


***F. Aimetti***

# ***I Numeri del Commercio in Lombardia***

*con il coordinamento scientifico di R. Cavalli*



# HANNO COLLABORATO ALLA REDAZIONE DEL PRESENTE STUDIO:

---

RENATO CAVALLI                      Coordinamento Generale Lavoro

FRANCESCA AIMETTI                Elaborazione e Analisi Statistiche

PATRIZIA GRISI                      Cartografia e GIS

GIANNI PANTOLI                      Webmaster

---

Milano, 21 febbraio 2011

## PERCHE' QUESTO STUDIO?

Un censimento è sempre una preziosissima miniera di dati, e quindi onore al merito alla Regione Lombardia per averlo effettuato e per avere reso pubblici i dati.

La differenza con i normali censimenti ISTAT è che l'ISTAT pubblica solo i risultati aggregati (a livello comunale, provinciale e regionale) e non i dati singoli che permettono ulteriori aggregazioni ed elaborazioni.

La Regione ha invece pubblicato i dati al livello a cui sono stati raccolti: totali comunali per il vicinato (al Comune non venivano chiesti gli elenchi ma solo i totali comunali) e pressoché a livello di anagrafica per le medie e grandi strutture, il che consente, sempre nel rispetto della privacy, di compiere tutte le elaborazioni e le estrazioni che si desiderano.

Al contrario, la Regione non ha pubblicato alcuna statistica, tabella o elaborazione, neppure i totali regionali (il che forse non sarebbe stato male per consentire anche ai profani qualche valutazione e considerazione molto semplice). La struttura dei dati è stata concepita (con qualche limite, di cui parleremo nell'apposito capitolo) essenzialmente per consentire le valutazioni necessarie per la conferenza di servizi per l'autorizzazione delle grandi strutture di vendita.

Questo tipo di struttura di dati presenta il vantaggio di essere facilmente utilizzabili per lo svolgimento di studi ed indagini di mercato "ad hoc". In questo senso costituiscono un utilissimo servizio alle imprese.

Le nostre motivazioni nella redazione di questa analisi sono di ordine più generale.

In primo luogo cercare di fornire una serie di dati aggregati e di indici raggruppati a livello provinciale o di altri aggregati significativi (es. ambiti territoriali di cui al programma pluriennale di sviluppo del commercio), di facile leggibilità ed utilizzabili per confronti fra le situazioni delle varie province e per valutare la situazione dei singoli comuni rispetto al dato medio provinciale e regionale, finalizzati anche alle scelte urbanistiche per la programmazione commerciale.

In secondo luogo, abbiamo impostato una ricerca sulle correlazioni esistenti tra l'entità e le caratteristiche delle strutture commerciali ed una vasta serie di variabili (dimensione e tipologie dei comuni, rapporto con gli assi viabilistici, collocazione delle strutture, ecc.), per individuare eventuali fattori "esplicativi" dei diversi livelli di distribuzione dei servizi e della loro "qualità".

E' ovviamente un primo passo, che andrà integrato con ulteriori analisi, che necessiteranno la disponibilità della georeferenziazione delle singole unità locali, informazione oggi disponibile solo per le grandi strutture di vendita.

La strategia della nostra analisi punta infatti non tanto ad individuare dei dati medi su aree territoriali amministrative (che sicuramente non sono sufficienti a "capire" le logiche di distribuzione sul territorio), quanto ad individuare gli addensamenti di servizio presenti sul territorio ed a comprendere le logiche aggregative e le potenzialità.

Un ulteriore scopo del nostro studio è di individuare i livelli di completezza ed accortezza del censimento regionale, per formare dei suggerimenti sulle metodologie e l'estensione della rilevazione, anche in vista del progetto di riorganizzazione degli osservatori regionali.

Questo studio avrà quindi degli aggiornamenti periodici, e sarà ripetuto nei prossimi anni, sperando che il consolidamento della metodologia e la maggiore affidabilità dei dati che si andrà a conseguire nel tempo possa consentire di esaminare le variazioni temporali delle caratteristiche del servizio non soltanto in maniera descrittiva, ma anche traendo alcune indicazioni sulle caratteristiche e le motivazioni di tale evoluzione.

Milano, 21/02/2011

Renato Cavalli

# I NUMERI DEL COMMERCIO

## I NUMERI NAZIONALI

### IL SISTEMA STATISTICO PER IL MONITORAGGIO DELLA RETE DISTRIBUTIVA: L'OSSERVATORIO NAZIONALE DEL COMMERCIO.

#### PRESENTAZIONE

L'Osservatorio Nazionale Del Commercio è stato istituito dall'art. 6, comma 1, lettera g) del D. Lgs. n. 114 del 31/3/1998, che, modificandone la disciplina ha riorganizzato l'intero settore commerciale. Tale istituto è sorto con l'obiettivo di realizzare un sistema di monitoraggio sull'entità e l'efficienza della rete distributiva, prevedendo la partecipazione dei soggetti pubblici e privati coinvolti nell'attuazione della riforma. Il D.M. 27 febbraio 2004 ha, poi, variato la precedente composizione dell'Osservatorio nazionale del commercio in seguito alla modifica intervenuta con la legge n. 350 (finanziaria 2004) del 24 dicembre 2003. Il provvedimento affida pertanto al predetto organismo la realizzazione di un sistema di monitoraggio sull'entità e l'efficienza non solo della rete distributiva bensì dell'intera filiera produttiva, comprensiva delle fasi di produzione, trasformazione e distribuzione di beni e servizi, attraverso la partecipazione di rappresentanti degli enti locali, delle organizzazioni dei consumatori, delle associazioni di categoria delle imprese industriali e dei servizi, delle imprese artigiane e delle imprese del commercio dei lavoratori dipendenti.

L'attività conoscitiva dell'Osservatorio fa riferimento a due diversi campi di osservazione:

- di tipo normativo, per conoscere l'attuazione della riforma ai diversi livelli territoriali e verificarne la congruità rispetto alle finalità generali previste, quali la trasparenza del mercato, il pluralismo delle diverse tipologie distributive, la valorizzazione del servizio commerciale in aree disagiate, la modernizzazione e l'evoluzione tecnologica dell'offerta;
- di tipo statistico, per analizzare l'evoluzione della rete distributiva italiana sia dal punto di vista strutturale nella sua ampiezza, composizione, caratteristiche, sia dal punto di vista economico, attraverso un'analisi territoriale dei principali indicatori di "performance" del settore.

#### ANALISI NORMATIVA

L'attività di monitoraggio normativo è stata inevitabilmente condizionata dalla riforma del Titolo V della Costituzione e, nello specifico, dalla nuova formulazione dell'art. 117 che ha assegnato alle Regioni competenza esclusiva nella materia del commercio, affidando in ogni modo allo Stato la competenza esclusiva sulla materia della tutela della concorrenza che, riguarda trasversalmente tutti i settori economici, ivi compreso quello distributivo.

Per quanto concerne l'attività di attuale competenza, i progetti di indagine individuati e realizzati in seno all'Osservatorio nazionale del commercio sono quelli nel prosieguo riportati.

- Indagine sull'attuazione della riforma del commercio nei comuni metropolitani, pubblicata poi in un rapporto finale, diffuso sul territorio nazionale, nella quale si è data notizia dei risultati raggiunti nel settore, a livello locale, e delle zone d'ombra sulle quali focalizzare l'attenzione.
- Indagine sull'attuazione della disciplina in materia di vendite sottocosto (DPR n. 218 del 2001), dalla quale sono emersi elementi indicativi e sostanziali sulle tipologie di esercizi che hanno utilizzato detta modalità di vendita, le zone del territorio nazionale caratterizzate da maggiore diffusione e le merceologie di riferimento.
- Indagine recante i risultati degli studi effettuati sui Centri di assistenza tecnica, diretti a supportare le imprese, sia in ordine ai servizi che alla formazione professionale ed all'aggiornamento. Il rapporto finale dell'indagine contiene la mappatura completa dei CAT esistenti sul territorio nazionale, le finalità statutarie che i medesimi si sono attribuiti, nonché l'evidenziazione delle problematiche emerse sul loro finanziamento.
- Indagine che, sulla base dell'analisi delle diverse filosofie programmatiche, seguite dagli enti territoriali regionali in materia di commercio, ha evidenziato i risultati economici delle medesime in termini di flusso e consistenza delle

diverse strutture di vendita (esercizi di vicinato, medie e grandi strutture), nonché in termini di trend occupazionale, fatturato, consumi etc.

Sia l'indagine inerente l'attuazione della disciplina sulle vendite sottocosto che quella relativa ai CAT sono in fase di aggiornamento; i dati si riferiscono all'anno 2003 e la raccolta dei stessi è stata realizzata grazie alla collaborazione con gli Enti territoriali regionali e locali.

Sono stati realizzati studi sulla filiera distributiva, rivolti ad alcuni prodotti, in entrambi i settori merceologici: alimentare e non alimentare, con l'obiettivo di fornire a tutti gli operatori commerciali un valido contributo conoscitivo sulle dinamiche più rilevanti del sistema distributivo italiano, nei due ambiti di osservazione citati.

### ANALISI STATISTICA DI TIPO STRUTTURALE

Il monitoraggio predisposto dalla Direzione Generale del Commercio delle Assicurazioni e dei Servizi si avvale delle Camere di Commercio, presso le quali avviene l'iscrizione, la cancellazione o la modificazione dell'attività di un esercizio commerciale, mediante un sistema informatico, realizzato da Infocamere, che raccoglie tutte le informazioni presenti nella modulistica per le denunce al Registro delle Imprese.

Il sistema statistico informativo per il monitoraggio della rete distributiva (basato sulla tecnologia SAS - MDDB) organizza le informazioni presenti nel sistema in forma di distribuzioni di frequenza multidimensionali, ottenendo analisi diversificate per profondità territoriale e tipologia di esercizio, con riferimento sia ai dati di flusso che di consistenza.

La Direzione generale, con la collaborazione del gruppo tecnico dell'Osservatorio Nazionale, ha previsto l'emissione periodica di tavole a carattere nazionale, regionale e provinciale, contenenti gli incroci più significativi delle diverse "variabili di analisi", aggiornate periodicamente.

### ANALISI STATISTICA DI TIPO ECONOMICO

In collaborazione con l'Istituto Guglielmo Tagliacarne è stata attivata una sezione conoscitiva a carattere economico, idonea a fornire elementi di valutazione sull'efficienza distributiva della rete al dettaglio, fondata sulle stime territoriali dei principali aggregati economici.

Il sistema informativo che ne è derivato si basa su un'analisi, contenente due categorie di variabili:

- la prima a cadenza semestrale e disaggregazione regionale relativa all'entità, composizione, andamento delle vendite del dettaglio fisso, distinto per settore (alimentare, non alimentare) e per canale distributivo (grande distribuzione, altri esercizi);
- la seconda a cadenza annuale e disaggregazione provinciale relativa all'entità e alla composizione dei consumi delle famiglie, del costo del lavoro, dell'occupazione, del valore aggiunto del settore.

Questa sezione è stata attivata successivamente a quella strutturale, e per alcune variabili ha ricostruito le serie storiche a partire dal 1995

## LA REVISIONE DEL SISTEMA INFORMATIVO

A distanza di quasi un decennio dall'avvio del sistema informativo della rete di vendita, nato con la istituzione dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, è emersa l'esigenza di rivederne il funzionamento sulla base dell'esperienza maturata, ed alla luce delle nuove necessità derivanti della prossima applicazione della direttiva 123/2006 sulla libera prestazione dei servizi nel mercato interno.

Si ricorda che il funzionamento del sistema è basato sull'utilizzo delle informazioni presenti nel Registro delle Imprese, la cui codifica fa riferimento alla classificazione delle attività economiche adottata dall'Istituto Nazionale di Statistica: nel corso del 2009 il Registro delle Imprese ha riorganizzato la propria banca dati sulla base della nuova classificazione ATECO2007, con conseguenti modifiche sia nelle voci precedentemente utilizzate, che nella numerosità delle posizioni ad esse riconducibili.

A seguito di tale riorganizzazione è stata operata la revisione del sistema di monitoraggio, attraverso un consistente aumento delle tipologie merceologiche dell'intero settore distributivo, la cui analisi per specializzazione risulta pertanto più dettagliata. Il 2009 costituisce dunque il primo anno di una nuova serie storica, non essendo più correttamente confrontabile con la precedente.

Le modifiche più significative sono state apportate nei settori degli ambulanti e dell'ingrosso, mentre nel dettaglio in sede fissa si è lavorato principalmente ad una maggiore disaggregazione delle merceologie analizzate, che pertanto risultano assai più numerose. Inoltre l'ATECO2007 ha introdotto i distributori di carburante nel dettaglio in sede fissa (eliminandoli dall'ingrosso), ciò non costituisce però una novità per il sistema informativo che sin dall'inizio aveva operato in tal senso.

Tenuto conto delle novità introdotte, occorre precisare che il 2009 costituisce dunque il primo di una nuova serie storica e si segnala infine che, in considerazione dell'incompletezza dei dati, è stata sospesa in via definitiva la rilevazione dei modelli COM, il cui forte interesse iniziale è stato nel corso degli anni ampiamente superato dal quadro sempre più preciso originato dall'esame diretto delle consistenze.

## IL MONITORAGGIO DI ALTRI SERVIZI OGGETTO DELLA DIRETTIVA 2006/123/CE

A seguito dell'entrata in vigore della direttiva 2006/123/CE relativa ai servizi nel mercato interno, è stato deciso di ampliare l'attività di monitoraggio, già in atto sulla rete di vendita, agli altri servizi rientranti nelle competenze del Ministero dello sviluppo economico che non fossero esplicitamente esclusi o oggetto di altre direttive, così come previsto dalla normativa di attuazione della direttiva stessa (D. Lgs. 26 marzo 2010, n. 59). Le attività di servizio così individuate e l'attribuzione dei codici ATECO2007 da utilizzare per effettuarne il monitoraggio sono riportate nella seguente tavola di raccordo, in analogia con quanto realizzato per la rete di vendita. Al riguardo occorre precisare che si è proceduto attribuendo i codici che meglio sembravano corrispondere al contenuto delle diverse attività di servizio, non essendo sempre possibile realizzare una perfetta e univoca corrispondenza. Il numero di posizioni che nelle tavole risultano per ogni singola voce è pertanto pari al numero di imprese/unità locali attive che nel Registro Imprese risultano iscritte con quel (quei) codice. Si ricorda inoltre che le attività di agente / rappresentante / mediatore figurano nel monitoraggio della rete di vendita, sezione "ingrosso / intermediari".

Infine, con riferimento alle attività di spedizioniere, di mediatore marittimo, di esercizio di magazzino generale, sono stati individuati nel gruppo "Magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti" (comprensivo di numerose altre voci connesse ai servizi nel settore dei trasporti, esplicitamente esclusi dalla direttiva) solamente le voci "magazzinaggio e custodia" (52.10), "gestione dei centri di movimentazione merci" (52.21.40) nonché la classe residuale "altre attività di supporto connesse ai trasporti" (52.29) perché comprensiva delle categorie e sottocategorie relative agli spedizionieri e agenzie di operazioni doganali, agli intermediari dei trasporti dove viene generalmente registrata l'attività di mediatore marittimo, non prevista altrove.

Per facilitare l'individuazione del contenuto merceologico delle voci riportate nelle varie tabelle, pubblichiamo, nell'appendice finale alla presente sezione, le tavole di raccordo con le codifiche ATECO2007 per i seguenti settori:

- Dettaglio in sede fissa
- Ingrosso
- Settore auto
- Dettaglio ambulante ed al di fuori di negozi, banche e mercati
- Intermediari
- altri servizi

## COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA - LA SITUAZIONE NAZIONALE AL 30/06/2010

Come già indicato nella nota relativa alla revisione del sistema informativo, la serie storica delle variabili analizzate, iniziata nell'anno 2000 con la nascita dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, si è conclusa nel 2008; a partire dal 2009 ne è stata avviata una nuova, sulla base della riorganizzazione degli archivi, effettuata con l'introduzione della codifica ATECO2007.

Resta però l'utilità di procedere ad un confronto dei dati dell'anno in esame con gli andamenti registrati nell'ultimo periodo, per una verifica del trend in atto. Per questo motivo, nelle tavole che seguono, vengono riportati i valori registrati negli ultimi sette anni<sup>1</sup>, con i relativi incrementi, ai quali rapportare la situazione registrata nel 2010, operando un raffronto anche numerico.

Analizzando la consistenza degli esercizi con attività primaria di commercio al dettaglio in sede fissa - derivato dalla nuova classificazione ATECO2007 - si rileva un numero complessivo di 775.207 punti vendita, che risulta maggiore rispetto a quello registrato nel 2009 di circa 2.495 unità.

ESERCIZI COMMERCIALI					
ANNI	CONSISTENZA			INCREMENTO CONSISTENZA TOTALE	
	SEDE	UNITA' LOCALI	TOTALE	VALORI ASSOLUTI	VARIAZIONI %
2003	588.473	149.752	738.225	-	-
2004	593.500	160.706	754.206	15.981	2,2
2005	591.641	169.947	761.588	7.382	1,0
2006	596.325	180.765	777.090	15.502	2,0
2007	590.113	188.421	778.534	1.444	0,2
2008	581.761	193.660	775.421	-3.113	-0,4
2009	573.998	198.714	772.712	-2.709	-0,3
2010	574.111	201.096	775.207	2.495	0,3

Il dato del 2010 fa segnare una nuova e positiva inversione di trend rispetto ai due anni precedenti, in cui in un quadro di crescente difficoltà per l'economia italiana, si era registrato un saldo negativo importante soprattutto alla luce dell'andamento di crescita ininterrotta di esercizi commerciali, al ritmo medio di oltre 8.000 unità annue, rilevato per quasi tutto il decennio precedente.

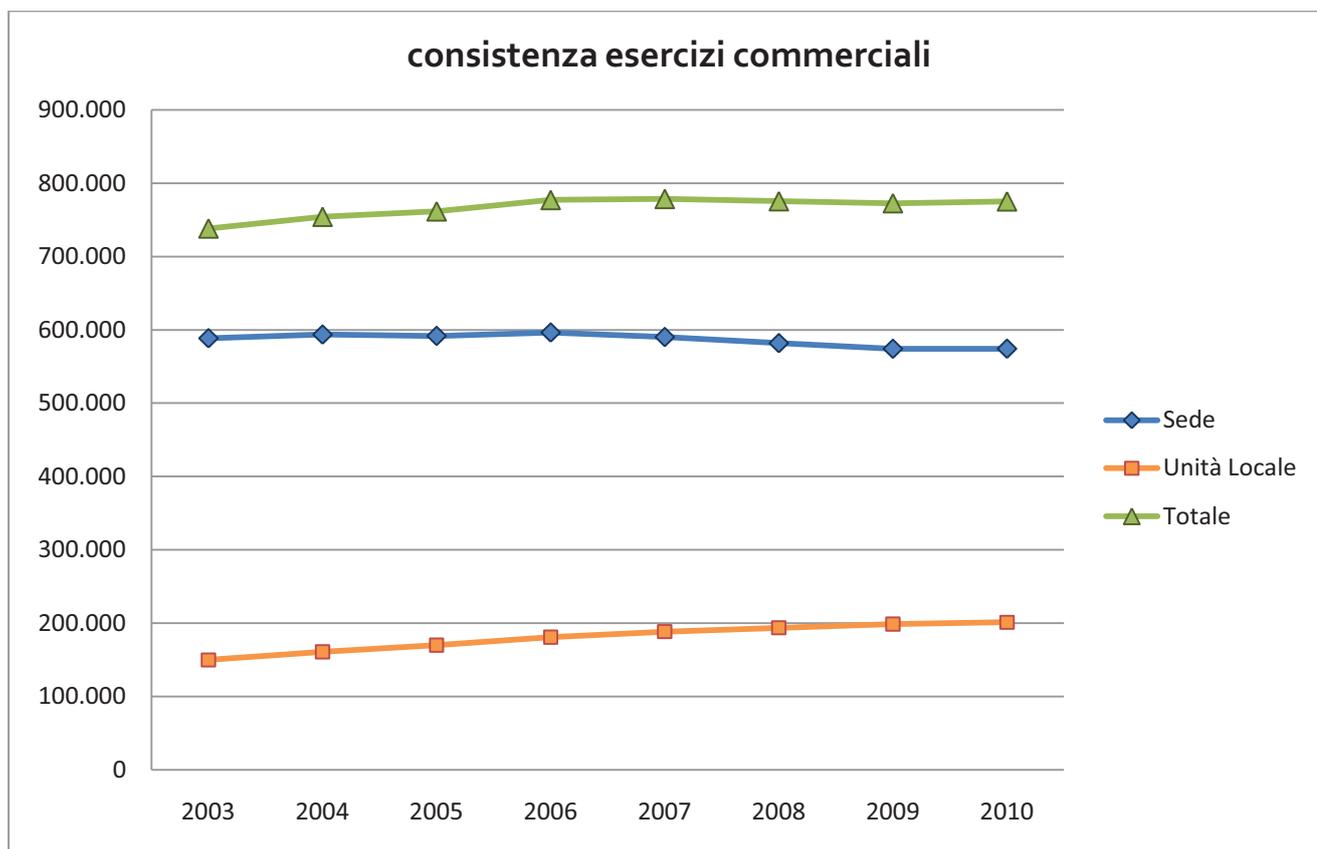
Nell'anno in esame si registra dunque una consistenza nazionale di esercizi con attività primaria di dettaglio fisso pari a 775.207 unità, di cui 574.111 localizzati nella sede di impresa e 201.096 in unità locali. Se si osserva la distribuzione dei negozi fra sedi di impresa ed unità locali, si rileva una crescita progressiva di queste ultime nei sette anni riportati nel seguente prospetto, che si conferma nel 2010, con una quota pari a quasi il 26% degli esercizi, a testimonianza della lenta ma costante evoluzione verso un universo caratterizzato da un numero sempre maggiore di imprese plurilocalizzate.

<sup>1</sup> Partiamo dal 2003 per avere omogeneità con i dati della Lombardia, che vedremo nelle pagine successive, infatti il 2003 è l'anno di istituzione dell'Osservatorio Regionale del commercio lombardo.

ANNI	COMPOSIZIONE %		
	Sede	Unità Locale	Totale
2003	79,7	20,3	100,
2004	78,7	21,3	100
2005	77,7	22,3	100
2006	76,7	23,3	100
2007	75,8	24,2	100
2008	75,0	25,0	100
2009	74,3	25,7	100

2010	74,1	25,9	100
------	------	------	-----

Dal grafico che segue si può infatti rilevare il diverso andamento delle sedi e delle unità locali:



queste ultime evidenziano infatti un andamento ascendente che si mantiene tale anche nel 2010, mentre le sedi mantengono un andamento costante nei primi anni esaminati, con una flessione finale, ma senza seguire il trend ascendente dell'insieme degli esercizi che prosegue fino al 2007 per poi invertire la propria tendenza.

## I NUMERI DEL COMMERCIO

La distribuzione territoriale mantiene una configurazione molto simile a quella rilevata negli anni precedenti, con un meridione che da solo contabilizza oltre il 42% della rete di vendita (contro il 37,8% delle regioni settentrionali), anche se, già dallo scorso anno, presenta un andamento negativo e induce un regresso, seppur lieve, nel rapporto di composizione a favore delle regioni centrali. Si è infatti arrestata la redistribuzione territoriale che negli anni a saldo positivo aveva sempre premiato il meridione. La distanza fra il nord e il sud del paese resta comunque evidente esaminando i rapporti di densità territoriale, che, con una media italiana di 13 esercizi ogni mille abitanti, nel settentrione presenta un valore di circa 10,5 - 11 esercizi per mille abitanti, contrapposto ai 15,6 delle aree meridionali e ai 13 delle regioni centrali.

RIPARTIZIONI	ESERCIZI N°	ESERCIZI (%)	DENSITA' (per mille abitanti)
Nord ovest	167.622	21,6	10,5
Nord est	125.577	16,2	10,9
Centro	155.490	20,1	13,1
Sud Isole	326.518	42,1	15,6
ITALIA	775.207	100	12,8

L'andamento già registrato in passato circa la lenta modifica della forma costitutiva utilizzata, intesa a favorire, nel settore del commercio al dettaglio, la crescita delle società di capitale, sembra confermata anche dalla rilevazione relativa al 2010, che contabilizza una percentuale di tale forma societaria pari al 17,7%. La forma giuridica più utilizzata si conferma comunque l'impresa individuale, che continua a rappresentare la grande maggioranza degli esercizi commerciali, con il 60,4%. Le società di persone si attestano invece sul 20- 21%, e sembrano presentare una maggiore stabilità nel corso del tempo.

Anni	Altre forme	Imprese individuali	Società di capitali	Società di persone	Totale
2003	1	65,5	11,8	21,7	100
2004	1	65,2	12,5	21,3	100
2005	1	64,6	13,4	21	100
2006	1	63,3	14,5	21,2	100
2007	1	62,4	15,6	21	100
2008	1	61,6	16,5	20,9	100
2009	1,1	60,7	17,4	20,8	100
2010	1,1	60,4	17,7	20,7	100

Anche la distribuzione per classe di superficie non presenta particolari novità rispetto al passato: nel 2010 infatti la percentuale degli esercizi che non superano i 150 mq di vendita risulta pari quasi al 92% (come nell'anno precedente) del totale e la relativa superficie di vendita costituisce circa il 42% della superficie totale, mentre sopra i 1.500 mq si colloca soltanto lo 0,22% del numero dei punti vendita, con oltre il 5% della superficie. Si ricorda che tali percentuali vengono calcolate su quella parte di esercizi dotati dell'indicazione della superficie di vendita, costituenti attualmente oltre i due terzi dell'universo, e che ogni anno, a causa del turn-over, la base di osservazione aumenta.

## ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER CLASSI DI SUPERFICIE DI VENDITA 2010

CLASSI DI SUPERFICIE DI VENDITA	Percentuale sul totale esercizi	Percentuale sul totale superficie
0- 150	91,74%	41,63%
151-250	4,24%	10,82%
251- 1500	3,60%	28,10%
1501- 2500	0,22%	5,80%
OLTRE 2500	0,19%	13,64%

Sotto il profilo merceologico la contrazione in atto ormai da anni nel numero di esercizi operanti nel settore alimentare, a favore di quello non alimentare, appare confermata anche dal dato riferito all'ultimo anno sotto osservazione (identico al 2009), dove il rapporto di composizione si attesta sul 27,3% per l'alimentare e sul 72,7% per il non alimentare, come risulta dal seguente prospetto, sul cui calcolo non incidono (in quanto escluse) le consistenze delle rivendite di carburanti, delle farmacie e dei tabacchi.

Anni	Alimentare	Non alimentare	Totale
2003	27,9	72,1	100,0
2004	28,0	72,0	100,0
2005	27,8	72,2	100,0
2006	27,5	72,5	100,0
2007	27,2	72,8	100,0
2008	27,1	72,9	100,0
2009	26,8	73,2	100,0
2010	26,8	73,2	100,0

Analizzando infine quella componente minoritaria dell'universo dei negozi, relativa all'attività secondaria di commercio al dettaglio svolta nell'ambito di altri settori economici di attività prevalente, si rileva una consistenza significativa nel corso del 2010 sembra segnare una nuova ripresa dopo la battuta di arresto nel processo di crescita subita a partire dal 2008 e acuitasi (addirittura facendo rilevare valore negativo) nel 2009, in conformità all'andamento registrato negli ultimi due anni per le attività primarie.

ATTIVITA' SECONDARIA DI COMMERCIO AL DETTAGLIO					
ANNI	CONSISTENZA			INCREMENTO CONSISTENZA TOTALE	
	SEDE	UNITA' LOCALI	TOTALE	VALORI ASSOLUTI	VARIAZIONI %
2004	180.665	20.665	202.647	-	-
2005	181.775	22.355	204.130	1.483	0,7
2006	187.217	24.006	211.223	7.093	3,5
2007	188.997	25.198	214.195	2.972	1,4
2008	190.177	26.172	216.349	2.154	1,0
2009	188.927	26.595	215.522	-827	-0,4
2010	190.179	27.098	217.277	1.755	0,8%

Dopo la sintesi delle principali variabili che caratterizzano la rete di vendita in un panorama nazionale, nelle pagine successive si passerà ad un maggiore approfondimento delle stesse in una dimensione territoriale (Lombardia), con riferimento agli esercizi con attività primaria di dettaglio fisso - che rappresentano l'universo dei negozi cui si riferiscono le statistiche ufficiali.

Per completezza del dato descritto nell'appendice finale alla presente sezione troverete le tavole pubblicate dall'Osservatorio Nazionale e riferite alla situazione commentata (30/06/2010).

## PRESENTAZIONE

A livello Regionale l'organo deputato alla rilevazione ed alla pubblicazione dei dati inerenti esclusivamente il commercio al dettaglio in sede fissa è l'Osservatorio Regionale del Commercio, istituito con la Deliberazione della Giunta Regionale N° VII/8511 del 22/3/2002.

Al fine di dotarsi di una propria anagrafe degli esercizi commerciali in sede fissa, la Regione Lombardia ha attivato dal 2003 nell'ambito del Sistema informativo del commercio, una rilevazione annuale presso i Comuni che, con la collaborazione di ANCI, permette di raccogliere i dati derivanti dalle comunicazioni e dalle autorizzazioni rilasciate dai Comuni stessi alle diverse tipologie di attività commerciali.

In linea generale la messa a punto di analisi statistiche economiche delle attività commerciali e dei principali indicatori socio-economici che sono in relazione con la domanda di servizi commerciali, risponde all'esigenza di individuare il quadro quantitativo di riferimento su cui si innescano le scelte di pianificazione, declinare il quadro quantitativo con riferimento ai criteri di zonizzazione utilizzati nella pianificazione del commercio ed infine presentare le principali chiavi di lettura delle analisi statistiche economiche prodotte.

La comparazione dei dati ufficiali pubblicati di anno in anno dalla Regione Lombardia a seguito dell'istituzione dell'Osservatorio del Commercio ci ha consentito di interpretare attraverso i numeri quelle che sono state le principali modificazioni dettate sia dalle normative, in continuo aggiornamento, sia da tutti quei fattori quali la modifica dei comportamenti di acquisto dei consumatori, il generale andamento macroeconomico del Paese, il livello di attrattività del comparto distributivo rispetto a quello degli altri settori economici nonché al contesto competitivo di riferimento.

Di seguito, per omogeneità con quanto riportato nella parte sui dati nazionali, vi proponiamo l'analisi delle medesime grandezze ivi osservate, ovviamente con i limiti legati alla diversa metodologia di rilevazione: i dati nazionali provengono dai dati base camerali, presso le quali avviene l'iscrizione, la cancellazione o la modificazione dell'attività di un esercizio commerciale, mediante un sistema informatico, realizzato da Infocamere, che raccoglie tutte le informazioni presenti nella modulistica per le denunce al Registro delle Imprese; i dati regionali provengono invece dalla rilevazione effettuata e comunicata annualmente dai comuni territorialmente competenti.

Per questo motivo i dati regionali, diversamente dai dati nazionali, non differenziano tra unità locali e sede dell'azienda né tantomeno tra le tipologie giuridiche dei soggetti che svolgono l'attività del commercio in sede fissa

## I LIMITI DELLA RILEVAZIONE REGIONALE

## - Estensione

La rilevazione copre esclusivamente il commercio al dettaglio in sede fissa.

Rimangono totalmente scoperti:

- il commercio su aree pubbliche
- i pubblici esercizi
- le forme speciali di vendita
- le vendite dirette degli artigiani, anche con somministrazione non assistita sul posto

## - Approfondimento

- o Innanzitutto la rilevazione non distingue tra attività prevalenti ed attività esercitate in forma secondaria in abbinamento ad altre, siano esse commerciali o meno.

Di conseguenza, vengono contate come se fossero esercizi autonomi:

- le attività svolte in abbinamento ad esercizi di somministrazione o di trattenimento
- quelle svolte in abbinamento a distributori di carburante
- le tabelle speciali di tabaccheria e farmacia
- le attività svolte in abbinamento all'ingrosso (sia negli stessi locali che in locali separati)

- o Non viene rilevata la casistica delle attività di vendita di generi ingombranti, inamovibili o a consegna differita. Di conseguenza non è dato di sapere né quanti esercizi si avvalgono della facoltà di conteggio della superficie in maniera virtuale, né l'entità delle relative superfici. Lo stesso dicasi per le attività svolte congiuntamente all'ingrosso negli stessi locali.
- o I centri commerciali vengono di fatto rilevati come attività unica, senza distinzione delle tipologie di attività che li compongono (vicinato, medie e grandi strutture) né delle relative superfici (quanto meno tali dati non vengono evidenziati).

## - Accuratezza

Il livello di accuratezza della rilevazione è abbastanza basso, principalmente a causa della scarsa attenzione che i Comuni mettono nella fornitura dei dati e della mancata individuazione di un soggetto responsabile all'interno del Comune.

I problemi che abbiamo rilevato più frequentemente sono:

- mancato aggiornamento dei dati – a volte i Comuni si limitano a riprendere i dati dell'anno prima senza aggiornarli;
- mancata indicazione delle attivazioni (o decadenze) delle autorizzazioni di grandi strutture e dell'attivazione a nome di un soggetto diverso dal promotore originale;
- scarsa uniformità dei dati e della loro modalità di classificazione. Alcuni Comuni includono i dati sulle farmacie, edicole, tabacchi (anche senza tabelle speciali);
- indicazione non completa delle tipologie merceologiche all'interno del settore non alimentare per le medie strutture di vendita.

## CONSIDERAZIONI

La rilevazione annuale riguarda gli “stock” ed è effettuata sostanzialmente chiedendo ai Comuni il numero delle attività presenti al 30/06 di ogni anno, senza neppure distinguere tra gli esercizi attivi, quelli semplicemente autorizzati e quelli sospesi.

Il meccanismo della SCIA non prevede alcun obbligo per i Comuni di mantenere un registro di “carico e scarico” delle attività, per cui ogni Comune si regola come meglio crede, affidandosi alla sensibilità ed alla buona volontà degli impiegati. Anche l’accuratezza dei dati è del tutto discutibile, in quanto per molti anni non tutti i Comuni hanno richiesto la planimetria degli esercizi e quindi i dati dimensionali sono spesso del tutto incontrollati. Vi è anche la sensazione che, con la possibilità di apertura immediata, molti commercianti per motivi fiscali evitino di formalizzare i subingressi, dichiarando separatamente le cessazioni (e forse neppure sempre) e poi le aperture, senza collegamenti tra le attività che si avvicinano negli stessi locali. In mancanza di una codifica univoca delle unità locali vi è il rischio che diverse attività siano contate due volte e che non venga controllata la corrispondenza tra le superfici chiuse e quelle aperte.

L’attivazione del sistema MUTA (Modulistica Unificata per la Trasmissione degli Atti) dovrà consentire di attivare un meccanismo di conteggio automatico delle aperture e cessazioni, rendendo inutile il riconteggio annuale dello stock. Una volta a regime questo meccanismo dovrebbe consentire una maggiore accuratezza delle informazioni. Il rischio, però, è che se l’attivazione di MUTA, non sarà simultanea in tutti i Comuni e non avverrà esattamente il giorno dopo dell’ultima rilevazione annuale, il dato finale risulterà carente di tutte le modifiche avvenute tra l’ultimo censimento e l’applicazione di MUTA.

L’altro vero problema è quello della imprecisione dei dati di stock. Se sono evidenti, dalla lettura “esterna” che abbiamo potuto fare degli elenchi delle grandi e medie strutture, la presenza di doppietti e l’assenza di attività anche rilevanti, si può immaginare il livello di errori presenti nei dati sul vicinato.

Inoltre una problematica di ordine generale è che questo tipo di rilevazione non consente di cogliere gli aspetti più innovativi dell’evoluzione del commercio negli ultimi anni (i “*temporary shops*”, gli acquisti “per asporto” nei pubblici esercizi, la somministrazione non assistita, i punti di vendita totalmente basati su distributori automatici, ecc.)

Come risolvere questo problema? Ci permettiamo qualche suggerimento:

- 1) Utilizzare l’occasione del prossimo censimento generale dell’industria e commercio per rivedere ed aggiornare i dati di “stock”, consentendo di partire da una situazione certa, separando i veri e propri negozi (attività commerciali prevalenti) dalle attività ausiliarie e complementari ad altre. Di conseguenza quest’anno potrebbe essere “saltata” la rilevazione al 30/6.
- 2) Coordinare il lavoro degli uffici preposti al commercio a quelli addetti al censimento, creando degli elenchi aggiornati (gli stati di sezione del censimento) da utilizzare come base di partenza per gli accertamenti.
- 3) Assegnare ad ogni unità locale (non ad ogni titolo autorizzativo) un codice identificativo unico e permanente (quello indicato come Identificativo Unità Locale nei modelli MUTA), da mantenere anche in caso di subingresso, per poter accertare e distinguere le cessazioni dai subingresso di fatto.
- 4) Individuare in ogni comune il soggetto responsabile della tenuta e aggiornamento dei dati (potrebbe essere il SUAP, con la collaborazione tecnica dell’ufficio comunale di statistica, laddove esiste).
- 5) Attivare un meccanismo di aggiornamento sistematico dei dati per le attività che non saranno inizialmente coperte da MUTA (in pratica quelle con regime diverso dalla SCIA)
- 6) Individuazione di modalità più idonee per la rilevazione dei dati sui centri o parchi commerciali, rendendo noto non solo la superficie totale del centro, ma gli esercizi che lo compongono divisi per tipologia (vicinato, medie, grandi, altre attività)
- 7) Individuazione di regole univoche per il censimento di farmacie, edicole e tabaccherie (dato integrabile e verificabile con quelli del registro delle imprese della C.C.I.A.A.).

## COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

L'anno successivo all'istituzione dell'Osservatorio regionale rappresenta "l'anno zero" per la rilevazione delle attività commerciali in sede fissa.

## SERIE STORICA

Nelle analisi che seguono, vi proponiamo le serie storiche dei dati regionali dal 2003 al 2010 e successivamente l'analisi con dettaglio provinciale svolta sugli ultimi dati forniti dal censimento Regionale (al 30/06/2010) delle attività commerciali di cui al D.d.u.o. 13 dicembre 2010 - n. 12997 pubblicato sul B.U.R.L. n°52, 1° s.s del 28 dicembre 2010.

Le grandezze considerate nelle serie storiche sono i valori assoluti degli esercizi di Vicinato, dalle Medie Strutture e dalle Grandi Strutture di vendita ed i saldi finali. Facciamo presente che il dato degli esercizi di vicinato, va assunto con alcune cautele, in quanto la collaborazione dei Comuni nell'invio dei dati è venuta crescendo con le diverse annualità di rilevazione.

VALORI ASSOLUTI										
ANNO	NUMERO PDV					SUPERFICIE				
	VICINATO	MS	di cui C.C. (MS)	GS	di cui C.C. (GS)	VICINATO	MS	di cui C.C. (MS)	GS	di cui C.C. (GS)
2003	106.877	7.724	34	433	154	6.763.488	4.413.286	38.529	2.806.360	1.625.066
2004	111.609	8.003	6	436	170	6.984.155	4.639.654	11.457	2.914.323	1.806.035
2005	112.443	7.889	20	443	178	7.412.228	4.639.779	35.875	3.057.936	1.942.881
2006	112.864	7.880	21	450	193	7.074.081	4.707.684	38.889	3.193.641	2.092.617
2007	114.175	8.018	40	466	203	7.184.301	4.892.509	64.179	3.330.117	2.197.825
2008	113.514	8.119	40	467	207	7.133.955	5.038.102	68.461	3.388.797	2.264.748
2009	113.338	8.201	46	474	217	7.099.732	5.164.131	75.997	3.524.055	2.414.138
2010	113.393	8.085	49	471	223	7.108.582	5.149.555	21.057	3.571.736	2.499.153

Per meglio intuire l'andamento nel tempo di tali consistenze i due grafici sottostanti sintetizzano quanto riportato in tabella, nel primo abbiamo il numero dei punti vendita e nel secondo le superfici autorizzate. Per chiarezza espositiva facciamo presente che le forme unitarie delle medie e delle grandi strutture di vendita (indicate in tabella con la sigla C.C., che sta per Centri Commerciali) non sono graficamente rappresentate, ma l'osservazione viene fatta solo sul numero di punti vendita totali indipendentemente dalla tipologia di forma autorizzata.

GRAFICO 1 – Serie storica numero punti vendita

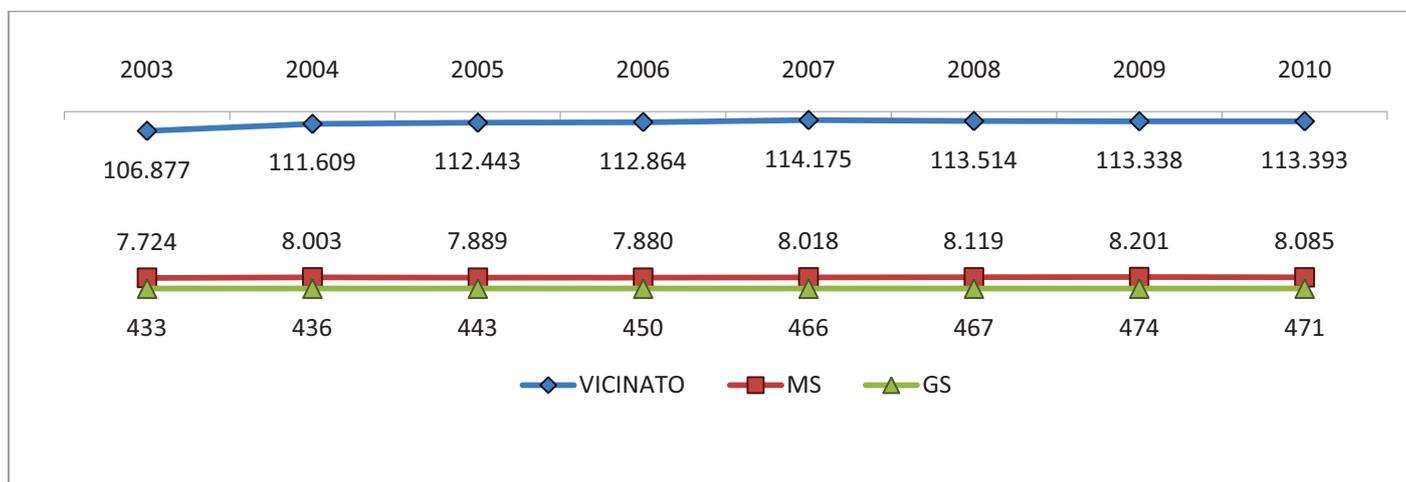
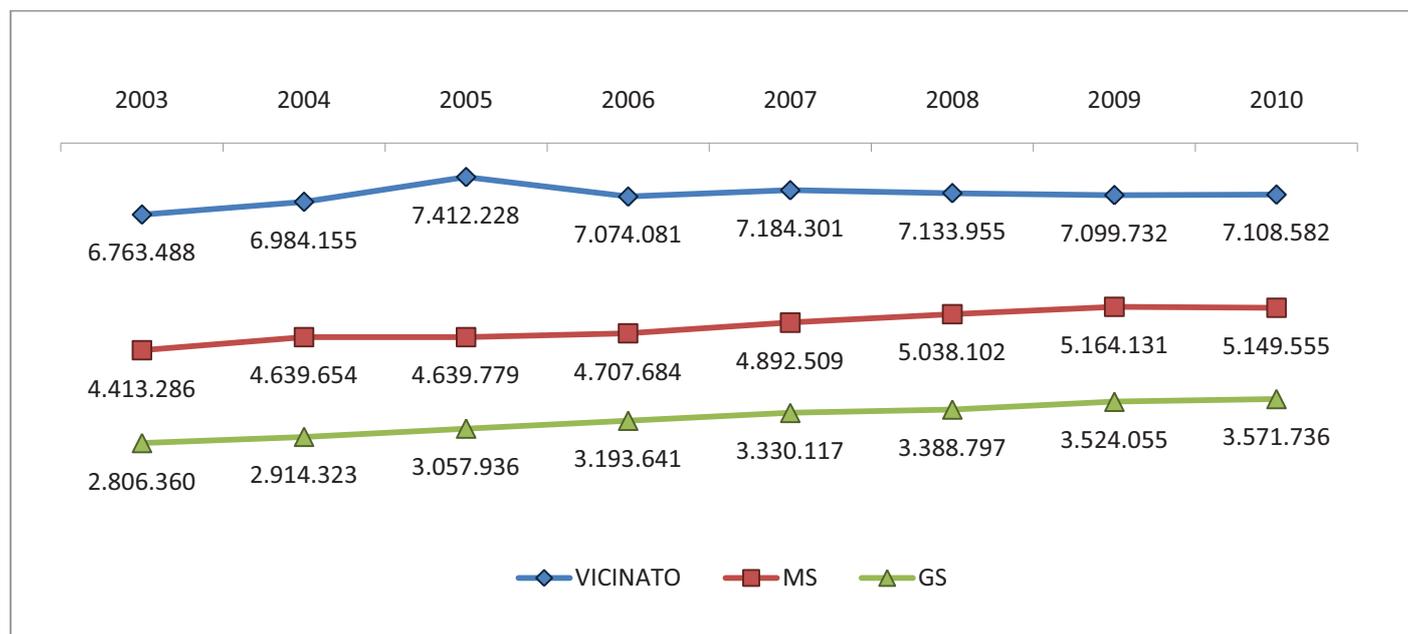


GRAFICO 2 – Serie storica Superfici di vendita Autorizzate



Dai grafici si nota come per tipologie di esercizi commerciali le variazioni annue sono piuttosto contenute, sia nel numero di punti vendita, sia nelle superfici, le funzioni che le rappresentano sono quasi rettilinee.

In particolare la serie storica relativa al numero dei punti di vendita fornisce un andamento grafico molto stabile e solo lievemente crescente, la serie storica relativa alle superfici sembra maggiormente interessante, soprattutto l'andamento delle medie e grandi superfici che se nei primi anni erano allineate dal 2005 in poi si sono separate a beneficio delle grandi strutture che hanno avuto un aumento maggiore rispetto alle medie strutture.

Per capire meglio abbiamo calcolato le variazioni assolute e percentuali di anno in anno:

VARIAZIONI DEL NUMERO PUNTI VENDITA										
ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE					VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE				
	VICINATO	MS	di cui C.C.	GS	di cui C.C.	VICINATO	MS	di cui C.C.	GS	di cui C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	4.732	279	-28	3	16	4,43%	3,61%	-82,35%	0,69%	10,39%
2005	834	-114	14	7	8	0,75%	-1,42%	233,33%	1,61%	4,71%
2006	421	-9	1	7	15	0,37%	-0,11%	5,00%	1,58%	8,43%
2007	1.311	138	19	16	10	1,16%	1,75%	90,48%	3,56%	5,18%
2008	-661	101	0	1	4	-0,58%	1,26%	0,00%	0,21%	1,97%
2009	-176	82	6	7	10	-0,16%	1,01%	15,00%	1,50%	4,83%
2010	55	-116	3	-3	6	0,05%	-1,41%	6,52%	-0,63%	2,76%

Saldo 2003-2010	6.516	361	15	38	69	6,03%	4,68%	267,98%	8,51%	38,27%
-----------------	-------	-----	----	----	----	-------	-------	---------	-------	--------

## I NUMERI DEL COMMERCIO

VARIAZIONI DELLE SUPERFICI AUTORIZZATE										
ANNO	VARIAZIONE ASSOLUTA ANNO PRECEDENTE					VARIAZIONE % ANNO PRECEDENTE				
	VICINATO	MS	di cui C.C.	GS	di cui C.C.	VICINATO	MS	di cui C.C.	GS	di cui C.C.
2003	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2004	220.667	226.368	-27.072	107.963	180.969	3,26%	5,13%	-70,26%	3,85%	11,14%
2005	428.073	125	24.418	143.613	136.846	6,13%	0,00%	213,13%	4,93%	7,58%
2006	-338.147	67.905	3.014	135.705	149.736	-4,56%	1,46%	8,40%	4,44%	7,71%
2007	110.220	184.825	25.290	136.476	105.208	1,56%	3,93%	65,03%	4,27%	5,03%
2008	-50.346	145.593	4.282	58.680	66.923	-0,70%	2,98%	6,67%	1,76%	3,04%
2009	-34.223	126.029	7.536	135.258	149.390	-0,48%	2,50%	11,01%	3,99%	6,60%
2010	8.850	-14.576	-54.940	47.681	85.015	0,12%	-0,28%	-72,29%	1,35%	3,52%

Saldo2003-2010	345.094	736.269	-17.472	765.376	874.087	5,33%	15,72%	161,68%	24,59%	44,61%
----------------	---------	---------	---------	---------	---------	-------	--------	---------	--------	--------

Il saldo tra il 2003 e il 2010 risulta positivo per tutte e tre le forme di commercio; è curioso notare come, parlando del numero dei punti vendita, gli esercizi di vicinato hanno subito un incremento, nell'arco temporale considerato, pari all'incremento medio che hanno subito le medie e le grandi strutture insieme. Le medie strutture hanno subito un incremento del 4 % e le grandi strutture incremento pari al doppio (in percentuale) di queste ultime. Per quanto riguarda le superfici invece, gli esercizi di vicinato sono quelli che hanno avuto la minore crescita che è stata poco più del 5% , le medie sono cresciute quasi del 16% mentre le grandi superfici hanno anche in questo caso avuto la crescita maggiore, che è stata pari a quasi il 25%.

Gli andamenti osservati vanno valutati *"cum grano salis"* in quanto alcune importanti variazioni sono legate a anomalie nella raccolta dei dati, ad esempio: nel 2004, per il primo anno il Comune di Lodi ha fornito i dati relativi alla propria rete di vendita al dettaglio e nel 2007 è stata effettuata una sostanziale revisione dei dati del Comune di Gallarate.

## LA SITUAZIONE IN LOMBARDIA AL 30/06/2010

## CONSISTENZA DELLA RETE DI VENDITA

Dopo aver fatto un breve raffronto tra i nuovi dati pubblicati e quelli rilevati negli anni precedenti, sembra ora opportuno ed interessante, focalizzare l'attenzione sulla situazione attuale della rete del commercio fisso in Lombardia, comparando la distribuzione commerciale nelle 12 province lombarde.

## ANALISI PER PROVINCIA

Sotto riportiamo le tabelle contenenti i dati di struttura del commercio fisso (valori assoluti e indici) per provincia e per tipologia di esercizio (Vicinato, Medie e Grandi Strutture).

## ESERCIZI DI VICINATO

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE – VALORI ASSOLUTI								
Provincia	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
BERGAMO	2.142	8.749	1.206	<b>12.097</b>	109.020	593.576	80.430	<b>783.026</b>
BRESCIA	2.755	12.246	1.639	<b>16.640</b>	149.769	884.578	108.494	<b>1.142.841</b>
COMO	842	4.590	597	<b>6.029</b>	39.007	303.675	36.057	<b>378.739</b>
CREMONA	713	2.718	393	<b>3.824</b>	32.832	167.859	25.570	<b>226.261</b>
LECCO	519	2.541	309	<b>3.369</b>	27.767	177.578	19.341	<b>224.686</b>
LODI	406	1.602	129	<b>2.137</b>	23.173	124.813	10.342	<b>158.328</b>
MONZA BRIANZA	1143	5.789	372	<b>7.304</b>	63.567	429.733	26.878	<b>520.178</b>
MILANO	6.301	29.110	1.974	<b>37.385</b>	258.568	1.824.970	123.947	<b>2.207.485</b>
MANTOVA	873	4.117	462	<b>5.452</b>	34.592	240.710	30.427	<b>305.729</b>
PAVIA	1.182	4.547	671	<b>6.400</b>	49.542	276.141	35.320	<b>361.003</b>
SONDRIO	503	2.221	399	<b>3.123</b>	23.468	137.980	26.154	<b>187.602</b>
VARESE	1.608	7.300	725	<b>9.633</b>	66.804	503.939	41.961	<b>612.704</b>
<b>Regione Lombardia</b>	<b>18.987</b>	<b>85.530</b>	<b>8.876</b>	<b>113.393</b>	<b>878.109</b>	<b>5.665.552</b>	<b>564.921</b>	<b>7.108.582</b>

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI E LORO SUPERFICIE – PERCENTUALI SUL TOTALE REGIONALE								
Provincia	n° alim	n° non alim	n° Misti	n° totale	Sup. Alim	Sup. non alim	Sup. misti	sup totale
BERGAMO	11,28%	10,23%	13,59%	<b>10,67%</b>	12,42%	10,48%	14,24%	<b>11,02%</b>
BRESCIA	14,51%	14,32%	18,47%	<b>14,67%</b>	17,06%	15,61%	19,21%	<b>16,08%</b>
COMO	4,43%	5,37%	6,73%	<b>5,32%</b>	4,44%	5,36%	6,38%	<b>5,33%</b>
CREMONA	3,76%	3,18%	4,43%	<b>3,37%</b>	3,74%	2,96%	4,53%	<b>3,18%</b>
LECCO	2,73%	2,97%	3,48%	<b>2,97%</b>	3,16%	3,13%	3,42%	<b>3,16%</b>
LODI	2,14%	1,87%	1,45%	<b>1,88%</b>	2,64%	2,20%	1,83%	<b>2,23%</b>
MONZA BRIANZA	6,02%	6,77%	4,19%	<b>6,44%</b>	7,24%	7,59%	4,76%	<b>7,32%</b>
MILANO	33,19%	34,03%	22,24%	<b>32,97%</b>	29,45%	32,21%	21,94%	<b>31,05%</b>
MANTOVA	4,60%	4,81%	5,21%	<b>4,81%</b>	3,94%	4,25%	5,39%	<b>4,30%</b>
PAVIA	6,23%	5,32%	7,56%	<b>5,64%</b>	5,64%	4,87%	6,25%	<b>5,08%</b>
SONDRIO	2,65%	2,60%	4,50%	<b>2,75%</b>	2,67%	2,44%	4,63%	<b>2,64%</b>
VARESE	8,47%	8,54%	8,17%	<b>8,50%</b>	7,61%	8,89%	7,43%	<b>8,62%</b>
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>							

I NUMERI DEL COMMERCIO

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI – DENSITÀ RISPETTO AGLI ABITANTI – VALORI ASSOLUTI										
Provincia	Residenti al 01/01/10	Ab/n° alim	Ab/n° non alim	Ab/n° misti	Ab/n° totale	n°totale/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 Ab	m2 Nalim/ 1.000 Ab	m2 misti/ 1.000 Ab	m2 Tot /1.000 Ab
BERGAMO	1.087.204	508	124	901	90	11,13	100,28	545,97	73,98	720,22
BRESCIA	1.242.923	451	101	758	75	13,39	120,50	711,69	87,29	919,48
COMO	590.050	701	129	988	98	10,22	66,11	514,66	61,11	641,88
CREMONA	362.061	508	133	921	95	10,56	90,68	463,62	70,62	624,93
LECCO	337.912	651	133	1094	100	9,97	82,17	525,52	57,24	664,92
LODI	225.825	556	141	1751	106	9,46	102,61	552,70	45,80	701,11
MONZA BRIANZA	840.711	736	145	2260	115	8,69	75,61	511,15	31,97	618,74
MILANO	3.123.205	496	107	1582	84	11,97	82,79	584,33	39,69	706,80
MANTOVA	412.606	473	100	893	76	13,21	83,84	583,39	73,74	740,97
PAVIA	544.230	460	120	811	85	11,76	91,03	507,40	64,90	663,33
SONDRIO	182.709	363	82	458	59	17,09	128,44	755,19	143,15	1.026,78
VARESE	876.705	545	120	1209	91	10,99	76,20	574,81	47,86	698,87
<b>Regione Lombardia</b>	<b>9.826.141</b>	<b>518</b>	<b>115</b>	<b>1107</b>	<b>87</b>	<b>11,54</b>	<b>89,36</b>	<b>576,58</b>	<b>57,49</b>	<b>723,44</b>

ESERCIZI DI VICINATO AUTORIZZATI – DENSITÀ RISPETTO ALLA POPOLAZIONE - NUMERI INDICE SUL VALORE REGIONALE										
Provincia	Residenti al 01/01/10	Ab/n° alim	Ab/n° non alim	Ab/n° misti	Ab/n° totale	n°totale/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 Ab	m2 Nalim/ 1.000 Ab	m2 misti/ 1.000 Ab	m2 Tot /1.000 Ab
BERGAMO	11,06%	98,08%	108,17%	81,43%	103,71%	96,42%	112,21%	94,69%	128,68%	99,56%
BRESCIA	12,65%	87,18%	88,35%	68,50%	86,20%	116,01%	134,84%	123,43%	151,83%	127,10%
COMO	6,00%	135,41%	111,90%	89,28%	112,94%	88,54%	73,98%	89,26%	106,29%	88,73%
CREMONA	3,68%	98,12%	115,95%	83,22%	109,26%	91,52%	101,47%	80,41%	122,84%	86,38%
LECCO	3,44%	125,81%	115,75%	98,78%	115,75%	86,40%	91,95%	91,14%	99,56%	91,91%
LODI	2,30%	107,48%	122,70%	158,13%	121,95%	82,00%	114,83%	95,86%	79,66%	96,91%
MONZA BRIANZA	8,56%	142,13%	126,41%	204,14%	132,83%	75,29%	84,61%	88,65%	55,61%	85,53%
MILANO	31,78%	95,78%	93,39%	142,92%	96,41%	103,73%	92,64%	101,34%	69,03%	97,70%
MANTOVA	4,20%	91,33%	87,23%	80,67%	87,33%	114,50%	93,82%	101,18%	128,27%	102,42%
PAVIA	5,54%	88,97%	104,18%	73,26%	98,13%	101,90%	101,87%	88,00%	112,88%	91,69%
SONDRIO	1,86%	70,19%	71,61%	41,36%	67,51%	148,12%	143,73%	130,98%	248,99%	141,93%
VARESE	8,92%	105,35%	104,54%	109,23%	105,03%	95,21%	85,27%	99,69%	83,25%	96,60%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## I NUMERI DEL COMMERCIO

A colpo d'occhio leggendo i valori assoluti, emerge una situazione coerente, le province maggiormente popolate risultano anche le maggiormente dotate in termini di attività commerciali. Anche i "fanalini di coda", Sondrio e Lodi, non stupiscono affatto, per via della conformazione geografica della prima e della limitata estensione della seconda.

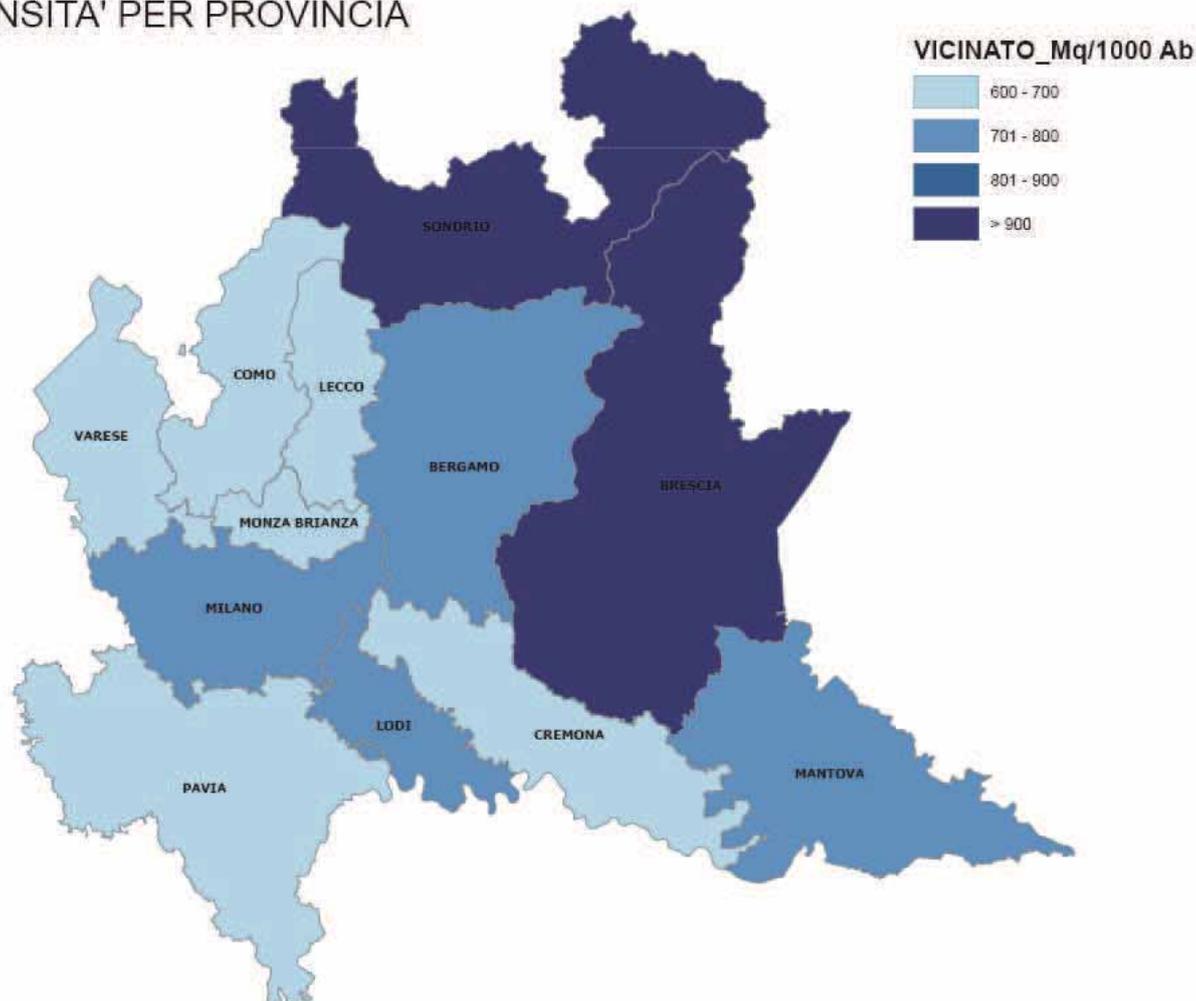
Il primo indice da analizzare è la distribuzione degli abitanti per esercizio di vicinato. Importante far notare che in questo caso a valori maggiori dell'indice corrisponde una valutazione peggiore della dotazione numerica rispetto agli abitanti, mentre un valore basso indica una maggior presenza in numero di negozi rispetto alla popolazione.

Vediamo che a dispetto di quanto emergeva dalla lettura dei valori assoluti, la provincia che dispone della miglior rapporto ab/n° EV, è la provincia di Sondrio un punto vendita ogni 59 abitanti, seguono Brescia, Mantova e Pavia. Milano conta 84 abitanti ogni pdv, Lodi e la nuova provincia di Monza e Brianza chiudono la graduatoria rispettivamente con 106 e 115 abitanti per esercizio. La media regionale è di 87 abitanti per esercizio (pari a 11,54 esercizi ogni 1000 abitanti).

La superficie per 1000 abitanti, è forse la dimensione che meglio fornisce un'idea di "presenza" del servizio reso dagli esercizi di vicinato.

La rappresentazione grafica sul territorio dei dati di densità delle superfici autorizzate ogni 1000 abitanti rende molto chiaro quanto sopra esposto, ed evidenzia come sia più servita in termini di superfici assegnate al commercio fisso di vicinato la provincia di Sondrio.

### MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



La provincia che risulta avere la minore densità è Cremona (624,93 mq per 1000 abitanti), mentre Sondrio, a dispetto delle ultime posizioni ottenute nelle graduatorie basate sui valori assoluti, dimostra (confermando anche quanto dimostrato dal rapporto ab/n° EV) di essere la provincia che mette a disposizione il maggior numero di mq di superficie di vendita alla propria

## I NUMERI DEL COMMERCIO

popolazione, ben 1.026,78 mq ogni 1000 abitanti, una dotazione pari ad una volta e mezza la dotazione regionale (723,44 mq per 1000 abitanti).

Passiamo ora ai dati strutturali delle attività di vicinato e in particolare vediamo le superfici medie. La dimensione media degli esercizi varia nell'intervallo 56 mq e i 74 mq, la provincia con la dimensione media maggiore è Lodi, mentre Mantova presenta negozi mediamente più piccoli. Risulta anche interessante notare come mediamente la dimensione delle attività di tipo alimentare sia inferiore rispetto alla dimensione delle attività di generi non alimentari. Il dato medio regionale è pari a 63 mq, 46 mq per le attività alimentari, 66 per le attività non alimentari e 64 per le attività miste.

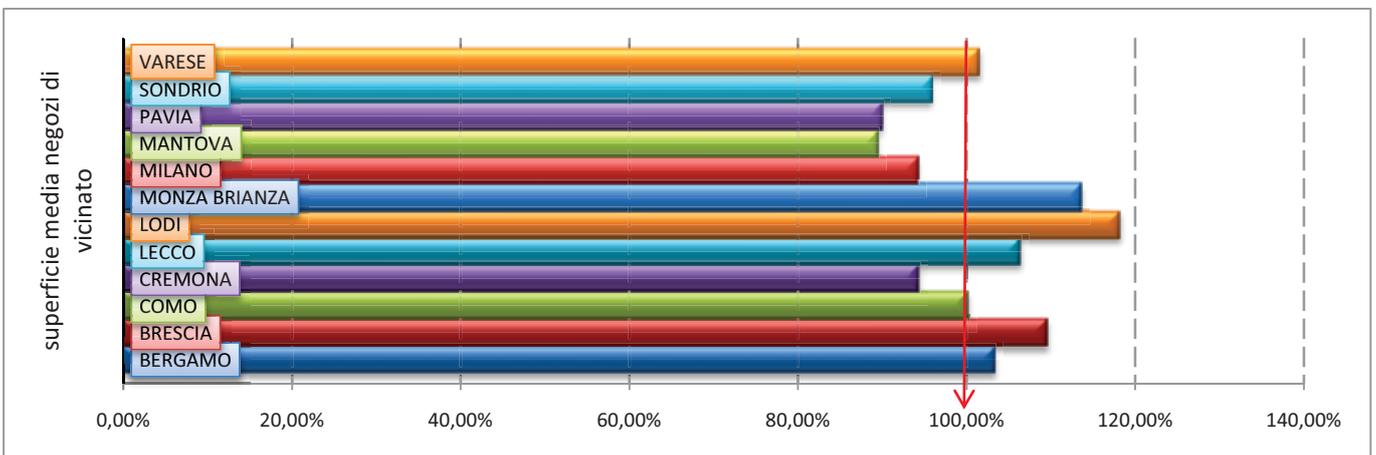
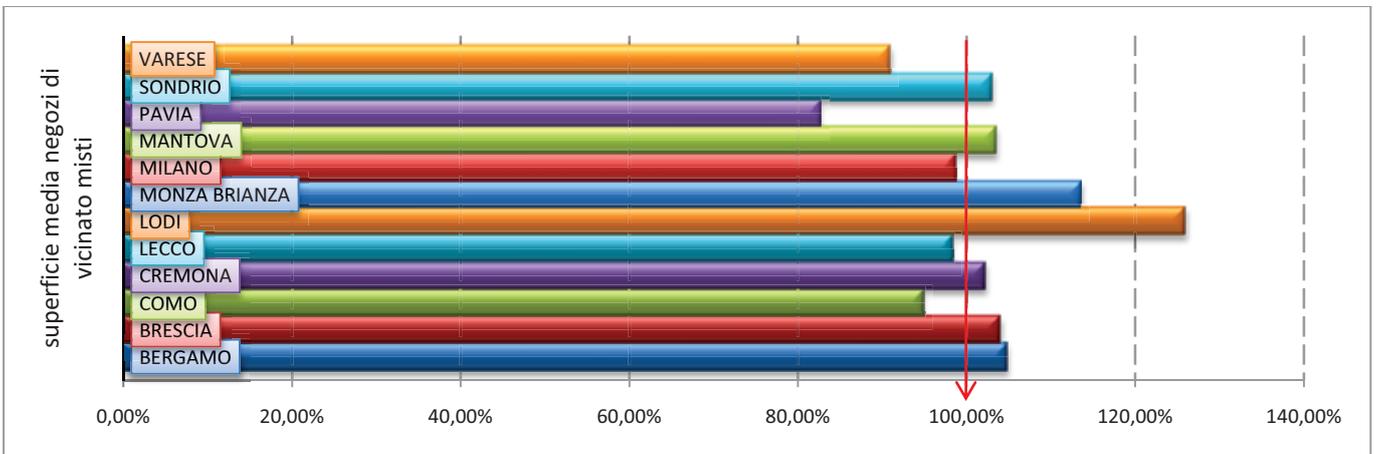
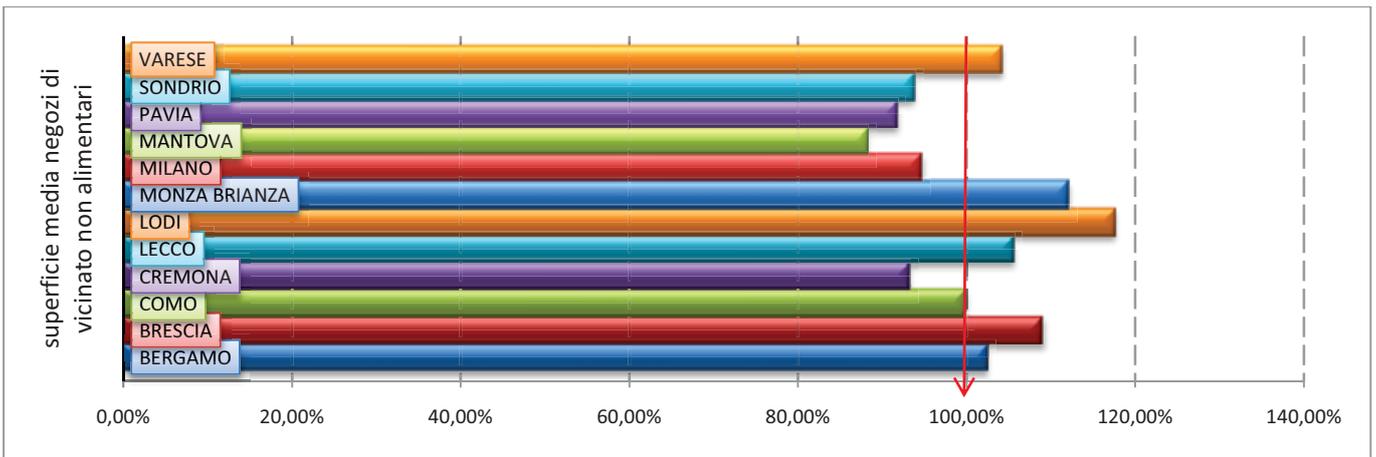
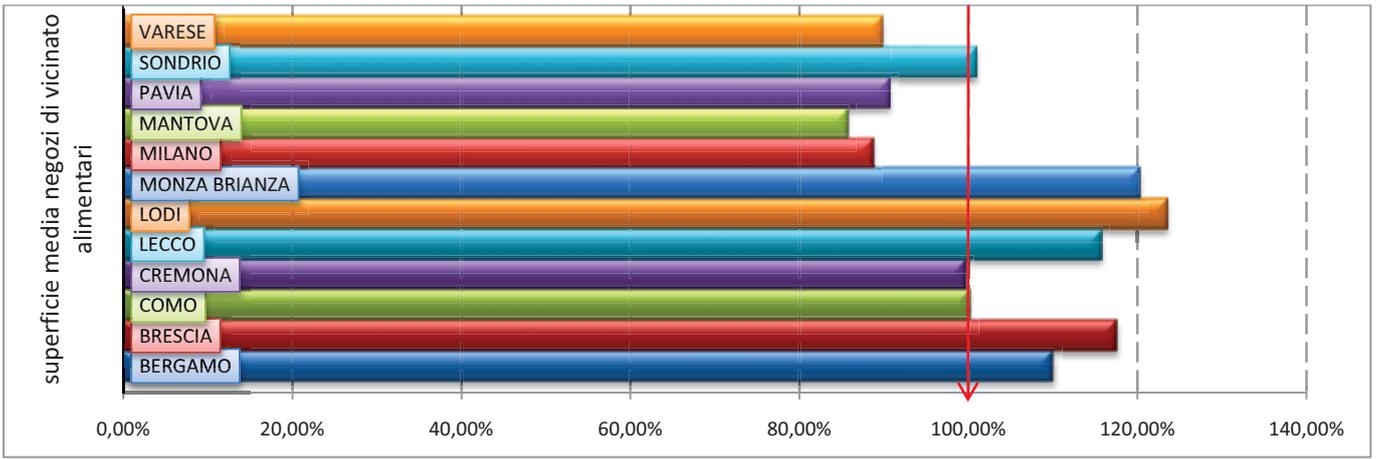
ESERCIZI DI VICINATO - SUPERFICIE MEDIA PER PROVINCIA – VALORI ASSOLUTI				
Provincia	Alim	Non alim	Misti	Totale
BERGAMO	50,90	67,85	66,69	64,73
BRESCIA	54,36	72,23	66,20	68,68
COMO	46,33	66,16	60,40	62,82
CREMONA	46,05	61,76	65,06	59,17
LECCO	53,50	69,89	62,59	66,69
LODI	57,08	77,91	80,17	74,09
MONZA BRIANZA	55,61	74,23	72,25	71,22
MILANO	41,04	62,69	62,79	59,05
MANTOVA	39,62	58,47	65,86	56,08
PAVIA	41,91	60,73	52,64	56,41
SONDRIO	46,66	62,13	65,55	60,07
VARESE	41,54	69,03	57,88	63,60
<b>Regione Lombardia</b>	46,25	66,24	63,65	62,69

In merito alle valutazioni sulla dimensione media degli esercizi, occorre ricordare che anche in Regione Lombardia vige la medesima distinzione fatta dal D.Lgs. 114/98 per quanto riguarda la classificazione degli esercizi di commercio in sede fissa tra negozi di Vicinato, Medie superfici e Grandi superfici.

È necessario però far presente che ai sensi del comma 2 dell'art. 133 del testo unico del Commercio della Regione Lombardia (L.R.6/2010), i comuni sino a 3000 abitanti (c.d. piccoli comuni), in deroga al criterio della consistenza demografica possono scegliere se mantenere come soglia per gli esercizi di media distribuzione il 150 mq oppure innalzarla ai 250 mq. Questo potere discrezionale concesso ai comuni, del quale purtroppo non abbiamo contezza, potrebbe concorrere a spiegare perché nelle provincie con un maggior numero di piccoli comuni la dimensione delle attività di commercio fisso di vicinato sia maggiore rispetto alla dimensione media di provincie con comuni più popolati.

ESERCIZI DI VICINATO - SUPERFICIE MEDIA PER PROVINCIA – NUMERI INDICE SULLA MEDIA REGIONALE				
Provincia	Alim	Non alim	Misti	Totale
BERGAMO	110,05%	102,43%	104,78%	103,25%
BRESCIA	117,54%	109,04%	104,01%	109,55%
COMO	100,17%	99,88%	94,89%	100,21%
CREMONA	99,57%	93,24%	102,22%	94,39%
LECCO	115,68%	105,51%	98,33%	106,38%
LODI	123,42%	117,62%	125,95%	118,18%
MONZA BRIANZA	120,24%	112,06%	113,51%	113,61%
MILANO	88,74%	94,64%	98,65%	94,19%
MANTOVA	85,66%	88,27%	103,47%	89,46%
PAVIA	90,62%	91,68%	82,70%	89,98%
SONDRIO	100,89%	93,80%	102,99%	95,82%
VARESE	89,82%	104,21%	90,93%	101,45%
<b>Regione Lombardia</b>	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

I NUMERI DEL COMMERCIO



## MEDIE STRUTTURE

Analizzata la presenza e la dimensione del vicinato, passiamo alla lettura ed interpretazione dei medesimi dati per il commercio fisso di Media Strutturata.

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE E LORO SUPERFICIE VALORI ASSOLUTI								
Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	296	813	1109	1099	10	151.146	453.187	604.333
BRESCIA	373	943	1316	1316	-	206.621	593.218	799.839
COMO	120	391	511	508	3	62.599	215.066	277.665
CREMONA	81	240	321	320	1	55.552	152.578	208.130
LECCO	63	150	213	209	4	33.086	94.910	127.996
LODI	45	119	164	164	-	24.735	85.277	110.012
MONZA BRIANZA	146	563	709	706	3	80.494	406.959	487.453
MILANO	522	1276	1798	1786	12	304.364	977.968	1.282.332
MANTOVA	144	324	468	465	3	97.720	242.593	340.313
PAVIA	129	315	444	441	3	70.607	239.639	310.246
SONDRIO	73	219	292	292	-	27.987	93.277	121.264
VARESE	218	522	740	730	10	120.866	359.106	479.972
<b>Regione Lombardia</b>	<b>2.210</b>	<b>5.875</b>	<b>8.085</b>	<b>8.036</b>	<b>49</b>	<b>1.235.777</b>	<b>3.913.778</b>	<b>5.149.555</b>

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE E LORO SUPERFICIE PERCENTUALI SUL TOTALE REGIONALE								
Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV	C.C.			
BERGAMO	13,39%	13,84%	13,72%	13,68%	20,41%	12,23%	11,58%	11,74%
BRESCIA	16,88%	16,05%	16,28%	16,38%	0,00%	16,72%	15,16%	15,53%
COMO	5,43%	6,66%	6,32%	6,32%	6,12%	5,07%	5,50%	5,39%
CREMONA	3,67%	4,09%	3,97%	3,98%	2,04%	4,50%	3,90%	4,04%
LECCO	2,85%	2,55%	2,63%	2,60%	8,16%	2,68%	2,43%	2,49%
LODI	2,04%	2,03%	2,03%	2,04%	0,00%	2,00%	2,18%	2,14%
MONZA BRIANZA	6,61%	9,58%	8,77%	8,79%	6,12%	6,51%	10,40%	9,47%
MILANO	23,62%	21,72%	22,24%	22,22%	24,49%	24,63%	24,99%	24,90%
MANTOVA	6,52%	5,51%	5,79%	5,79%	6,12%	7,91%	6,20%	6,61%
PAVIA	5,84%	5,36%	5,49%	5,49%	6,12%	5,71%	6,12%	6,02%
SONDRIO	3,30%	3,73%	3,61%	3,63%	0,00%	2,26%	2,38%	2,35%
VARESE	9,86%	8,89%	9,15%	9,08%	20,41%	9,78%	9,18%	9,32%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>							

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE – DENSITÀ RISPETTO ALLA POPOLAZIONE - VALORE ASSOLUTO								
Provincia.	Residenti al 01/01/10	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	n°pdv totali/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.087.204	3.673	1.337	989	1,02	139,02	416,84	555,86
BRESCIA	1.242.923	3.332	1.318	944	1,06	166,24	477,28	643,51
COMO	590.050	4.917	1.509	1.162	0,87	106,09	364,49	470,58
CREMONA	362.061	4.470	1.509	1.131	0,89	153,43	421,42	574,85
LECCO	337.912	5.364	2.253	1.617	0,63	97,91	280,87	378,79
LODI	225.825	5.018	1.898	1.377	0,73	109,53	377,62	487,16
MONZA BRIANZA	840.711	5.758	1.493	1.191	0,84	95,75	484,07	579,81
MILANO	3.123.205	5.983	2.448	1.749	0,58	97,45	313,13	410,58
MANTOVA	412.606	2.865	1.273	887	1,13	236,84	587,95	824,79
PAVIA	544.230	4.219	1.728	1.234	0,82	129,74	440,33	570,06
SONDRIO	182.709	2.503	834	626	1,60	153,18	510,52	663,70
VARESE	876.705	4.022	1.680	1.201	0,84	137,86	409,61	547,47
<b>Regione Lombardia</b>	<b>9.826.141</b>	<b>4.446</b>	<b>1.673</b>	<b>1.223</b>	<b>0,82</b>	<b>125,76</b>	<b>398,30</b>	<b>524,07</b>

La situazione delle Medie strutture di vendita, per valori assoluti, vede le province posizionarsi confermando l'ordine dimensionale degli abitanti, tranne qualche piccolo cambiamento nelle posizioni centrali, sia per il numero che per le superfici autorizzate. Per quanto concerne invece gli indici di densità calcolati rispetto alla popolazione, vediamo delle notevoli differenze, che portano a parecchi riposizionamenti.

Il numero di Medie Strutture per abitanti, vede la provincia di Sondrio al primo posto, dimostrando, come per il vicinato, di avere una buona numerosità di esercizi rispetto alla popolazione.

Il dato di Sondrio (massimo) è di 626 abitanti per media struttura di vendita (pari a quasi 2 punti vendita ogni 1000 abitanti), nella provincia di Milano (minimo) lo stesso dato è di 1.749 abitanti per MS e a livello regionale si hanno 1.223 abitanti per MS (pari a meno di un punto vendita - 0,82 - per 1000 abitanti).

Le province che maggiormente si avvicinano, al dato regionale sono Pavia (1.243 abitanti per punto vendita) e Monza e Brianza con un esercizio di media distribuzione ogni 1.191 abitanti, quasi a pari merito con Varese che ne conta 1 ogni e 1.201 abitanti.

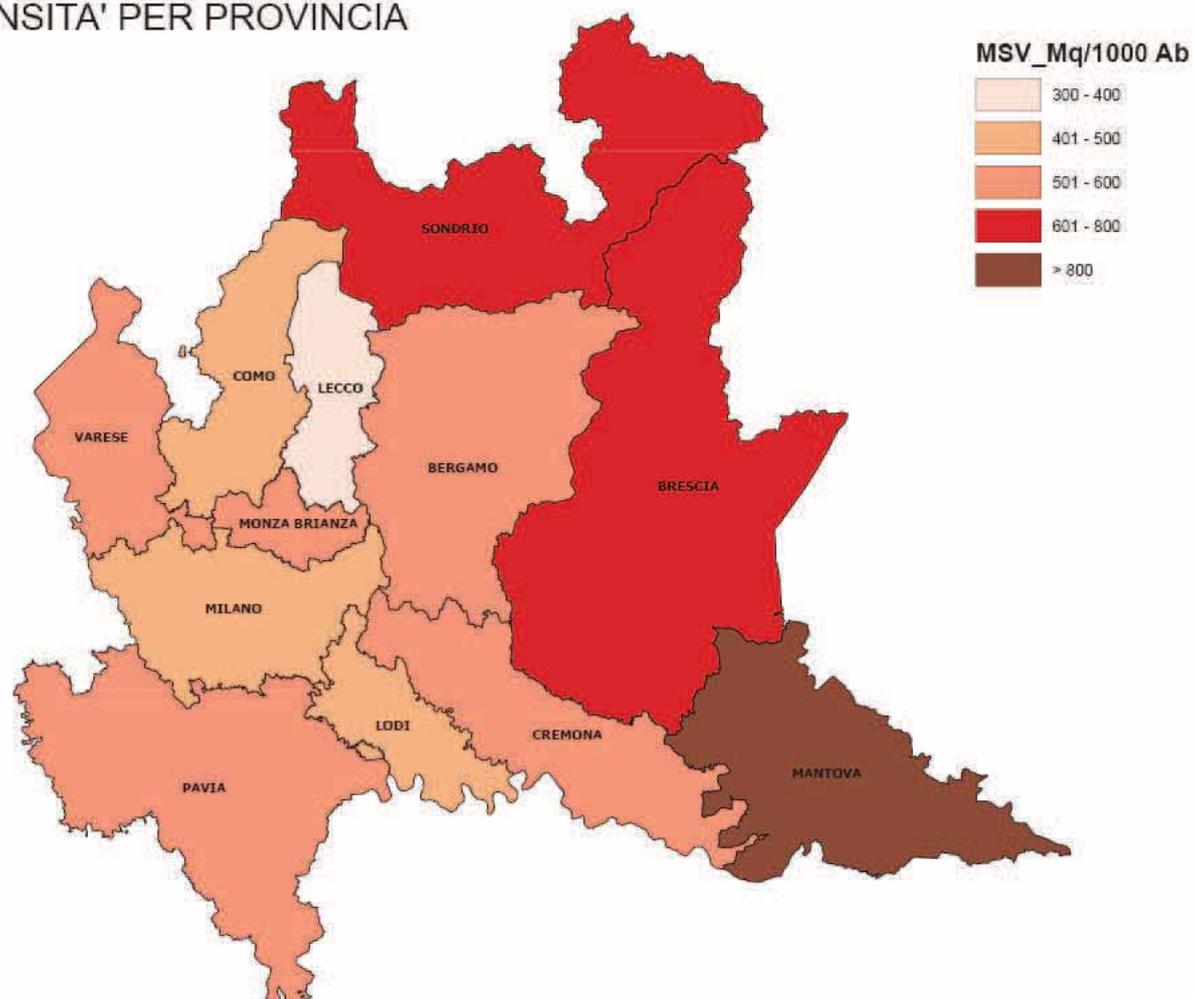
Anche le densità di superficie forniscono una situazione molto differente rispetto al dato in valore assoluto, al primo posto vediamo la provincia di Mantova con 824,79 mq di superficie autorizzata ogni 1000 abitanti, praticamente il doppio di quella esistente nella provincia di Milano che è pari a 410,58 mq.

La media regionale è 524,07 mq per 1000 ab, anche per le densità di superficie la province che si avvicina di più al dato regionale è Varese con 547,47 mq per 1000 abitanti.

## I NUMERI DEL COMMERCIO

MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE – DENSITÀ RISPETTO ALLA POPOLAZIONE - NUMERI INDICE SUL VALORE REGIONALE								
Provincia.	Residenti al 01/01/2010	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	n°pdv totali/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	11,06%	67,43%	81,90%	80,66%	123,97%	110,54%	104,65%	106,07%
BRESCIA	12,65%	75,50%	77,89%	77,71%	128,68%	132,18%	119,83%	122,79%
COMO	6,00%	102,26%	94,49%	95,01%	105,25%	84,36%	91,51%	89,79%
CREMONA	3,68%	88,89%	93,12%	92,81%	107,75%	122,00%	105,80%	109,69%
LECCO	3,44%	53,81%	146,66%	130,53%	76,61%	77,85%	70,52%	72,28%
LODI	2,30%	88,71%	115,77%	113,30%	88,26%	87,09%	94,81%	92,96%
MONZA BRIANZA	8,56%	260,73%	93,07%	97,57%	102,49%	76,13%	121,53%	110,64%
MILANO	31,78%	191,70%	140,17%	142,92%	69,97%	77,49%	78,62%	78,35%
MANTOVA	4,20%	54,03%	74,51%	72,54%	137,85%	188,32%	147,61%	157,38%
PAVIA	5,54%	91,62%	101,64%	100,85%	99,15%	103,16%	110,55%	108,78%
SONDRIO	1,86%	153,80%	48,97%	51,48%	194,23%	121,80%	128,17%	126,64%
VARESE	8,92%	68,88%	100,71%	97,48%	102,58%	109,62%	102,84%	104,47%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



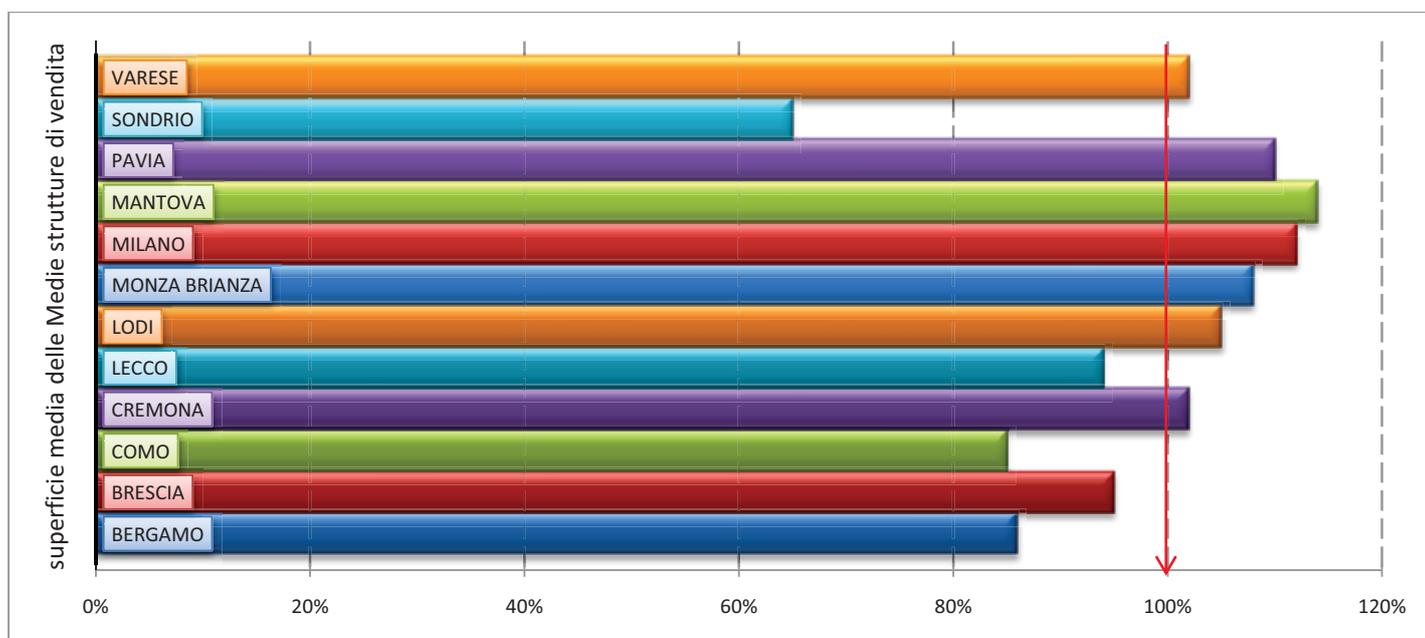
## I NUMERI DEL COMMERCIO

Passando ai dati dimensionali le superfici medie variano da 713 mq nella provincia di Mantova a 414 mq in provincia di Sondrio.

Per essere meno distorto questo dato andrebbe letto in rapporto alle percentuali di comuni che in ogni provincia hanno fino a 3.000 abitanti sommati a quelli che superano i 10.000 abitanti e quelli che ne hanno un numero di abitanti tra 3.000 e 10.000, normalizzando il discrimine tra superficie di media struttura autorizzabile, disposto per legge.

A livello regionale la superficie media per le medie strutture di vendita si attesta a 629,70 mq e come già accaduto per gli altri indici è Varese la provincia che si avvicina maggiormente a tale dato con 633,47 mq insieme alla provincia di Cremona 633,96 mq.

MEDIE STRUTTURE – SUPERFICIE MEDIA PER PROVINCIA		
Provincia	Valore Assoluto	Valore Indice Sulla Media Regionale
BERGAMO	533,31	86%
BRESCIA	608,00	95%
COMO	545,75	85%
CREMONA	633,96	102%
LECCO	596,41	94%
LODI	676,19	105%
MONZA BRIANZA	683,61	108%
MILANO	703,06	112%
MANTOVA	713,08	114%
PAVIA	676,38	110%
SONDRIO	414,69	65%
VARESE	633,47	102%
Regione Lombardia	629,70	100%



I NUMERI DEL COMMERCIO

GRANDI STRUTTURE

L'ultima tipologia di esercizi del commercio fisso che rimane da analizzare è quella delle Grandi Strutture di Vendita. Nelle tabelle seguenti riportiamo i valori riferiti a questo comparto.

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE E LORO SUPERFICIE – VALORI ASSOLUTI								
Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV singoli	C.C.			
BERGAMO	8	35	43	18	25	103.221	327.820	431.040
BRESCIA	19	62	81	40	41	135.340	455.957	591.297
COMO	10	25	35	19	16	51.049	119.662	170.711
CREMONA	1	11	12	4	8	22.546	76.042	98.588
LECCO	5	10	15	7	8	29.713	52.585	82.298
LODI	1	12	13	4	9	23.960	74.086	98.046
MONZA BRIANZA	9	28	37	20	17	69.383	217.828	287.211
MILANO	25	109	134	82	52	238.599	933.096	1.171.695
MANTOVA	4	20	24	10	14	39.978	109.273	149.251
PAVIA	6	15	21	12	9	47.370	119.937	167.307
SONDRIO	1	7	8	3	5	13.022	32.382	45.404
VARESE	14	34	48	29	19	73.954	204.934	278.888
<b>Regione Lombardia</b>	<b>103</b>	<b>368</b>	<b>471</b>	<b>248</b>	<b>223</b>	<b>848.135</b>	<b>2.723.602</b>	<b>3.571.736</b>

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE E LORO SUPERFICIE – PERCENTUALI SUL TOTALE REGIONALE								
Prov.	Numero					Superficie		
	n° alim	n° non alim	N° PDV totali	DI CUI		Alim	Non Alim	Totale
				PDV singoli	C.C.			
BERGAMO	7,77%	9,51%	9,13%	7,26%	11,21%	12,17%	12,04%	12,07%
BRESCIA	18,45%	16,85%	17,20%	16,13%	18,39%	15,96%	16,74%	16,55%
COMO	9,71%	6,79%	7,43%	7,66%	7,17%	6,02%	4,39%	4,78%
CREMONA	0,97%	2,99%	2,55%	1,61%	3,59%	2,66%	2,79%	2,76%
LECCO	4,85%	2,72%	3,18%	2,82%	3,59%	3,50%	1,93%	2,30%
LODI	0,97%	3,26%	2,76%	1,61%	4,04%	2,83%	2,72%	2,75%
MONZA BRIANZA	8,74%	7,61%	7,86%	8,06%	7,62%	8,18%	8,00%	8,04%
MILANO	24,27%	29,62%	28,45%	33,06%	23,32%	28,13%	34,26%	32,80%
MANTOVA	3,88%	5,43%	5,10%	4,03%	6,28%	4,71%	4,01%	4,18%
PAVIA	5,83%	4,08%	4,46%	4,84%	4,04%	5,59%	4,40%	4,68%
SONDRIO	0,97%	1,90%	1,70%	1,21%	2,24%	1,54%	1,19%	1,27%
VARESE	13,59%	9,24%	10,19%	11,69%	8,52%	8,72%	7,52%	7,81%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>							

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE - DENSITÀ RISPETTO ALLA POPOLAZIONE - VALORE ASSOLUTO								
Provincia.	Residenti al 01/01/10	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	n°pdv totali/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	1.087.204	135.901	31.063	25.284	0,40	94,94	301,53	396,47
BRESCIA	1.242.923	65.417	20.047	15.345	0,65	108,89	366,84	475,73
COMO	590.050	59.005	23.602	16.859	0,59	86,52	202,80	289,32
CREMONA	362.061	362.061	32.915	30.172	0,33	62,27	210,03	272,30
LECCO	337.912	67.582	33.791	22.527	0,44	87,93	155,62	243,55
LODI	225.825	225.825	18.819	17.371	0,58	106,10	328,07	434,17
MONZA BRIANZA	840.711	93.412	30.025	22.722	0,44	82,53	259,10	341,63
MILANO	3.123.205	124.928	28.653	23.308	0,43	76,40	298,76	375,16
MANTOVA	412.606	103.152	20.630	17.192	0,58	96,89	264,84	361,73
PAVIA	544.230	90.705	36.282	25.916	0,39	87,04	220,38	307,42
SONDRIO	182.709	182.709	26.101	22.839	0,44	71,27	177,23	248,50
VARESE	876.705	62.622	25.785	18.265	0,55	84,35	233,75	318,11
<b>Regione Lombardia</b>	<b>9.826.141</b>	<b>95.399</b>	<b>26.701</b>	<b>20.862</b>	<b>0,48</b>	<b>86,31</b>	<b>277,18</b>	<b>363,49</b>

Come nei due casi precedenti i valori assoluti delle grandezze analizzate confermano l'ordine dimensionale della numerosità degli abitanti per provincia.

Dal punto di vista della distribuzione di abitanti per numero di Grandi Strutture, la provincia meglio fornita è Brescia con 15.345 ab/GS, seguono Como, Mantova e Lodi, che si attestano tra i 16.000 e i 17.000 abitanti per GS, Milano ha circa la stessa distribuzione delle province di Lecco e Sondrio (tra i 22.500 e i 22.800 circa, abitanti) mentre chiude l'elenco la provincia di Cremona con circa 30.172 ab/GS.

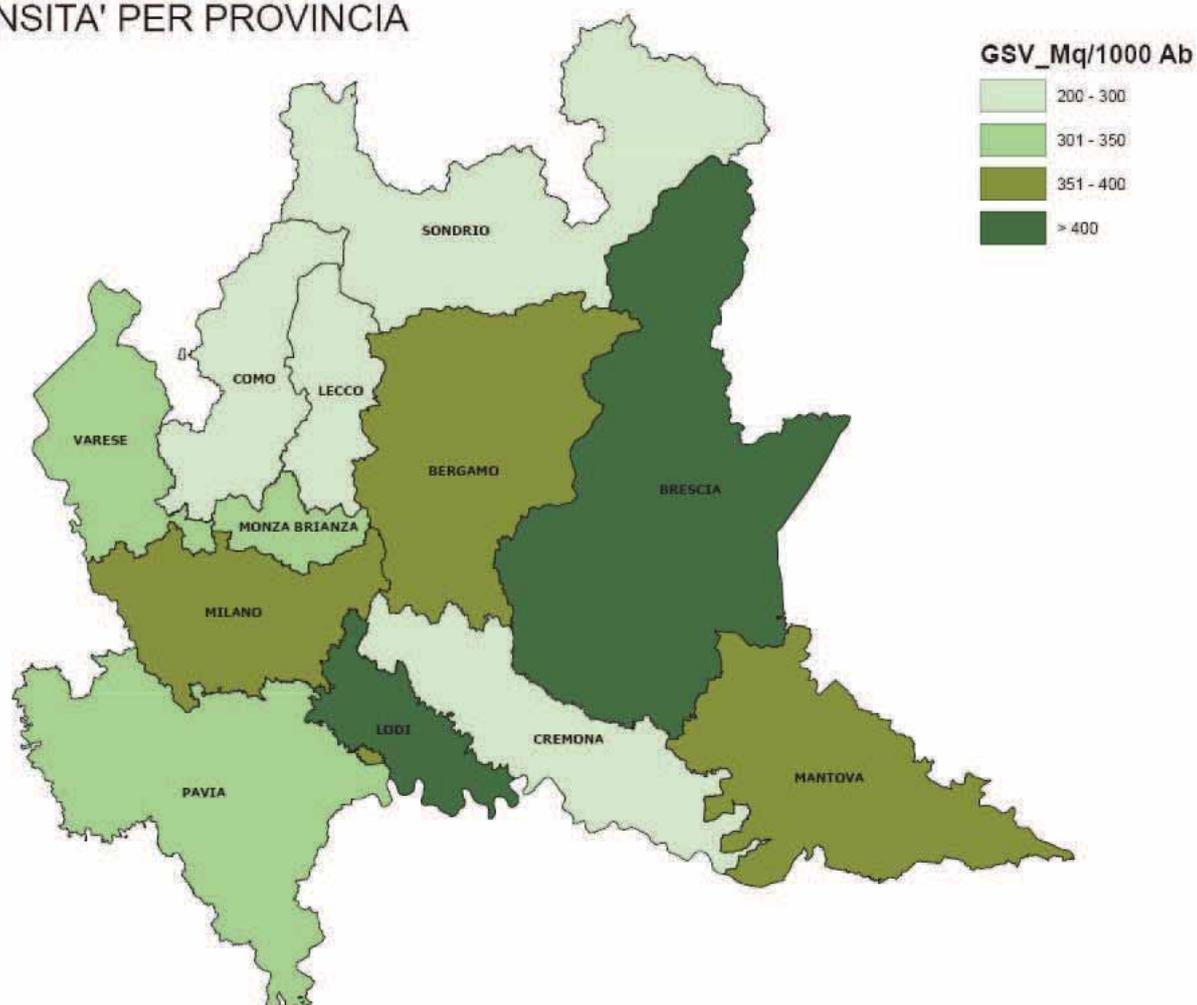
Il dato regionale è di 20.862 abitanti per Grande Struttura. Le provincia più vicina alla media regionale sono quelle di Sondrio, Monza e Brianza e Lecco, tutte con oltre 22.500 abitanti/GS.

La distribuzione delle superfici per 1000 abitanti vede ancora la provincia di Brescia al primo posto con 475,73 mq per 1000 abitanti, segue Lodi che poco si discosta dal precedente valore, poi abbiamo Bergamo e Milano (375,16 mq/1000 ab), tutte comunque al di sopra della media regionale. Appena al di sotto di tale media, che è pari a 363,46 mq per 1000 abitanti, abbiamo Mantova con 361,73 mq per 1000 abitanti e a chiudere l'elenco Sondrio e Lecco (quest'ultima dispone di 243,55 mq di superficie autorizzata ogni 1000 abitanti).

## I NUMERI DEL COMMERCIO

GRANDI STRUTTURE DI VENDITA AUTORIZZATE - DENSITÀ RISPETTO ALLA POPOLAZIONE - NUMERI INDICE SUL VALORE REGIONALE								
Provincia.	Residenti al 01/01/10	Residenti /n° alim	Residenti /n° non alim	Residenti / n°pdv totali	n°pdv totali/ 1.000 residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	11,06%	142,45%	116,33%	121,19%	82,51%	110,00%	108,78%	109,07%
BRESCIA	12,65%	68,57%	75,08%	73,55%	135,96%	126,15%	132,35%	130,88%
COMO	6,00%	61,85%	88,39%	80,81%	123,75%	100,23%	73,17%	79,59%
CREMONA	3,68%	379,52%	123,27%	144,62%	69,15%	72,14%	75,77%	74,91%
LECCO	3,44%	70,84%	126,55%	107,98%	92,61%	101,87%	56,14%	67,00%
LODI	2,30%	236,72%	70,48%	83,27%	120,10%	122,92%	118,36%	119,44%
MONZA BRIANZA	8,56%	97,92%	112,45%	108,91%	91,82%	95,61%	93,48%	93,98%
MILANO	31,78%	130,95%	107,31%	111,72%	89,51%	88,51%	107,79%	103,21%
MANTOVA	4,20%	108,13%	77,26%	82,41%	121,35%	112,25%	95,55%	99,51%
PAVIA	5,54%	95,08%	135,88%	124,22%	80,50%	100,84%	79,51%	84,57%
SONDRIO	1,86%	191,52%	97,75%	109,47%	91,35%	82,57%	63,94%	68,37%
VARESE	8,92%	65,64%	96,57%	87,55%	114,22%	97,73%	84,33%	87,51%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

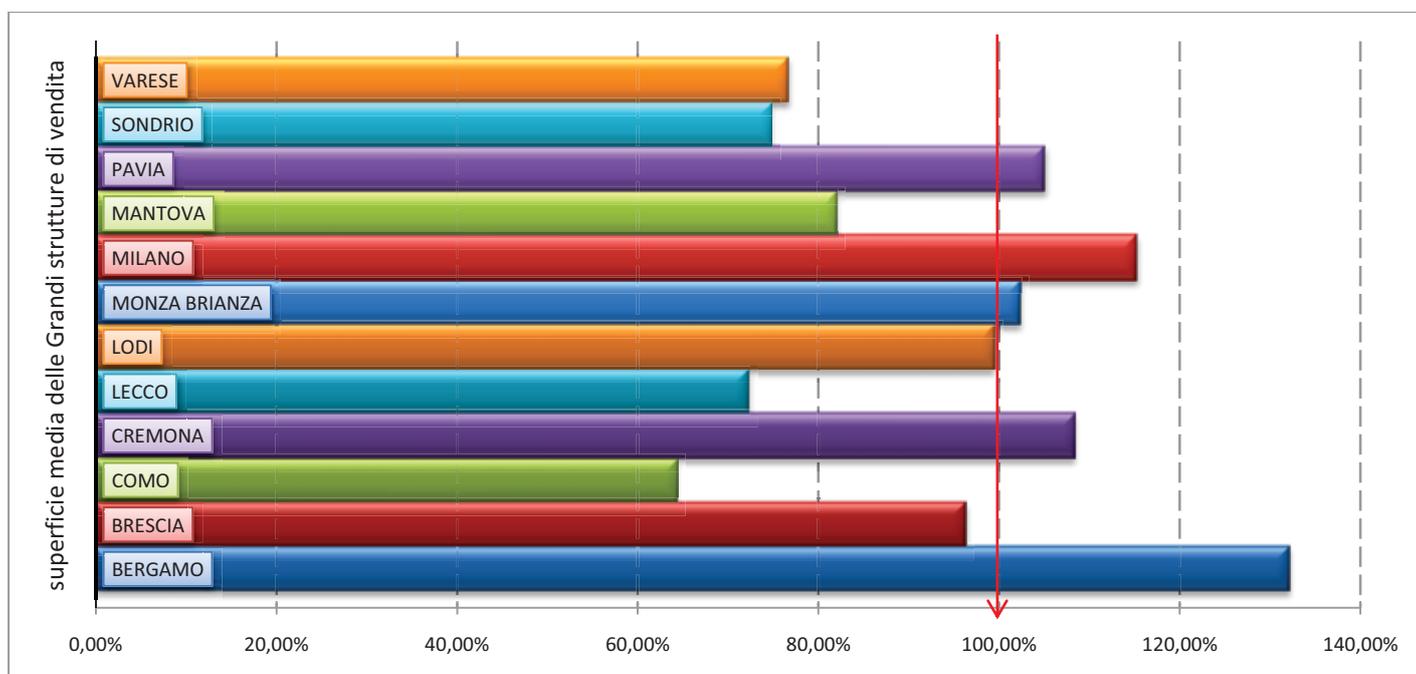
### MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



## I NUMERI DEL COMMERCIO

Per quanto concerne le superfici medie delle Grandi Strutture (ricordiamo che per tali si intendono gli esercizi che superano i 1.500 mq nei comuni con popolazione inferiore ai 10.000 abitanti e 2.500 mq per i comuni oltre i 10.000 abitanti) il valore minimo si ha nella provincia di Como e la maggior dimensione media nella provincia di Bergamo, rispettivamente con 4.877,46 mq e 10.024,19 mq.; il valore medio regionale è di 7.583,30 mq., le province maggiormente in linea con questo valore sono Lodi in difetto (7.542 mq) e Monza e Brianza in eccesso (7.762,46).

GRANDI STRUTTURE – SUPERFICIE MEDIA PER PROVINCIA		
Provincia	Valore Assoluto	Valore Indice Sulla Media Regionale
BERGAMO	10.024,19	132,19%
BRESCIA	7.299,96	96,26%
COMO	4.877,46	64,32%
CREMONA	8.215,67	108,34%
LECCO	5.486,53	72,35%
LODI	7.542,00	99,46%
MONZA BRIANZA	7.762,46	102,36%
MILANO	8.743,99	115,31%
MANTOVA	6.218,79	82,01%
PAVIA	7.967,00	105,06%
SONDRIO	5.675,50	74,84%
VARESE	5.810,17	76,62%
Regione Lombardia	<b>7.583,30</b>	<b>100,00%</b>



## RETE DI VENDITA COMPLESSIVA

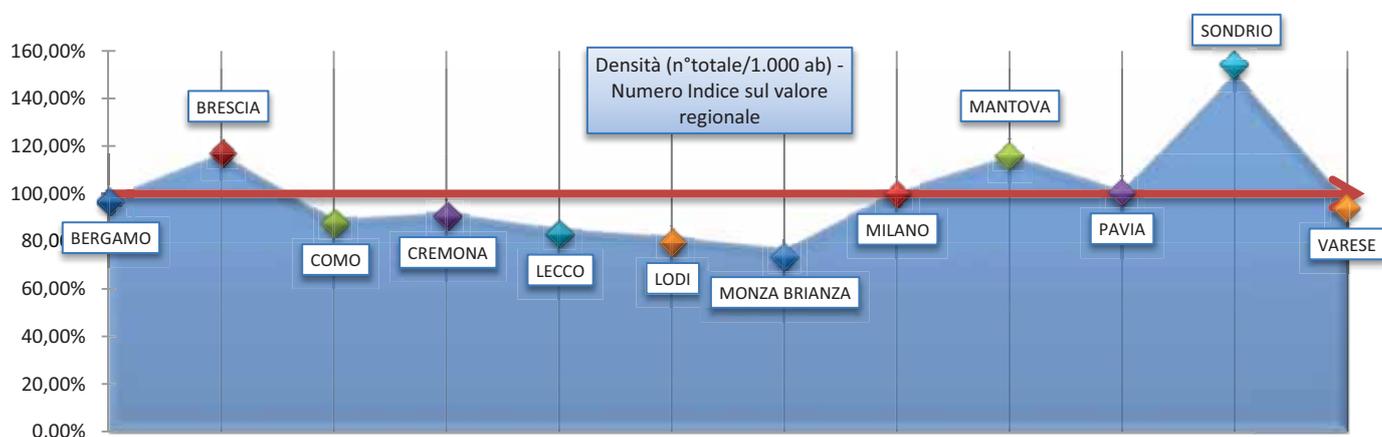
L'analisi dell'offerta complessiva (Vicinato, Medie e Grandi strutture di vendita) per settori, alimentare e non alimentare, assume un certo significato se svolta considerando le superfici più che i punti vendita, principalmente per due motivi:

- i numeri dei punti di vendita sono quantità disomogenee in quanto indicano esercizi di diverso tipo (EV, MS E GS) pertanto non ha molto senso sommarli tra loro;
- per le medie e le grandi strutture di vendita la distinzione tra punto vendita alimentare e punto vendita non alimentare non viene rilasciata come dato dalla Regione (cosa che invece avviene per il vicinato dove il dato viene suddiviso tra punti vendita alimentari, non alimentari e misti) ma è stato elaborato da noi sulla base del settore che occupa la maggior superficie nel punto vendita e solo per avere un dato statistico non certo perché lo stesso corrisponda a situazioni reali ove, come è noto sia le medie che le grandi strutture (e soprattutto le forme unitarie) sono praticamente tutti esercizi non alimentari o a settore misto, raramente sono esclusivamente punti vendita alimentari (i punti vendita dichiarati tali sono 3 grandi strutture su 471 e 251 medie strutture su 8.085 in tutta la regione ed il "dichiarati" è d'obbligo in quanto nemmeno questi corrispondono realmente a punti vendita di soli generi alimentari).

L'analisi sulla superficie complessiva, inoltre, presenta il vantaggio di trattare dati omogenei poichè gli stessi vengono considerati indipendentemente dalla tipologia di esercizio (vicinato , medie e grandi strutture) cosa non possibile se si va a considerare il numero.

PUNTI VENDITA DI COMMERCIO FISSO AL DETTAGLIO PER PROVINCIA

Prov.	NUMERO PDV						Densità (n°totale/ 1.000 residenti)	
	VICINATO	MS	di cui C.C. (MS)	GS	di cui C.C. (GS)	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	12.097	1109	10	43	25	13.249	12,19	98,19%
BRESCIA	16.640	1316	0	81	41	18.037	14,51	116,93%
COMO	6.029	511	3	35	16	6.575	11,14	89,79%
CREMONA	3.824	321	1	12	8	4.157	11,48	92,51%
LECCO	3.369	213	4	15	8	3.597	10,64	85,77%
LODI	2.137	164	0	13	9	2.314	10,25	82,57%
MONZA BRIANZA	7.313	709	3	37	17	8.050	9,59	77,15%
MILANO	37.374	1798	12	134	52	39.317	12,59	101,43%
MANTOVA	5.452	468	3	24	14	5.944	14,41	116,08%
PAVIA	6.400	444	3	21	9	6.865	12,61	101,64%
SONDRIO	3.123	292	0	8	5	3.423	18,73	150,96%
VARESE	9.633	740	10	48	19	10.421	11,89	95,78%
<b>Regione Lombardia</b>	<b>113.393</b>	<b>8085</b>	<b>49</b>	<b>471</b>	<b>223</b>	<b>121.949</b>	<b>12,41</b>	<b>100,00%</b>

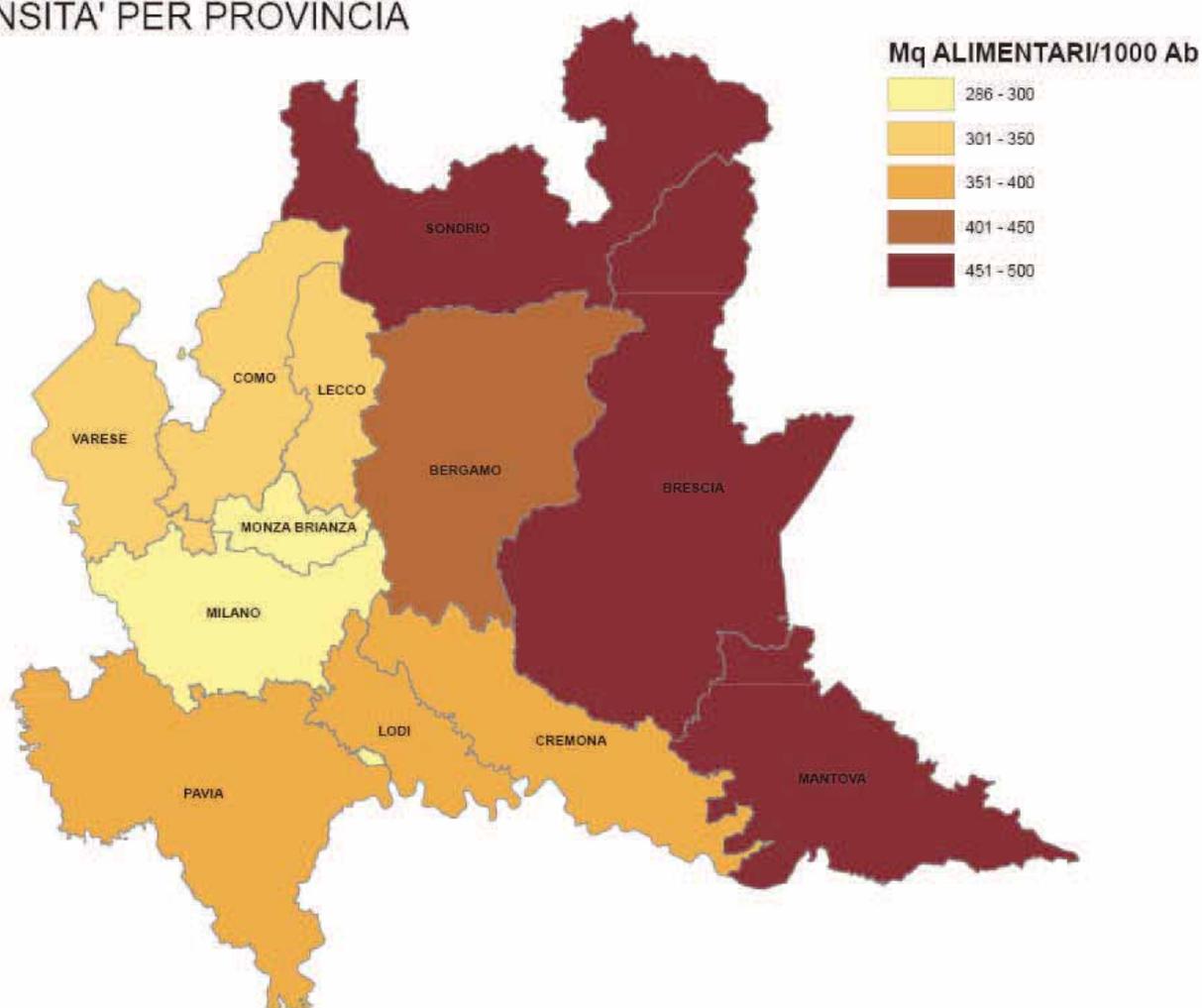


## DOTAZIONE DI SUPERFICIE DI VENDITA AL DETTAGLIO PER PROVINCIA

Prov.	SUPERFICIE ALIMENTARI *				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	189.450	151.146	103.221	443.817	408,22	113,73%
BRESCIA	258.263	206.621	135.340	600.224	482,91	134,54%
COMO	75.064	62.599	51.049	188.712	319,82	89,10%
CREMONA	58.402	55.552	22.546	136.500	377,01	105,04%
LECCO	47.108	33.086	29.713	109.907	325,25	90,62%
LODI	33.515	24.735	23.960	82.210	364,04	101,42%
MONZA BRIANZA	90.445	80.494	69.383	240.322	285,86	79,64%
MILANO	382.515	304.364	238.599	925.478	296,32	82,56%
MANTOVA	65.019	97.720	39.978	202.717	491,31	136,88%
PAVIA	84.862	70.607	47.370	202.839	372,71	103,84%
SONDRIO	49.622	27.987	13.022	90.631	496,04	138,20%
VARESE	108.765	120.866	73.954	303.585	346,28	96,47%
Regione Lombardia	1.443.030	1.235.777	848.135	3.526.942	358,93	100,00%

\* le superfici alimentari del vicinato comprendo anche le superfici rilasciate dalla regione come "miste"

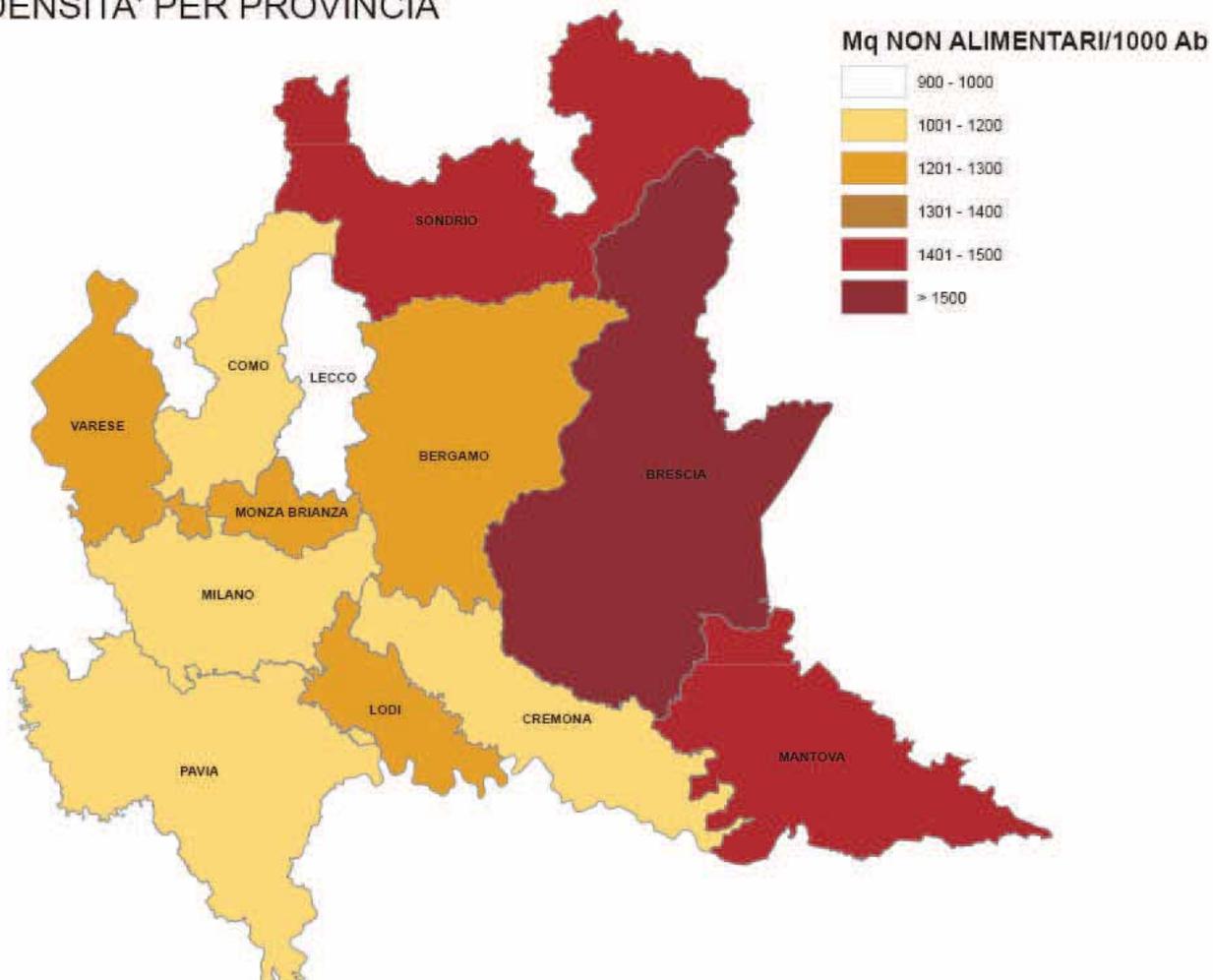
## MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



## I NUMERI DEL COMMERCIO

Prov.	SUPERFICI NON ALIMENTARI				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	593.576	453.187	327.820	1.374.583	1264,33	100,98%
BRESCIA	884.578	593.218	455.957	1.933.753	1555,81	124,26%
COMO	303.675	215.066	119.662	638.403	1081,95	86,41%
CREMONA	167.859	152.578	76.042	396.479	1095,06	87,46%
LECCO	177.578	94.910	52.585	325.073	962,00	76,83%
LODI	124.813	85.277	74.086	284.176	1258,39	100,51%
MONZA BRIANZA	429.733	406.959	217.828	1.054.520	1254,32	100,18%
MILANO	1.824.970	977.968	933.096	3.736.034	1196,22	95,54%
MANTOVA	240.710	242.593	109.273	592.576	1436,18	114,71%
PAVIA	276.141	239.639	119.937	635.717	1168,10	93,29%
SONDRIO	137.980	93.277	32.382	263.639	1442,94	115,25%
VARESE	503.939	359.106	204.934	1.067.979	1218,17	97,29%
Regione Lombardia	5.665.552	3.913.778	2.723.602	12.302.932	1252,06	100,00%

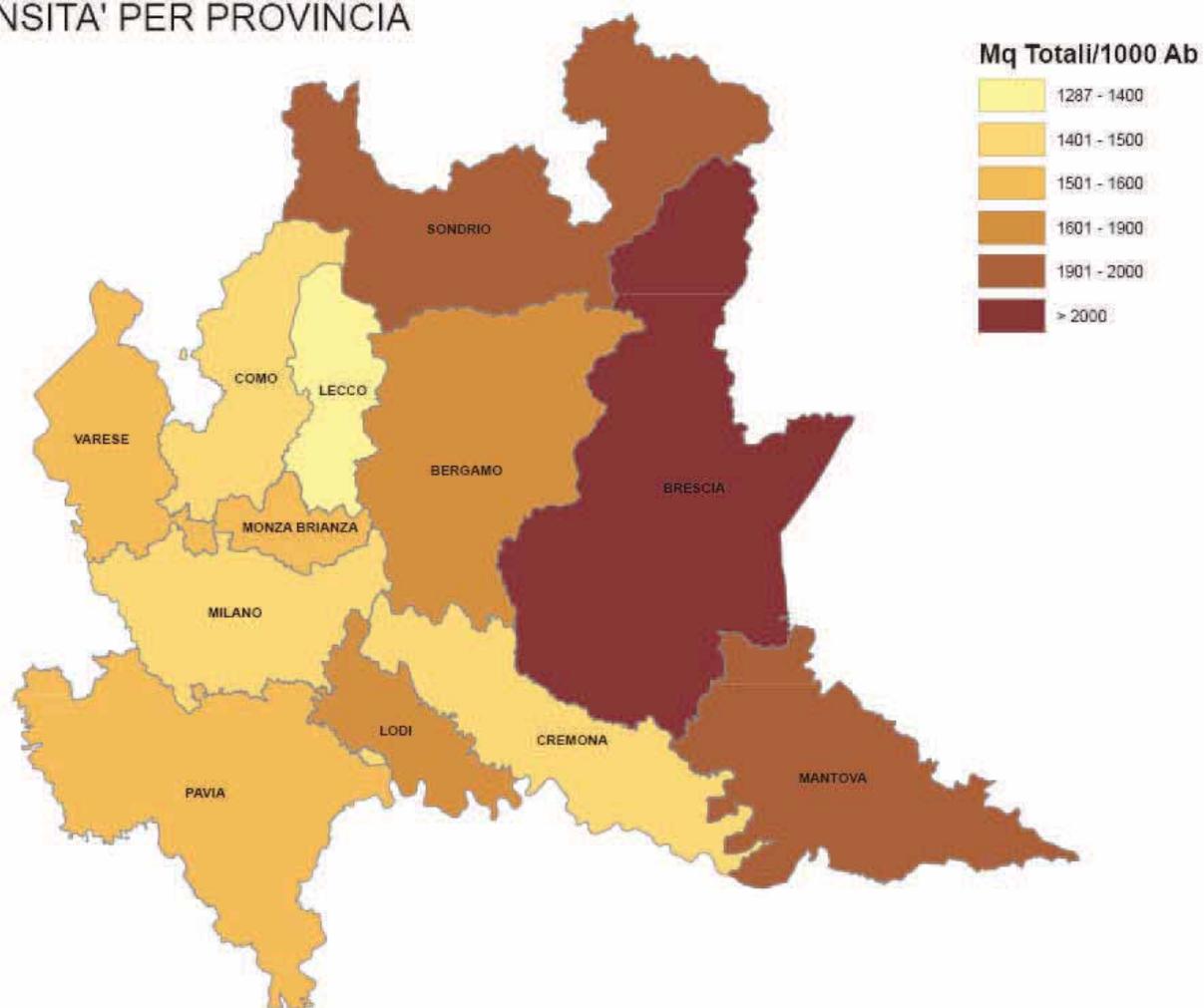
### MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



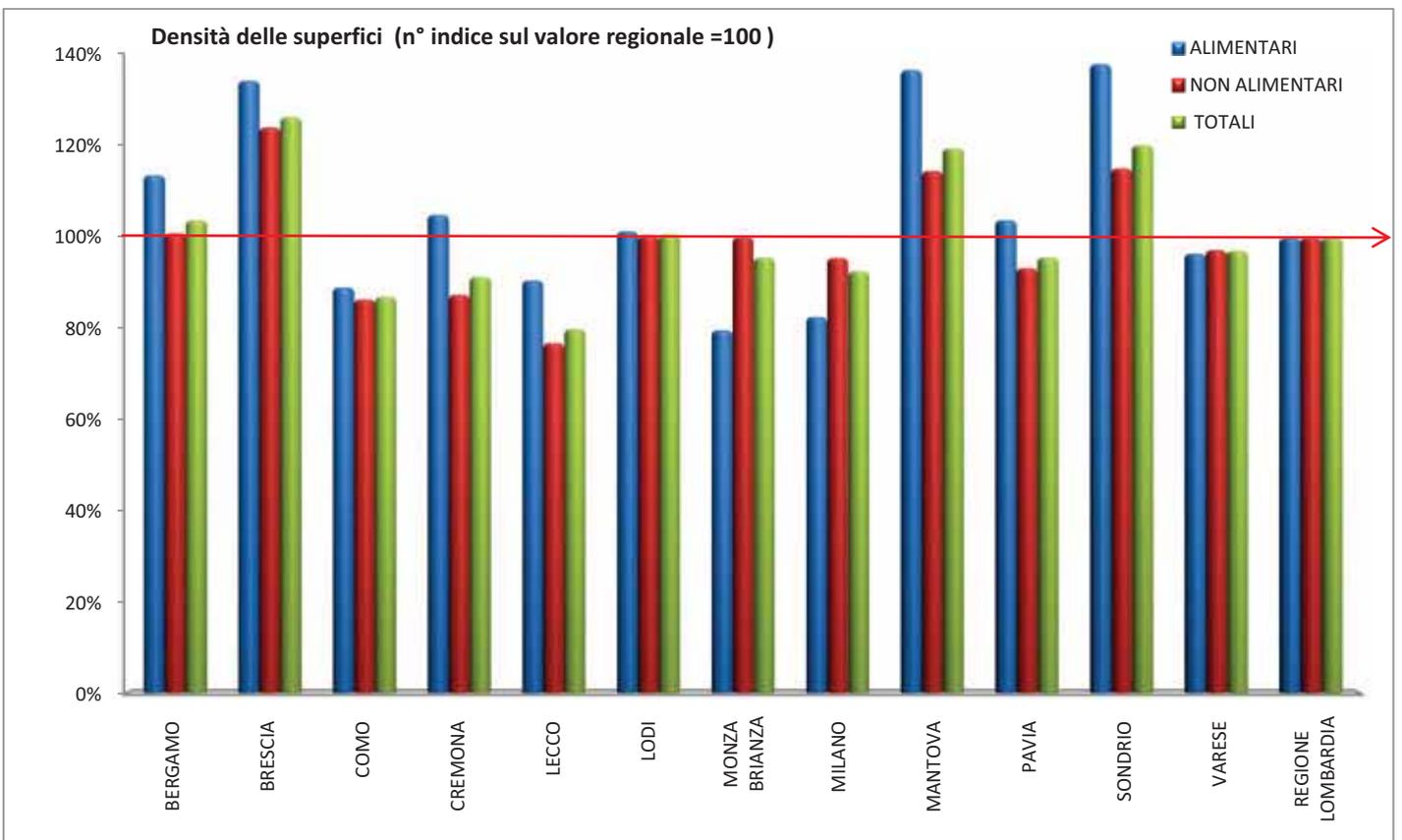
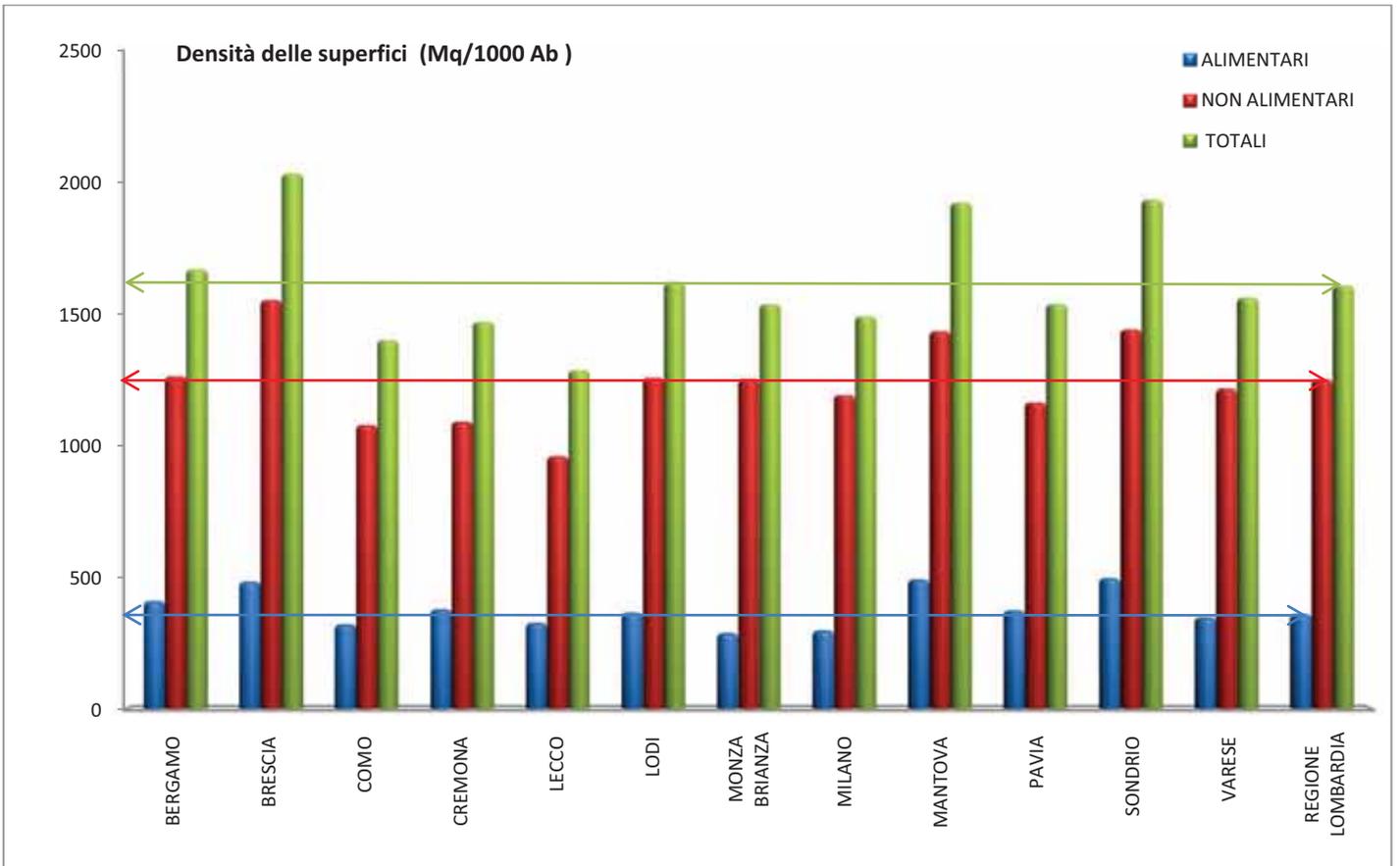
## I NUMERI DEL COMMERCIO

Prov.	SUPERFICI TOTALI				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	783.026	604.333	431.040	1.818.399	1672,55	103,82%
BRESCIA	1.142.841	799.839	591.297	2.533.977	2038,72	126,55%
COMO	378.739	277.665	170.711	827.115	1401,77	87,01%
CREMONA	226.261	208.130	98.588	532.979	1472,07	91,38%
LECCO	224.686	127.996	82.298	434.980	1287,26	79,90%
LODI	158.328	110.012	98.046	366.386	1622,43	100,71%
MONZA BRIANZA	520.178	487.453	287.211	1.294.842	1540,17	95,60%
MILANO	2.207.485	1.282.332	1.171.695	4.661.512	1492,54	92,65%
MANTOVA	305.729	340.313	149.251	795.293	1927,49	119,65%
PAVIA	361.003	310.246	167.307	838.556	1540,81	95,64%
SONDRIO	187.602	121.264	45.404	354.270	1938,98	120,36%
VARESE	612.704	479.972	278.888	1.371.564	1564,45	97,11%
Regione Lombardia	7.108.582	5.149.555	3.571.736	15.829.873	1611,00	100,00%

## MAPPA DENSITA' PER PROVINCIA



I NUMERI DEL COMMERCIO



## SUPERFICI PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE 12 PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

VALORI ASSOLUTI					DENSITA' mq totali/ 1.000 residenti	
BERGAMO	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	189.450	151.146	103.221	443.817	408,22	113,73%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	593.576	453.187	327.820	1.374.583	1264,33	100,98%
SUPERFICI TOTALI	783.026	604.333	431.040	1.818.399	1672,55	103,82%
BRESCIA	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	258.263	206.621	135.340	600.224	482,91	134,54%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	884.578	593.218	455.957	1.933.753	1555,81	124,26%
SUPERFICI TOTALI	1.142.841	799.839	591.297	2.533.977	2038,72	126,55%
COMO	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	75.064	62.599	51.049	188.712	319,82	89,10%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	303.675	215.066	119.662	638.403	1081,95	86,41%
SUPERFICI TOTALI	378.739	277.665	170.711	827.115	1401,77	87,01%
CREMONA	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	58.402	55.552	22.546	136.500	377,01	105,04%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	167.859	152.578	76.042	396.479	1095,06	87,46%
SUPERFICI TOTALI	226.261	208.130	98.588	532.979	1472,07	91,38%
LECCO	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	47.108	33.086	29.713	109.907	325,25	90,62%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	177.578	94.910	52.585	325.073	962,00	76,83%
SUPERFICI TOTALI	224.686	127.996	82.298	434.980	1287,26	79,90%
LODI	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	33.515	24.735	23.960	82.210	364,04	101,42%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	124.813	85.277	74.086	284.176	1258,39	100,51%
SUPERFICI TOTALI	158.328	110.012	98.046	366.386	1622,43	100,71%
MONZA BRIANZA	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	90.445	80.494	69.383	240.322	285,86	79,64%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	429.733	406.959	217.828	1.054.520	1254,32	100,18%
SUPERFICI TOTALI	520.178	487.453	287.211	1.294.842	1540,17	95,60%
MILANO	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	382.515	304.364	238.599	925.478	296,32	82,56%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	1.824.970	977.968	933.096	3.736.034	1196,22	95,54%
SUPERFICI TOTALI	2.207.485	1.282.332	1.171.695	4.661.512	1492,54	92,65%
MANTOVA	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	65.019	97.720	39.978	202.717	491,31	136,88%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	240.710	242.593	109.273	592.576	1436,18	114,71%
SUPERFICI TOTALI	305.729	340.313	149.251	795.293	1927,49	119,65%
PAVIA	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	84.862	70.607	47.370	202.839	372,71	103,84%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	276.141	239.639	119.937	635.717	1168,10	93,29%
SUPERFICI TOTALI	361.003	310.246	167.307	838.556	1540,81	95,64%
SONDRIO	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	49.622	27.987	13.022	90.631	496,04	138,20%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	137.980	93.277	32.382	263.639	1442,94	115,25%
SUPERFICI TOTALI	187.602	121.264	45.404	354.270	1938,98	120,36%
VARESE	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	108.765	120.866	73.954	303.585	346,28	96,47%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	503.939	359.106	204.934	1.067.979	1218,17	97,29%
SUPERFICI TOTALI	612.704	479.972	278.888	1.371.564	1564,45	97,11%
Regione Lombardia	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
SUPERFICI ALIMENTARI	1.443.030	1.235.777	848.135	3.526.942	358,93	100,00%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	5.665.552	3.913.778	2.723.602	12.302.932	1252,06	100,00%
SUPERFICI TOTALI	7.108.582	5.149.555	3.571.736	15.829.873	1611,00	100,00%

## SUPERFICI PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE 12 PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

	PERCENTUALI SUL TOTALE PER SETTORE				PERCENTUALI SUL TOTALE PER TIPOLOGIA			
	VICINAT	MS	GS	TOTALI	VICINAT	MS	GS	TOTALI
<b>BERGAMO</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	42,69%	34,06%	23,26%	100,00%	24,19%	25,01%	23,95%	24,41%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	43,18%	32,97%	23,85%	100,00%	75,81%	74,99%	76,05%	75,59%
SUPERFICI TOTALI	43,06%	33,23%	23,70%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>BRESCIA</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	43,03%	34,42%	22,55%	100,00%	22,60%	25,83%	22,89%	23,69%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	45,74%	30,68%	23,58%	100,00%	77,40%	74,17%	77,11%	76,31%
SUPERFICI TOTALI	45,10%	31,56%	23,33%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>COMO</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	39,78%	33,17%	27,05%	100,00%	19,82%	22,54%	29,90%	22,82%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	47,57%	33,69%	18,74%	100,00%	80,18%	77,46%	70,10%	77,18%
SUPERFICI TOTALI	45,79%	33,57%	20,64%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>CREMONA</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	42,79%	40,70%	16,52%	100,00%	25,81%	26,69%	22,87%	25,61%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	42,34%	38,48%	19,18%	100,00%	74,19%	73,31%	77,13%	74,39%
SUPERFICI TOTALI	42,45%	39,05%	18,50%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>LECCO</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	42,86%	30,10%	27,03%	100,00%	20,97%	25,85%	36,10%	25,27%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	54,63%	29,20%	16,18%	100,00%	79,03%	74,15%	63,90%	74,73%
SUPERFICI TOTALI	51,65%	29,43%	18,92%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>LODI</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	40,77%	30,09%	29,14%	100,00%	21,17%	22,48%	24,44%	22,44%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	43,92%	30,01%	26,07%	100,00%	78,83%	77,52%	75,56%	77,56%
SUPERFICI TOTALI	43,21%	30,03%	26,76%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>MONZA BRIANZA</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	37,63%	33,49%	28,87%	100,00%	17,39%	16,51%	24,16%	18,56%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	40,75%	38,59%	20,66%	100,00%	82,61%	83,49%	75,84%	81,44%
SUPERFICI TOTALI	40,17%	37,65%	22,18%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>MILANO</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	41,33%	32,89%	25,78%	100,00%	17,33%	23,74%	20,36%	19,85%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	48,85%	26,18%	24,98%	100,00%	82,67%	76,26%	79,64%	80,15%
SUPERFICI TOTALI	47,36%	27,51%	25,14%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>MANTOVA</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	32,07%	48,21%	19,72%	100,00%	21,27%	28,71%	26,79%	25,49%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	40,62%	40,94%	18,44%	100,00%	78,73%	71,29%	73,21%	74,51%
SUPERFICI TOTALI	38,44%	42,79%	18,77%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>PAVIA</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	41,84%	34,81%	23,35%	100,00%	23,51%	22,76%	28,31%	24,19%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	43,44%	37,70%	18,87%	100,00%	76,49%	77,24%	71,69%	75,81%
SUPERFICI TOTALI	43,05%	37,00%	19,95%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>SONDRIO</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	54,75%	30,88%	14,37%	100,00%	26,45%	23,08%	28,68%	25,58%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	52,34%	35,38%	12,28%	100,00%	73,55%	76,92%	71,32%	74,42%
SUPERFICI TOTALI	52,95%	34,23%	12,82%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>VARESE</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	35,83%	39,81%	24,36%	100,00%	17,75%	25,18%	26,52%	22,13%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	47,19%	33,62%	19,19%	100,00%	82,25%	74,82%	73,48%	77,87%
SUPERFICI TOTALI	44,67%	34,99%	20,33%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>Regione Lombardia</b>								
SUPERFICI ALIMENTARI	40,91%	35,04%	24,05%	100,00%	20,30%	24,00%	23,75%	22,28%
SUPERFICI NON ALIMENTARI	46,05%	31,81%	22,14%	100,00%	79,70%	76,00%	76,25%	77,72%
SUPERFICI TOTALI	44,91%	32,53%	22,56%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

I NUMERI DEL COMMERCIO

SUPERFICI PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE 12 PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

VALORI ASSOLUTI						
Prov.	SUPERFICI ALIMENTARI				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	189.450	151.146	103.221	443.817	408,22	113,73%
BRESCIA	258.263	206.621	135.340	600.224	482,91	134,54%
COMO	75.064	62.599	51.049	188.712	319,82	89,10%
CREMONA	58.402	55.552	22.546	136.500	377,01	105,04%
LECCO	47.108	33.086	29.713	109.907	325,25	90,62%
LODI	33.515	24.735	23.960	82.210	364,04	101,42%
MONZA BR	90.445	80.494	69.383	240.322	285,86	79,64%
MILANO	382.515	304.364	238.599	925.478	296,32	82,56%
MANTOVA	65.019	97.720	39.978	202.717	491,31	136,88%
PAVIA	84.862	70.607	47.370	202.839	372,71	103,84%
SONDRIO	49.622	27.987	13.022	90.631	496,04	138,20%
VARESE	108.765	120.866	73.954	303.585	346,28	96,47%
Regione Lo	1.443.030	1.235.777	848.135	3.526.942	358,93	100,00%

Prov.	SUPERFICI NON ALIMENTARI				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	593.576	453.187	327.820	1.374.583	1264,33	100,98%
BRESCIA	884.578	593.218	455.957	1.933.753	1555,81	124,26%
COMO	303.675	215.066	119.662	638.403	1081,95	86,41%
CREMONA	167.859	152.578	76.042	396.479	1095,06	87,46%
LECCO	177.578	94.910	52.585	325.073	962,00	76,83%
LODI	124.813	85.277	74.086	284.176	1258,39	100,51%
MONZA BR	429.733	406.959	217.828	1.054.520	1254,32	100,18%
MILANO	1.824.970	977.968	933.096	3.736.034	1196,22	95,54%
MANTOVA	240.710	242.593	109.273	592.576	1436,18	114,71%
PAVIA	276.141	239.639	119.937	635.717	1168,10	93,29%
SONDRIO	137.980	93.277	32.382	263.639	1442,94	115,25%
VARESE	503.939	359.106	204.934	1.067.979	1218,17	97,29%
Regione Lo	5.665.552	3.913.778	2.723.602	12.302.932	1252,06	100,00%

Prov.	SUPERFICI TOTALI				mq totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	783.026	604.333	431.040	1.818.399	1672,55	103,82%
BRESCIA	1.142.841	799.839	591.297	2.533.977	2038,72	126,55%
COMO	378.739	277.665	170.711	827.115	1401,77	87,01%
CREMONA	226.261	208.130	98.588	532.979	1472,07	91,38%
LECCO	224.686	127.996	82.298	434.980	1287,26	79,90%
LODI	158.328	110.012	98.046	366.386	1622,43	100,71%
MONZA BR	520.178	487.453	287.211	1.294.842	1540,17	95,60%
MILANO	2.207.485	1.282.332	1.171.695	4.661.512	1492,54	92,65%
MANTOVA	305.729	340.313	149.251	795.293	1927,49	119,65%
PAVIA	361.003	310.246	167.307	838.556	1540,81	95,64%
SONDRIO	187.602	121.264	45.404	354.270	1938,98	120,36%
VARESE	612.704	479.972	278.888	1.371.564	1564,45	97,11%
Regione Lo	7.108.582	5.149.555	3.571.736	15.829.873	1611,00	100,00%

## SUPERFICI PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE 12 PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

PERCENTUALI PER TIPOLOGIA SUL TOTALE REGIONALE				
Prov.	SUPERFICI ALIMENTARI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	13,13%	12,23%	12,17%	12,58%
BRESCIA	17,90%	16,72%	15,96%	17,02%
COMO	5,20%	5,07%	6,02%	5,35%
CREMONA	4,05%	4,50%	2,66%	3,87%
LECCO	3,26%	2,68%	3,50%	3,12%
LODI	2,32%	2,00%	2,83%	2,33%
MONZA BRIANZA	6,27%	6,51%	8,18%	6,81%
MILANO	26,51%	24,63%	28,13%	26,24%
MANTOVA	4,51%	7,91%	4,71%	5,75%
PAVIA	5,88%	5,71%	5,59%	5,75%
SONDRIO	3,44%	2,26%	1,54%	2,57%
VARESE	7,54%	9,78%	8,72%	8,61%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

PERCENTUALI PER TIPOLOGIA SUL TOTALE PROVINCIALE			
SUPERFICI ALIMENTARI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
42,69%	34,06%	23,26%	100,00%
43,03%	34,42%	22,55%	100,00%
39,78%	33,17%	27,05%	100,00%
42,79%	40,70%	16,52%	100,00%
42,86%	30,10%	27,03%	100,00%
40,77%	30,09%	29,14%	100,00%
37,63%	33,49%	28,87%	100,00%
41,33%	32,89%	25,78%	100,00%
32,07%	48,21%	19,72%	100,00%
41,84%	34,81%	23,35%	100,00%
54,75%	30,88%	14,37%	100,00%
35,83%	39,81%	24,36%	100,00%
40,91%	35,04%	24,05%	100,00%

Prov.	SUPERFICI NON ALIMENTARI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	10,48%	11,58%	12,04%	11,17%
BRESCIA	15,61%	15,16%	16,74%	15,72%
COMO	5,36%	5,50%	4,39%	5,19%
CREMONA	2,96%	3,90%	2,79%	3,22%
LECCO	3,13%	2,43%	1,93%	2,64%
LODI	2,20%	2,18%	2,72%	2,31%
MONZA BRIANZA	7,59%	10,40%	8,00%	8,57%
MILANO	32,21%	24,99%	34,26%	30,37%
MANTOVA	4,25%	6,20%	4,01%	4,82%
PAVIA	4,87%	6,12%	4,40%	5,17%
SONDRIO	2,44%	2,38%	1,19%	2,14%
VARESE	8,89%	9,18%	7,52%	8,68%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

SUPERFICI NON ALIMENTARI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
43,18%	32,97%	23,85%	100,00%
45,74%	30,68%	23,58%	100,00%
47,57%	33,69%	18,74%	100,00%
42,34%	38,48%	19,18%	100,00%
54,63%	29,20%	16,18%	100,00%
43,92%	30,01%	26,07%	100,00%
40,75%	38,59%	20,66%	100,00%
48,85%	26,18%	24,98%	100,00%
40,62%	40,94%	18,44%	100,00%
43,44%	37,70%	18,87%	100,00%
52,34%	35,38%	12,28%	100,00%
47,19%	33,62%	19,19%	100,00%
46,05%	31,81%	22,14%	100,00%

Prov.	SUPERFICI TOTALI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	11,02%	11,74%	12,07%	11,49%
BRESCIA	16,08%	15,53%	16,55%	16,01%
COMO	5,33%	5,39%	4,78%	5,23%
CREMONA	3,18%	4,04%	2,76%	3,37%
LECCO	3,16%	2,49%	2,30%	2,75%
LODI	2,23%	2,14%	2,75%	2,31%
MONZA BRIANZA	7,32%	9,47%	8,04%	8,18%
MILANO	31,05%	24,90%	32,80%	29,45%
MANTOVA	4,30%	6,61%	4,18%	5,02%
PAVIA	5,08%	6,02%	4,68%	5,30%
SONDRIO	2,64%	2,35%	1,27%	2,24%
VARESE	8,62%	9,32%	7,81%	8,66%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

SUPERFICI TOTALI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
43,06%	33,23%	23,70%	100,00%
45,10%	31,56%	23,33%	100,00%
45,79%	33,57%	20,64%	100,00%
42,45%	39,05%	18,50%	100,00%
51,65%	29,43%	18,92%	100,00%
43,21%	30,03%	26,76%	100,00%
40,17%	37,65%	22,18%	100,00%
47,36%	27,51%	25,14%	100,00%
38,44%	42,79%	18,77%	100,00%
43,05%	37,00%	19,95%	100,00%
52,95%	34,23%	12,82%	100,00%
44,67%	34,99%	20,33%	100,00%
44,91%	32,53%	22,56%	100,00%

I NUMERI DEL COMMERCIO

PUNTI VENDITA PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

VALORI ASSOLUTI						
Prov.	N° PDV ALIMENTARI				PDV totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	3.348	296	8	3.652	3,36	109,38%
BRESCIA	4.394	373	19	4.786	3,85	125,39%
COMO	1.439	120	10	1.569	2,66	86,59%
CREMONA	1.106	81	1	1.188	3,28	106,85%
LECCO	828	63	5	896	2,65	86,34%
LODI	535	45	1	581	2,57	83,78%
MONZA BRIANZA	1.515	146	9	1.670	1,99	64,68%
MILANO	8.275	522	25	8.822	2,82	91,98%
MANTOVA	1.335	144	4	1.483	3,59	117,04%
PAVIA	1.853	129	6	1.988	3,65	118,95%
SONDRIO	902	73	1	976	5,34	173,94%
VARESE	2.333	218	14	2.565	2,93	95,27%
Regione Lombardia	<b>27.863</b>	<b>2.210</b>	<b>103</b>	<b>30.176</b>	<b>3,07</b>	<b>100,00%</b>

Prov.	N° PDV NON ALIMENTARI				PDV totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	8.749	813	35	9.597	8,83	94,51%
BRESCIA	12.246	943	62	13.251	10,66	114,15%
COMO	4.590	391	25	5.006	8,48	90,84%
CREMONA	2.718	240	11	2.969	8,20	87,80%
LECCO	2.541	150	10	2.701	7,99	85,58%
LODI	1.602	119	12	1.733	7,67	82,17%
MONZA BRIANZA	5.789	563	28	6.380	7,59	81,25%
MILANO	29.110	1.276	109	30.495	9,76	104,54%
MANTOVA	4.117	324	20	4.461	10,81	115,76%
PAVIA	4.547	315	15	4.877	8,96	95,95%
SONDRIO	2.221	219	7	2.447	13,39	143,40%
VARESE	7.300	522	34	7.856	8,96	95,94%
Regione Lombardia	<b>85.530</b>	<b>5.875</b>	<b>368</b>	<b>91.773</b>	<b>9,34</b>	<b>100,00%</b>

Prov.	N° PDV TOTALI				PDV totali/ 1.000 residenti	
	VICINATO	MS	GS	TOTALI	valore assoluto	Numero Indice sul valore regionale
BERGAMO	12.097	1.109	43	13.249	12,19	98,19%
BRESCIA	16.640	1.316	81	18.037	14,51	116,93%
COMO	6.029	511	35	6.575	11,14	89,79%
CREMONA	3.824	321	12	4.157	11,48	92,51%
LECCO	3.369	213	15	3.597	10,64	85,77%
LODI	2.137	164	13	2.314	10,25	82,57%
MONZA BRIANZA	7.304	709	37	8.050	9,58	77,15%
MILANO	37.385	1.798	134	39.317	12,59	101,43%
MANTOVA	5.452	468	24	5.944	14,41	116,08%
PAVIA	6.400	444	21	6.865	12,61	101,64%
SONDRIO	3.123	292	8	3.423	18,73	150,96%
VARESE	9.633	740	48	10.421	11,89	95,78%
Regione Lombardia	<b>113.393</b>	<b>8.085</b>	<b>471</b>	<b>121.949</b>	<b>12,41</b>	<b>100,00%</b>

## PUNTI VENDITA PER SETTORE E TIPOLOGIA DI COMMERCIO FISSO NELLE PROVINCE LOMBARDE E TOTALE REGIONALE

PERCENTUALI PER TIPOLOGIA SUL TOTALE REGIONALE				
Prov.	N° PDV ALIMENTARI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	12,02%	13,39%	7,77%	12,10%
BRESCIA	15,77%	16,88%	18,45%	15,86%
COMO	5,16%	5,43%	9,71%	5,20%
CREMONA	3,97%	3,67%	0,97%	3,94%
LECCO	2,97%	2,85%	4,85%	2,97%
LODI	1,92%	2,04%	0,97%	1,93%
MONZA BRIANZA	5,44%	6,61%	8,74%	5,53%
MILANO	29,70%	23,62%	24,27%	29,24%
MANTOVA	4,79%	6,52%	3,88%	4,91%
PAVIA	6,65%	5,84%	5,83%	6,59%
SONDRIO	3,24%	3,30%	0,97%	3,23%
VARESE	8,37%	9,86%	13,59%	8,50%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

PERCENTUALI PER TIPOLOGIA SUL TOTALE PROVINCIALE			
N° PDV ALIMENTARI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
91,68%	8,11%	0,22%	100,00%
91,81%	7,79%	0,40%	100,00%
91,71%	7,65%	0,64%	100,00%
93,10%	6,82%	0,08%	100,00%
92,41%	7,03%	0,56%	100,00%
92,08%	7,75%	0,17%	100,00%
90,72%	8,74%	0,54%	100,00%
93,80%	5,92%	0,28%	100,00%
90,02%	9,71%	0,27%	100,00%
93,21%	6,49%	0,30%	100,00%
92,42%	7,48%	0,10%	100,00%
90,96%	8,50%	0,55%	100,00%
92,33%	7,32%	0,34%	100,00%

Prov.	N° PDV NON ALIMENTARI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	10,23%	13,84%	9,51%	10,46%
BRESCIA	14,32%	16,05%	16,85%	14,44%
COMO	5,37%	6,66%	6,79%	5,45%
CREMONA	3,18%	4,09%	2,99%	3,24%
LECCO	2,97%	2,55%	2,72%	2,94%
LODI	1,87%	2,03%	3,26%	1,89%
MONZA BRIANZA	6,77%	9,58%	7,61%	6,95%
MILANO	34,03%	21,72%	29,62%	33,23%
MANTOVA	4,81%	5,51%	5,43%	4,86%
PAVIA	5,32%	5,36%	4,08%	5,31%
SONDRIO	2,60%	3,73%	1,90%	2,67%
VARESE	8,54%	8,89%	9,24%	8,56%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

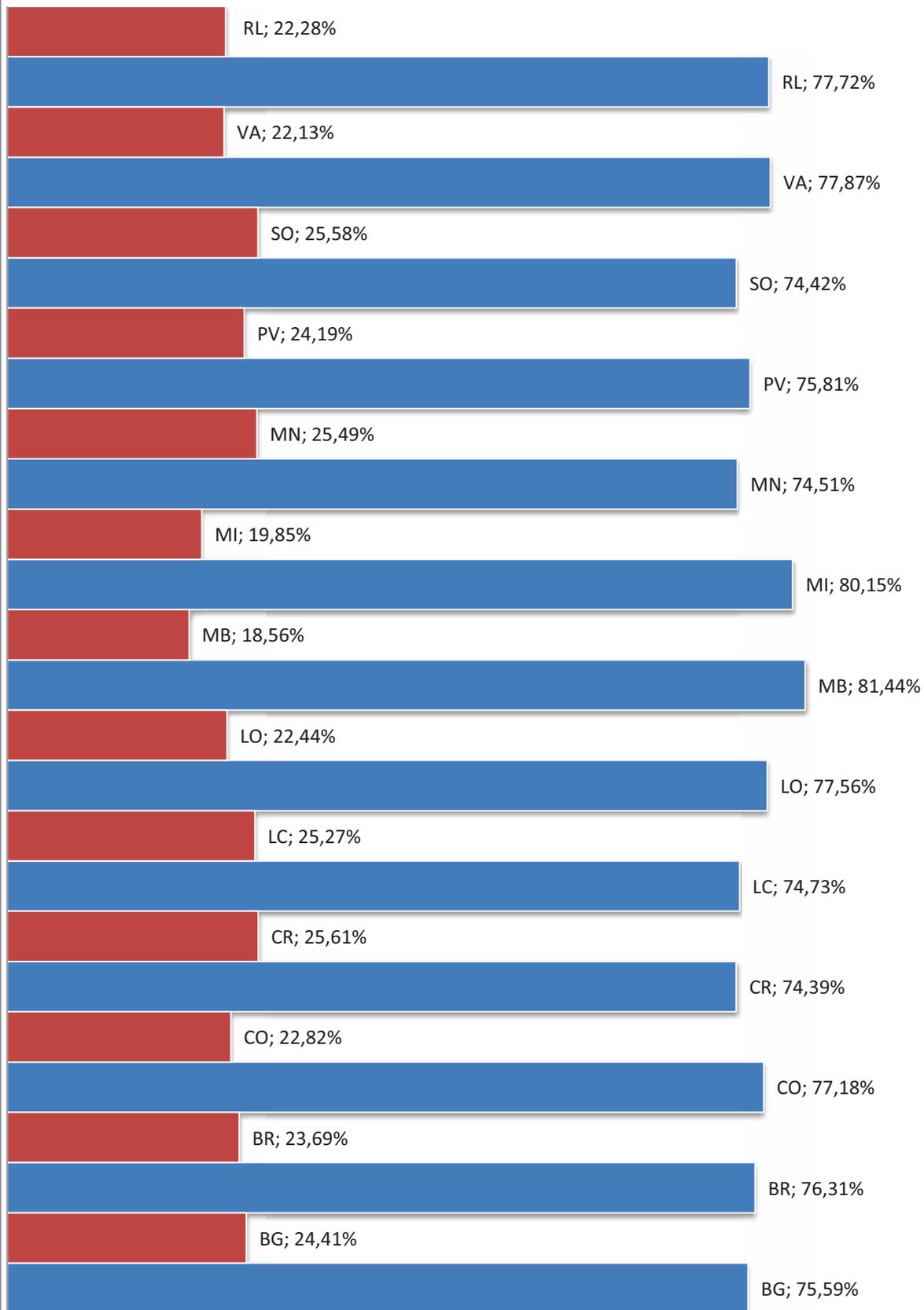
N° PDV NON ALIMENTARI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
91,16%	8,47%	0,36%	100,00%
92,42%	7,12%	0,47%	100,00%
91,69%	7,81%	0,50%	100,00%
91,55%	8,08%	0,37%	100,00%
94,08%	5,55%	0,37%	100,00%
92,44%	6,87%	0,69%	100,00%
90,74%	8,82%	0,44%	100,00%
95,46%	4,18%	0,36%	100,00%
92,29%	7,26%	0,45%	100,00%
93,23%	6,46%	0,31%	100,00%
90,76%	8,95%	0,29%	100,00%
92,92%	6,64%	0,43%	100,00%
93,20%	6,40%	0,40%	100,00%

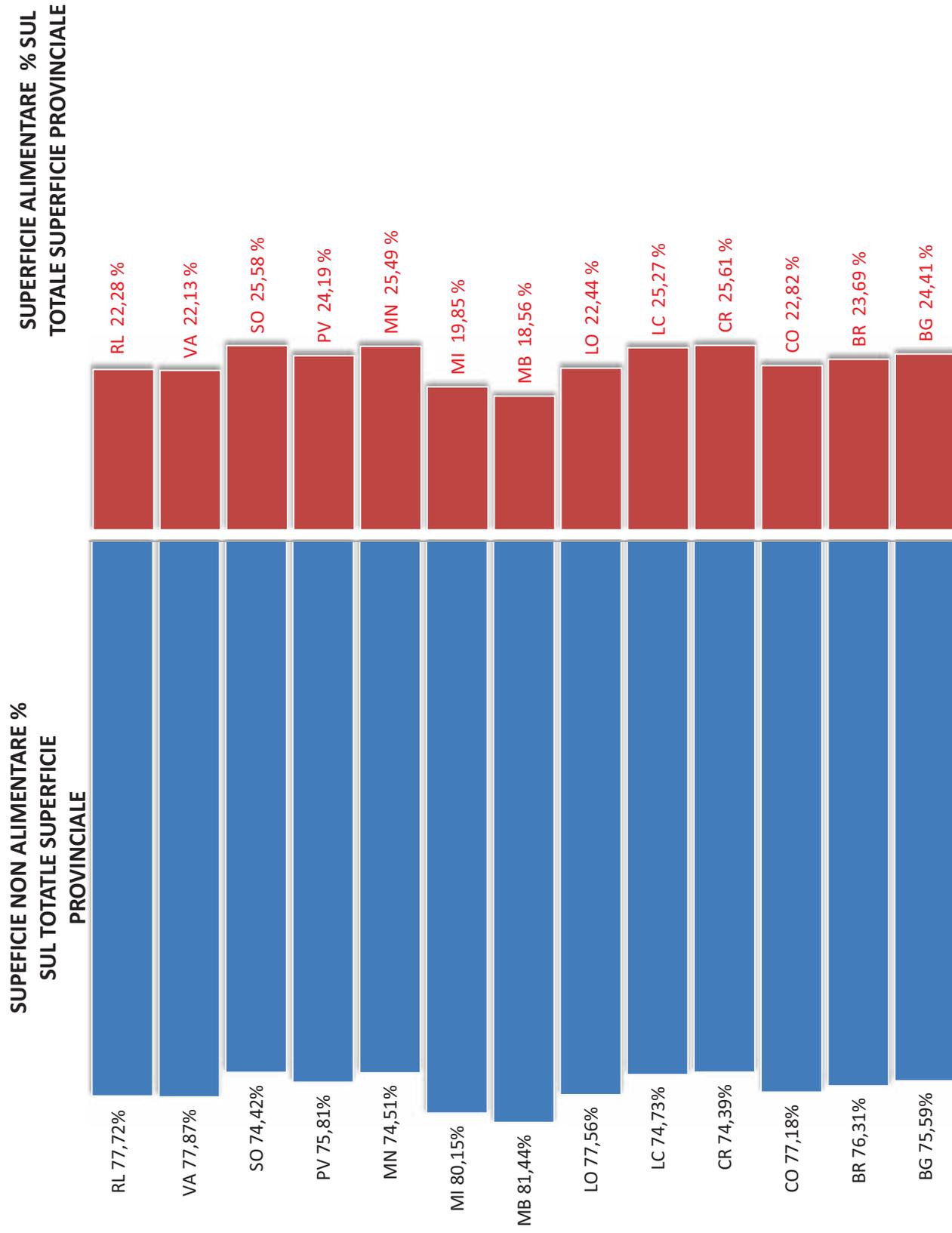
Prov.	N° PDV TOTALI			
	VICINATO	MS	GS	TOTALI
BERGAMO	10,67%	13,72%	9,13%	10,86%
BRESCIA	14,67%	16,28%	17,20%	14,79%
COMO	5,32%	6,32%	7,43%	5,39%
CREMONA	3,37%	3,97%	2,55%	3,41%
LECCO	2,97%	2,63%	3,18%	2,95%
LODI	1,88%	2,03%	2,76%	1,90%
MONZA BRIANZA	6,44%	8,77%	7,86%	6,60%
MILANO	32,97%	22,24%	28,45%	32,24%
MANTOVA	4,81%	5,79%	5,10%	4,87%
PAVIA	5,64%	5,49%	4,46%	5,63%
SONDRIO	2,75%	3,61%	1,70%	2,81%
VARESE	8,50%	9,15%	10,19%	8,55%
Regione Lombardia	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

N° PDV TOTALI			
VICINATO	MS	GS	TOTALI
91,31%	8,37%	0,32%	100,00%
92,25%	7,30%	0,45%	100,00%
91,70%	7,77%	0,53%	100,00%
91,99%	7,72%	0,29%	100,00%
93,66%	5,92%	0,42%	100,00%
92,35%	7,09%	0,56%	100,00%
90,73%	8,81%	0,46%	100,00%
95,09%	4,57%	0,34%	100,00%
91,72%	7,87%	0,40%	100,00%
93,23%	6,47%	0,31%	100,00%
91,24%	8,53%	0,23%	100,00%
92,44%	7,10%	0,46%	100,00%
92,98%	6,63%	0,39%	100,00%

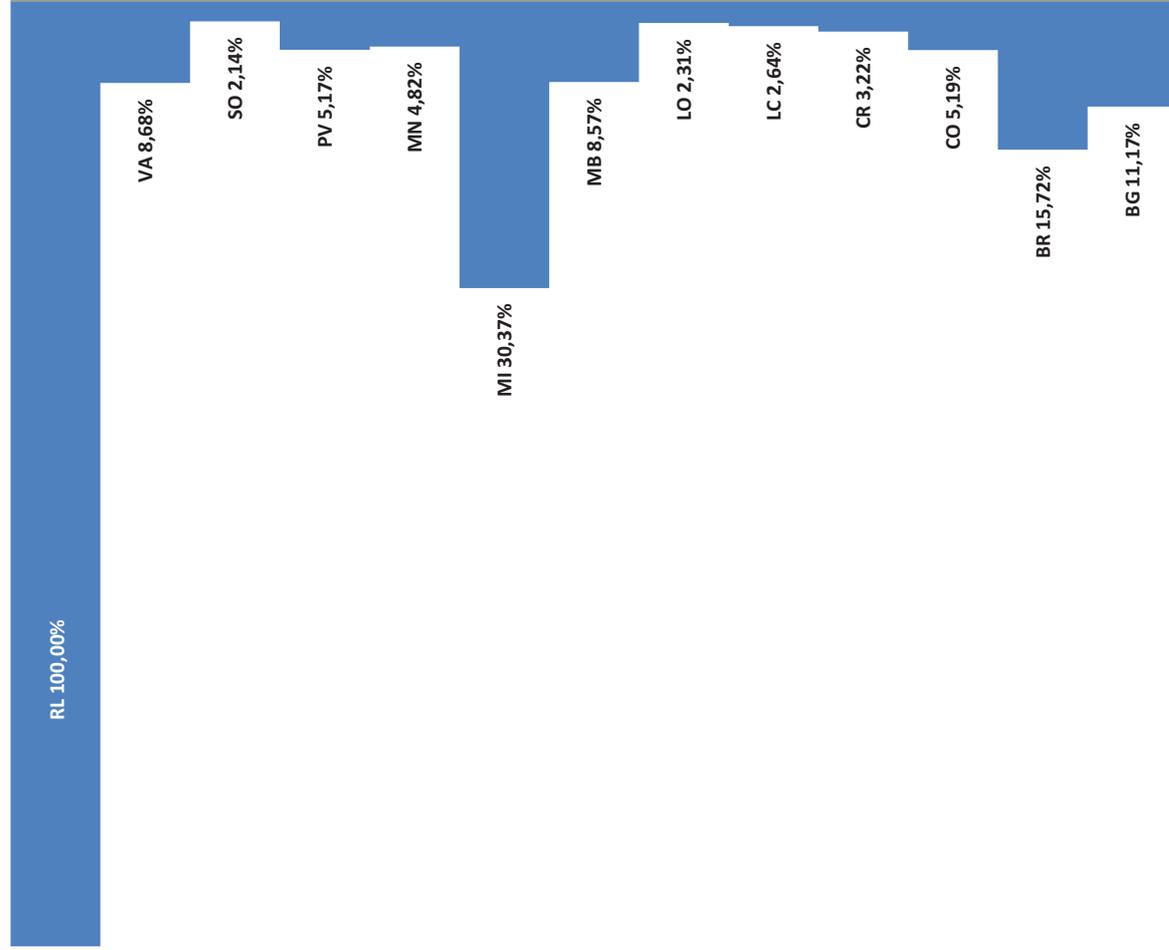
**SUPERFICIE ALIMENTARE E NON ALIMENTARE % SUL TOTALE SUPERFICIE PROVINCIALE**

■ SUPERFICI ALIMENTARI ■ SUPERFICI NON ALIMENTARI

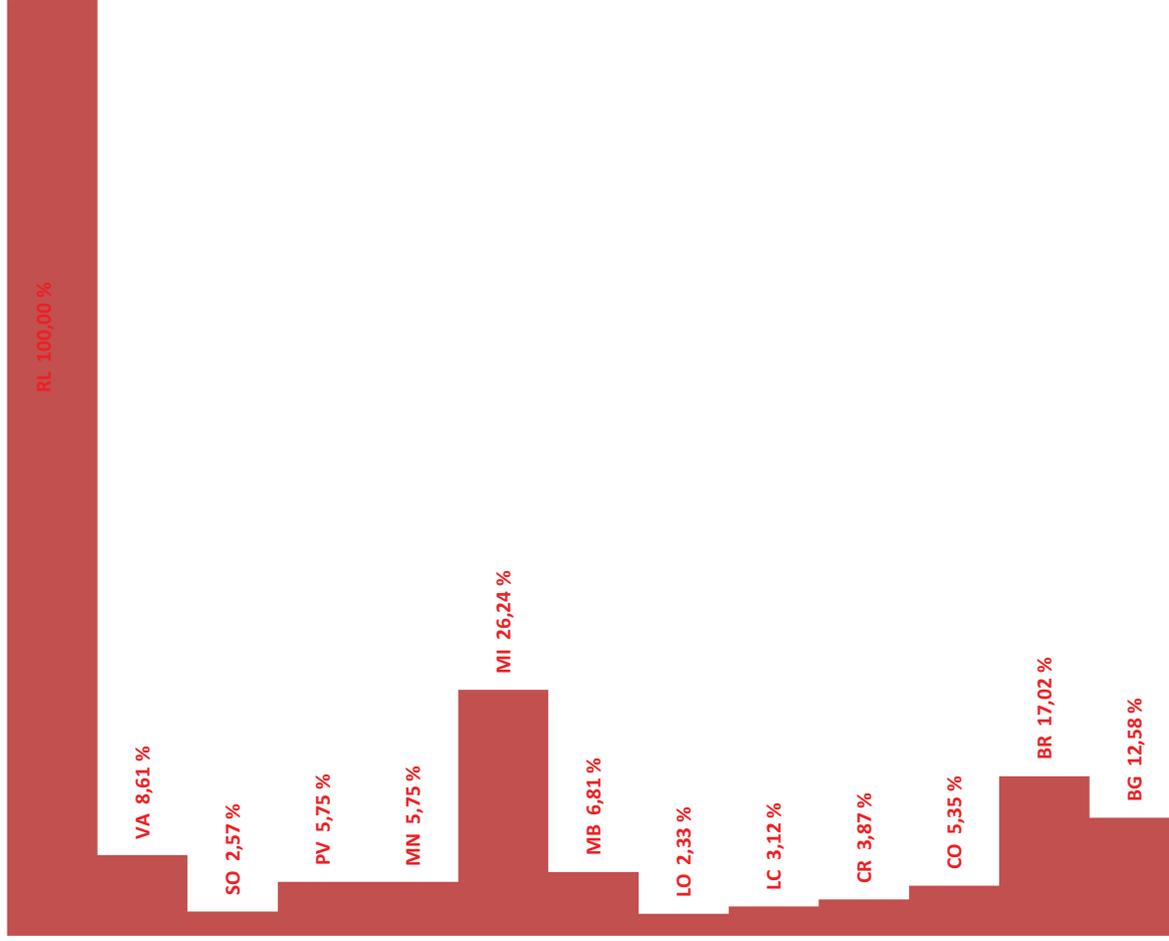




**SUPERFICIE NON ALIMENTARE PER  
PROVINCIA % SUL TOTALE REGIONALE**

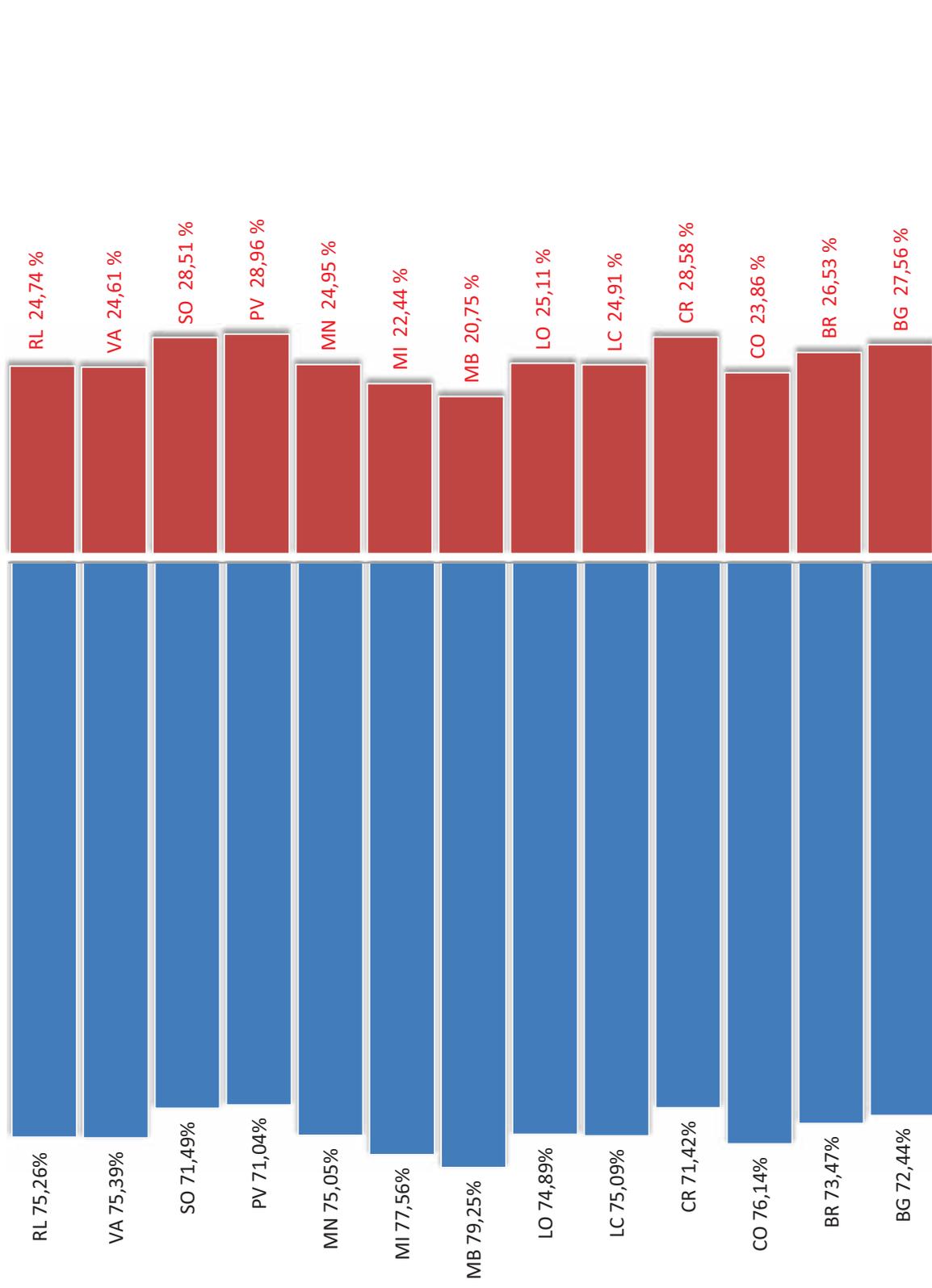


**SUPERFICIE ALIMENTARE PER PROVINCIA  
% SUL TOTALE REGIONALE**



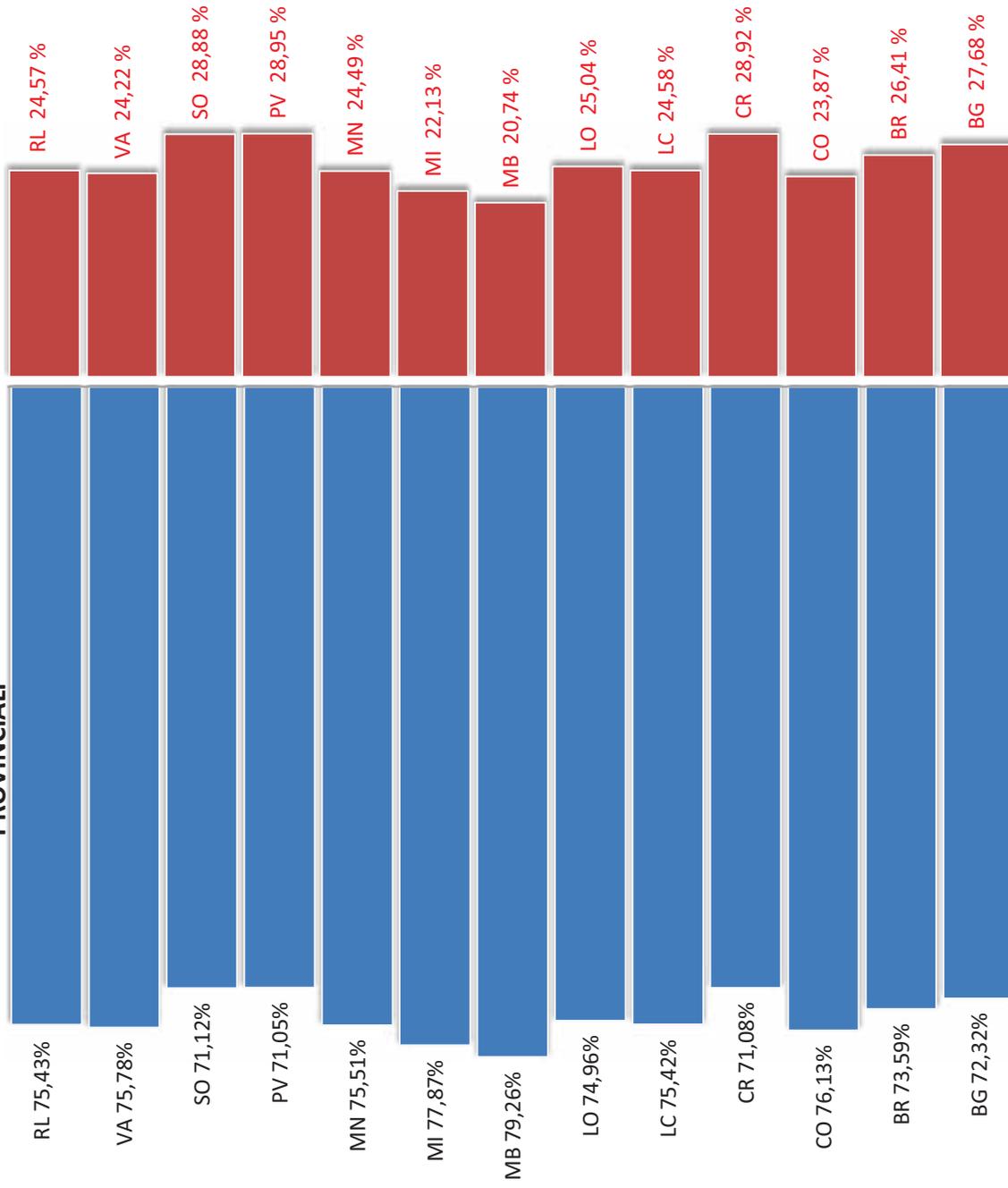
**PUNTI VENDITA NON ALIMENTARI  
% SUL TOTALE PDV PROVINCIALI**

**PUNTI VENDITA ALIMENTARI %  
SUL TOTALE PDV PROVINCIALI**



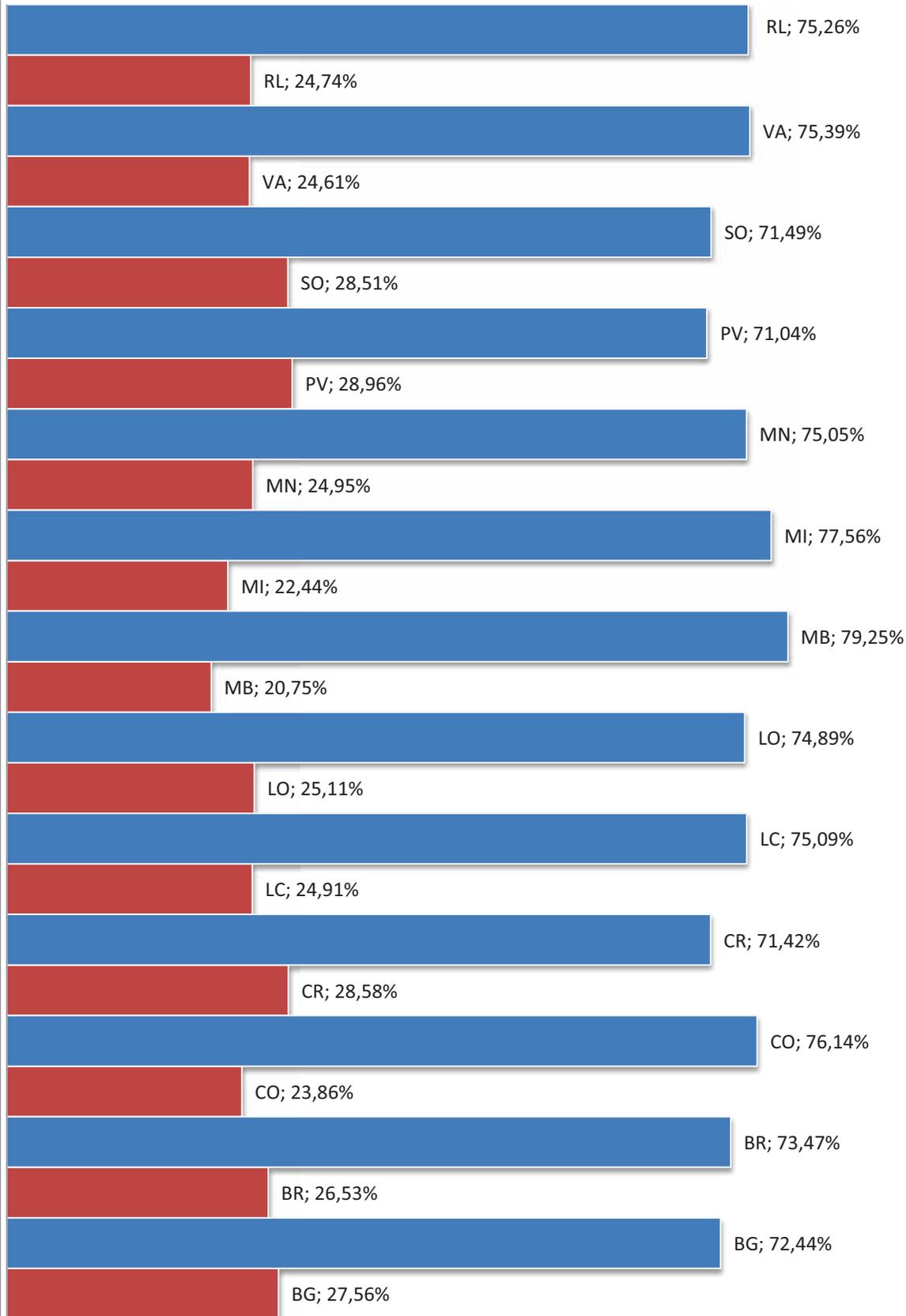
**NEGOZI DI VICINATO NON  
ALIMENTARI % SUL TOTALE EV  
PROVINCIALI**

**NEGOZI DI VICINATO ALIMENTARI  
% SUL TOTALE EV PROVINCIALI**

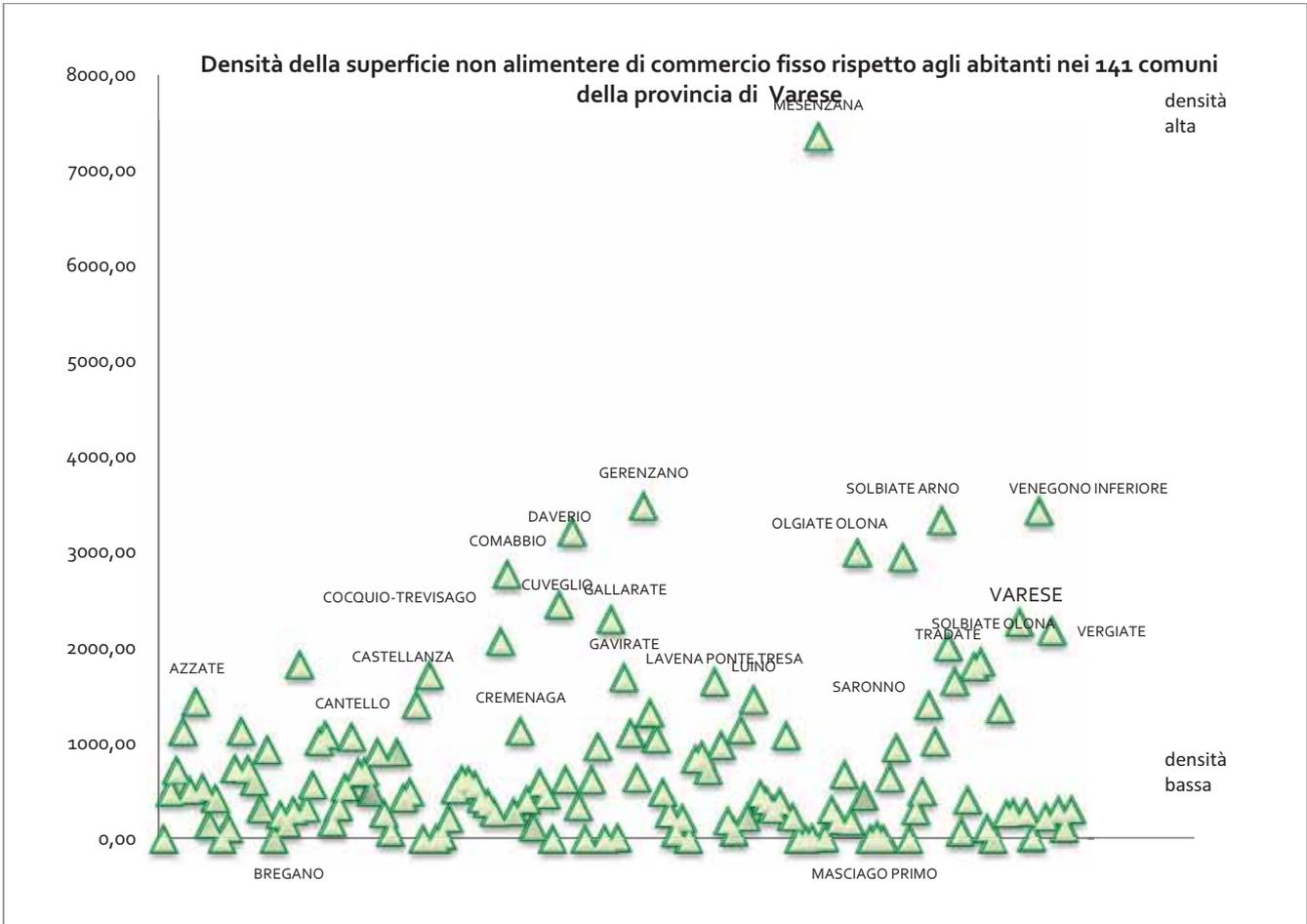
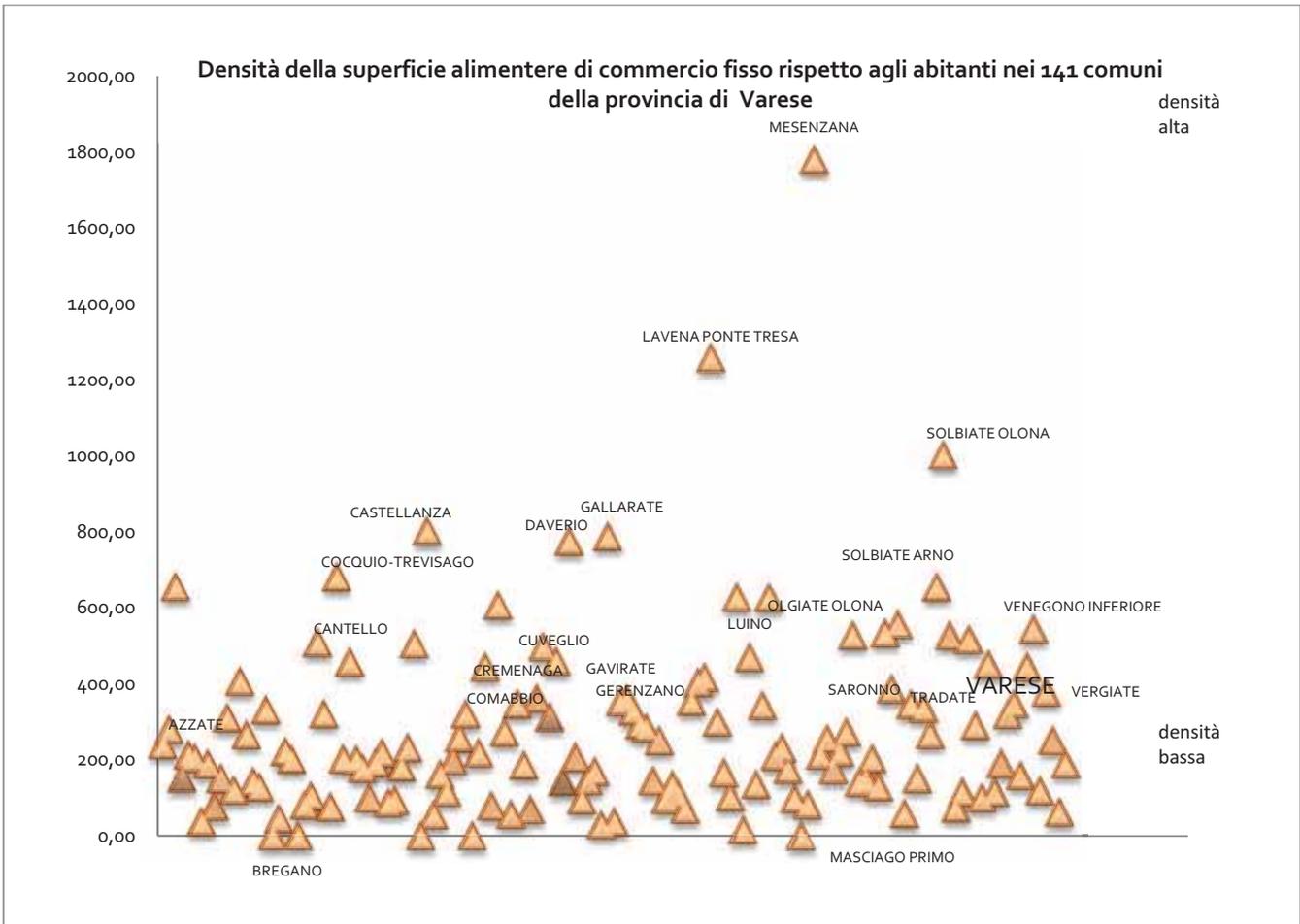


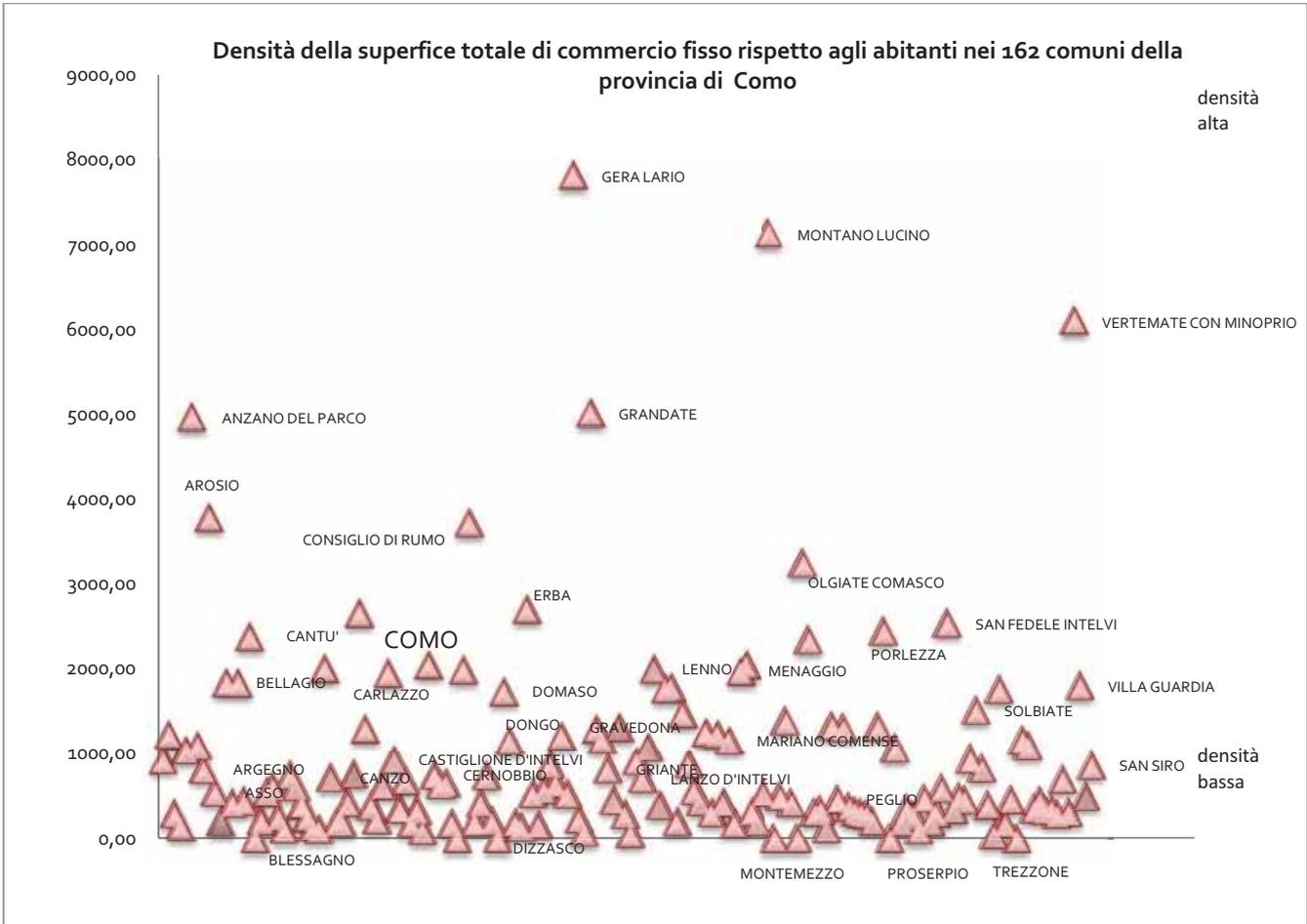
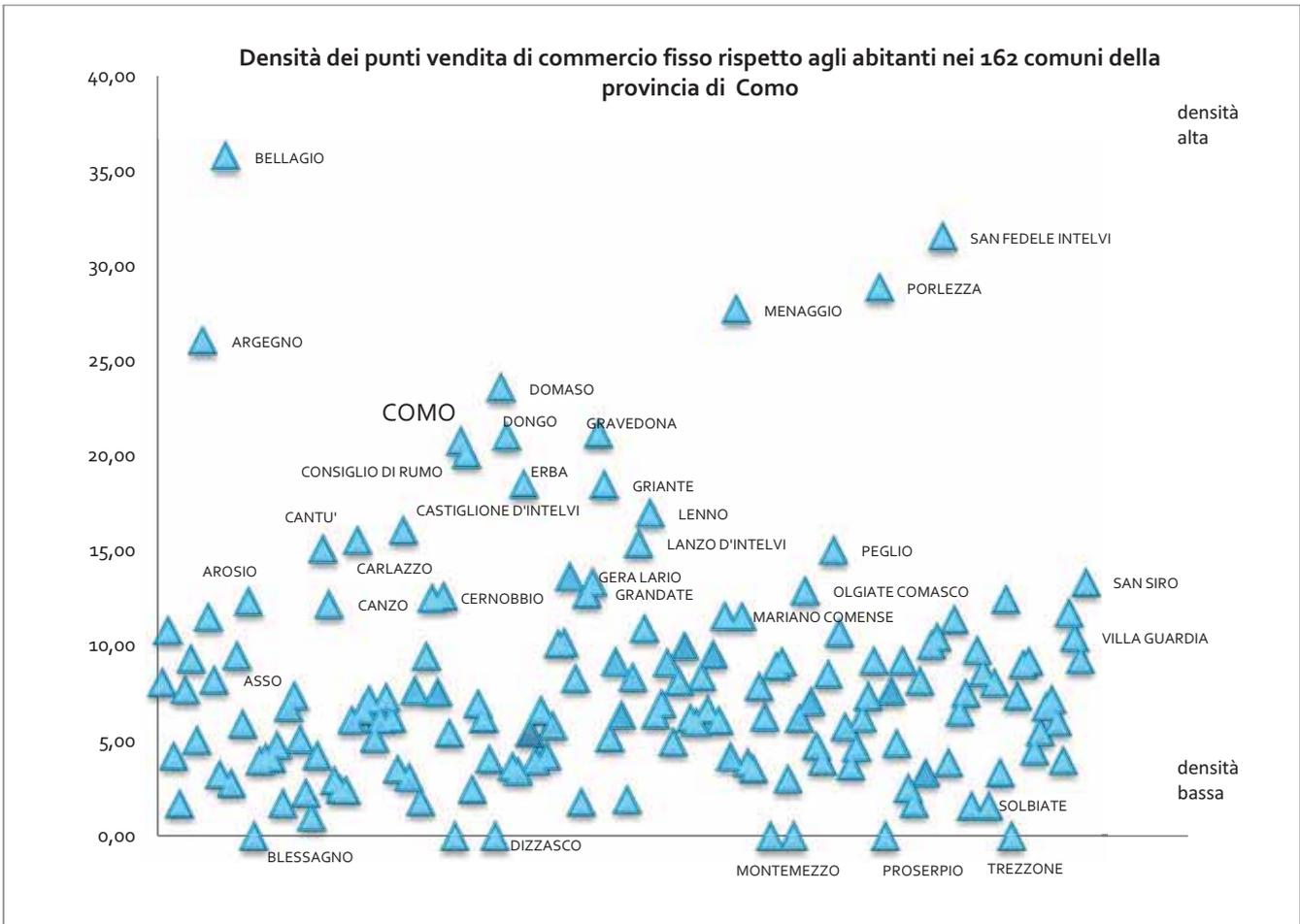
**PUNTI VENDITA ALIMENTARI E NON ALIMENTARI - % SUL TOTALE PUNTI VENDITA PER PROVINCIA**

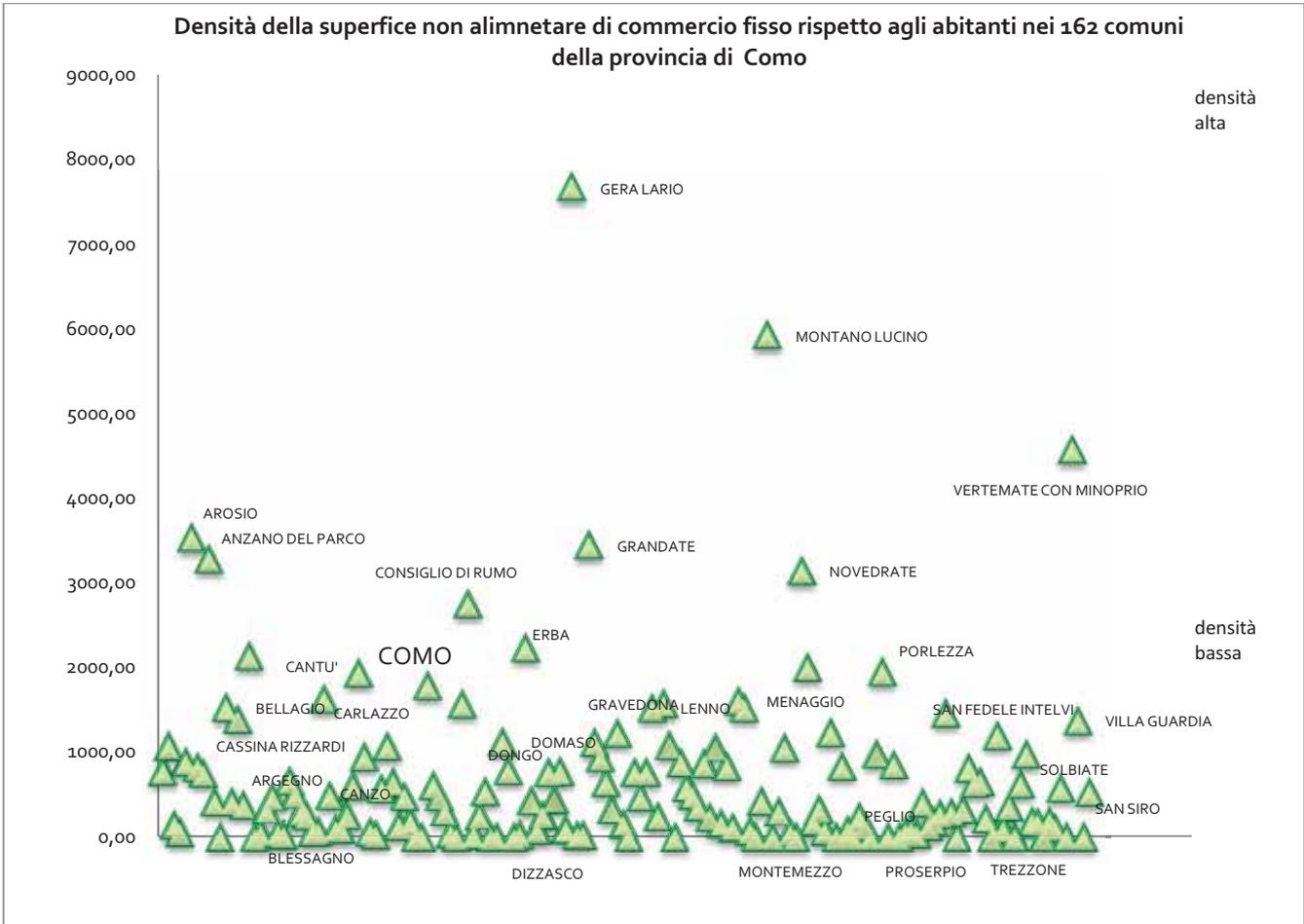
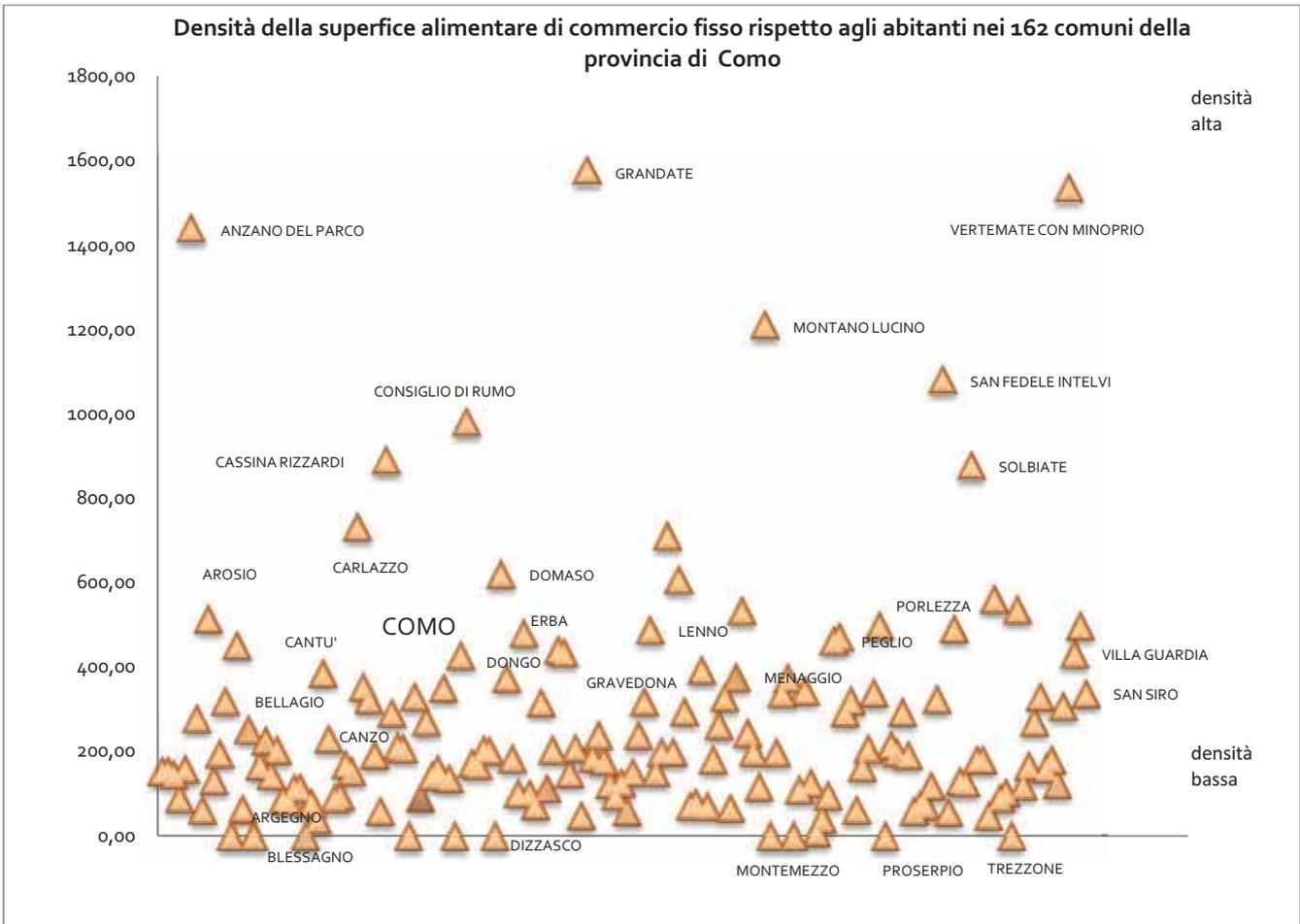
■ N° PDV NON ALIMENTARI ■ N° PDV ALIMENTARI

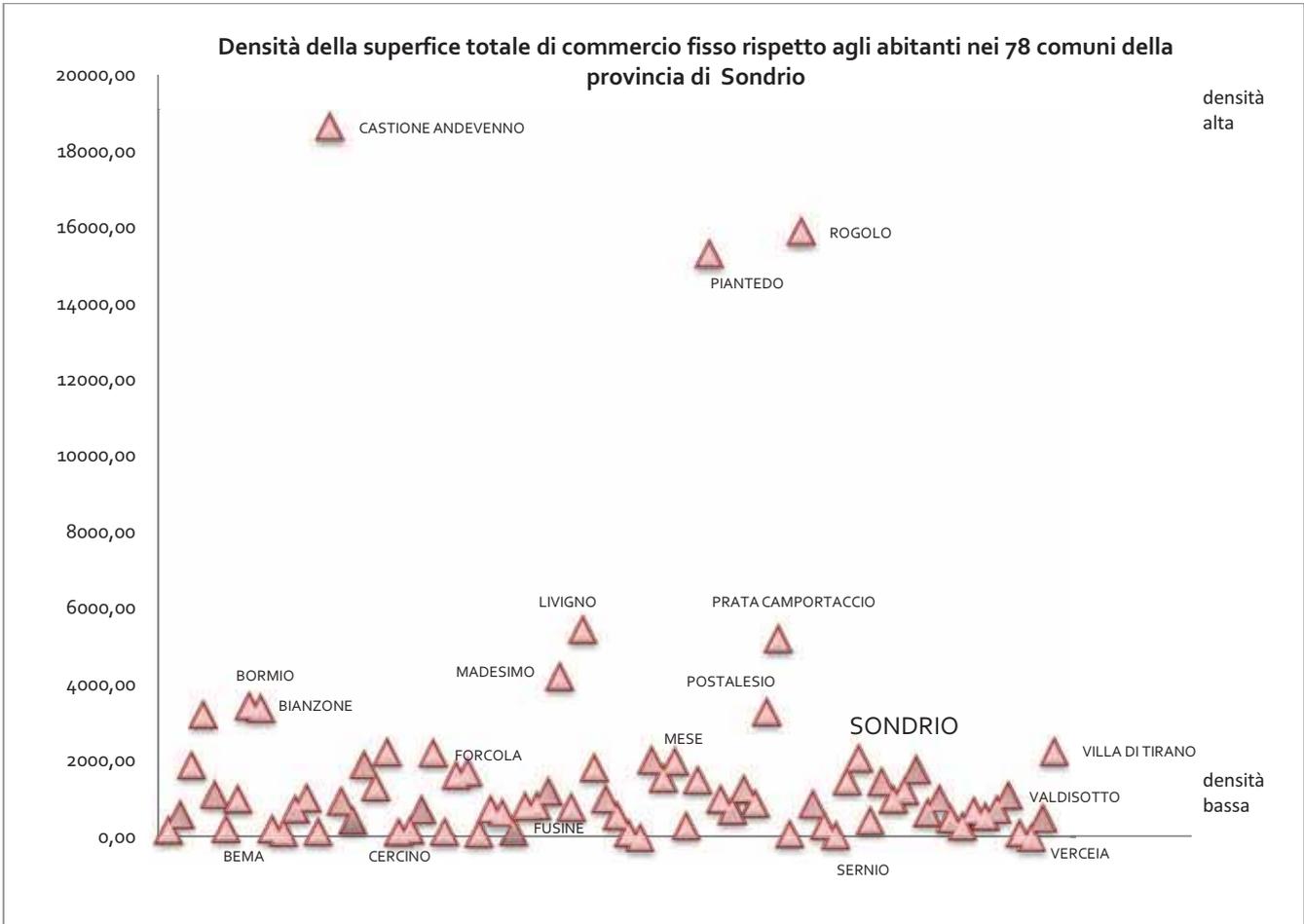
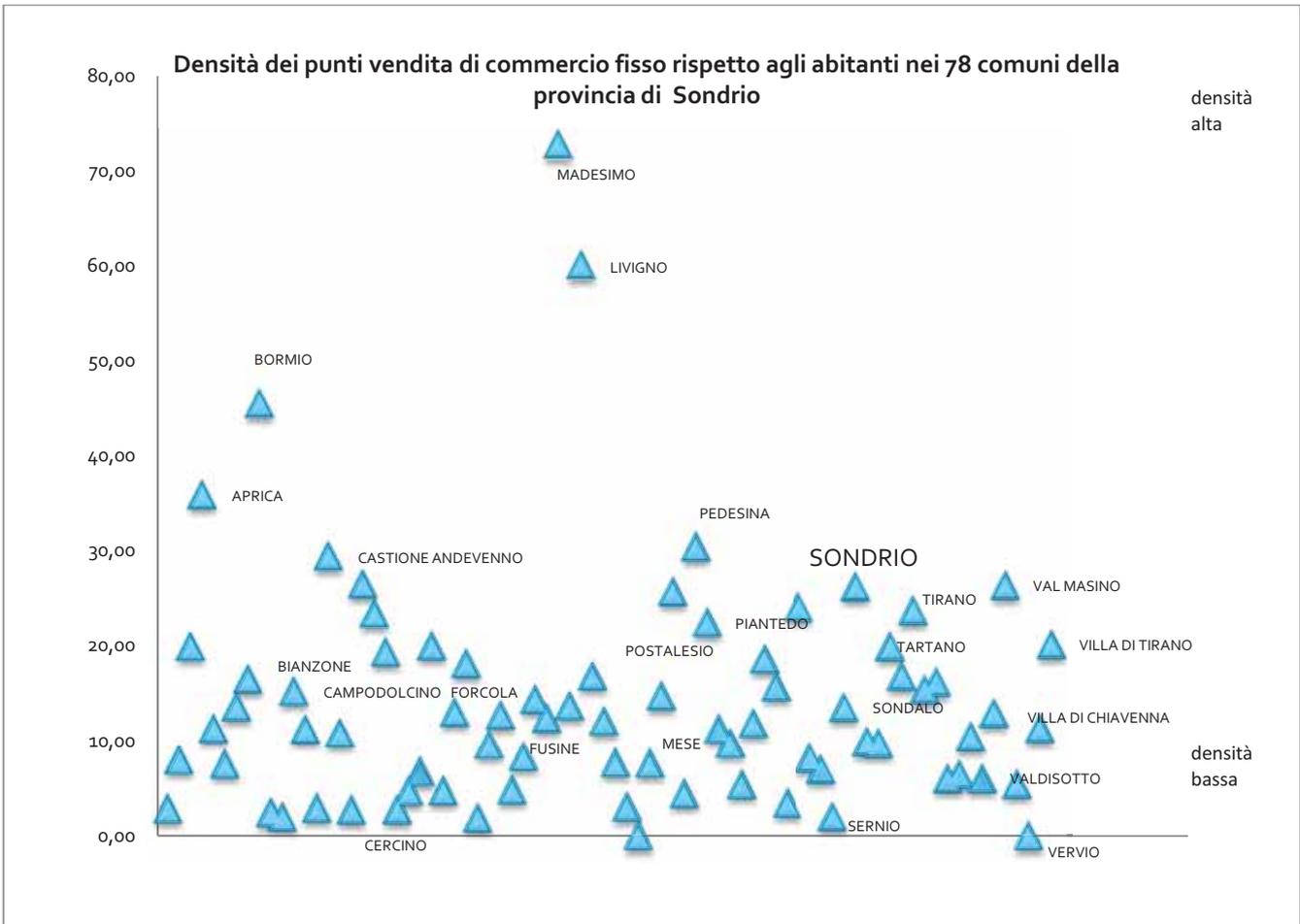


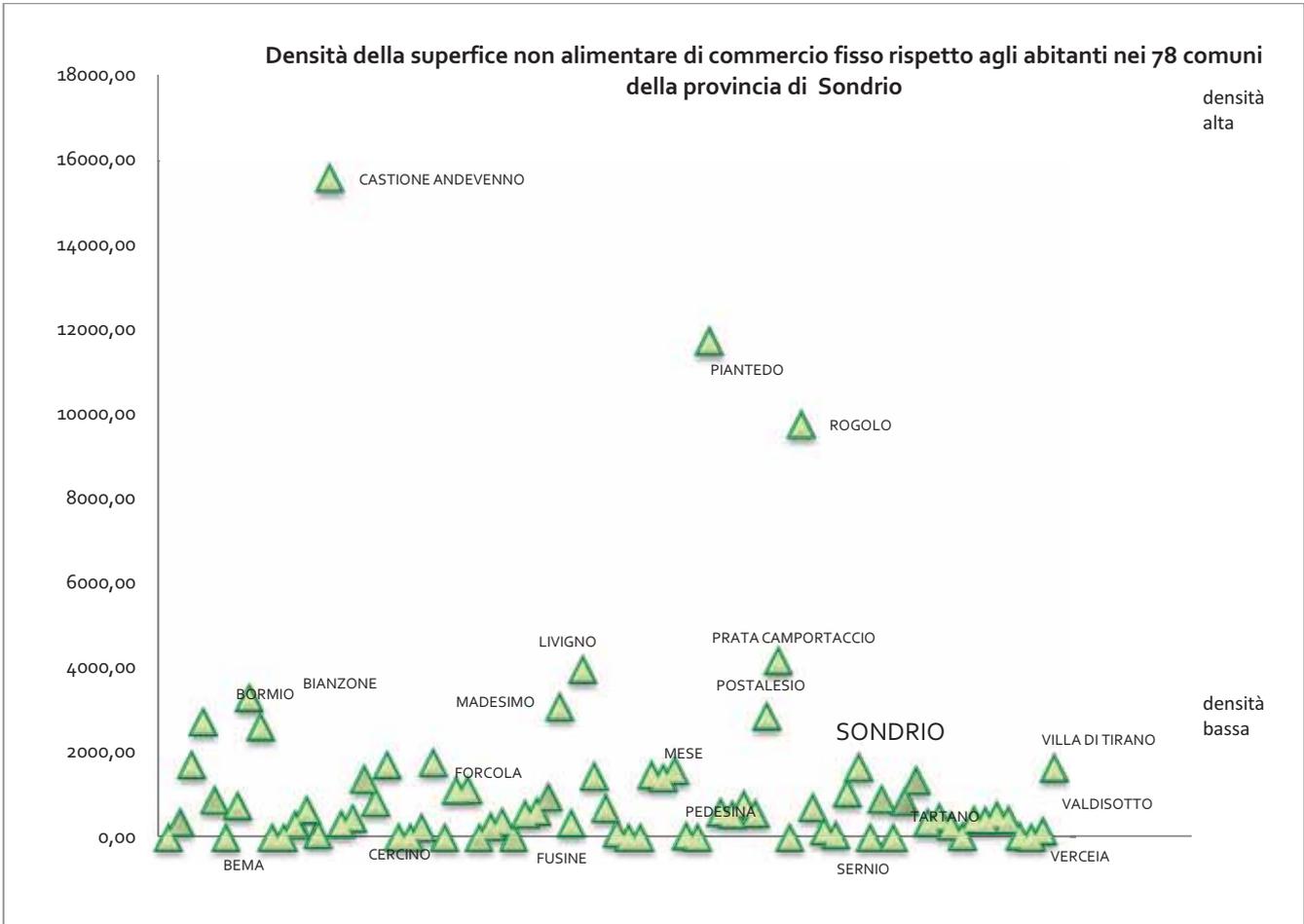
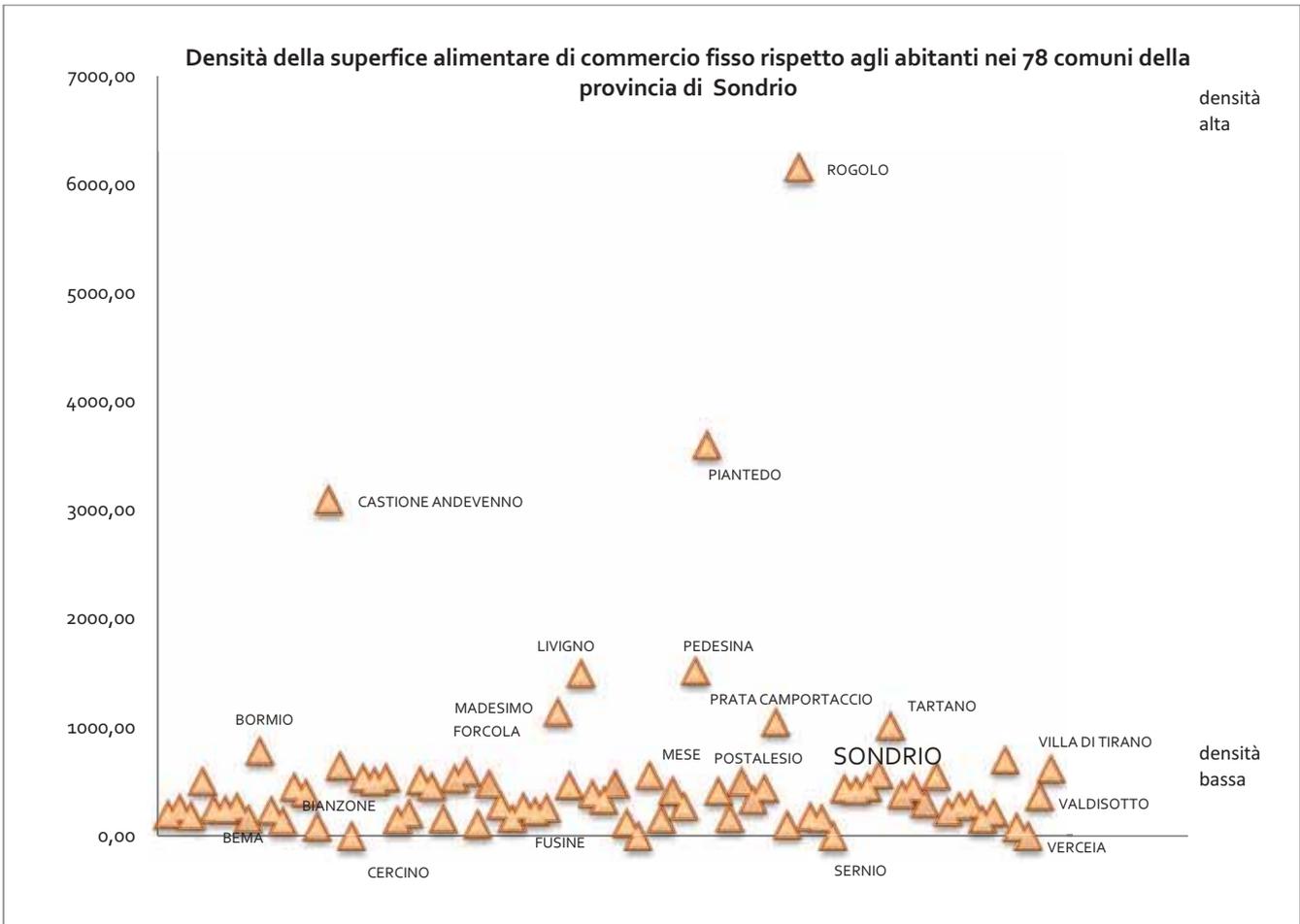


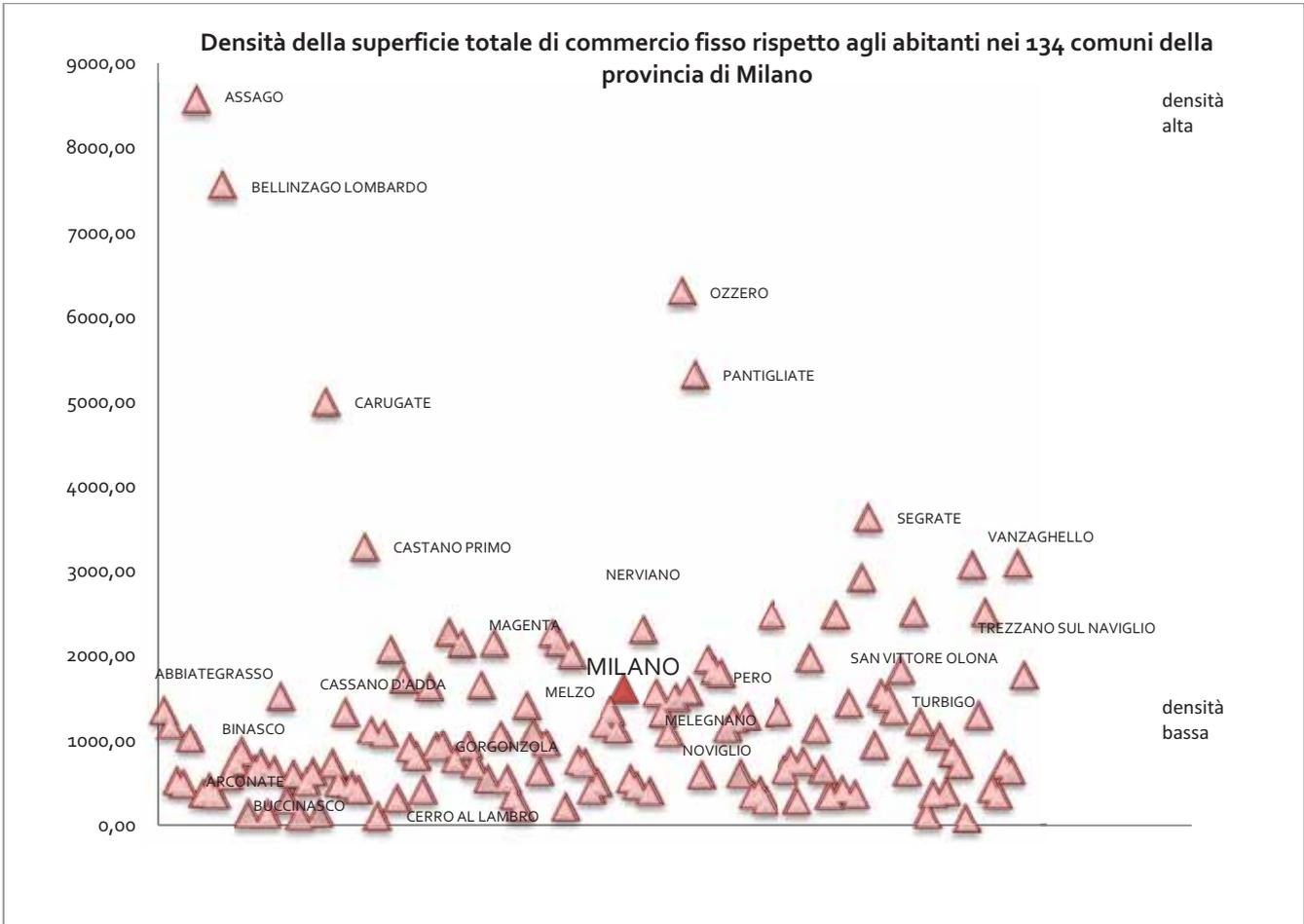
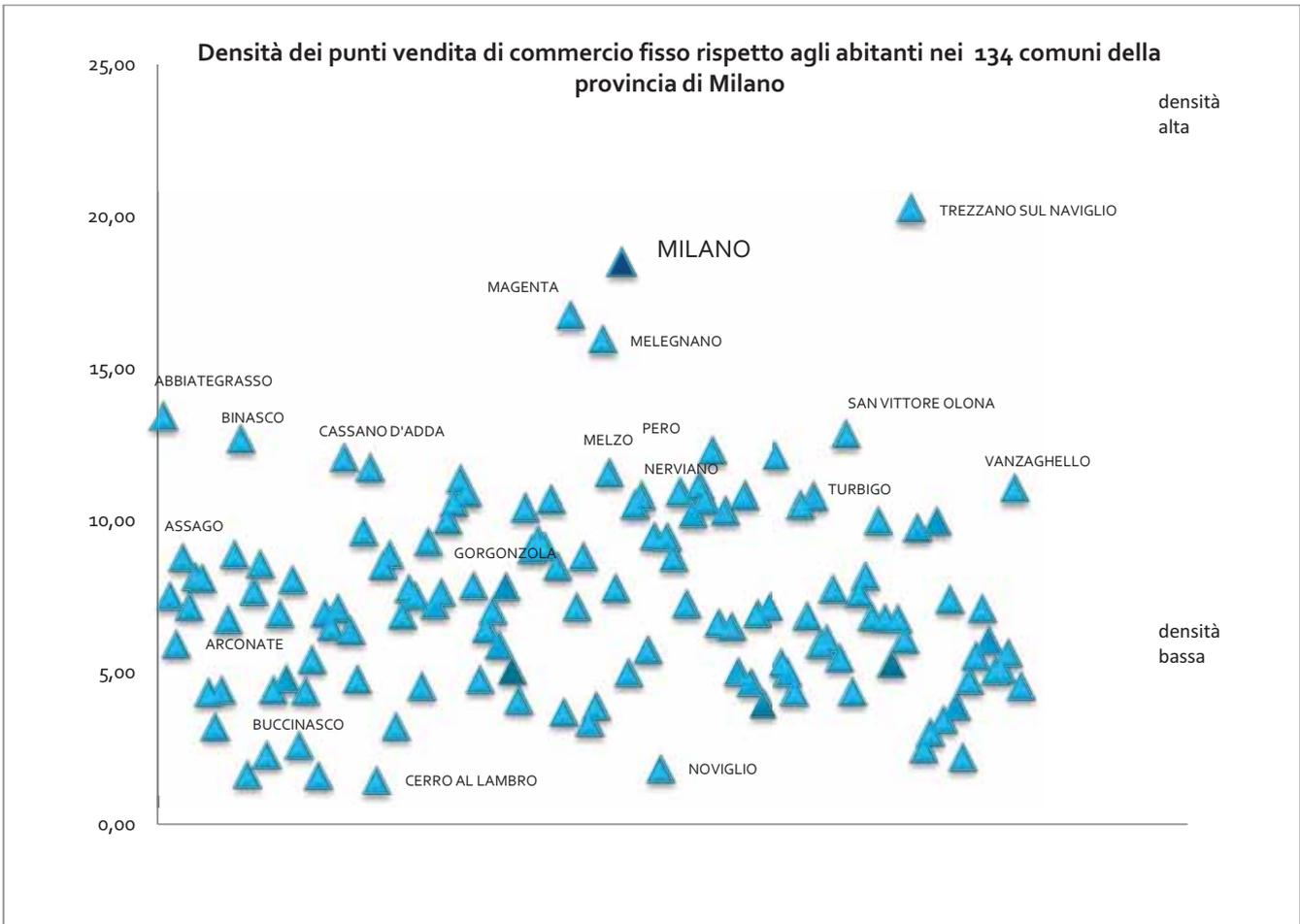




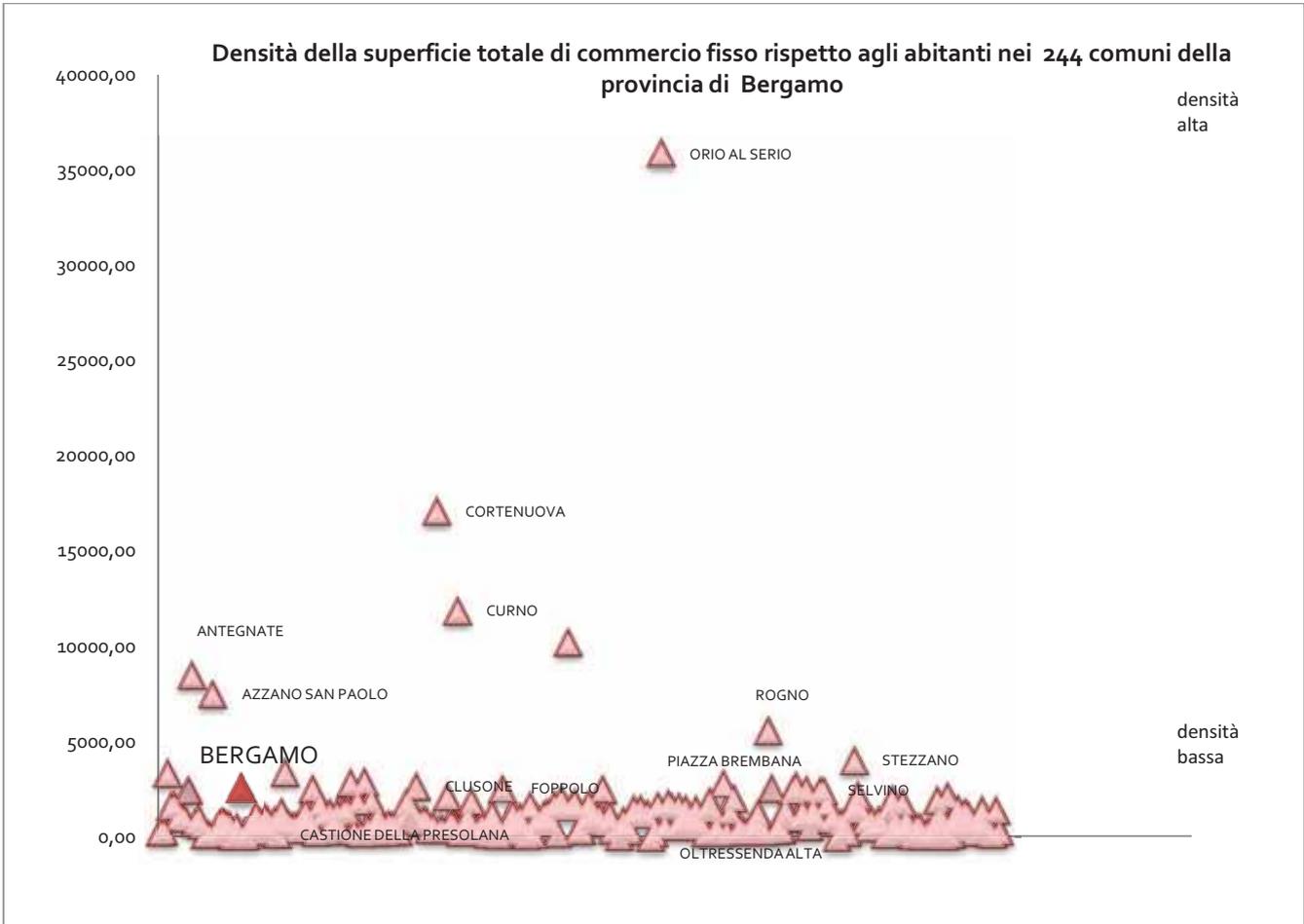
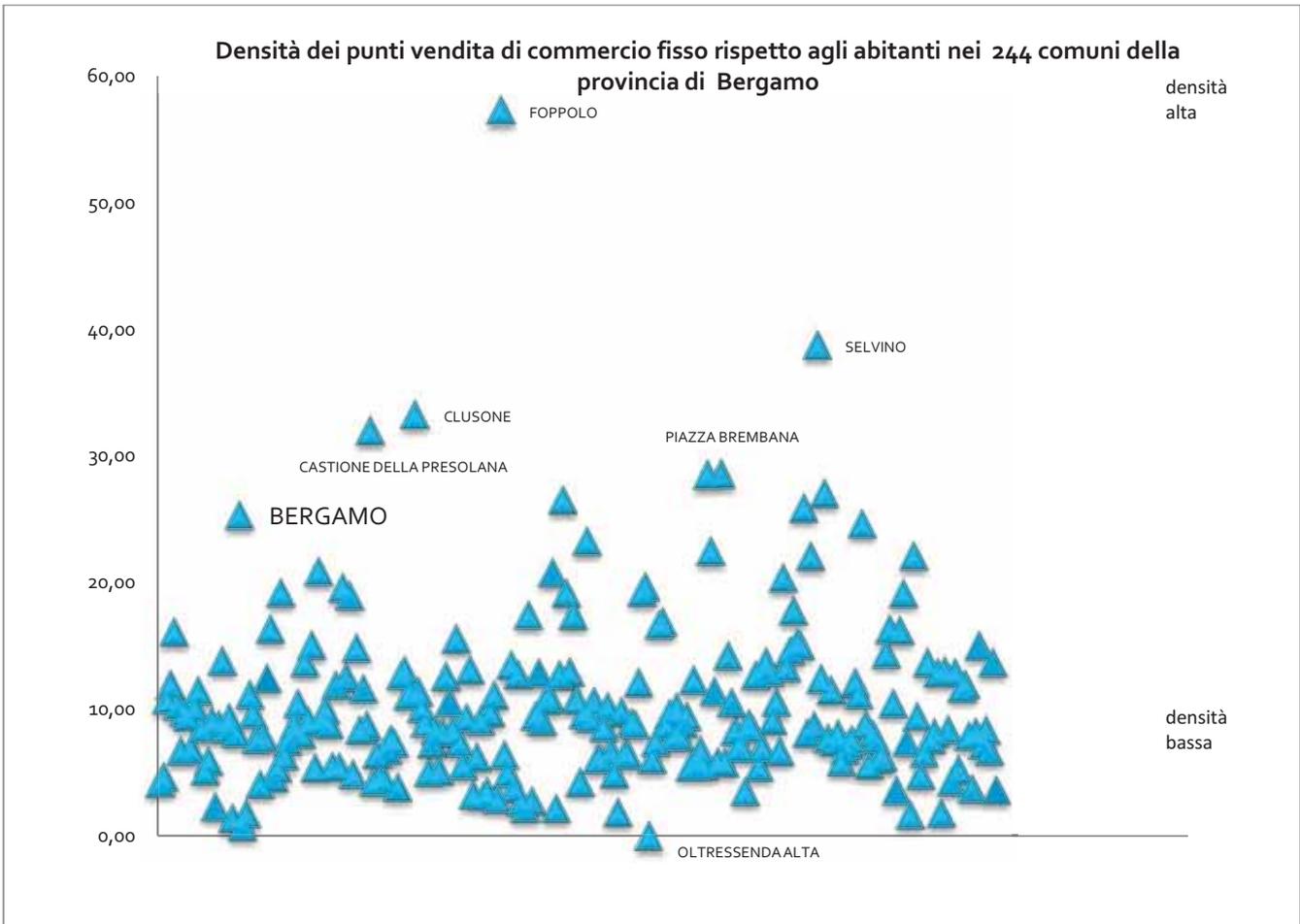


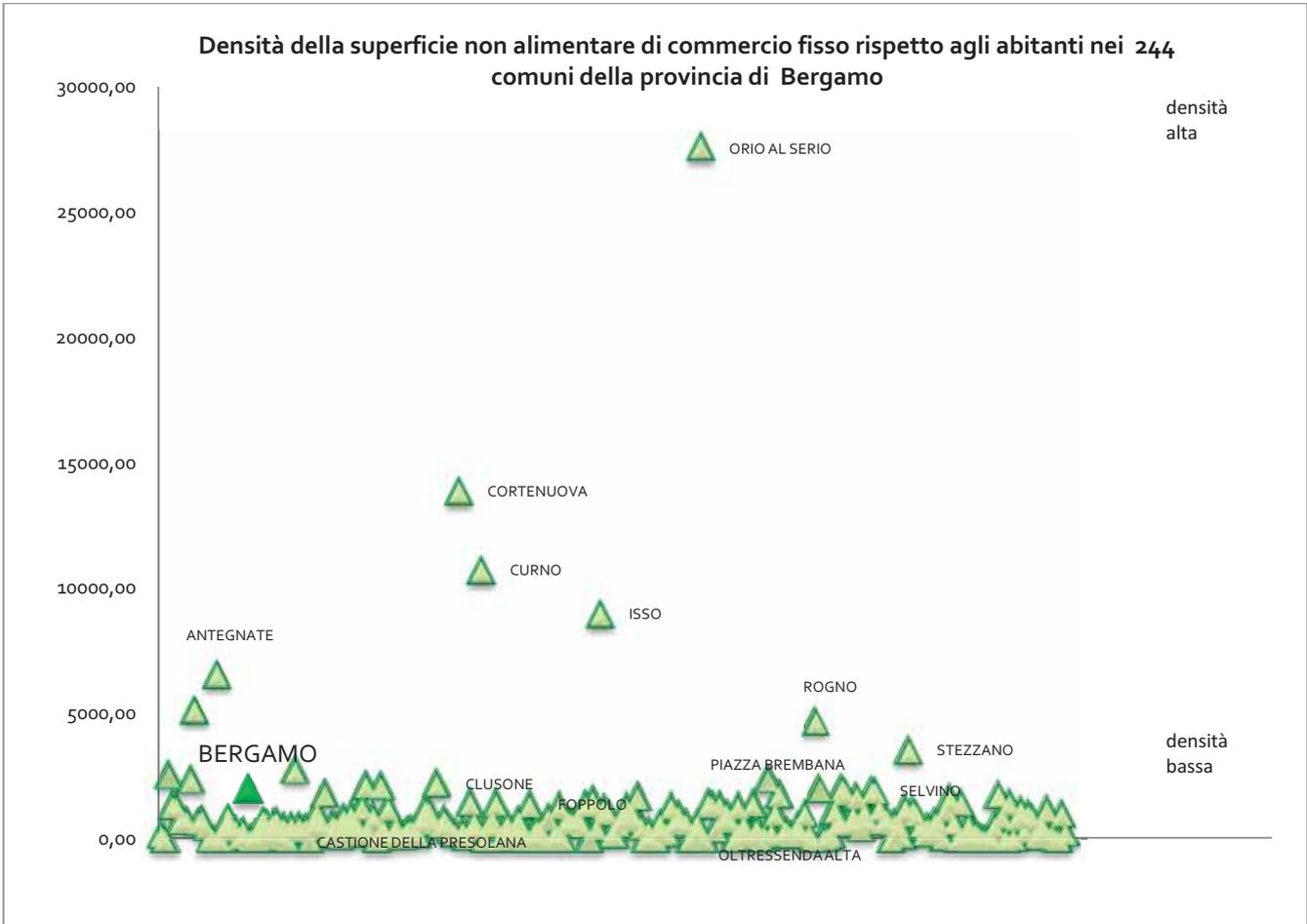
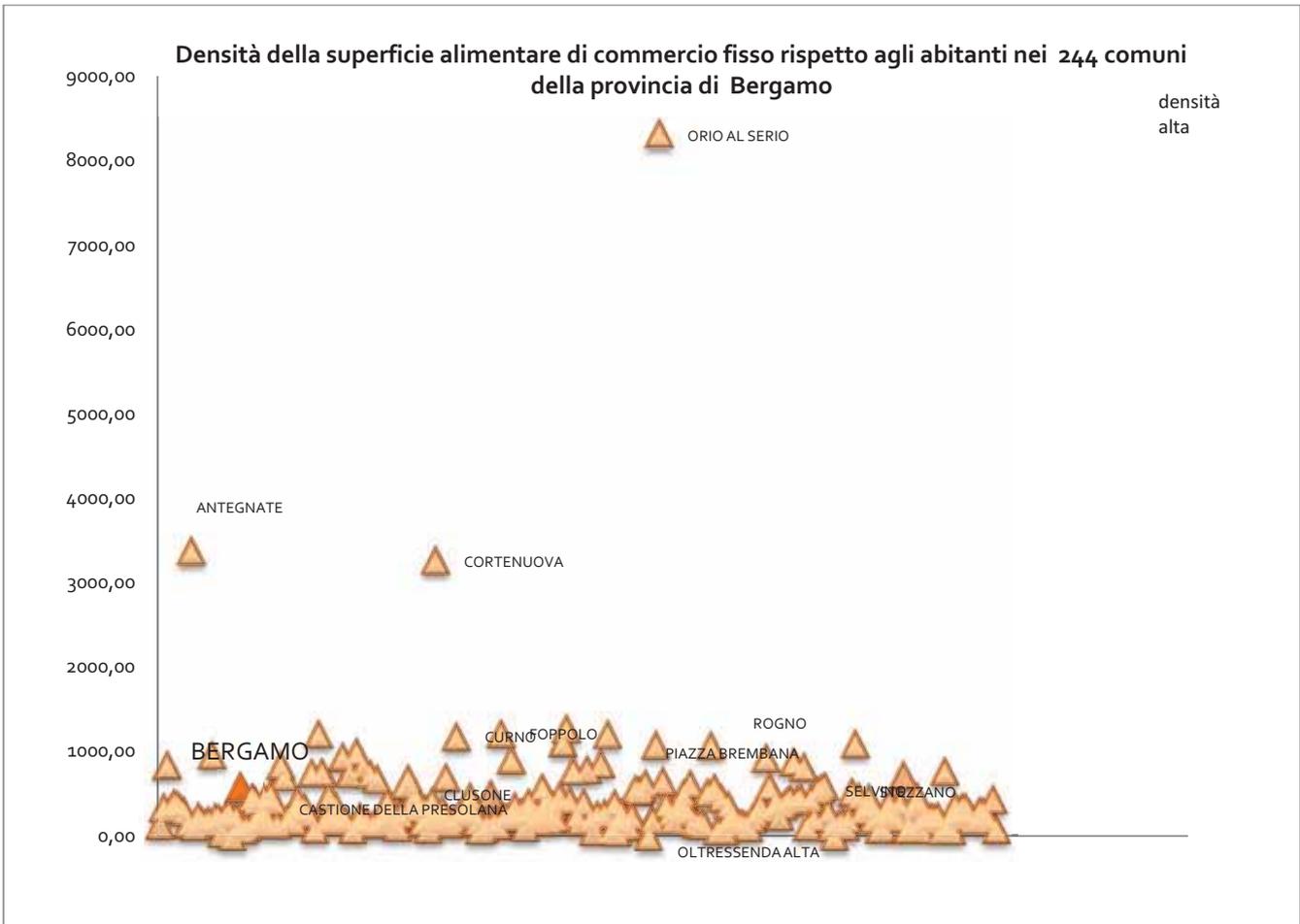


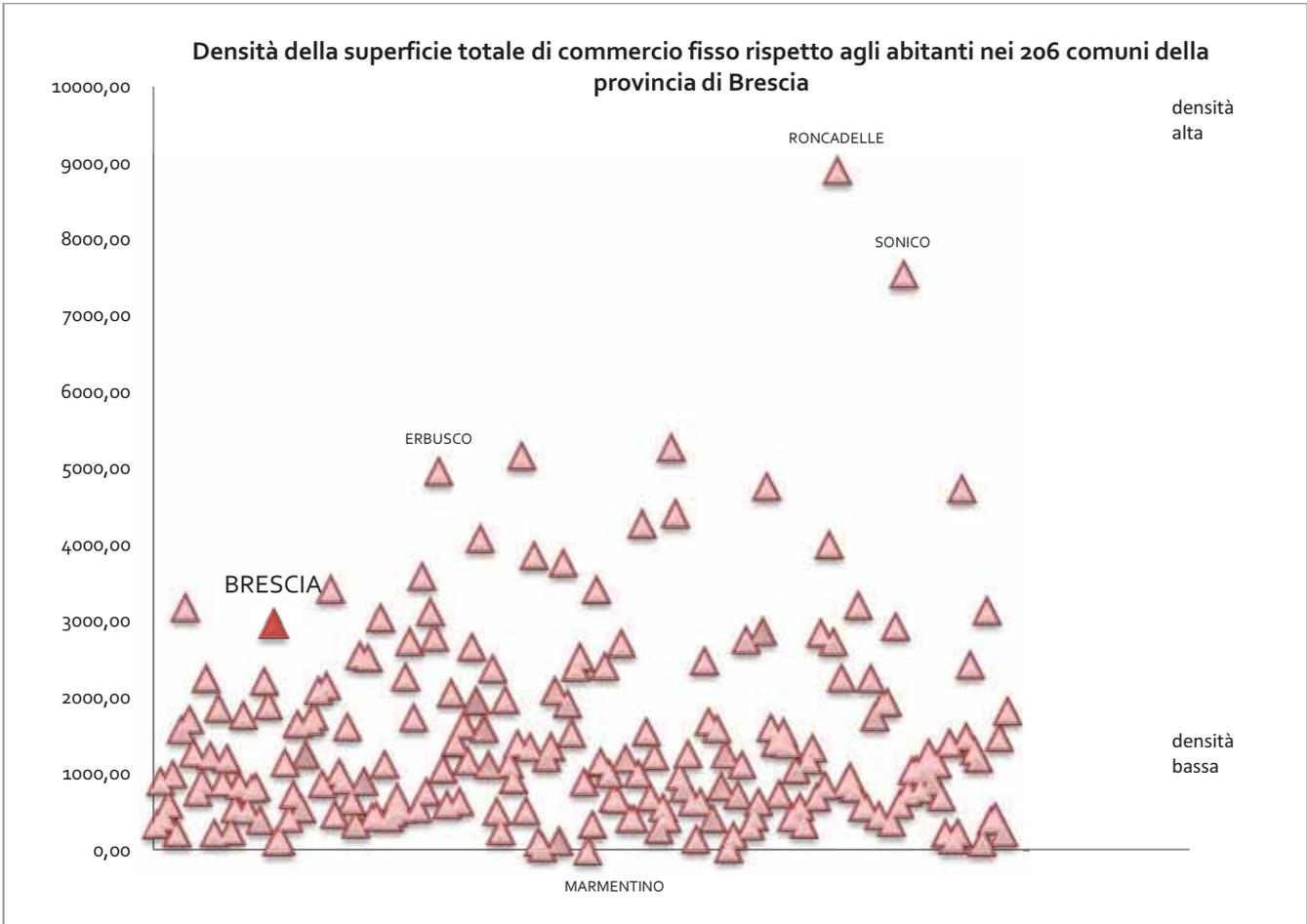
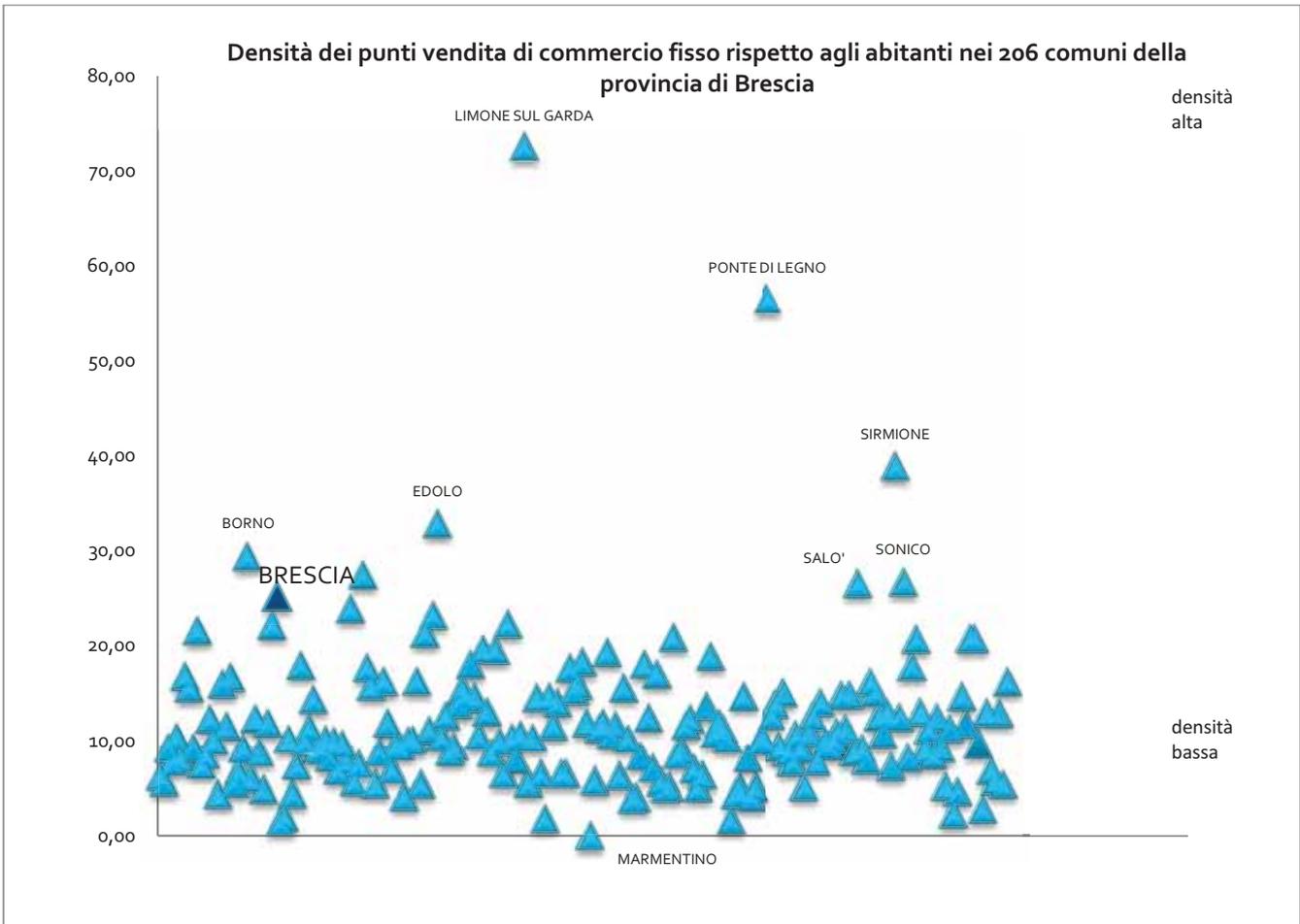


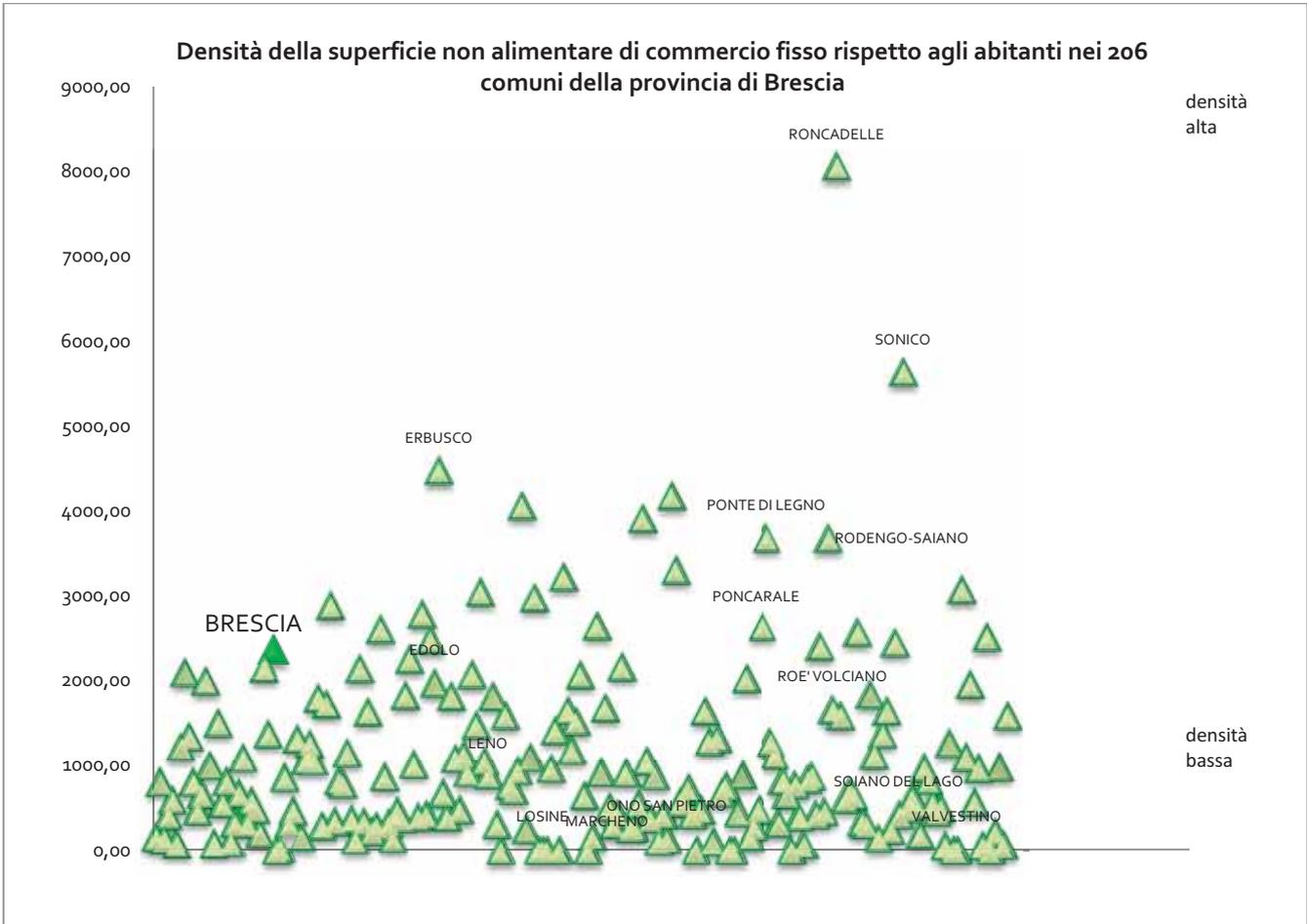
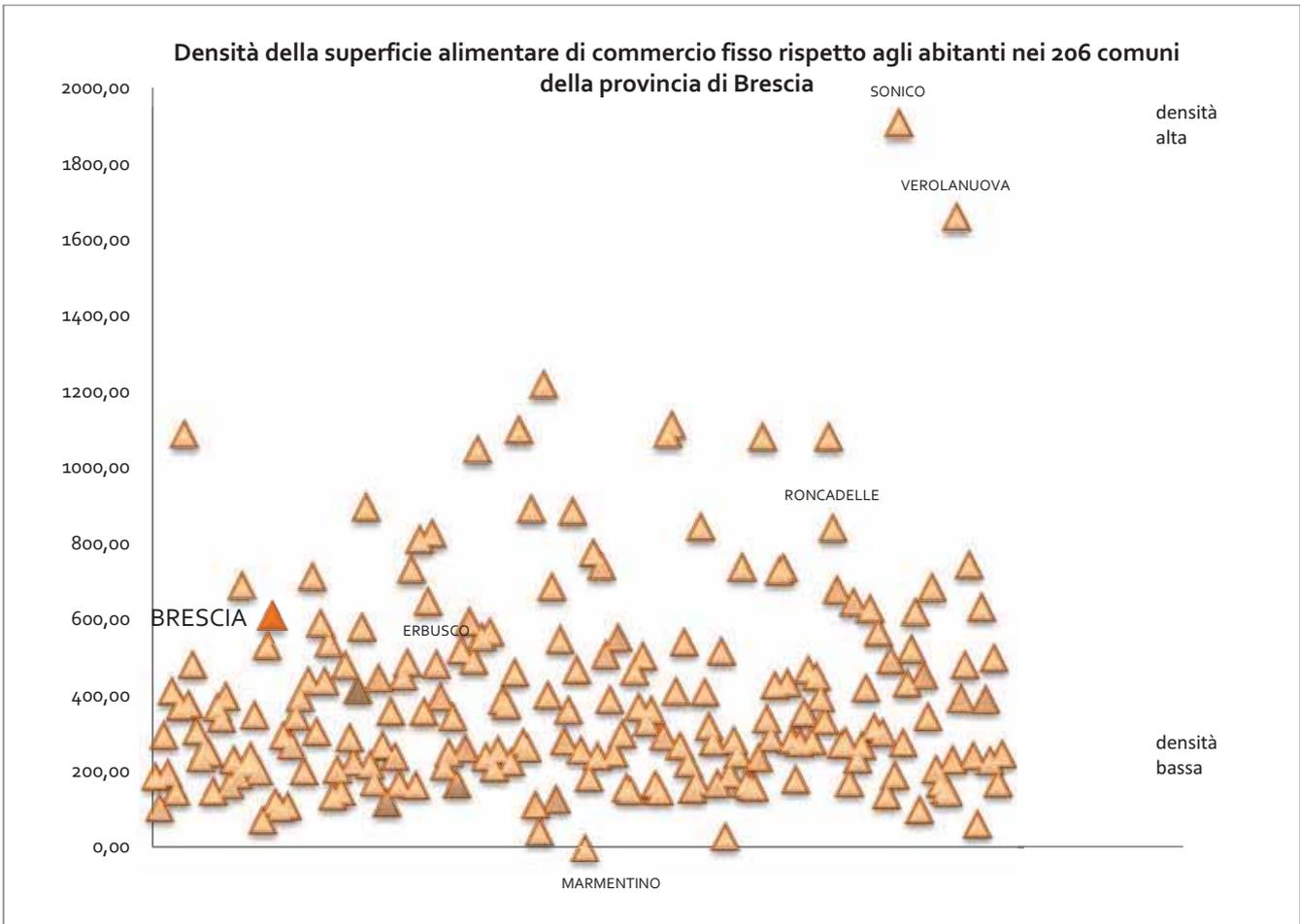


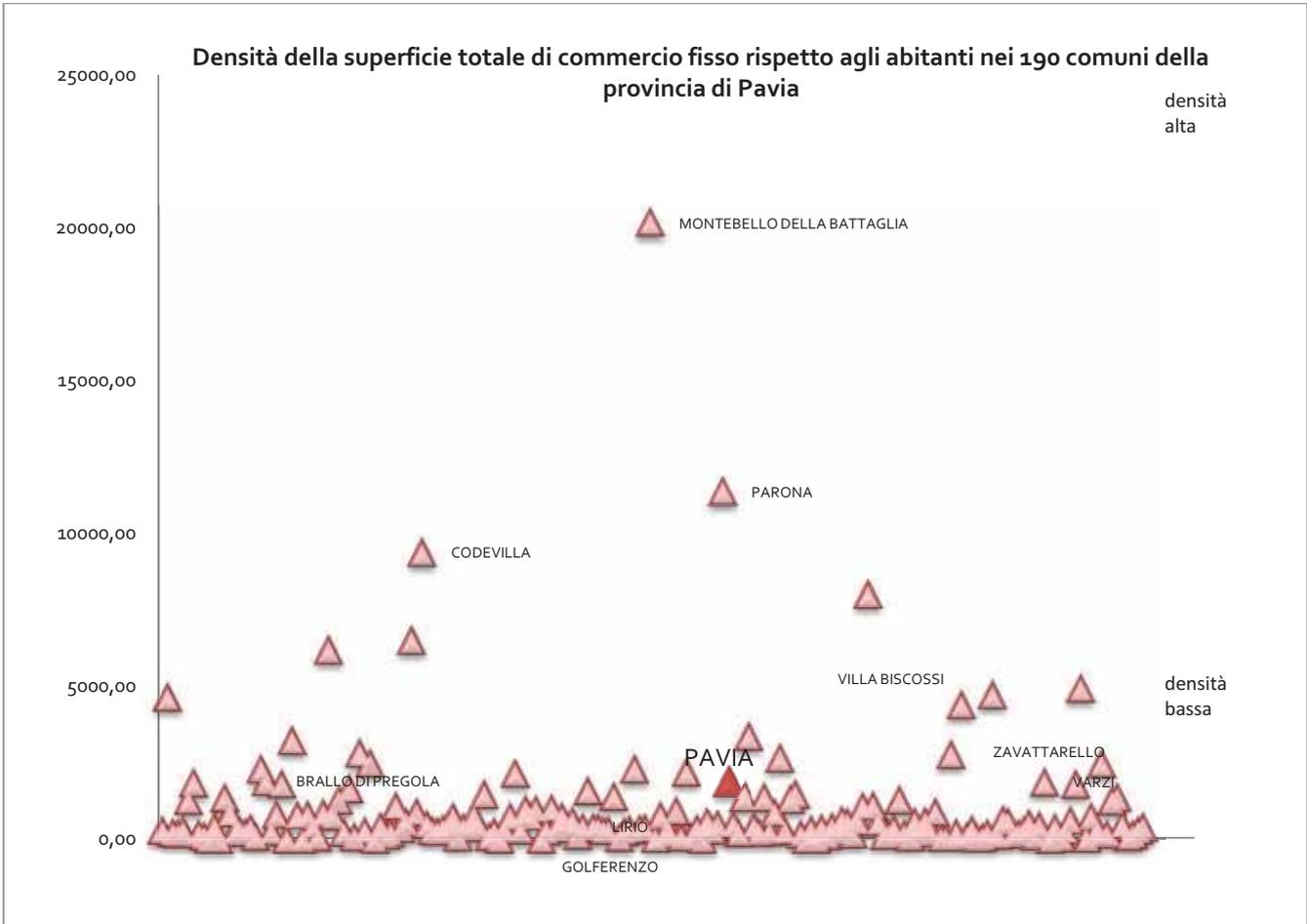
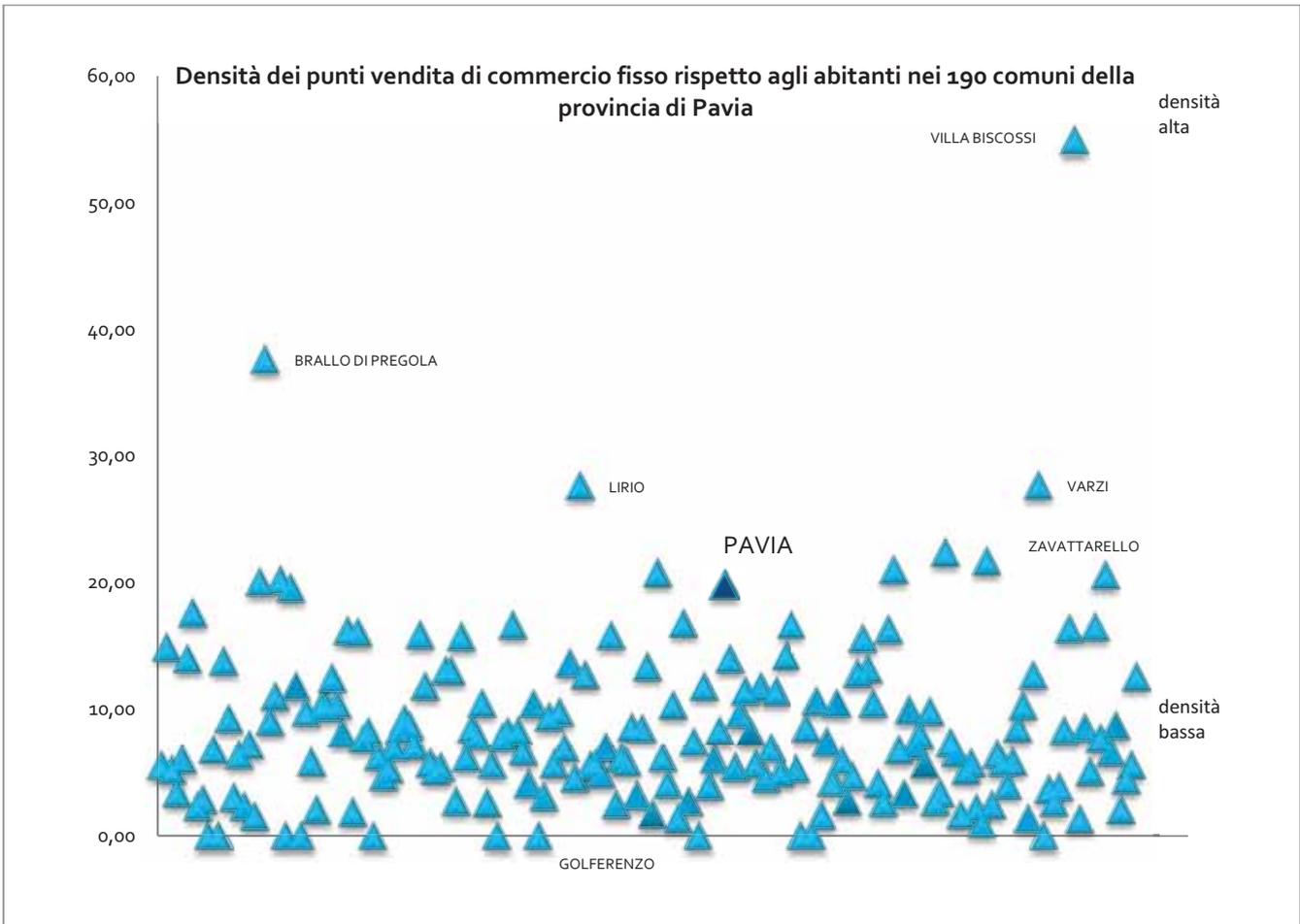


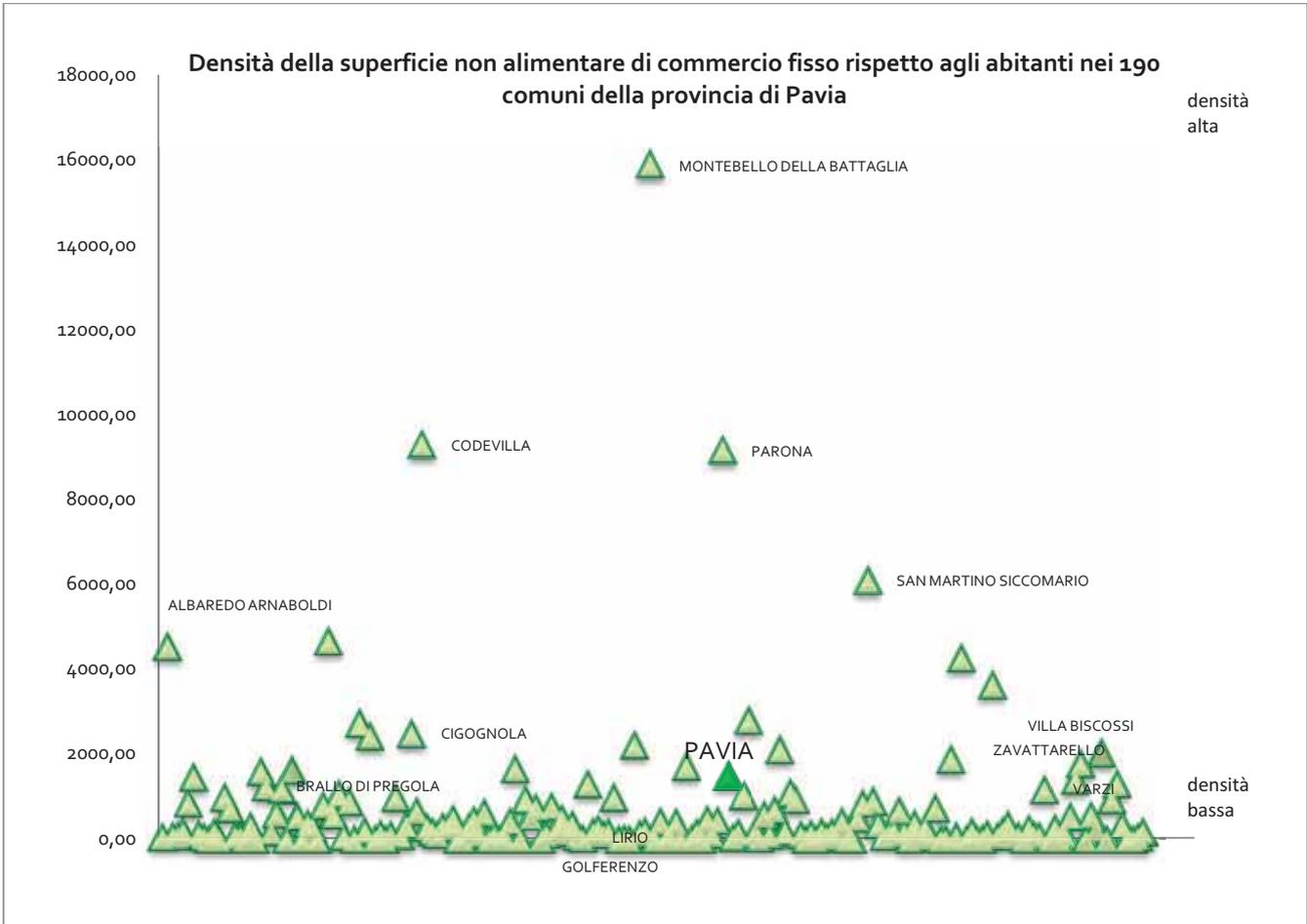
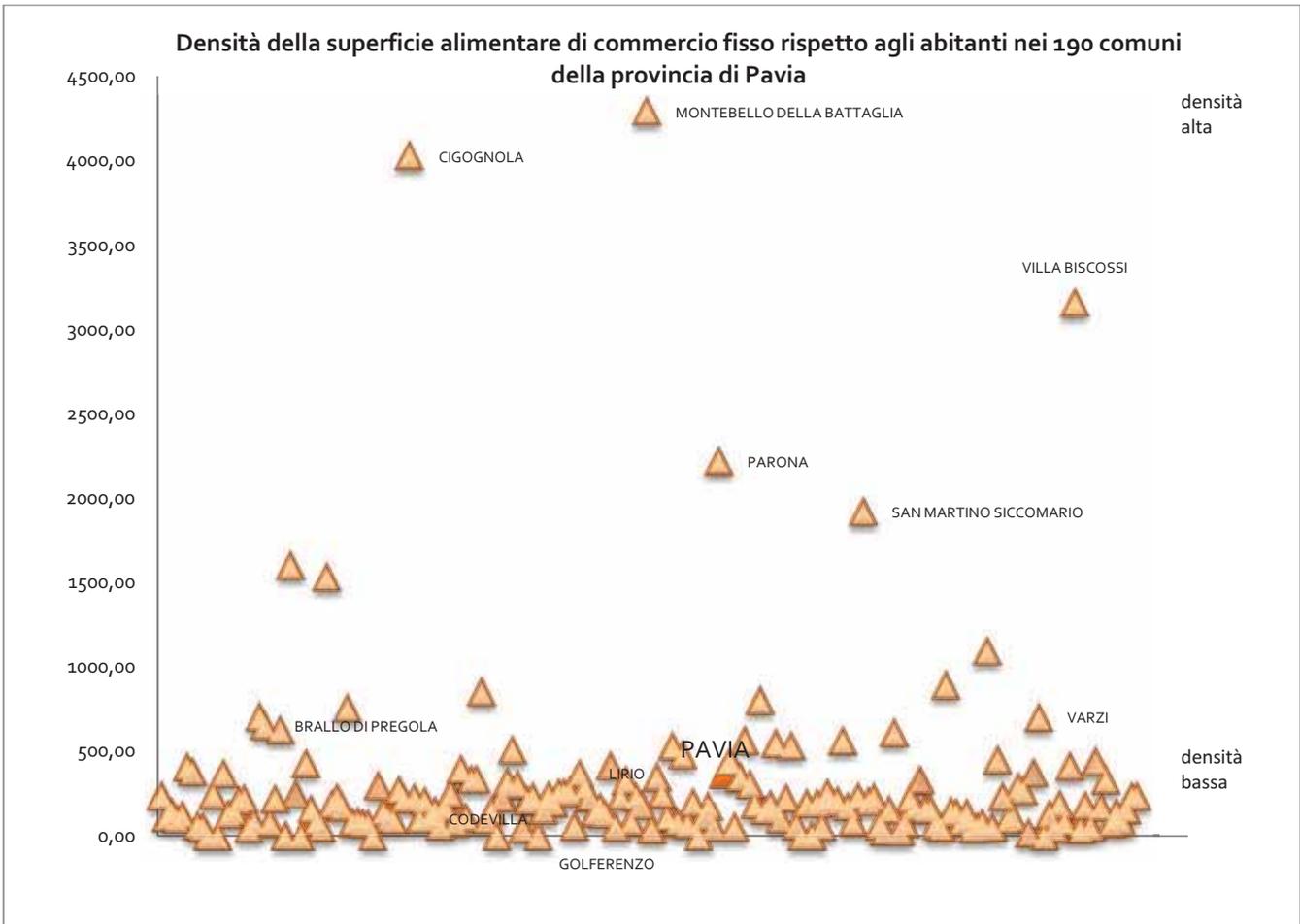


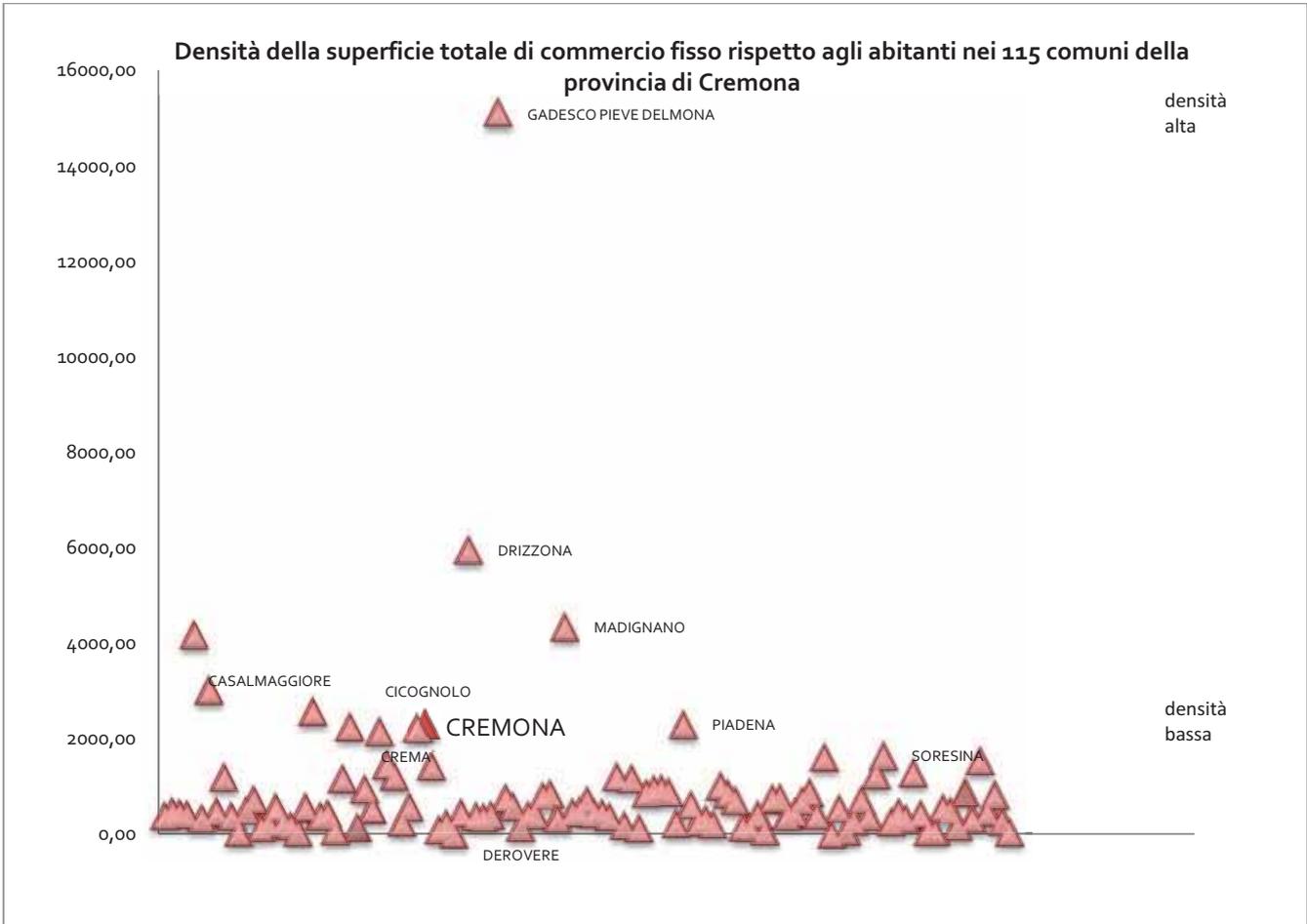
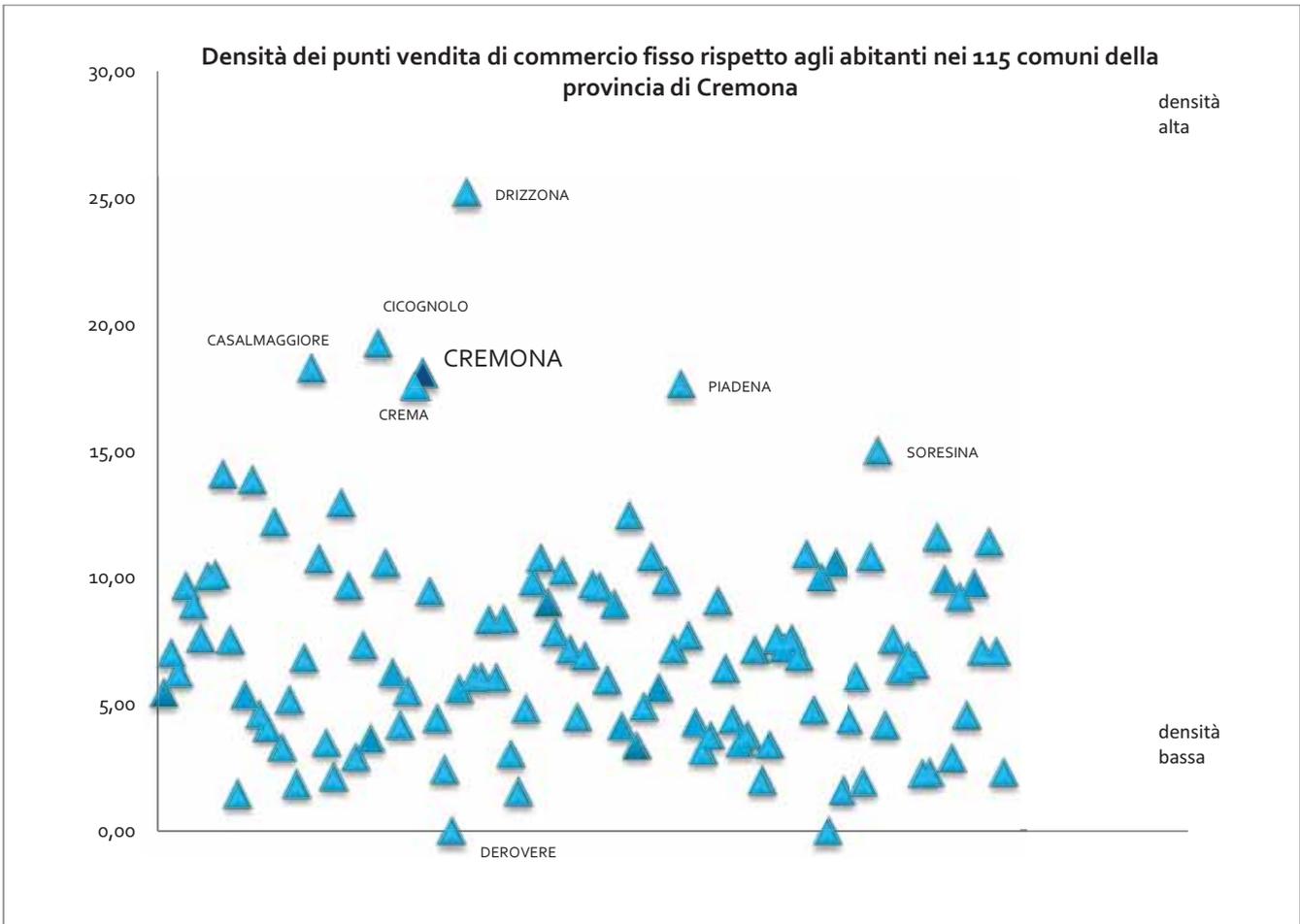


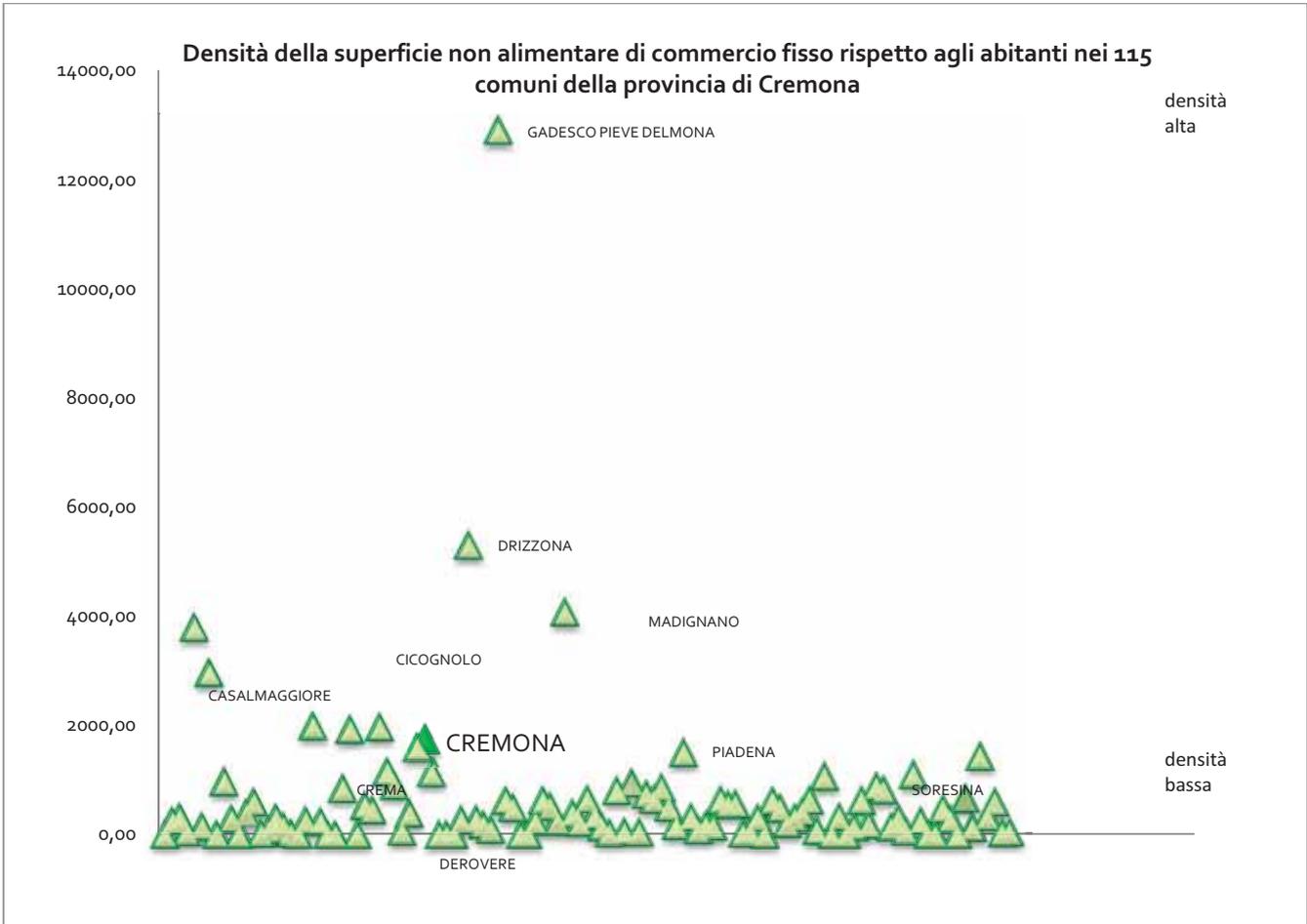
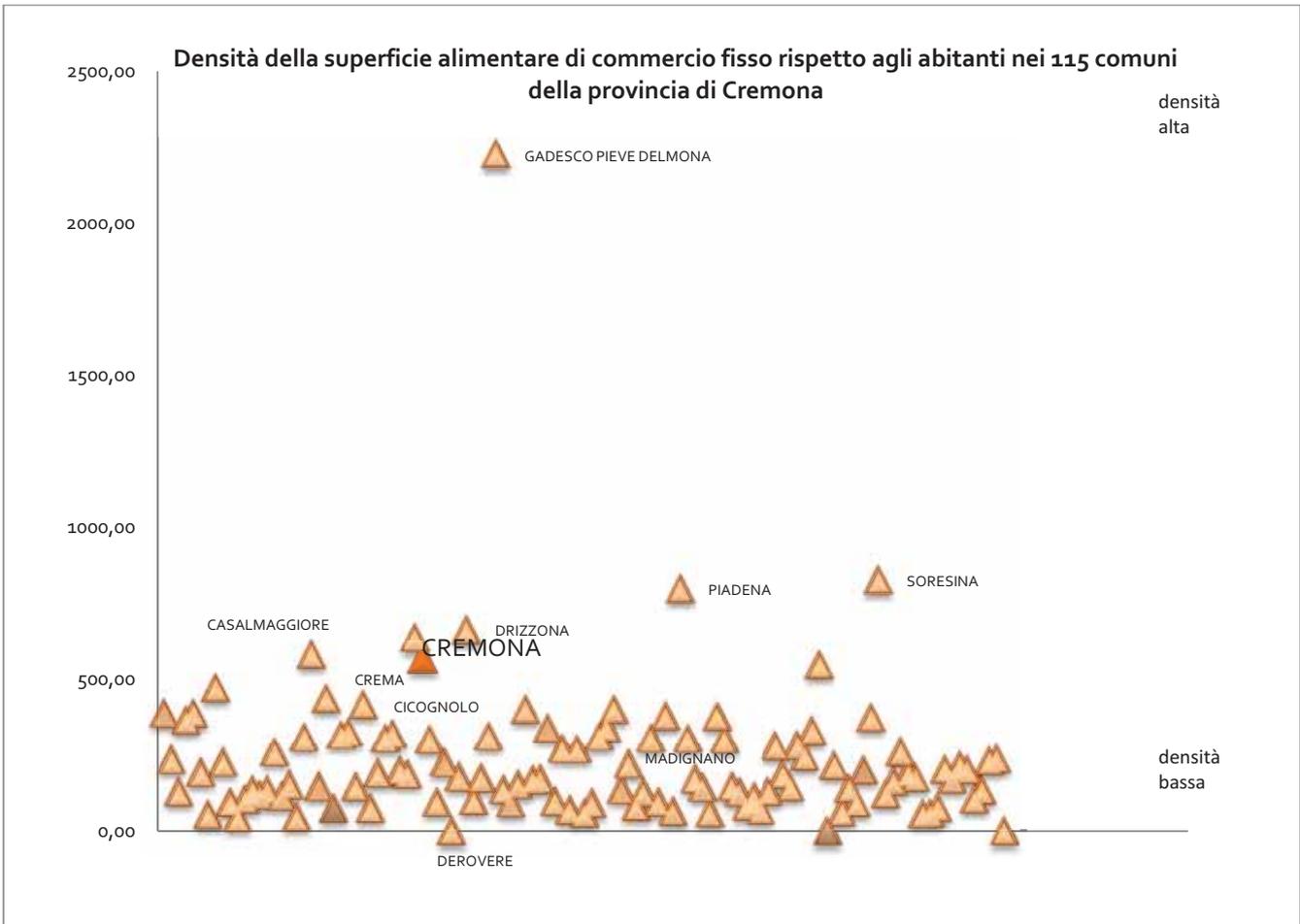


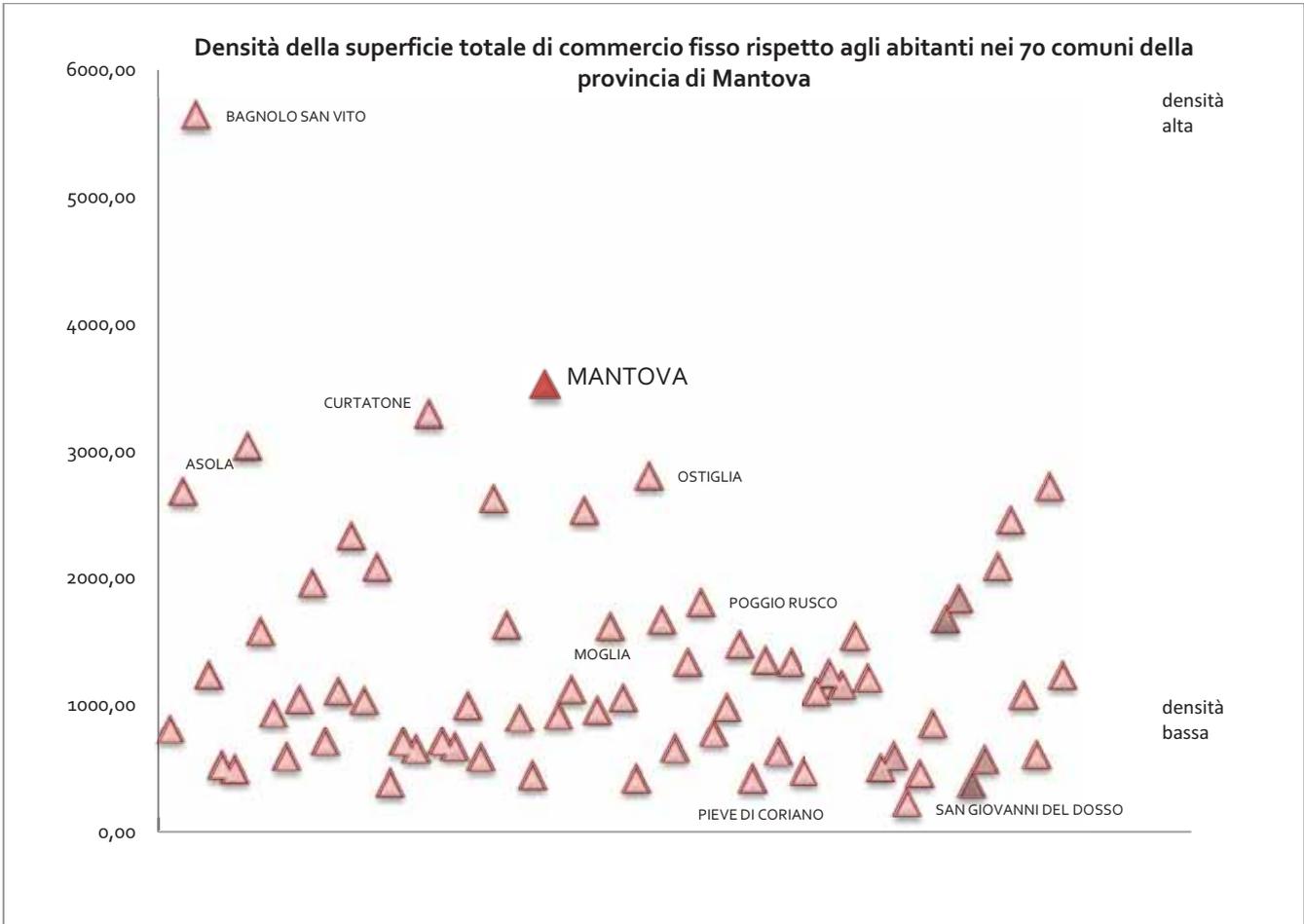
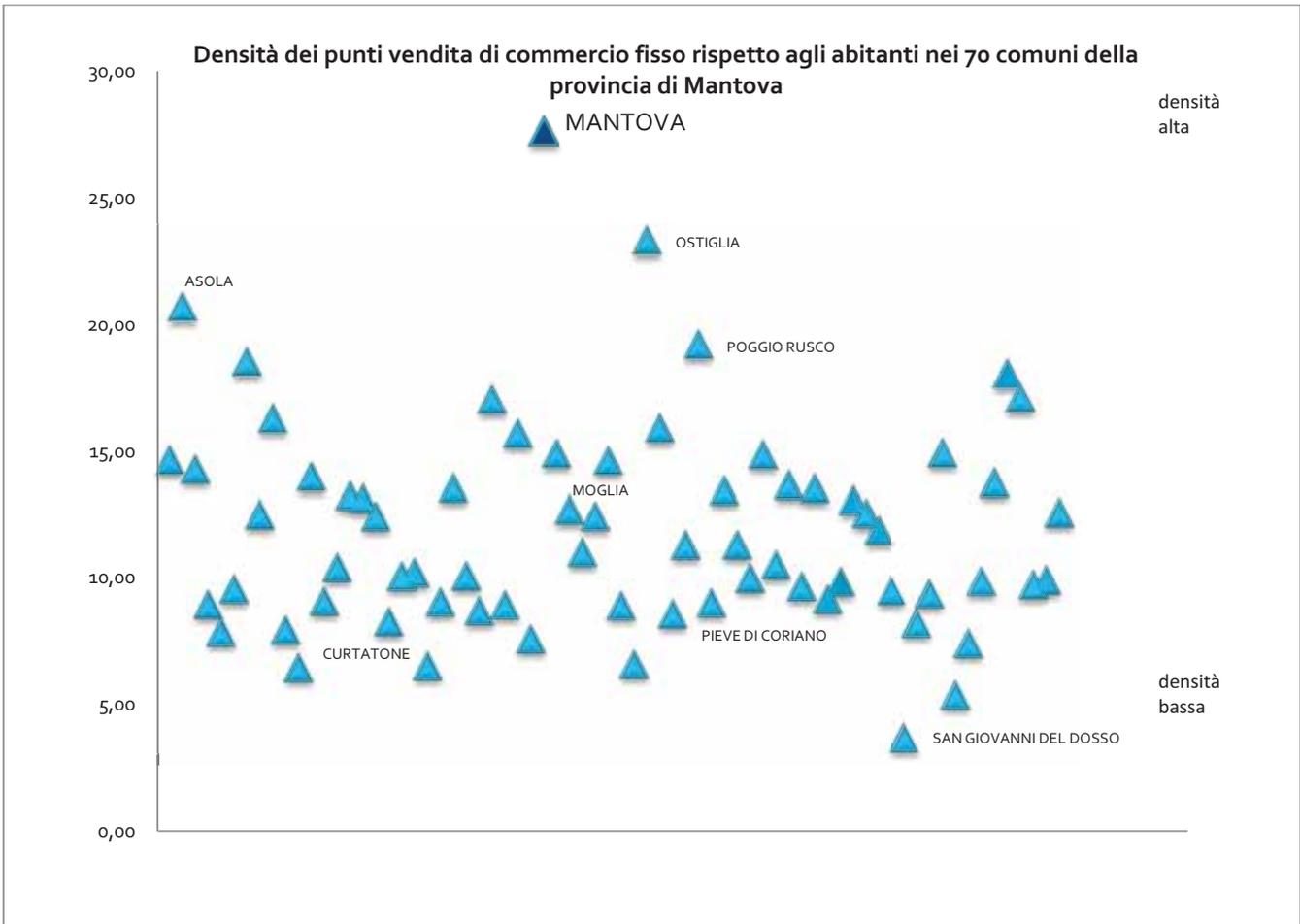


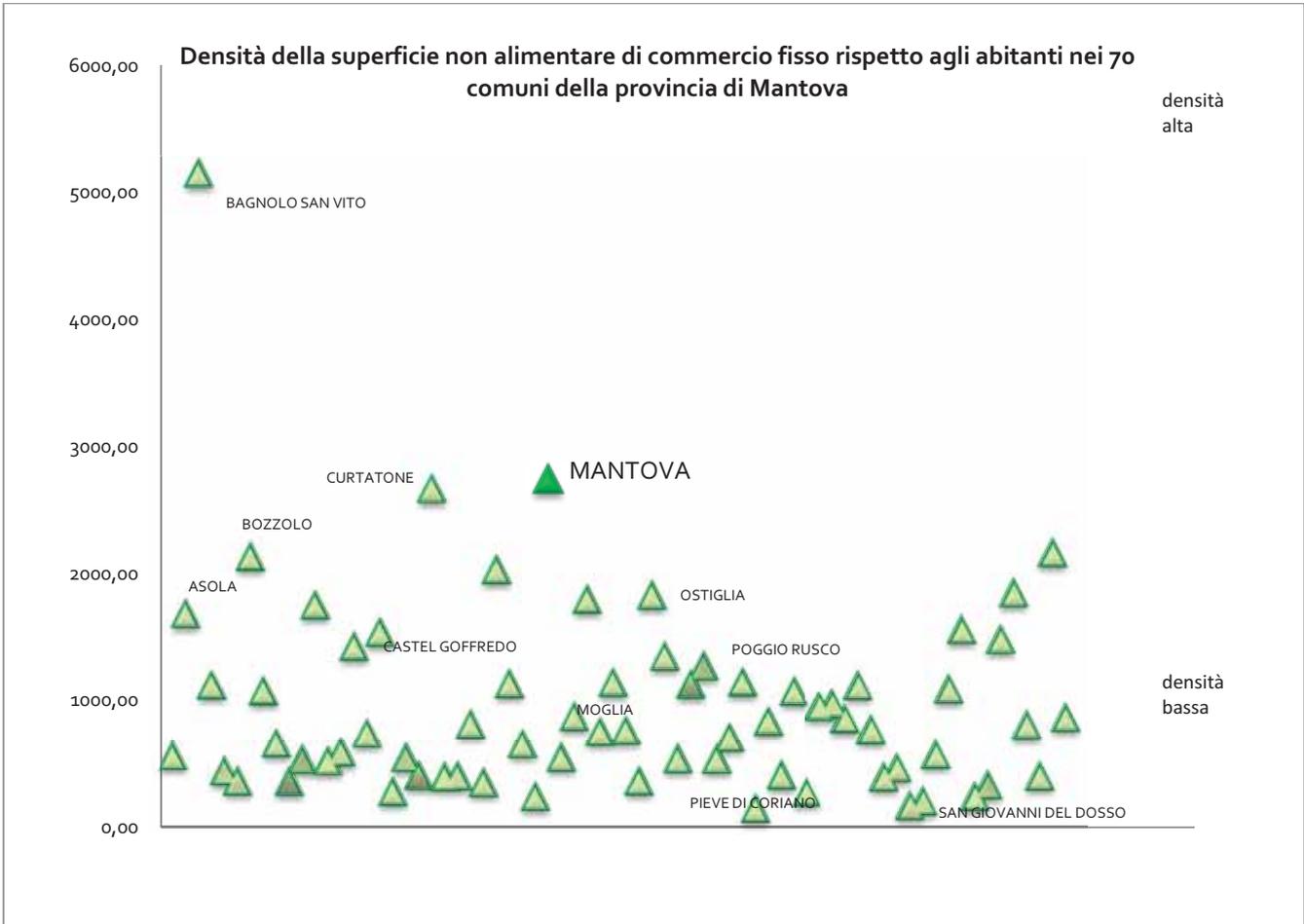


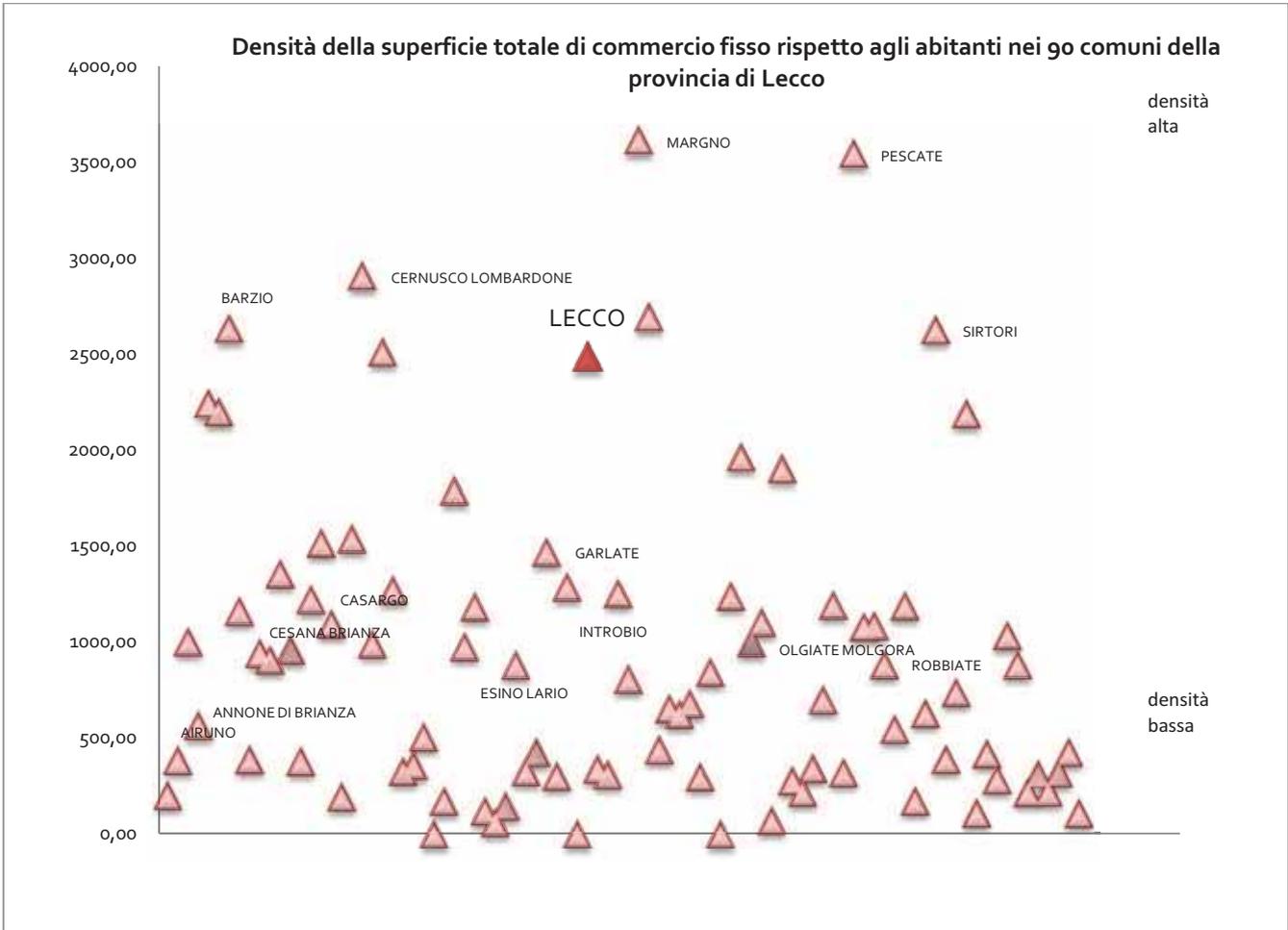
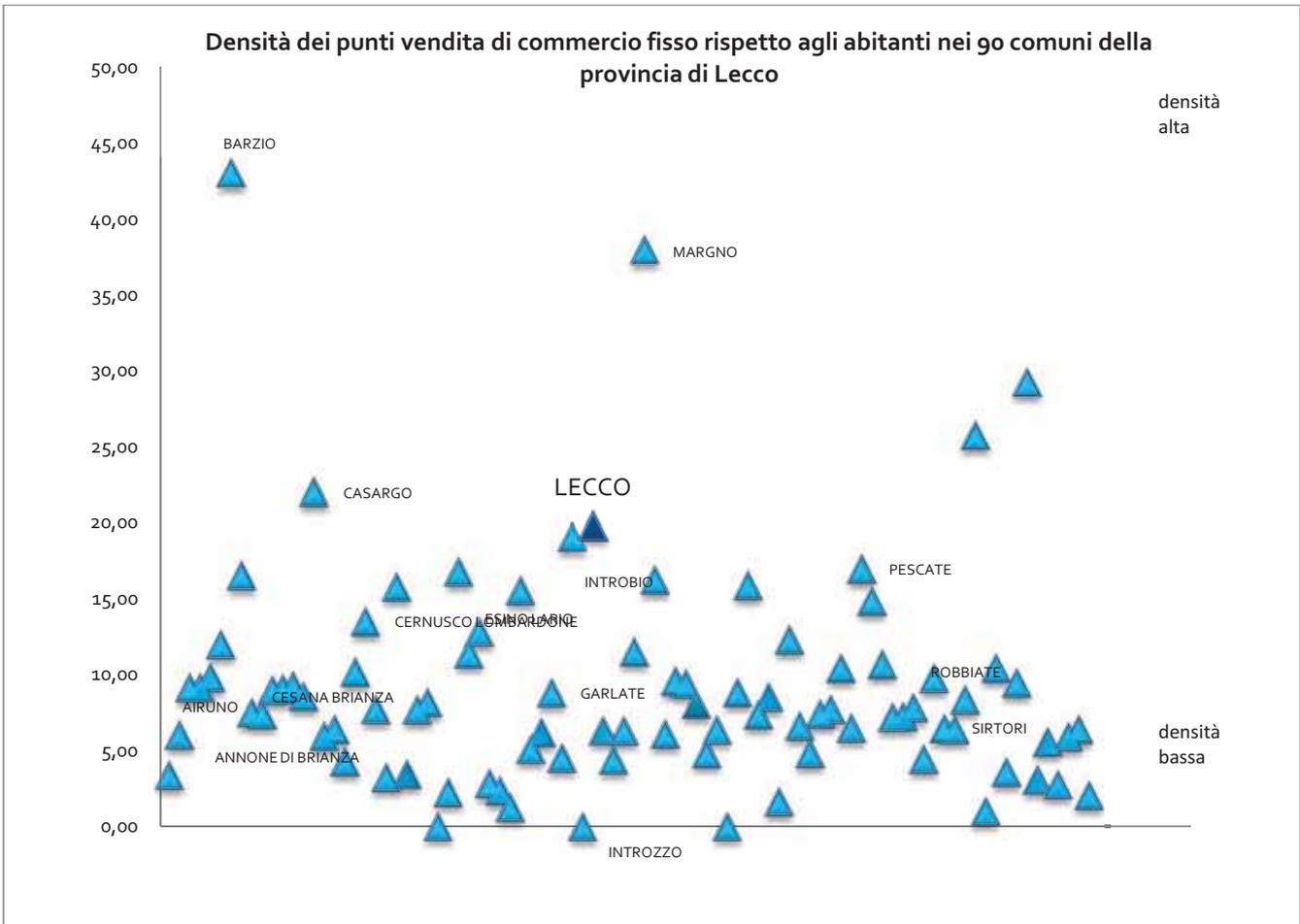


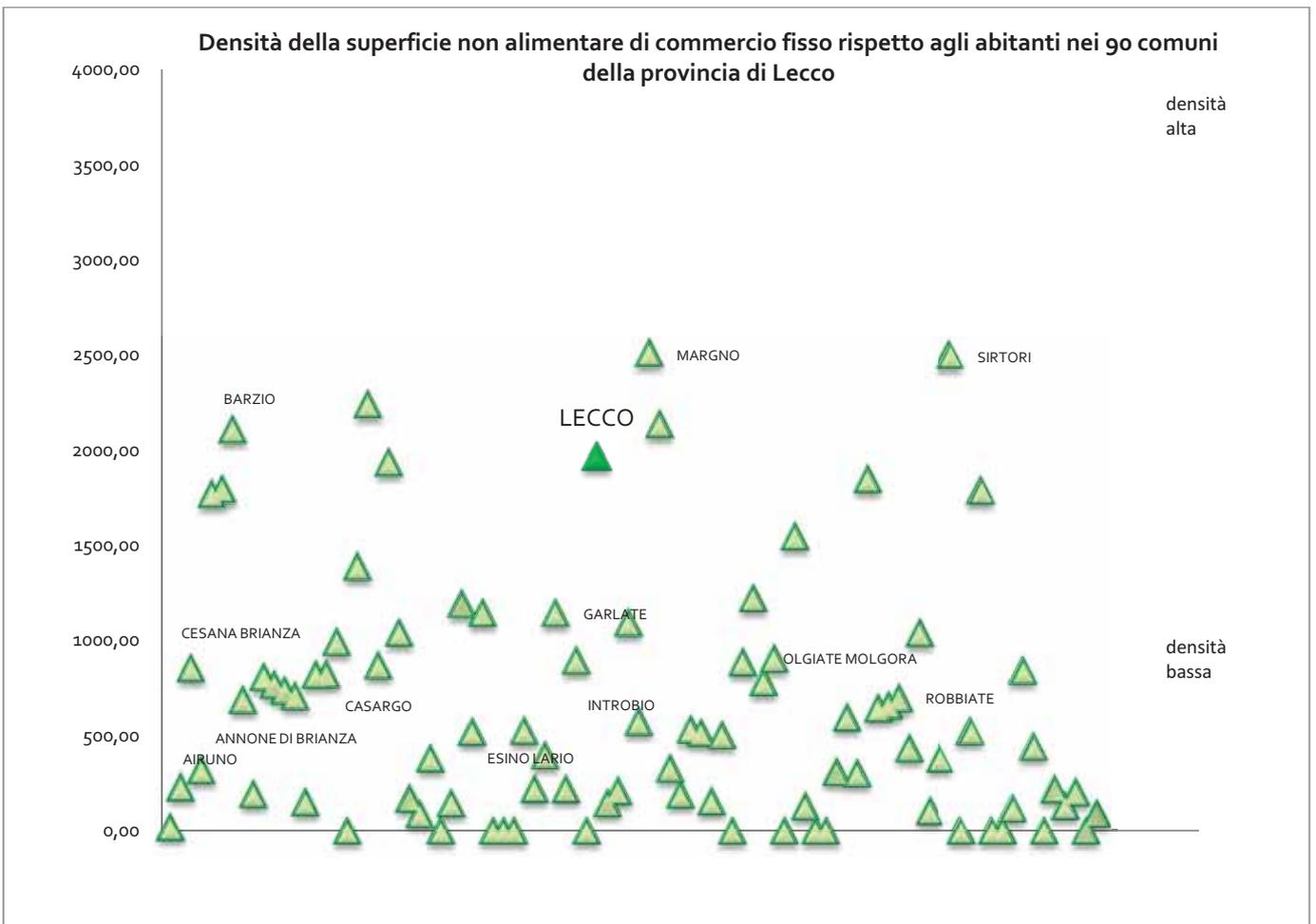
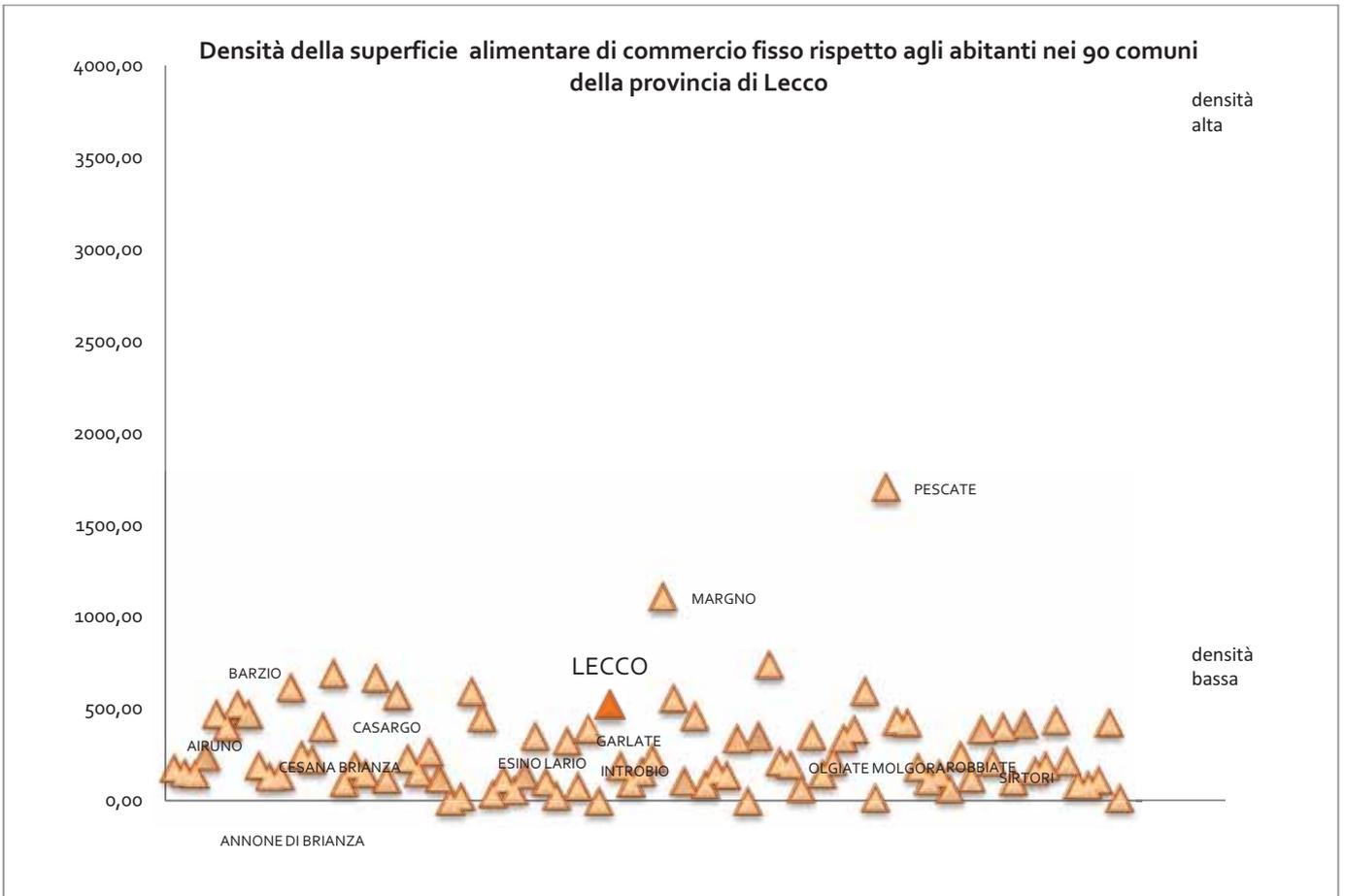


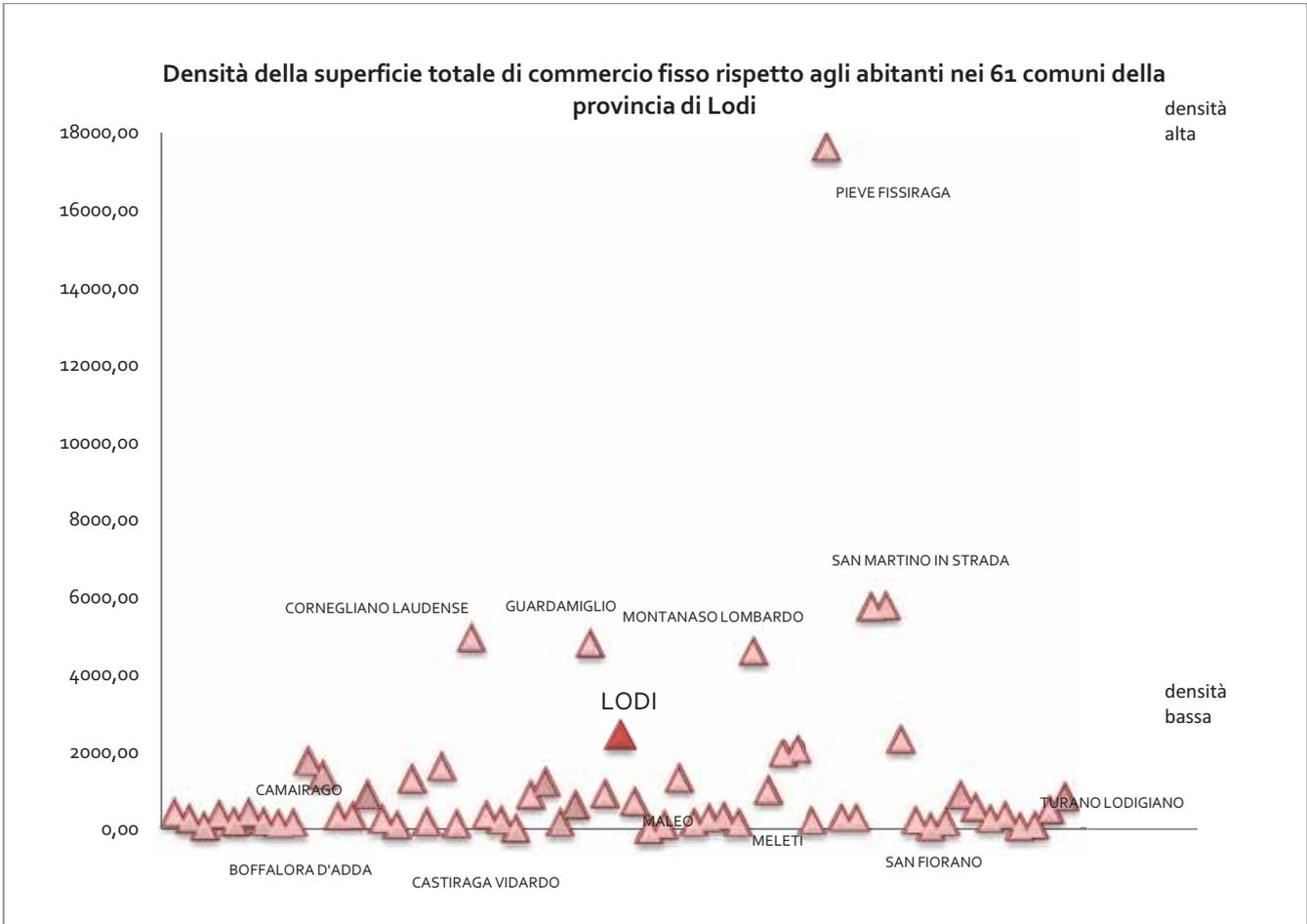
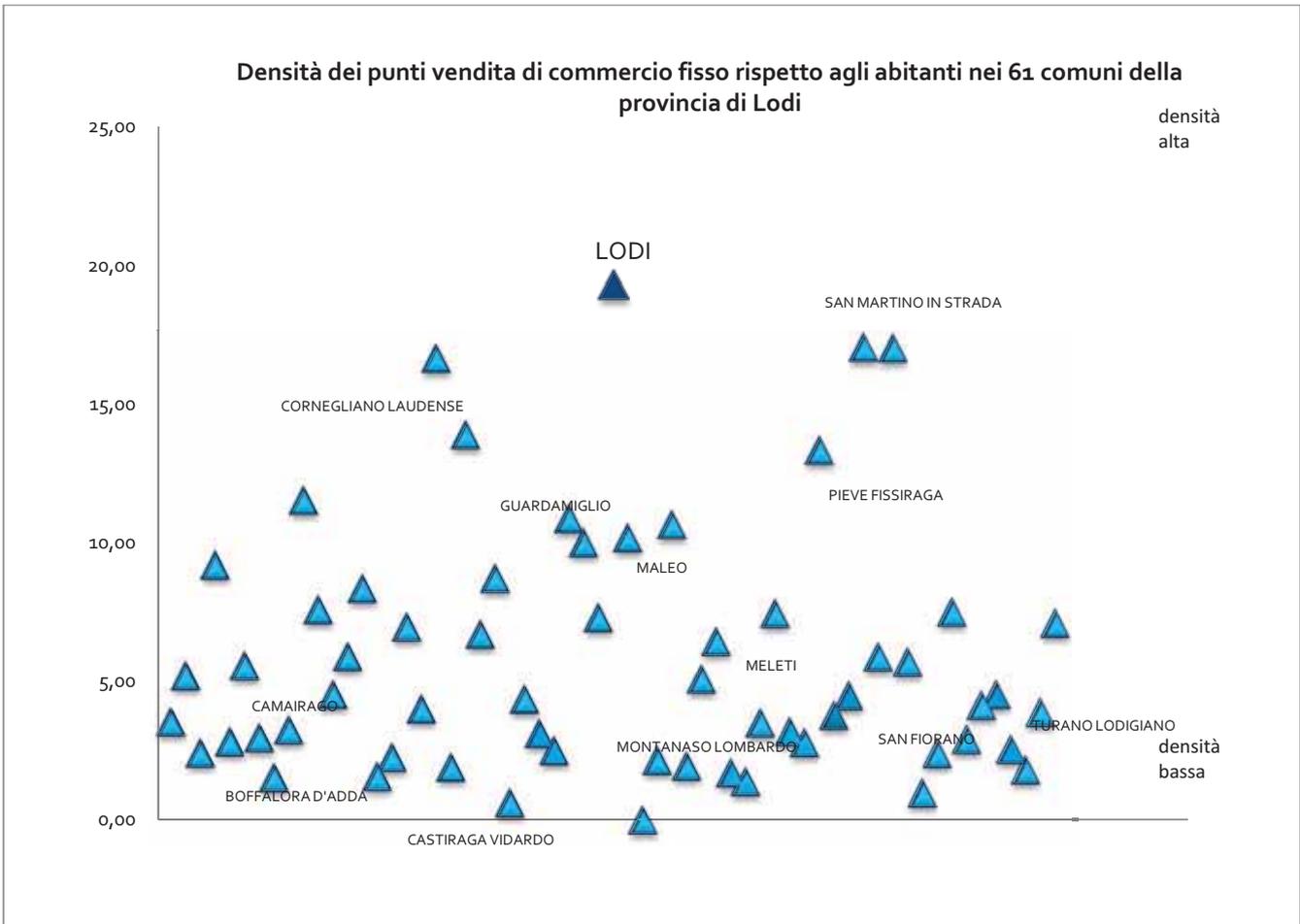


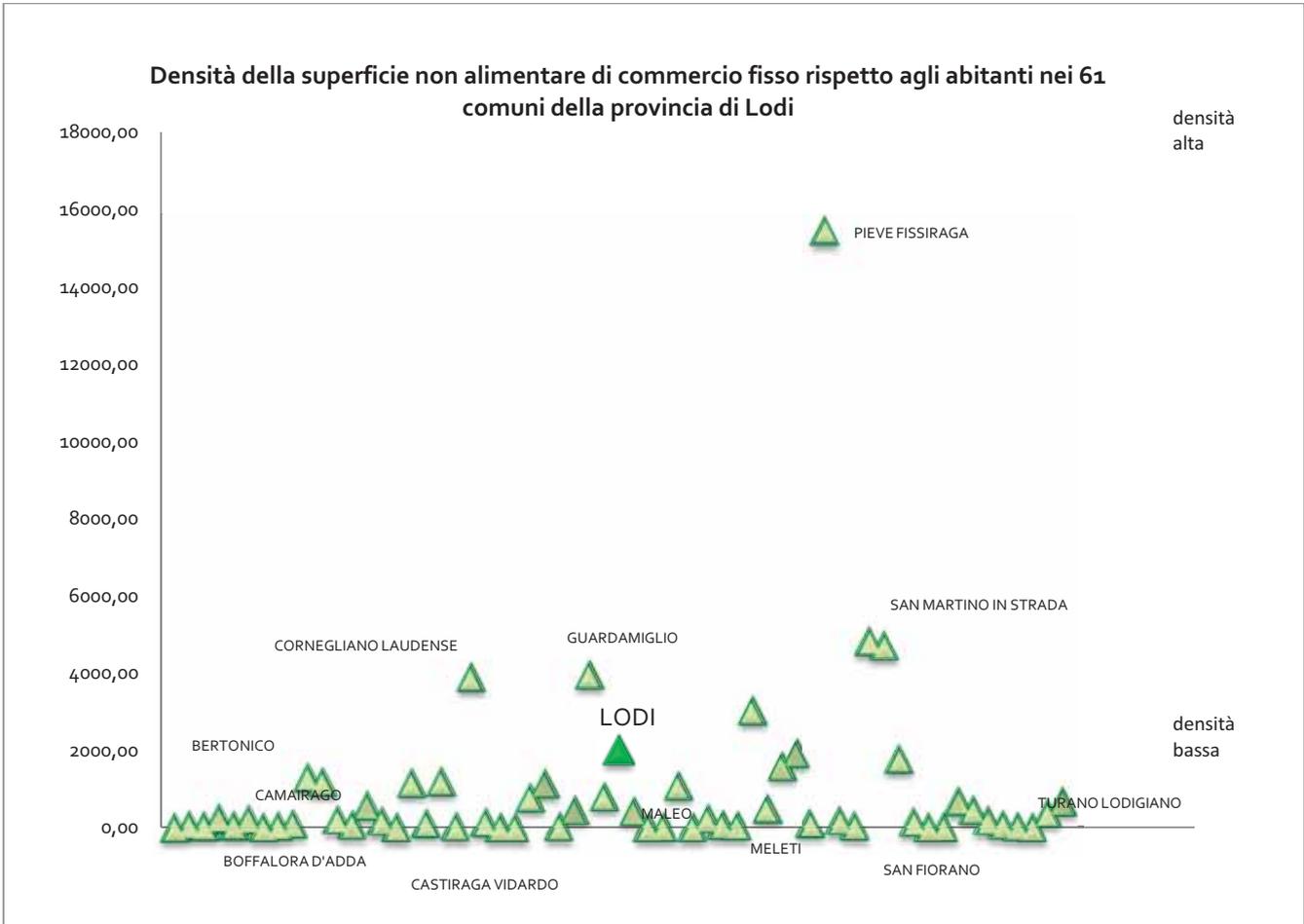
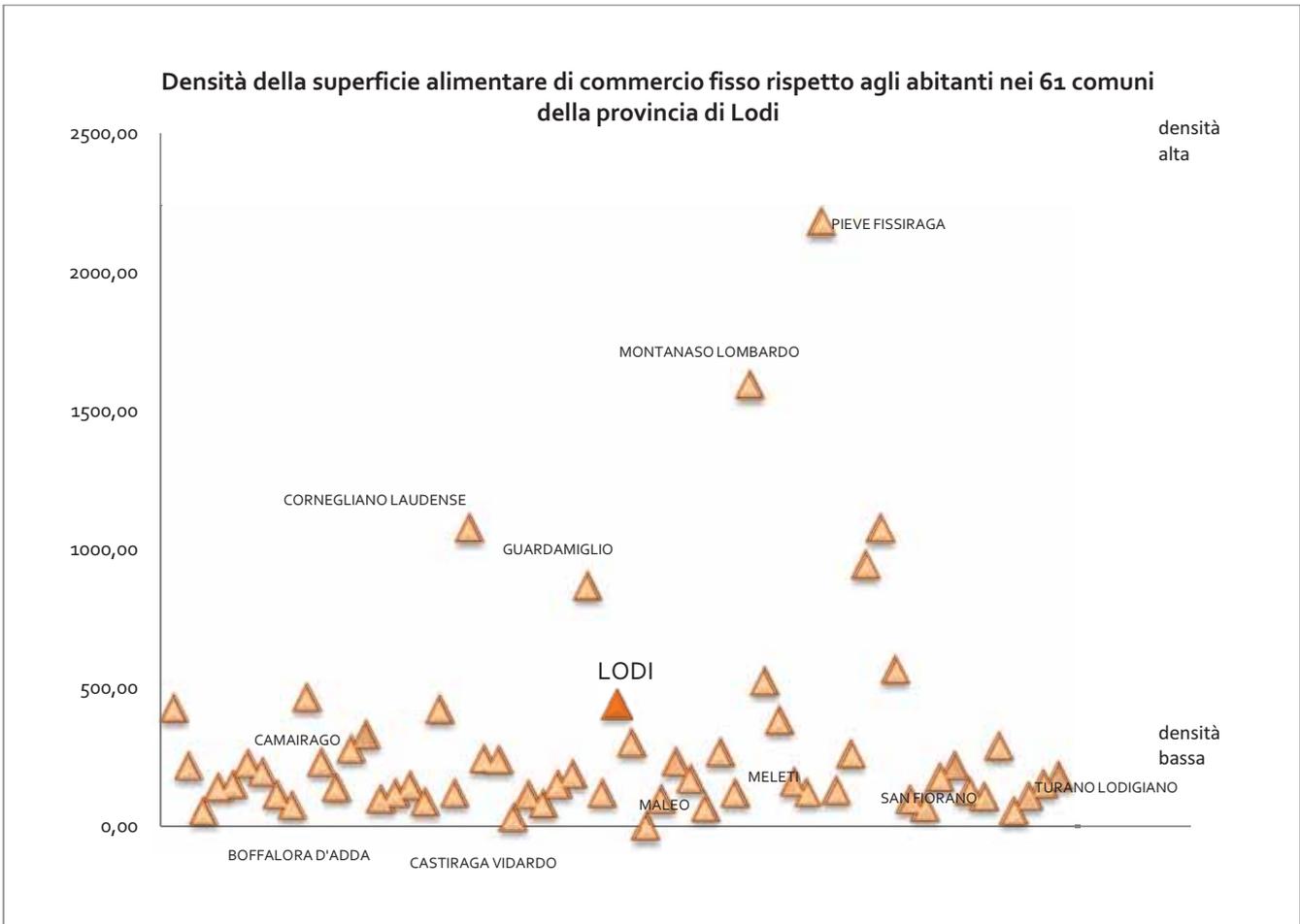




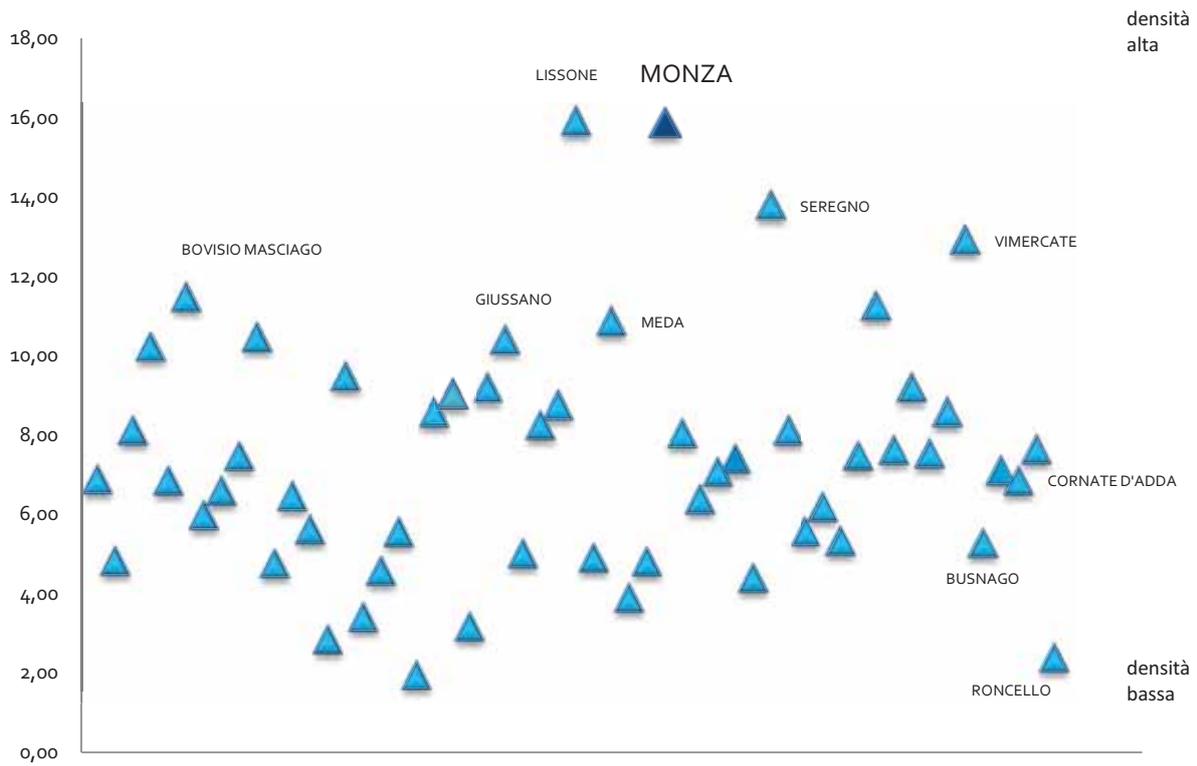




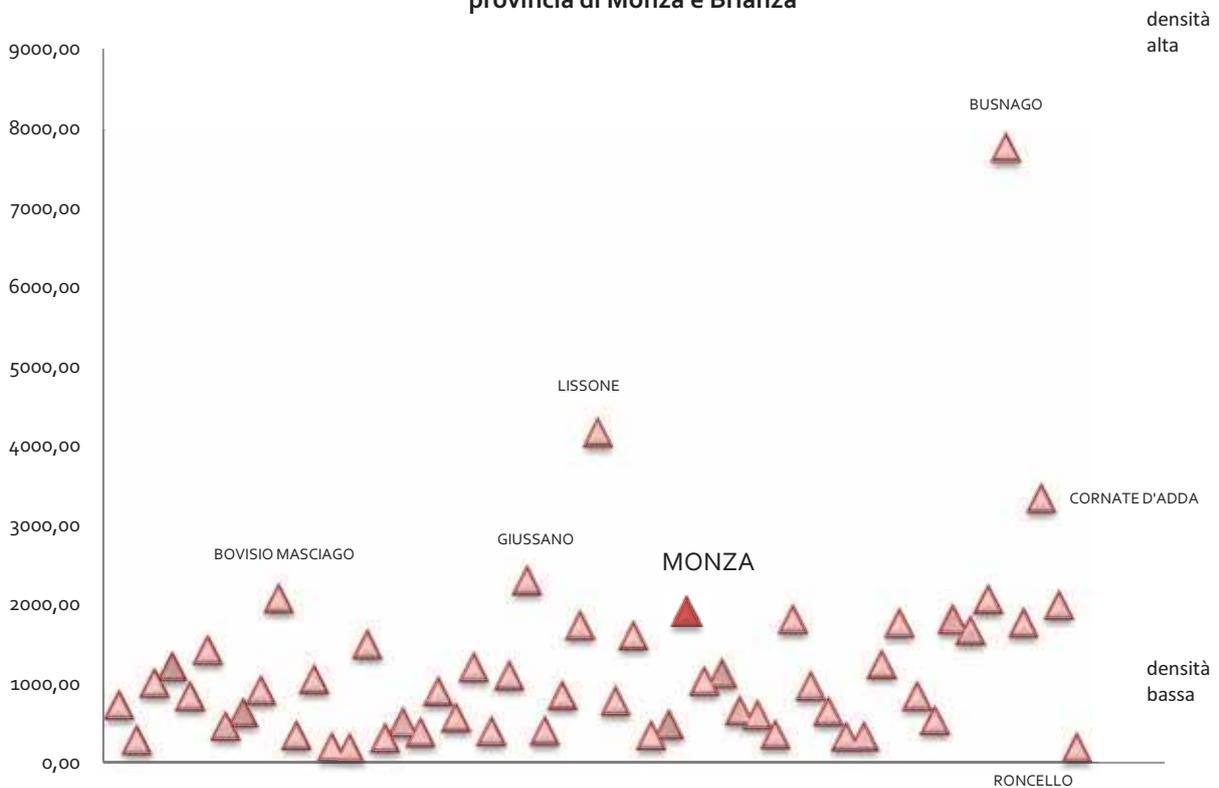


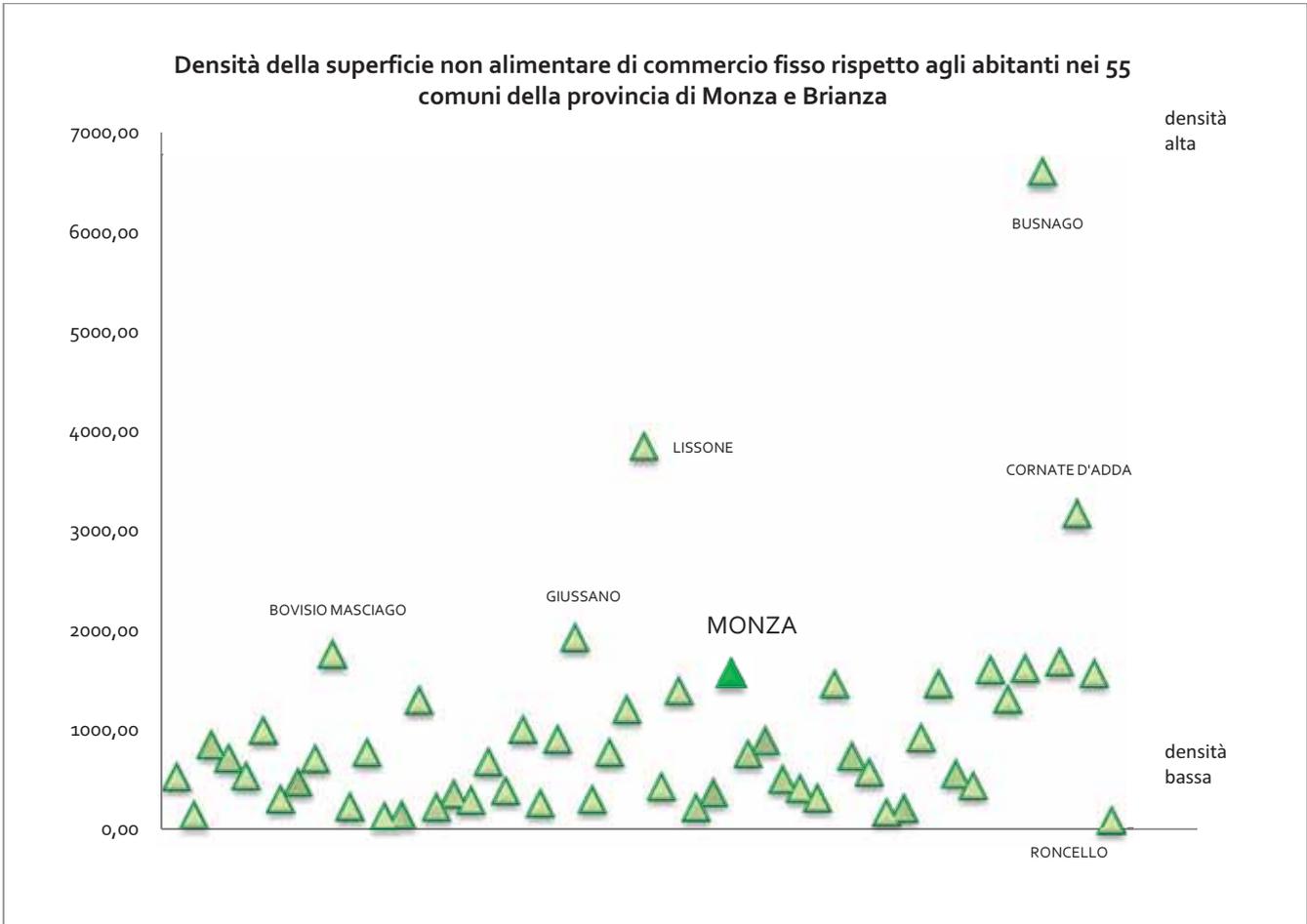
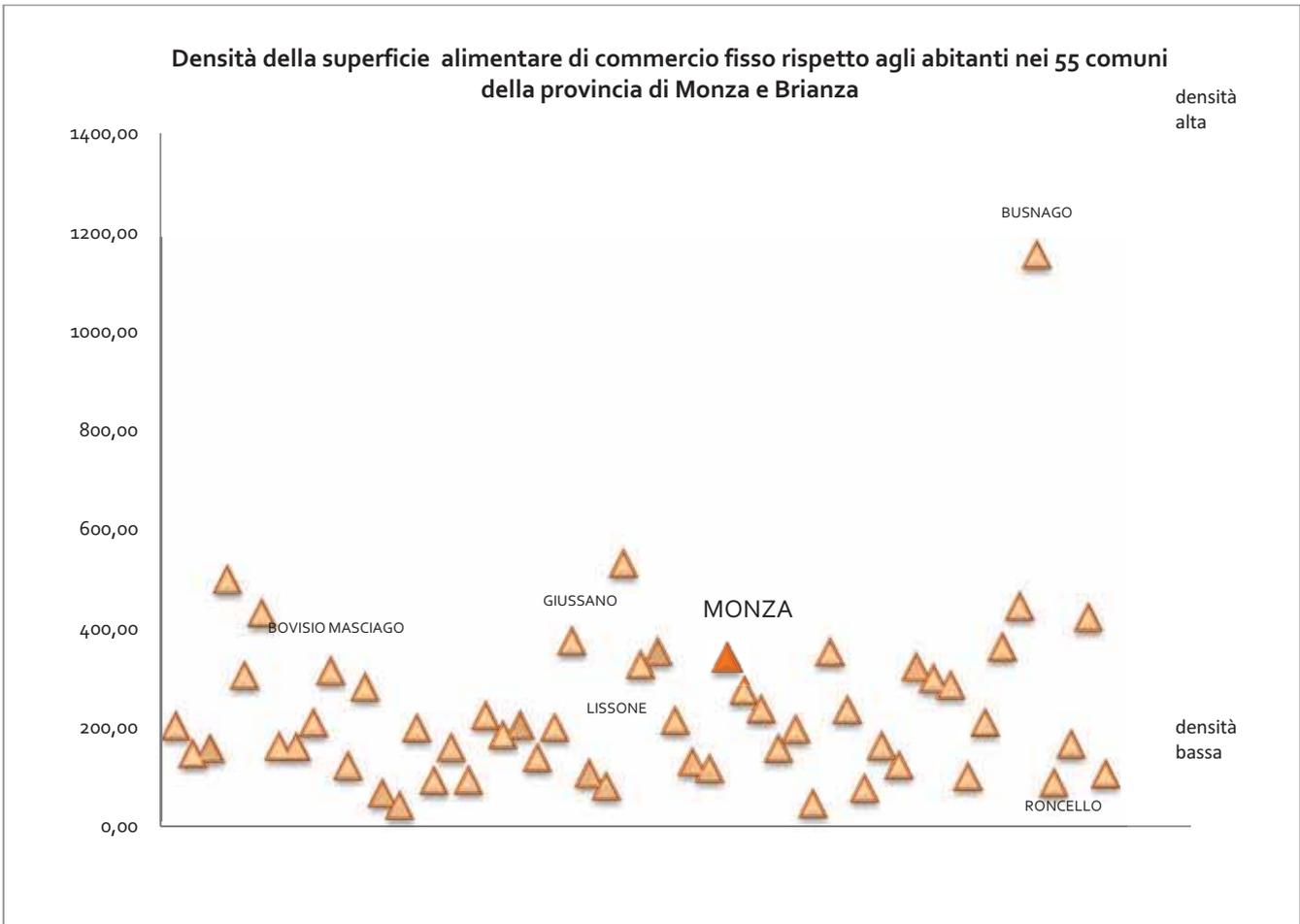


Densità dei punti vendita totale di commercio fisso rispetto agli abitanti nei 55 comuni della provincia di Monza e Brianza



Densità della superficie totale di commercio fisso rispetto agli abitanti nei 55 comuni della provincia di Monza e Brianza



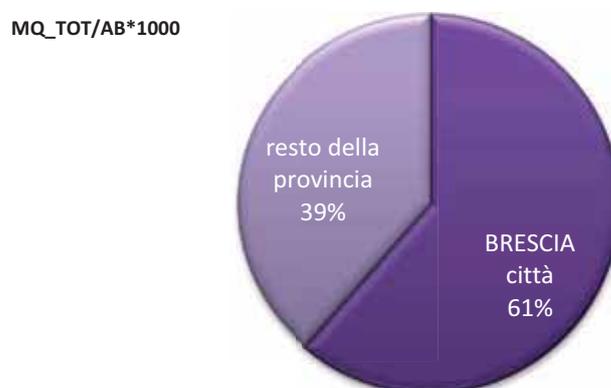


CONFRONTO TRA I CAPOLUOGHI DI PROVINCIA E LA SITUAZIONE NEL RESTO DELLA PROVINCIA

BERGAMO	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
BERGAMO città	25,27	568,04	1943,16	2511,20
resto della provincia	10,59	388,76	1181,67	1570,42
totale provincia	12,19	408,22	1264,33	1672,55

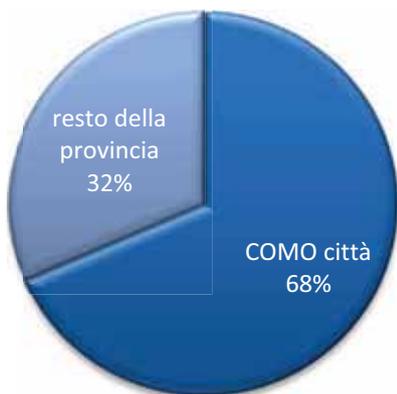


BRESCIA	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
BRESCIA città	25,15	607,51	2353,96	2961,48
resto della provincia	12,57	460,20	1410,33	1870,54
totale provincia	14,51	482,91	1555,81	2038,72



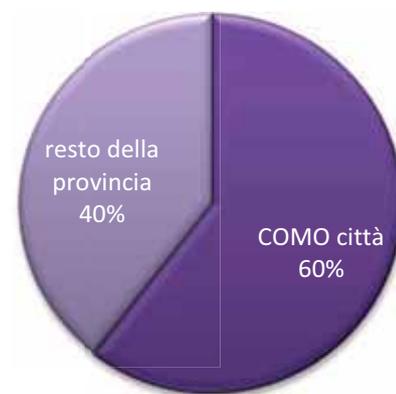
## I NUMERI DEL COMMERCIO

COMO	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
COMO città	20,72	425,15	1565,33	1990,48
resto della provincia	9,54	302,14	1000,80	1302,95
totale provincia	11,14	319,82	1081,95	1401,77



N°/AB\*1000

MQ\_TOT/AB\*1000

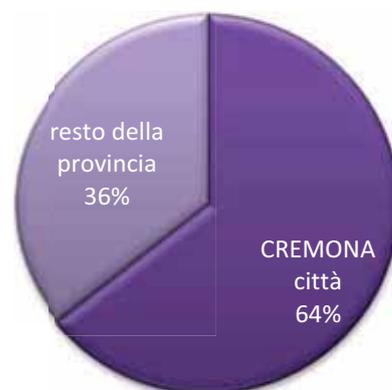


CREMONA	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
CREMONA città	18,05	565,64	1719,27	2284,91
resto della provincia	9,84	329,99	939,45	1269,44
totale provincia	11,48	377,01	1095,06	1472,07



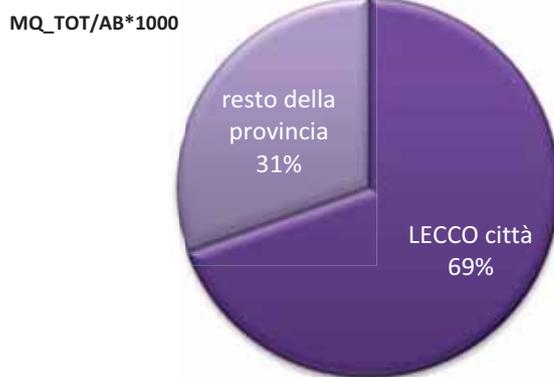
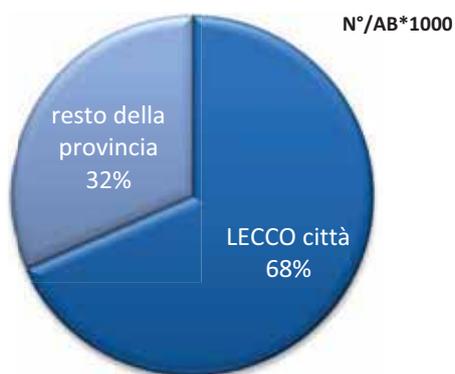
N°/AB\*1000

MQ\_TOT/AB\*1000



## I NUMERI DEL COMMERCIO

LECCO	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
LECCO città	19,73	516,60	1964,87	2481,47
resto della provincia	9,15	293,73	796,81	1090,54
totale provincia	10,64	325,25	962,00	1287,26



LODI	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
LODI città	19,28	437,03	1980,83	2417,86
resto della provincia	8,06	346,36	1083,39	1429,75
totale provincia	10,25	364,04	1258,39	1622,43



I NUMERI DEL COMMERCIO

MONZA E BRIANZA	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
MONZA città	15,86	339,87	1561,83	1901,71
resto della provincia	8,53	277,28	1202,85	1480,13
totale provincia	9,59	286,33	1254,75	1541,08



N°/AB\*1000

MQ\_TOT/AB\*1000



MILANO	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
MILANO città	18,49	296,18	1306,72	1602,90
resto della provincia	8,33	296,21	1116,44	1412,65
totale provincia	12,59	296,20	1196,10	1492,30



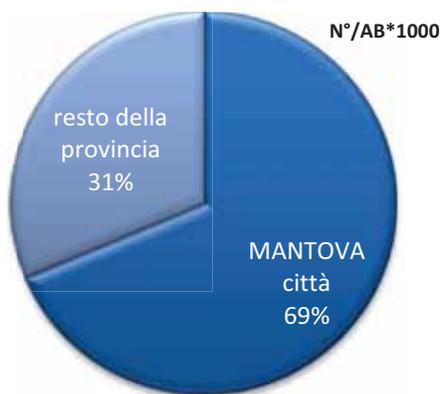
N°/AB\*1000

MQ\_TOT/AB\*1000



I NUMERI DEL COMMERCIO

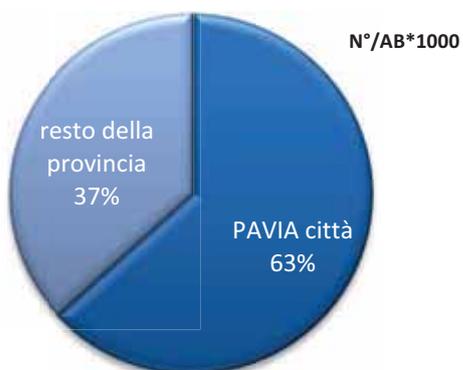
MANTOVA	N°/AB*1000	MQ ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
MANTOVA città	27,65	781,16	2739,67	3520,84
resto della provincia	12,65	452,86	1263,26	1716,12
totale provincia	14,41	491,31	1436,18	1927,49



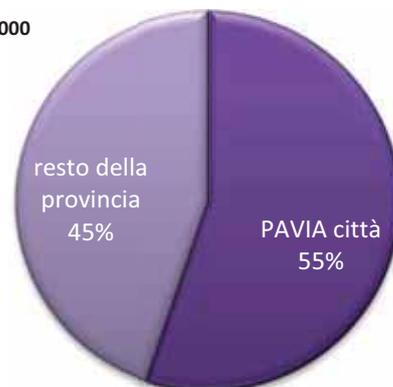
**MQ\_TOT/AB\*1000**



PAVIA	N°/AB*1000	MQ ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
PAVIA città	19,74	362,12	1473,27	1835,38
resto della provincia	11,54	374,30	1122,18	1496,48
totale provincia	12,61	372,71	1168,10	1540,81

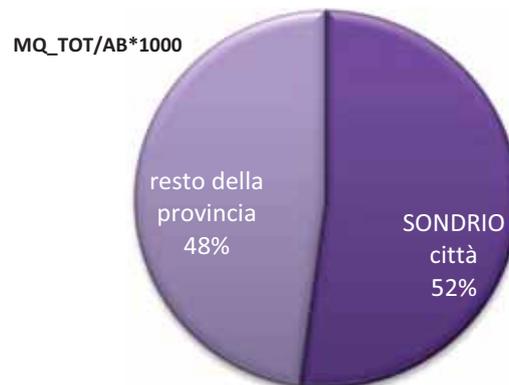
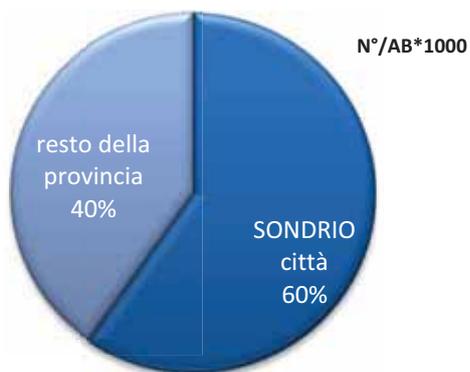


**MQ\_TOT/AB\*1000**

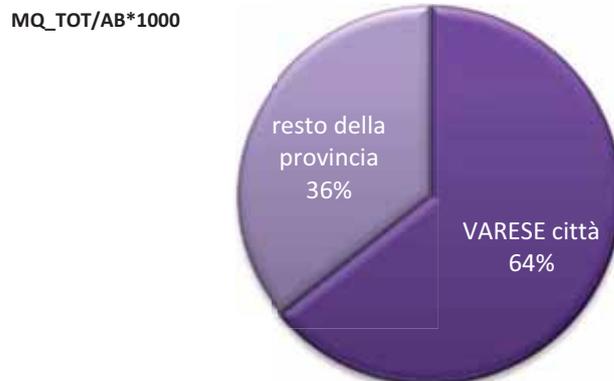


## I NUMERI DEL COMMERCIO

SONDRIO	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
SONDRIO città	26,20	416,64	1665,17	2081,81
resto della provincia	17,70	507,10	1412,00	1919,10
totale provincia	18,73	496,04	1442,94	1938,98



VARESE	N°/AB*1000	MQ_ALIM/AB*1000	MQ_NONALIM/AB*1000	MQ_TOT/AB*1000
VARESE città	22,13	347,67	2261,91	2609,58
resto della provincia	10,83	346,14	1110,79	1456,92
totale provincia	11,89	346,28	1218,17	1564,45



### I DISTRETTI DEL COMMERCIO

---

#### COSA SONO

I distretti del Commercio sono, ai sensi dell'art. 5 del Testo unico del Commercio (L.R. 6/2010) *“entità innovative che definiscono ambiti e iniziative nelle quali i cittadini, le imprese e le formazioni sociali liberamente aggregati sono in grado di fare del commercio il fattore di innovazione, integrazione e valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone il territorio, per accrescere l'attrattività, rigenerare il tessuto urbano e sostenere la competitività delle sue polarità commerciali. L'ambito territoriale del distretto del commercio è individuato sulla base dei criteri stabiliti dalla Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente. Al fine di valorizzare le caratteristiche peculiari di tali ambiti, soggetti pubblici e privati possono proporre interventi integrati per lo sviluppo del contesto urbano di riferimento.”*

Leggendo questa definizione e pensando a ciò che ha prodotto nel concreto (ricordiamo i tre bandi promossi dalla Regione per istituire i distretti del commercio che hanno con successo portato al riconoscimento di 146 nuove entità territoriali ed il 147esimo distretto istituito extra bando ai sensi della D.g.r. VIII/10397/2009, coinvolgendo circa 1/3 dei comuni lombardi) possiamo affermare che i distretti del commercio siano a tutti gli effetti una modalità di valorizzazione territoriale innovativa, per promuovere il commercio come efficace fattore di aggregazione in grado di attivare non solo dinamiche economiche, ma anche sociali e culturali di grande portata.

I Distretti del Commercio sono ambiti in cui cittadini, imprese e corpi sociali liberamente aggregati e collaboranti sono in grado di fare del commercio il fattore di integrazione, di coesione sociale e di valorizzazione di tutte le risorse di cui dispone un territorio. Promuovono la competitività delle polarità commerciali urbane e la rigenerazione del contesto in cui si collocano, secondo una modalità di intervento il più possibile integrata, condivisa e concertata tra le istituzioni di governo del territorio, le autonomie funzionali e le rappresentanze economiche, politiche e sociali che vi operano.

#### FATTORI STRATEGICI

Normalmente i fattori che consentono di riconoscere in un ambito territoriale le potenzialità per divenire un distretto del commercio, e che poi vengono ancor più stimolati e potenziati, nel caso il distretto effettivamente venga istituito in quell'ambito sono:

- presenza di addensamenti di esercizi commerciali anche integrati con altri settori economici;
- connessione con punti di rilevanza del territorio (Es: riferimenti culturali o turistici, stazioni e altri snodi del sistema di trasporto pubblico) di rilievo alla scala comunale o sovracomunale;
- buona accessibilità e sviluppo di mobilità sostenibile (Es: trasporto pubblico, parcheggi per cicli e motocicli, infrastrutture per la mobilità dolce, isole pedonali);
- qualità urbana
- offerta di servizi (Es: animazione/eventi, attività culturali e di intrattenimento, presenza di bar e ristoranti, quantità e qualità del servizio commerciale).

#### ... I NUMERI!!

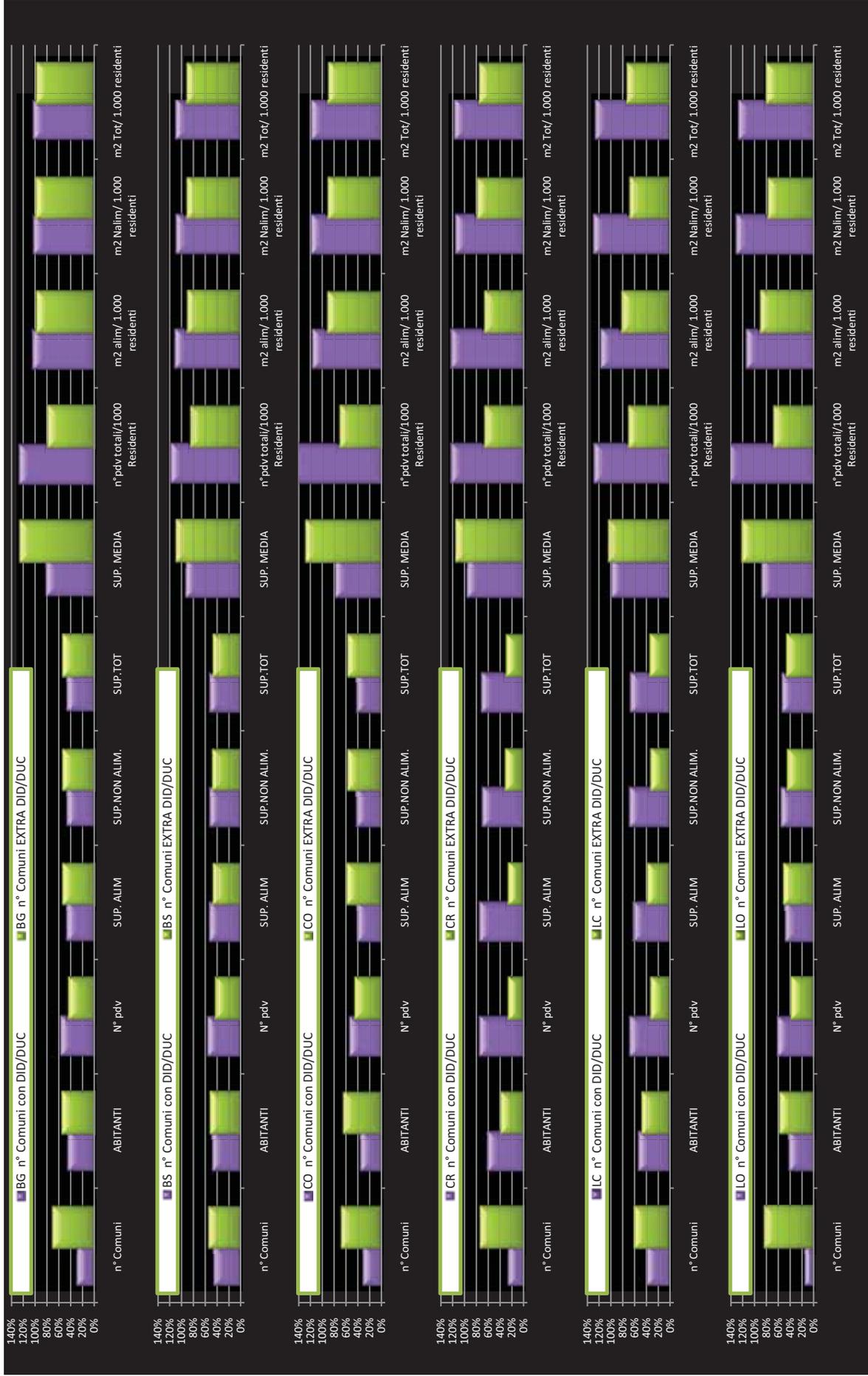
Date le premesse in tema di Distretti, l'approfondimento che a questo argomento abbiamo voluto dedicare ha lo scopo di indagare le dimensioni del commercio fisso nei comuni che hanno istituito una qualsiasi forma di Distretto (che siano Distretti Urbani o Distretti di rilevanza Intercomunale).

Le dimensioni osservate sono la densità per 1000 abitanti del numero dei punti vendita di commercio fisso al dettaglio, indipendentemente dalla tipologia (Vicinato, Medie e Grandi) e le densità dei mq ogni 1000 abitanti delle superfici per settore (alimentare e non alimentare) e totali.

I NUMERI DEL COMMERCIO

PERCENTUALI SUL TOTALE PROVINCIALE		n° Comuni	ABITANTI	N° pdv	SUP. ALIM	SUP. NON ALIM.	SUP. TOT	SUP. MEDIA	n° pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/1.000 residenti	m2 Nalim/1.000 residenti	m2 Tot/1.000 residenti
<b>BG</b>												
BG	n° Comuni con DID/DUC	30,33%	45,52%	57,45%	47,22%	46,69%	46,82%	81,49%	126,20%	103,72%	102,55%	102,84%
BG	n° Comuni EXTRA DID/DUC	69,67%	54,48%	42,55%	52,78%	53,31%	53,18%	125,00%	78,10%	96,89%	97,87%	97,63%
BG	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>BS</b>												
BS	n° Comuni con DID/DUC	46,12%	48,59%	57,24%	53,92%	52,99%	53,21%	92,97%	117,79%	110,97%	109,05%	109,51%
BS	n° Comuni EXTRA DID/DUC	53,88%	51,41%	42,76%	46,08%	47,01%	46,79%	109,42%	83,18%	89,63%	91,44%	91,01%
BS	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>CO</b>												
CO	n° Comuni con DID/DUC	32,10%	36,52%	55,30%	42,34%	43,29%	43,07%	77,89%	151,42%	115,93%	118,53%	117,94%
CO	n° Comuni EXTRA DID/DUC	67,90%	63,48%	44,70%	57,66%	56,71%	56,93%	127,36%	70,42%	90,83%	89,34%	89,68%
CO	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>CR</b>												
CR	n° Comuni con DID/DUC	26,96%	61,40%	74,79%	74,83%	70,08%	71,30%	95,33%	121,80%	121,87%	114,14%	116,12%
CR	n° Comuni EXTRA DID/DUC	73,04%	38,60%	25,21%	25,17%	29,92%	28,70%	113,85%	65,31%	65,21%	77,51%	74,36%
CR	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>LC</b>												
LC	n° Comuni con DID/DUC	40,00%	53,32%	67,78%	61,85%	68,35%	66,71%	98,42%	127,11%	116,00%	128,19%	125,11%
LC	n° Comuni EXTRA DID/DUC	60,00%	46,68%	32,22%	38,15%	31,65%	33,29%	103,32%	69,03%	81,73%	67,80%	71,32%
LC	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>LO</b>												
LO	n° Comuni con DID/DUC	16,39%	43,34%	62,71%	49,52%	56,72%	55,11%	87,89%	144,70%	114,28%	130,89%	127,17%
LO	n° Comuni EXTRA DID/DUC	83,61%	56,66%	37,29%	50,48%	43,28%	44,89%	120,37%	65,82%	89,08%	76,37%	79,22%
LO	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

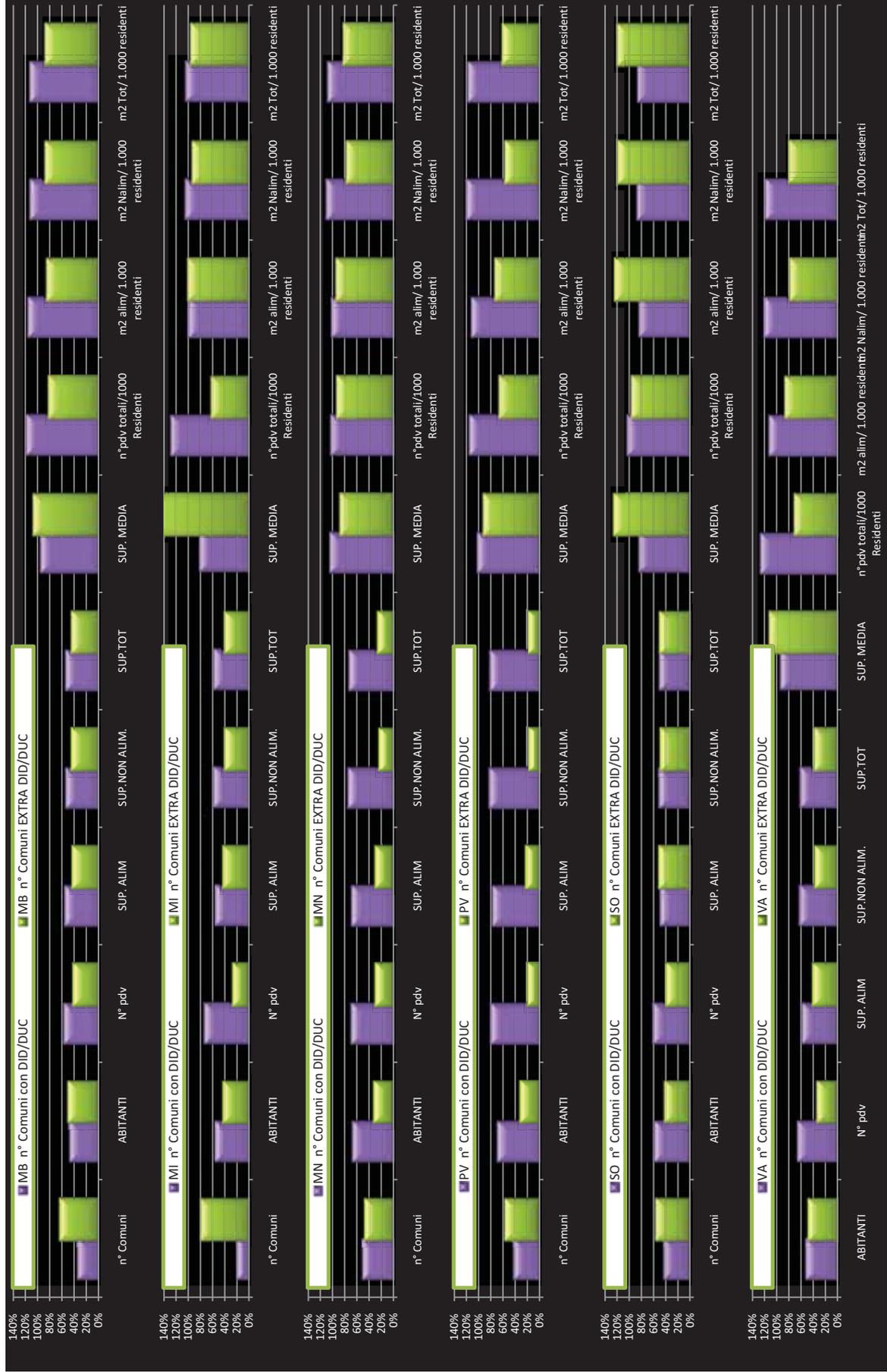
# I NUMERI DEL COMMERCIO



I NUMERI DEL COMMERCIO

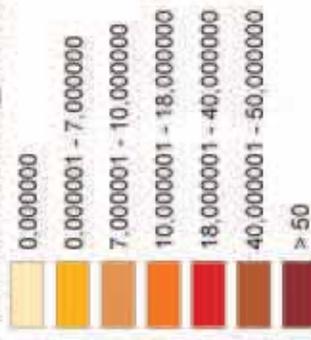
PERCENTUALI SUL TOTALE PROVINCIALE		n° Comuni	ABITANTI	N° pdv	SUP. ALIM	SUP. NON ALIM.	SUP. TOT	SUP. MEDIA	n° pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/1.000 residenti	m2 Nalim/1.000 residenti	m2 Tot/1.000 residenti
<b>MB</b>												
MB	n° Comuni con DID/DUC	36,36%	49,56%	58,79%	57,35%	55,71%	56,01%	95,28%	118,63%	115,71%	112,41%	113,02%
MB	n° Comuni EXTRA DID/DUC	63,64%	50,44%	41,21%	42,65%	44,29%	43,99%	106,74%	81,70%	84,56%	87,81%	87,20%
MB	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>MI</b>												
MI	n° Comuni con DID/DUC	21,64%	57,52%	73,45%	57,20%	60,14%	59,55%	81,08%	127,68%	99,44%	104,54%	103,53%
MI	n° Comuni EXTRA DID/DUC	78,36%	42,48%	26,55%	42,80%	39,86%	40,45%	152,33%	62,51%	100,76%	93,85%	95,22%
MI	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>MN</b>												
MN	n° Comuni con DID/DUC	52,86%	68,05%	70,27%	69,64%	75,34%	73,89%	105,14%	103,27%	102,35%	110,72%	108,58%
MN	n° Comuni EXTRA DID/DUC	47,14%	31,95%	29,73%	30,36%	24,66%	26,11%	87,84%	93,03%	95,00%	77,18%	81,72%
MN	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>PV</b>												
PV	n° Comuni con DID/DUC	43,68%	69,39%	79,91%	77,55%	82,77%	81,51%	101,99%	115,16%	111,75%	119,28%	117,46%
PV	n° Comuni EXTRA DID/DUC	56,32%	30,61%	20,09%	22,45%	17,23%	18,49%	92,07%	65,63%	73,35%	56,30%	60,42%
PV	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>SO</b>												
SO	n° Comuni con DID/DUC	43,59%	58,89%	60,62%	49,14%	51,21%	50,68%	83,60%	102,94%	83,45%	86,96%	86,06%
SO	n° Comuni EXTRA DID/DUC	56,41%	41,11%	39,38%	50,86%	48,79%	49,32%	125,24%	95,79%	123,71%	118,67%	119,96%
SO	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>VA</b>												
VA	n° Comuni con DID/DUC	25,53%	52,15%	65,77%	58,78%	62,55%	61,72%	93,84%	126,12%	112,71%	119,95%	118,35%
VA	n° Comuni EXTRA DID/DUC	74,47%	47,85%	34,23%	41,22%	37,45%	38,28%	111,84%	71,53%	86,15%	78,26%	80,00%
VA	n° Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

# I NUMERI DEL COMMERCIO

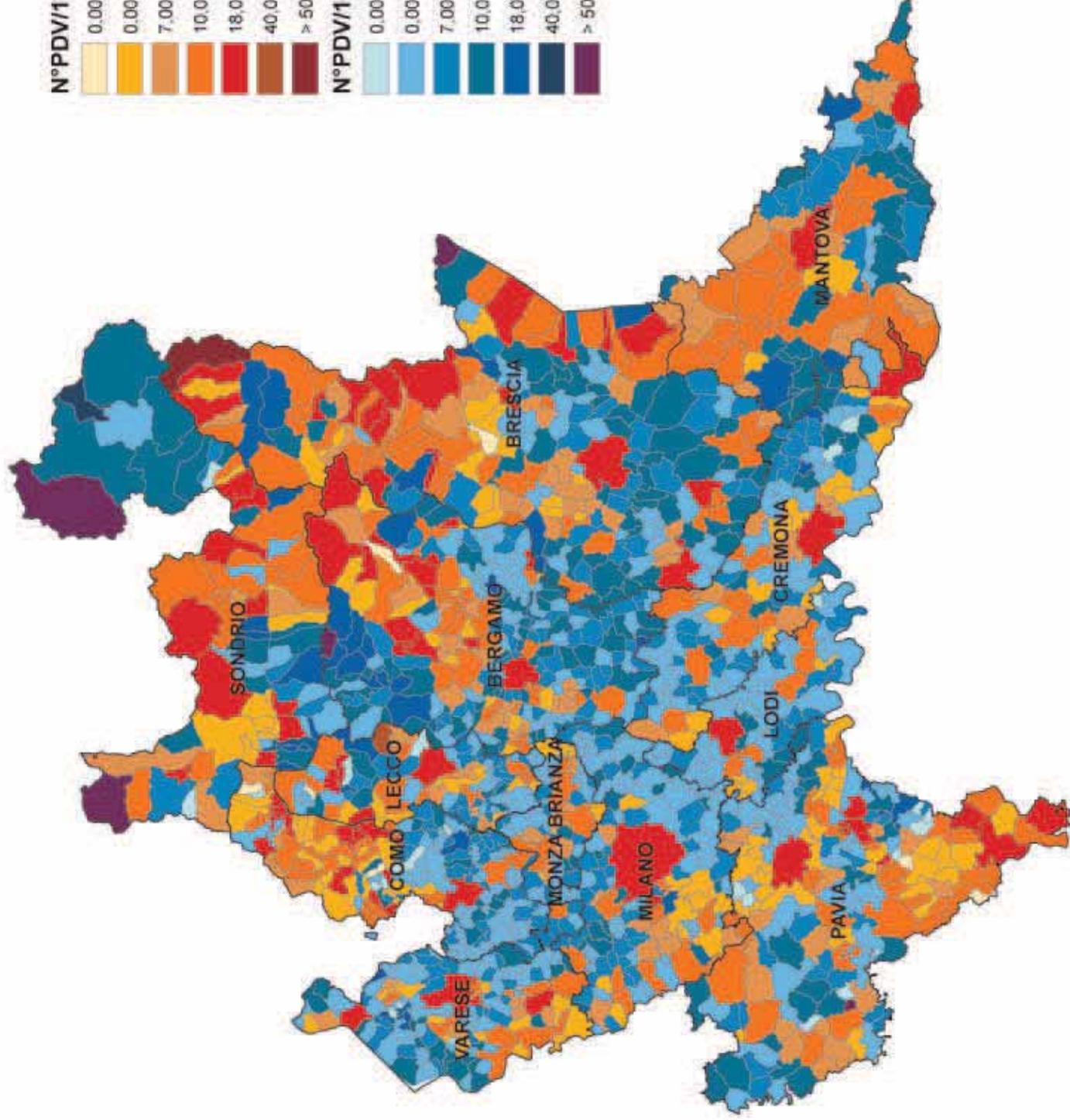
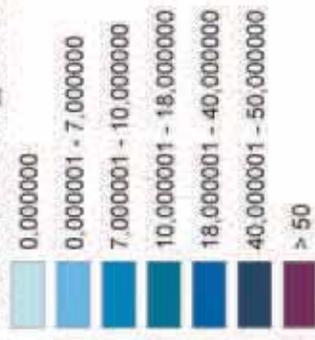


# MAPPA DENSITA' DISTRETTI DEL COMMERCIO PER COMUNE

N°PDV/1000 Ab\_ SI DISTRETTO

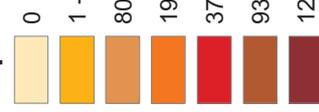


N°PDV/1000 Ab\_ NO DISTRETTO

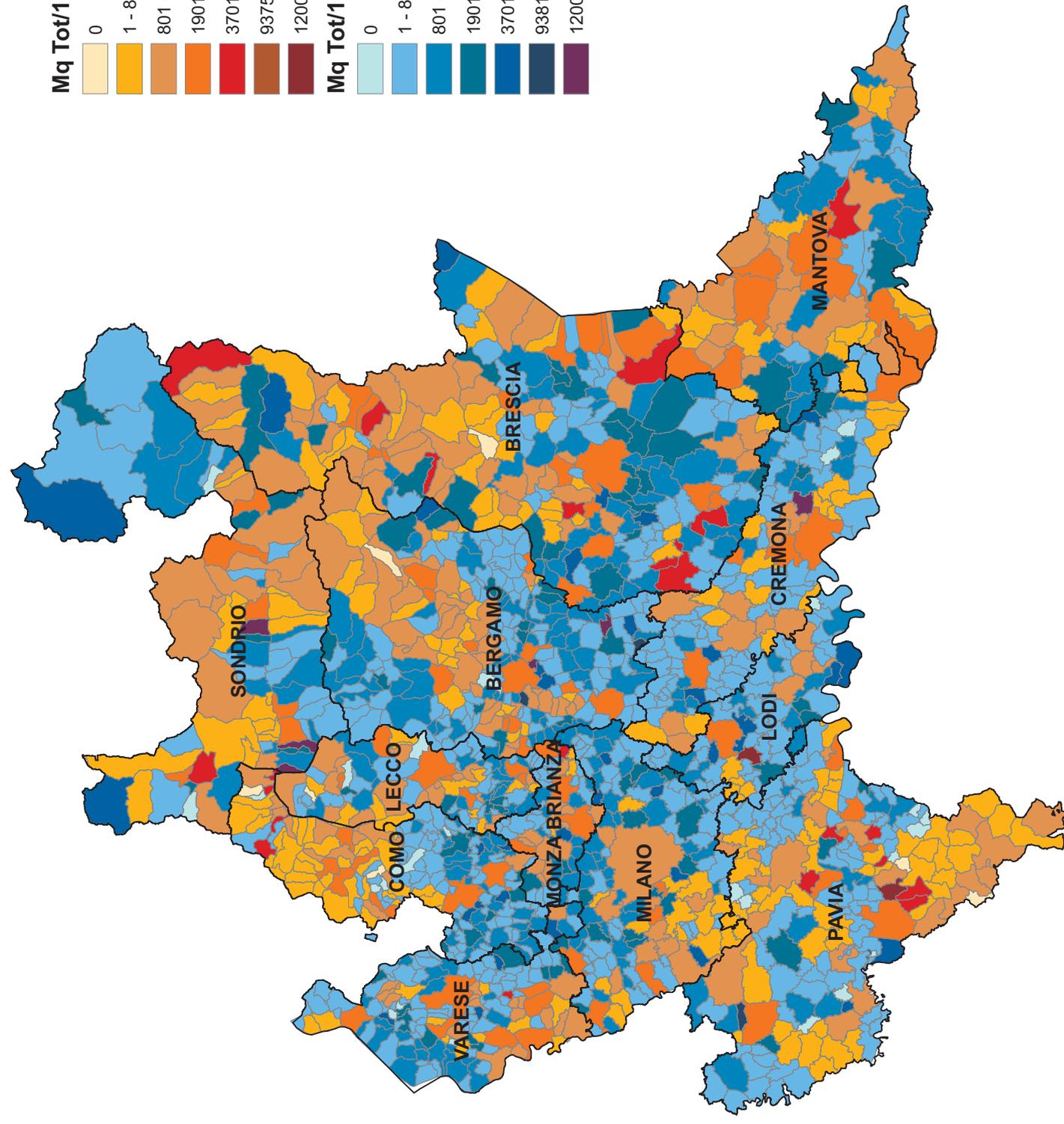
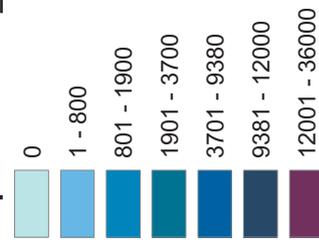


# MAPPA DENSITA' DISTRETTI DEL COMMERCIO PER COMUNE

Mq Tot/1000 Ab\_ SI DISTRETTO



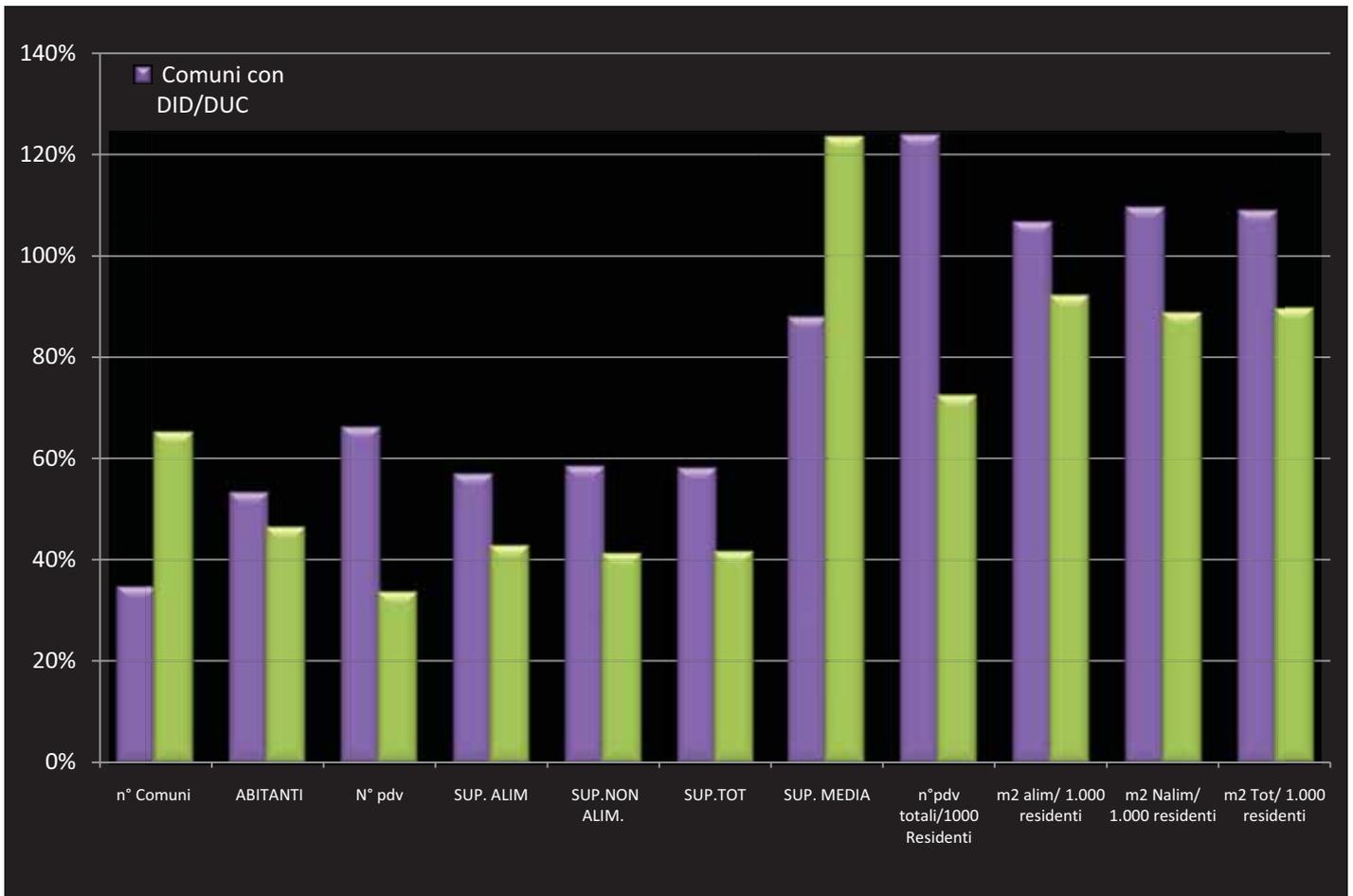
Mq Tot/1000 Ab\_NO DISTRETTO



## I NUMERI DEL COMMERCIO

	n° Comuni	ABITANTI	N° pdv	SUP. ALIM	SUP.NON ALIM.	SUP.TOT
Comuni con DID/DUC	34,73%	53,44%	66,23%	57,06%	58,64%	58,29%
Comuni EXTRA DID/DUC	65,27%	46,56%	33,77%	42,94%	41,36%	41,71%
Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

	SUP. MEDIA	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
Comuni con DID/DUC	88,00%	123,94%	106,78%	109,72%	109,06%
Comuni EXTRA DID/DUC	123,54%	72,53%	92,22%	88,84%	89,60%
Comuni TOTALI	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



## IL COMMERCIO NEGLI AMBITI TERRITORIALI

### PREMESSA

Il territorio della Regione Lombardia è suddiviso in ambiti territoriali con caratteristiche di omogeneità.

Gli ambiti territoriali sono definiti sulla base delle caratteristiche della rete commerciale e delle sue dinamiche recenti nonché in relazione a caratteristiche geografiche, economiche e sociali, in rapporto alla domanda esistente e prevedibile dal punto di vista qualitativo e quantitativo.

L'articolazione territoriale tiene conto in particolare di:

- densità della popolazione residente e distribuzione territoriale per fasce di età;
- attrattività dell'offerta commerciale esistente;
- densità e dinamiche evolutive della distribuzione commerciale al dettaglio con particolare riferimento all'ultimo triennio;
- situazione geografica ed ambientale

Gli ambiti individuati, ad ognuno dei quali corrispondono specifici obiettivi da raggiungere, sono i seguenti:

- ambito commerciale metropolitano;
- ambito di addensamento commerciale metropolitano;
- ambito urbano dei capoluoghi
- ambito montano;
- ambito lacustre;
- ambito della pianura lombarda.

L'elenco dei comuni appartenenti ad ogni ambito è riportato in un apposito elenco in allegato al programma.

Per ogni ambito il programma triennale del commercio 2006/2008 (ora programma pluriennale) stabilisce una serie di indirizzi ed obiettivi strategici da perseguire nella pianificazione territoriale degli enti locali e da utilizzare come elementi di valutazione delle domande di insediamento ed individua le caratteristiche e le criticità ambientali esistenti come riportata nella seguente tabella:

AMBITO TERRITORIALE	CARATTERISTICHE	CRITICITÀ AMBIENTALI ESISTENTI
Commerciale metropolitano	Fascia pedemontana e di alta pianura ad alta densità abitativa	Elevato inquinamento dell'aria/acustico Congestione di traffico Interruzione di corridoi ecologici
Di addensamento commerciale metropolitano	Area milanese e porzioni di territorio radiali	Elevato inquinamento dell'aria/acustico Congestione di traffico Interruzione di corridoi ecologici
Della pianura lombarda	Bassa pianura lombarda	Consumo di suolo libero
Montano	Comuni montani	Impatto sul delicato equilibrio ambientale e paesaggistico esistente
Lacustre	Prima fascia lacuale	Impatto sul delicato equilibrio ambientale e paesaggistico esistente
Urbano dei capoluoghi	Capoluoghi di provincia e loro connessi	Elevato inquinamento dell'aria/acustico Congestione di traffico Consumo di suolo libero Interruzione di corridoi ecologici

## DOTAZIONE DELLA RETE DI VENDITA PER AMBITO TERRITORIALE

## VALORI ASSOLUTI DELLE CONSISTENZE

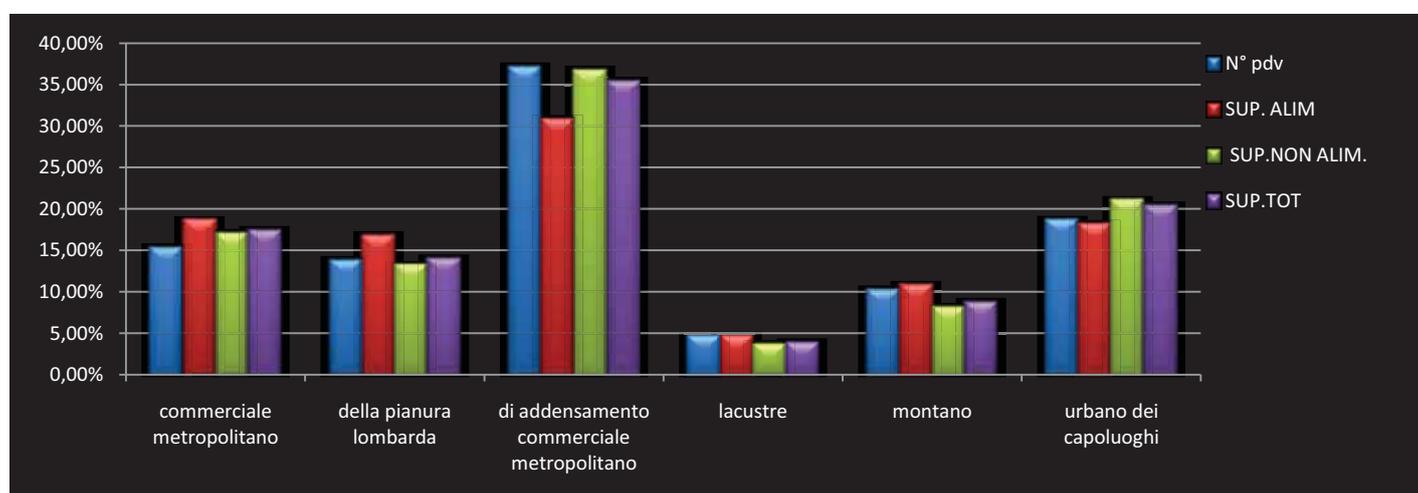
Ambiti Territoriali	n° Comuni	ABITANTI	N° pdv	SUP. ALIM	SUP.NON ALIM.	SUP.TOT
commerciale metropolitano	347	2.187.454	18.724	657.679,50	2.101.607,50	2.759.287,00
della pianura lombarda	440	1.519.845	16.875	593.245,00	1.626.993,00	2.220.238,00
di addensamento commerciale metropolitano	86	3.432.820	45.352	1.087.312,00	4.528.432,00	5.615.744,00
lacustre	115	387.385	5.680	166.032,00	449.500,00	615.532,00
montano	437	966.236	12.552	381.205,00	1.006.597,00	1.387.802,00
urbano dei capoluoghi	121	1.332.401	22.766	641.468,00	2.589.802,00	3.231.270,00
<b>Totale complessivo</b>	<b>1.546</b>	<b>9.826.141</b>	<b>121.949</b>	<b>3.526.941,50</b>	<b>12.302.931,50</b>	<b>15.829.873,00</b>

## DENSITA' E SUPERFICIE MEDIA

Ambiti Territoriali	SUP. MEDIA	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
commerciale metropolitano	147,37	8,56	300,66	960,76	1.261,41
della pianura lombarda	131,57	11,1	390,33	1.070,50	1.460,83
di addensamento commerciale metropolitano	123,83	13,21	316,74	1.319,16	1.635,90
lacustre	108,37	14,66	428,6	1.160,34	1.588,94
montano	110,56	12,99	394,53	1.041,77	1.436,30
urbano dei capoluoghi	141,93	17,09	481,44	1.943,71	2.425,15
<b>Totale complessivo</b>	<b>129,81</b>	<b>12,41</b>	<b>358,93</b>	<b>1.252,06</b>	<b>1.611,00</b>

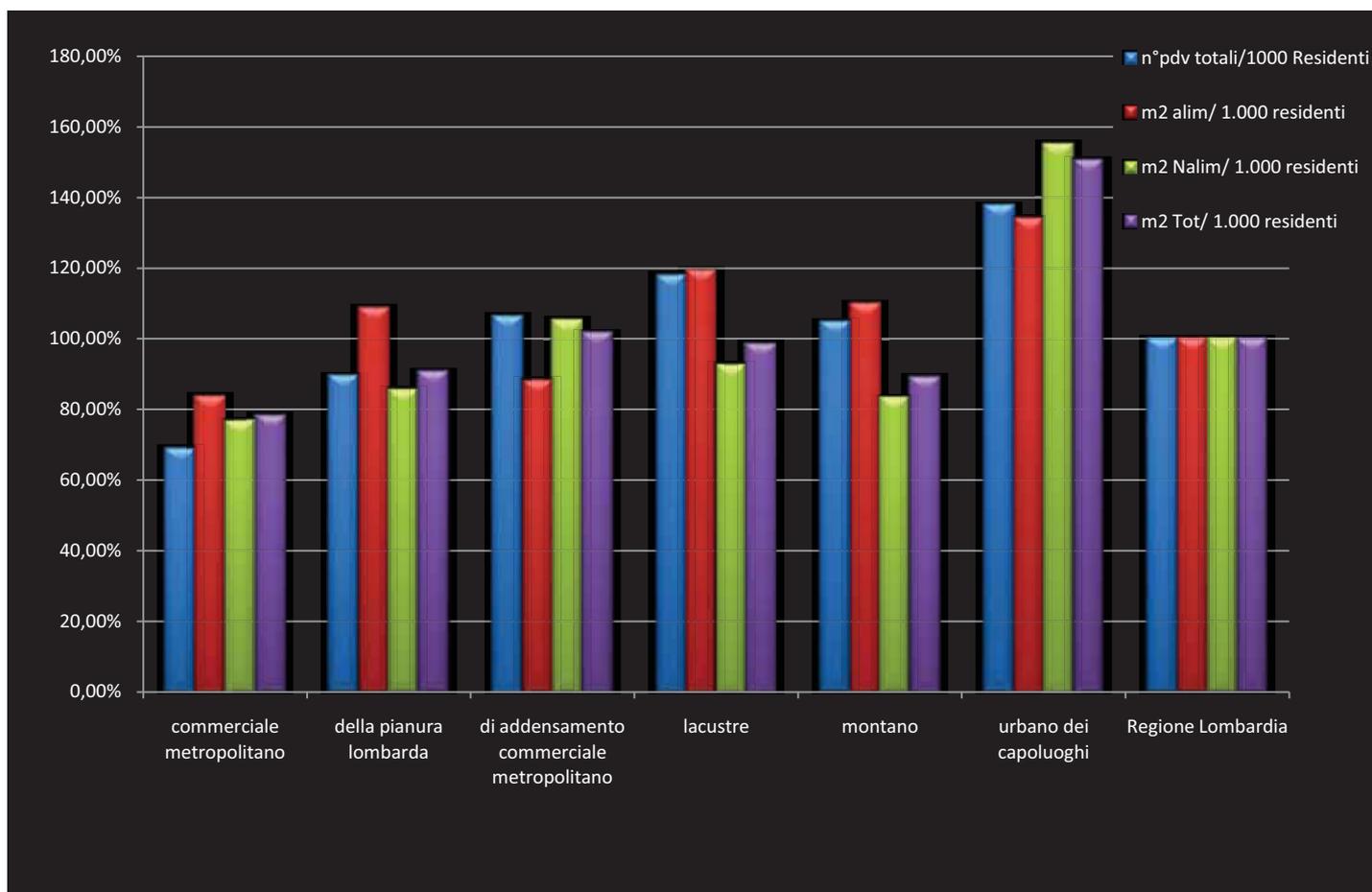
## PERCENTUALI DELLE CONSISTENZE PER AMBITO SUL TOTALE REGIONALE

Ambiti Territoriali	n° Comuni	ABITANTI	N° pdv	SUP. ALIM	SUP.NON ALIM.	SUP.TOT
commerciale metropolitano	22,45%	22,26%	15,35%	18,65%	17,08%	17,43%
della pianura lombarda	28,46%	15,47%	13,84%	16,82%	13,22%	14,03%
di addensamento commerciale metropolitano	5,56%	34,94%	37,19%	30,83%	36,81%	35,48%
lacustre	7,44%	3,94%	4,66%	4,71%	3,65%	3,89%
montano	28,27%	9,83%	10,29%	10,81%	8,18%	8,77%
urbano dei capoluoghi	7,83%	13,56%	18,67%	18,19%	21,05%	20,41%
<b>Totale complessivo</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>



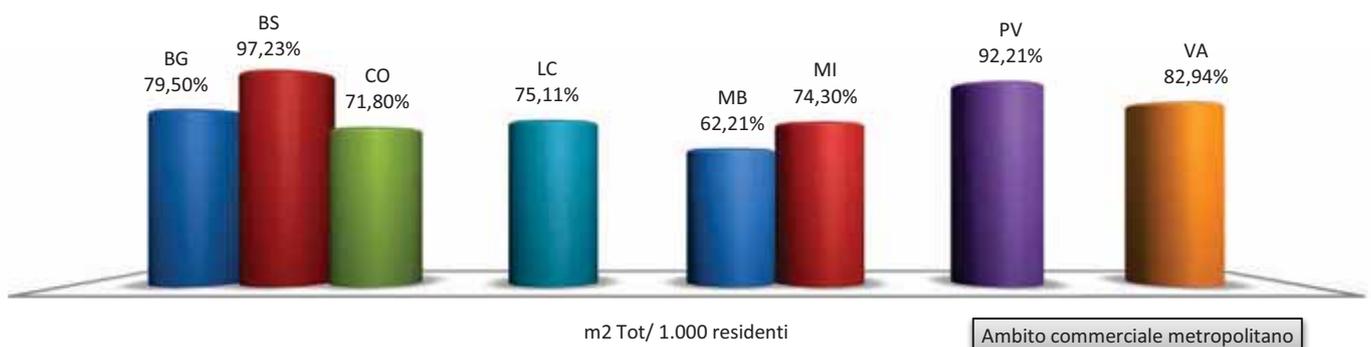
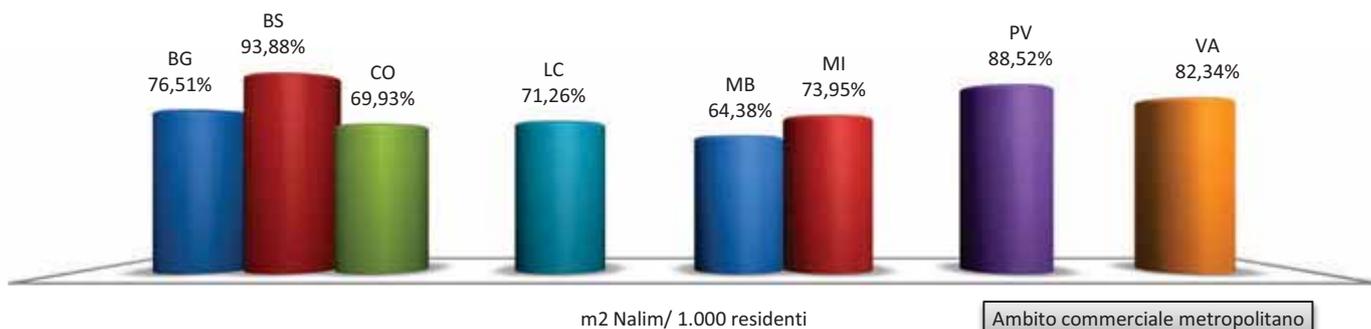
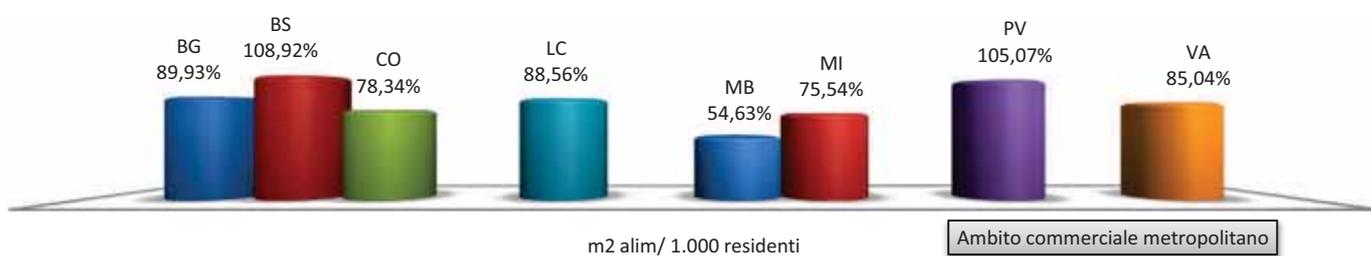
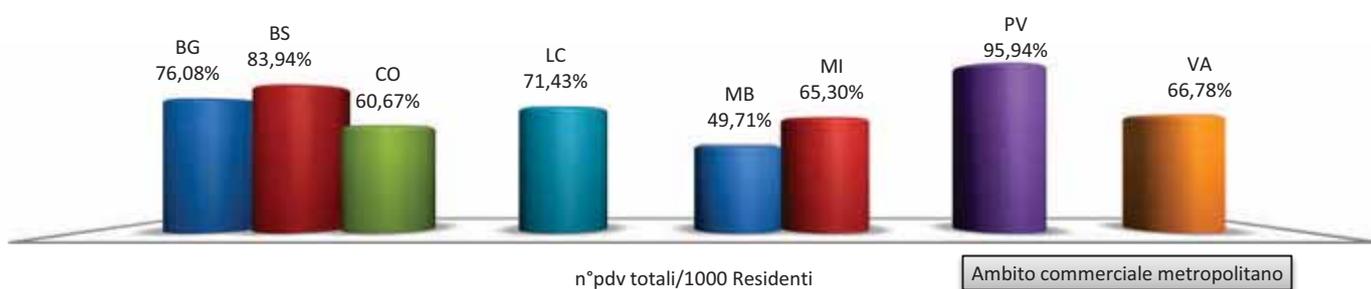
NUMERI INDICE DELLE DENSITA' PER AMBITO E DELLA SUPERFICIE MEDIA FATTO 100 IL TOTALE REGIONALE

Ambiti Territoriali	SUP. MEDIA	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
commerciale metropolitano	113,53%	68,97%	83,76%	76,73%	78,30%
della pianura lombarda	101,36%	89,46%	108,75%	85,50%	90,68%
di addensamento commerciale metropolitano	95,39%	106,45%	88,24%	105,36%	101,55%
lacustre	83,48%	118,14%	119,41%	92,67%	98,63%
montano	85,18%	104,67%	109,92%	83,20%	89,16%
urbano dei capoluoghi	109,34%	137,68%	134,13%	155,24%	150,54%
<b>Totale complessivo</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>



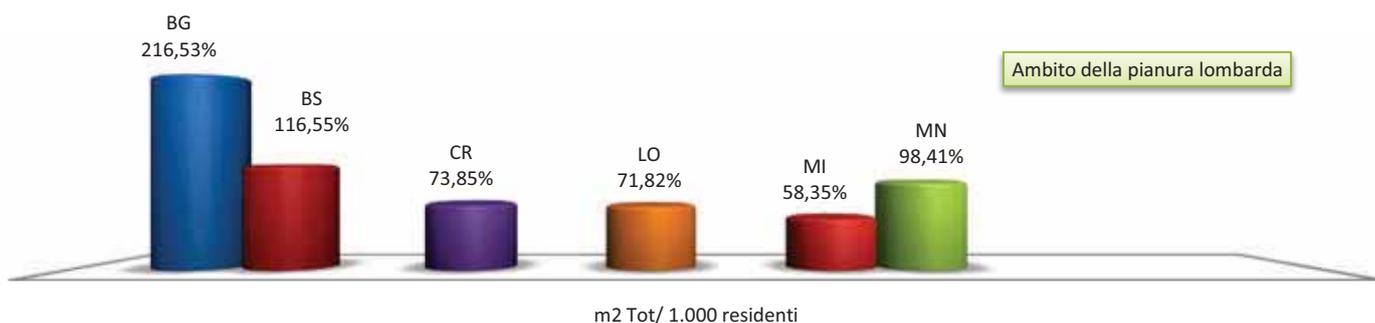
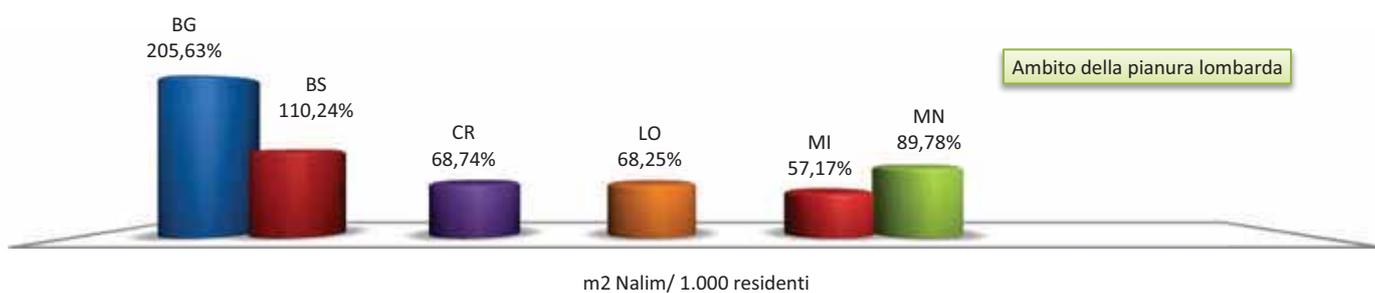
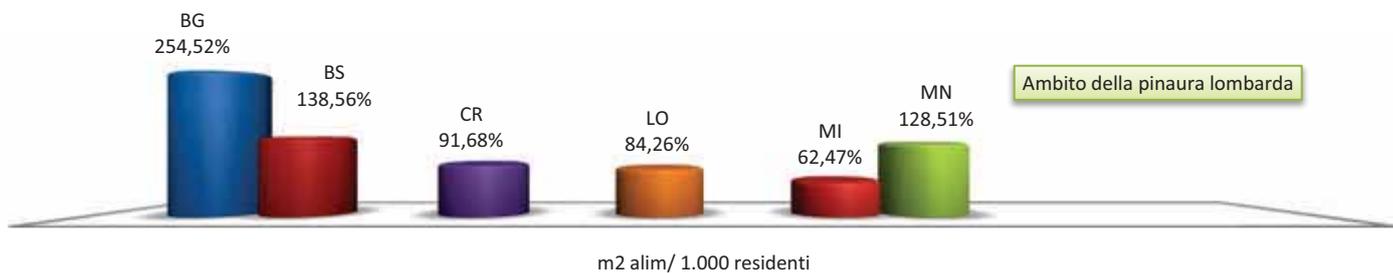
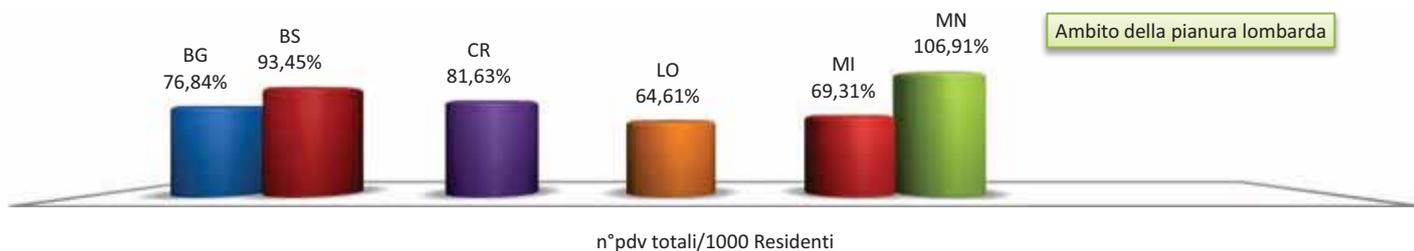
## I NUMERI DEL COMMERCIO

AMBITO COMMERCIALE METROPOLITANO				
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	76,08%	89,93%	76,51%	79,50%
BRESCIA	83,94%	108,92%	93,88%	97,23%
COMO	60,67%	78,34%	69,93%	71,80%
CREMONA				
LECCO	71,43%	88,56%	71,26%	75,11%
LODI				
MONZA E BRIANZA	49,71%	54,63%	64,38%	62,21%
MILANO	65,30%	75,54%	73,95%	74,30%
MANTOVA				
PAVIA	95,94%	105,07%	88,52%	92,21%
SONDRIO				
VARESE	66,78%	85,04%	82,34%	82,94%
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



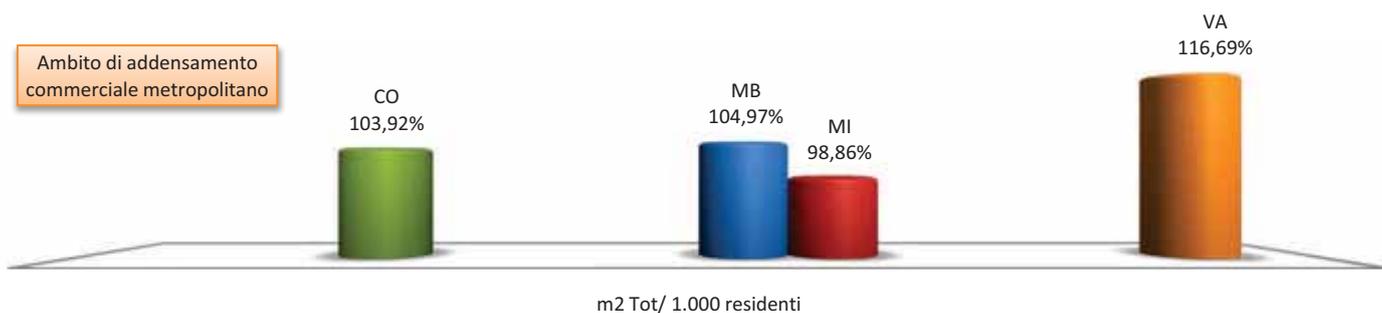
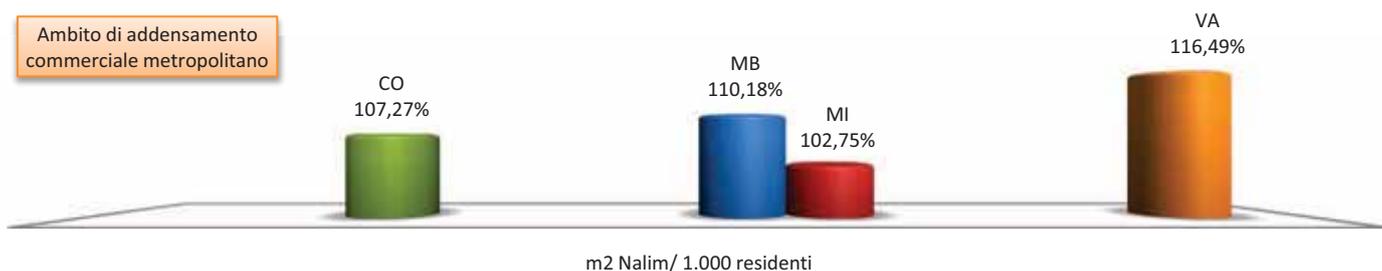
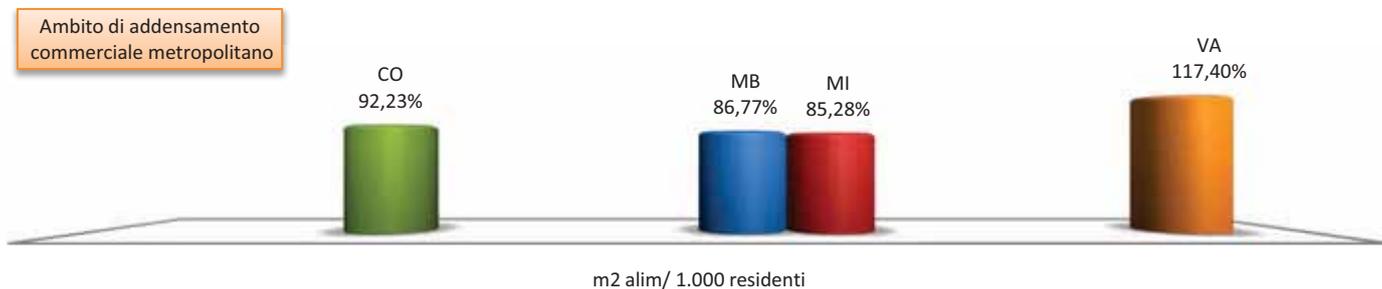
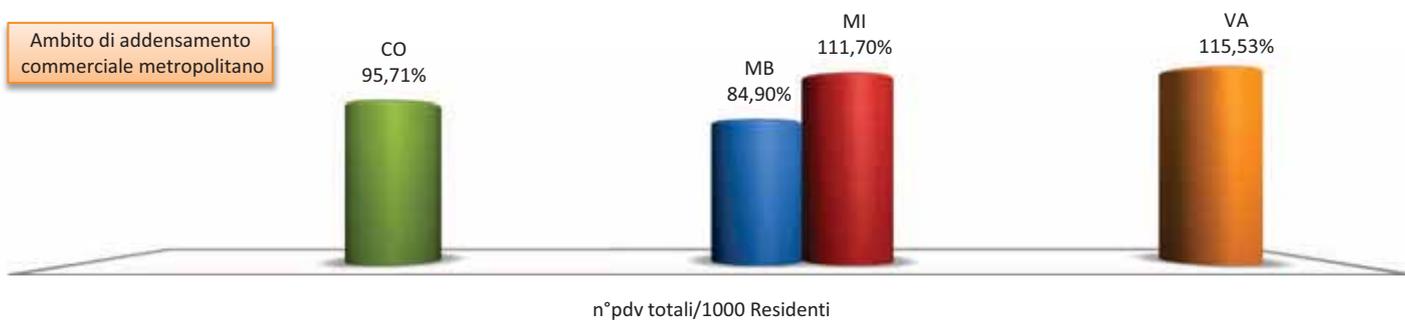
## I NUMERI DEL COMMERCIO

AMBITO DELLA PIANURA LOMBARDA				
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	76,84%	254,52%	205,63%	216,53%
BRESCIA	93,45%	138,56%	110,24%	116,55%
COMO				
CREMONA	81,63%	91,68%	68,74%	73,85%
LECCO				
LODI	64,61%	84,26%	68,25%	71,82%
MONZA E BRIANZA				
MILANO	69,31%	62,47%	57,17%	58,35%
MANTOVA	106,91%	128,51%	89,78%	98,41%
PAVIA				
SONDRIO				
VARESE				
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



## I NUMERI DEL COMMERCIO

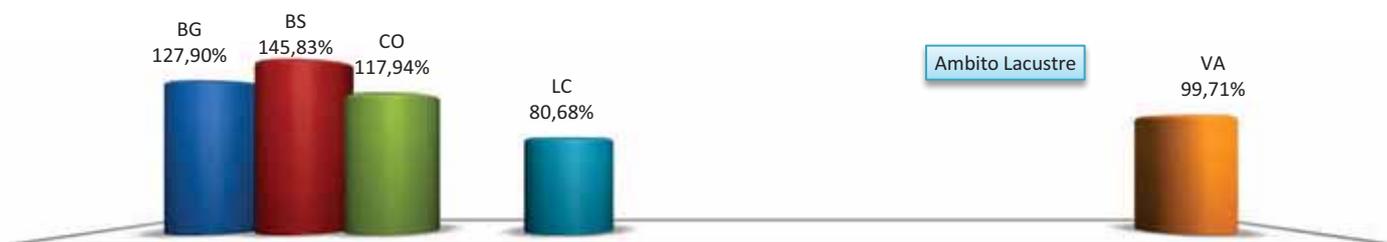
AMBITO DI ADDENSAMENTO COMMERCIALE METROPOLITANO				
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO				
BRESCIA				
COMO	95,71%	92,23%	107,27%	103,92%
CREMONA				
LECCO				
LODI				
MONZA E BRIANZA	84,90%	86,77%	110,18%	104,97%
MILANO	111,70%	85,28%	102,75%	98,86%
MANTOVA				
PAVIA				
SONDRIO				
VARESE	115,53%	117,40%	116,49%	116,69%
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



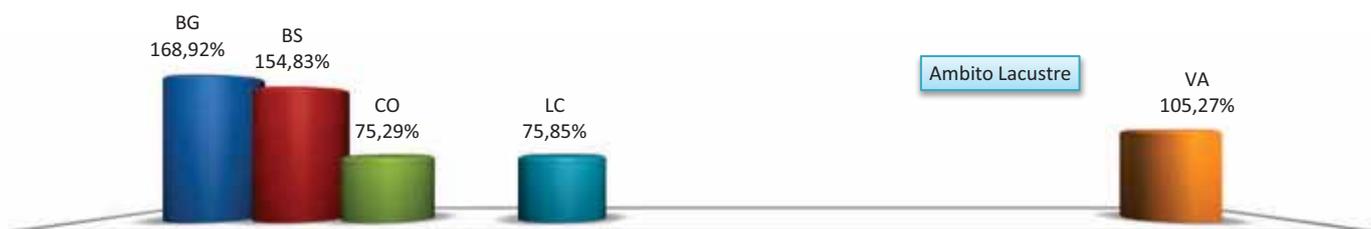
## I NUMERI DEL COMMERCIO

### AMBITO LACUSTRE

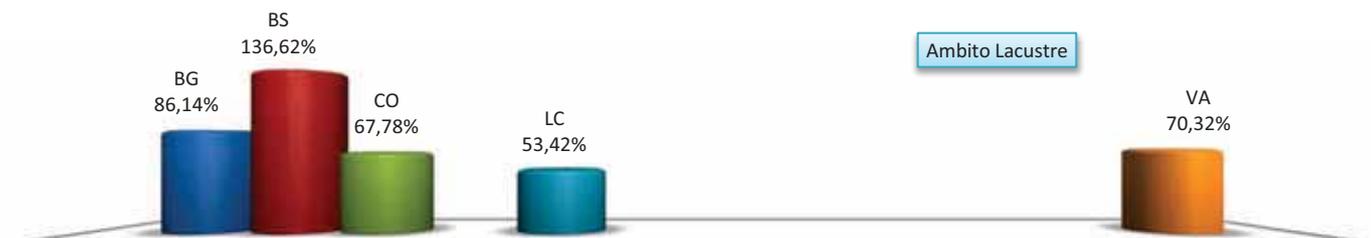
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	127,90%	168,92%	86,14%	104,58%
BRESCIA	145,83%	154,83%	136,62%	140,68%
COMO	117,94%	75,29%	67,78%	69,45%
CREMONA				
LECCO	80,68%	75,85%	53,42%	58,42%
LODI				
MONZA E BRIANZA				
MILANO				
MANTOVA				
PAVIA				
SONDRIO				
VARESE	99,71%	105,27%	70,32%	78,10%
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



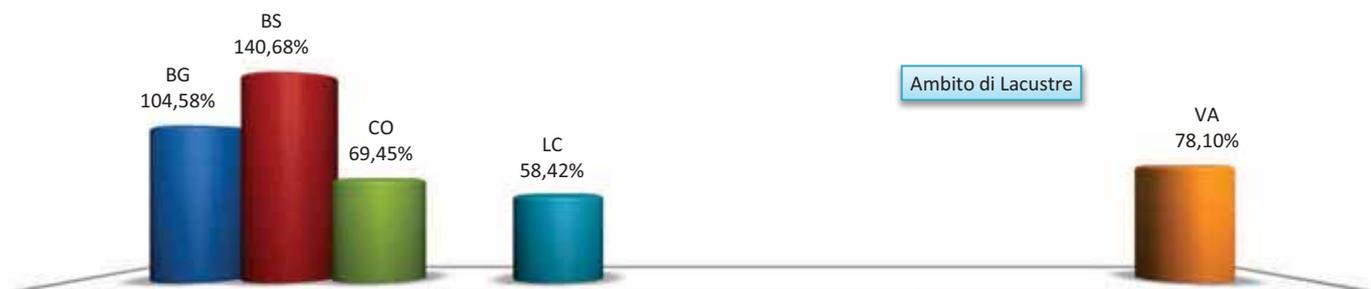
n°pdv totali/1000 Residenti



m2 alim/ 1.000 residenti



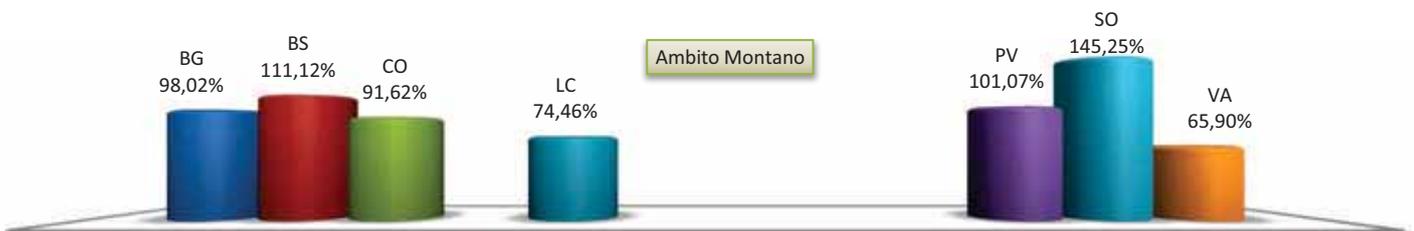
m2 Nalim/ 1.000 residenti



m2 Tot/ 1.000 residenti

## I NUMERI DEL COMMERCIO

AMBITO MONTANO				
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	98,02%	101,84%	71,19%	78,01%
BRESCIA	111,12%	128,54%	96,24%	103,44%
COMO	91,62%	84,07%	78,34%	79,61%
CREMONA				
LECCO	74,46%	75,73%	60,70%	64,05%
LODI				
MONZA E BRIANZA				
MILANO				
MANTOVA				
PAVIA	101,07%	81,48%	88,88%	87,24%
SONDRIO	145,25%	138,73%	104,49%	112,12%
VARESE	65,90%	80,89%	63,77%	67,58%
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



n°pdv totali/1000 Residenti



m2 alim/ 1.000 residenti



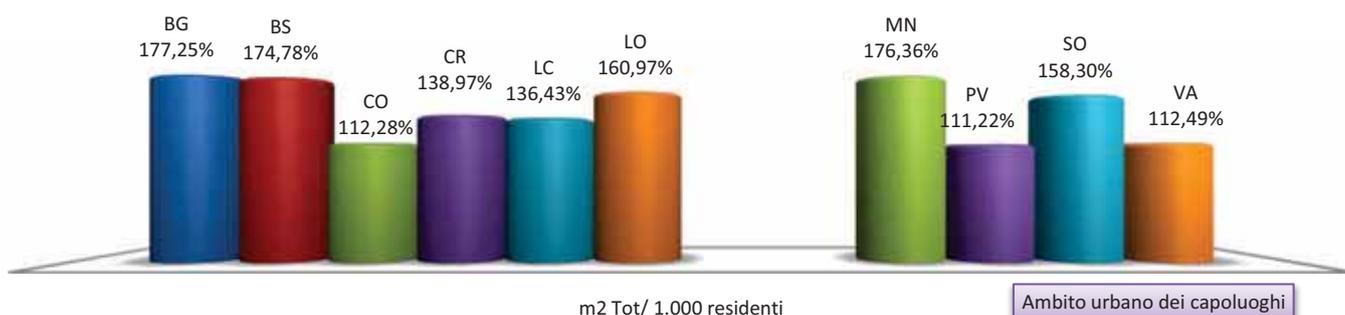
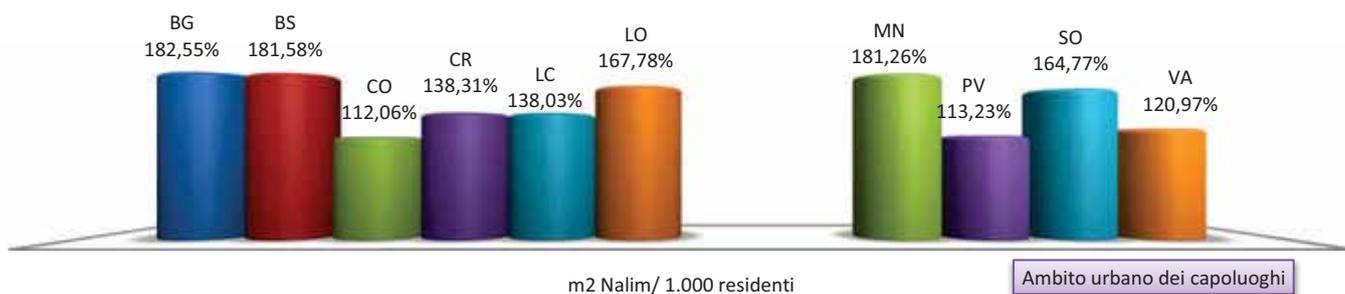
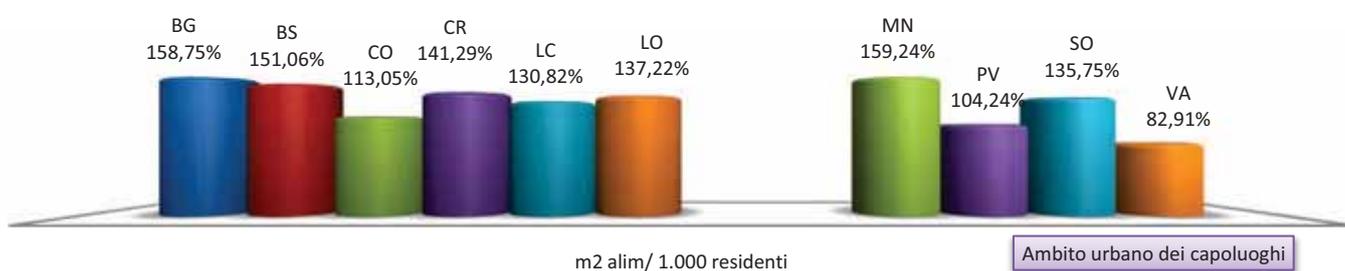
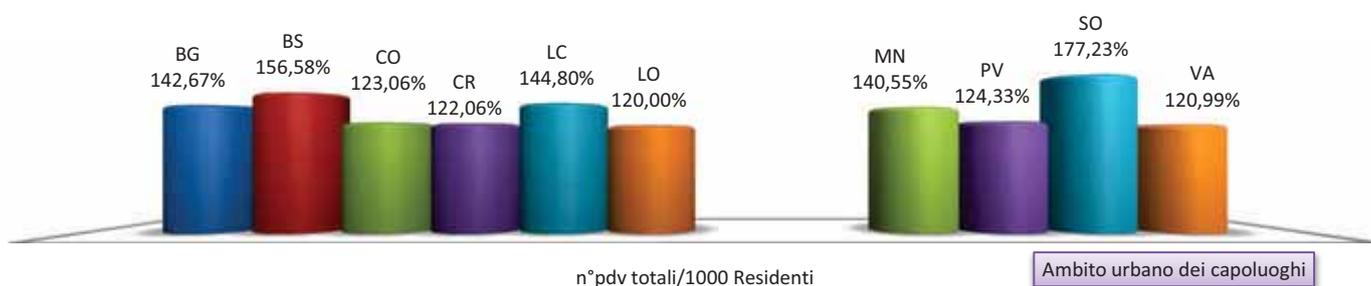
m2 Nalim/ 1.000 residenti



m2 Tot/ 1.000 residenti

## I NUMERI DEL COMMERCIO

AMBITO URBANO DEI CAPOLUOGHI				
PROVINCE	n°pdv totali/1000 Residenti	m2 alim/ 1.000 residenti	m2 Nalim/ 1.000 residenti	m2 Tot/ 1.000 residenti
BERGAMO	142,67%	158,75%	182,55%	177,25%
BRESCIA	156,58%	151,06%	181,58%	174,78%
COMO	123,06%	113,05%	112,06%	112,28%
CREMONA	122,06%	141,29%	138,31%	138,97%
LECCO	144,80%	130,82%	138,03%	136,43%
LODI	120,00%	137,22%	167,78%	160,97%
MONZA E BRIANZA				
MILANO				
MANTOVA	140,55%	159,24%	181,26%	176,36%
PAVIA	124,33%	104,24%	113,23%	111,22%
SONDRIO	177,23%	135,75%	164,77%	158,30%
VARESE	120,99%	82,91%	120,97%	112,49%
REGIONE LOMBARDIA	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



# MAPPA DENSITA' PER AMBITO TERRITORIALE

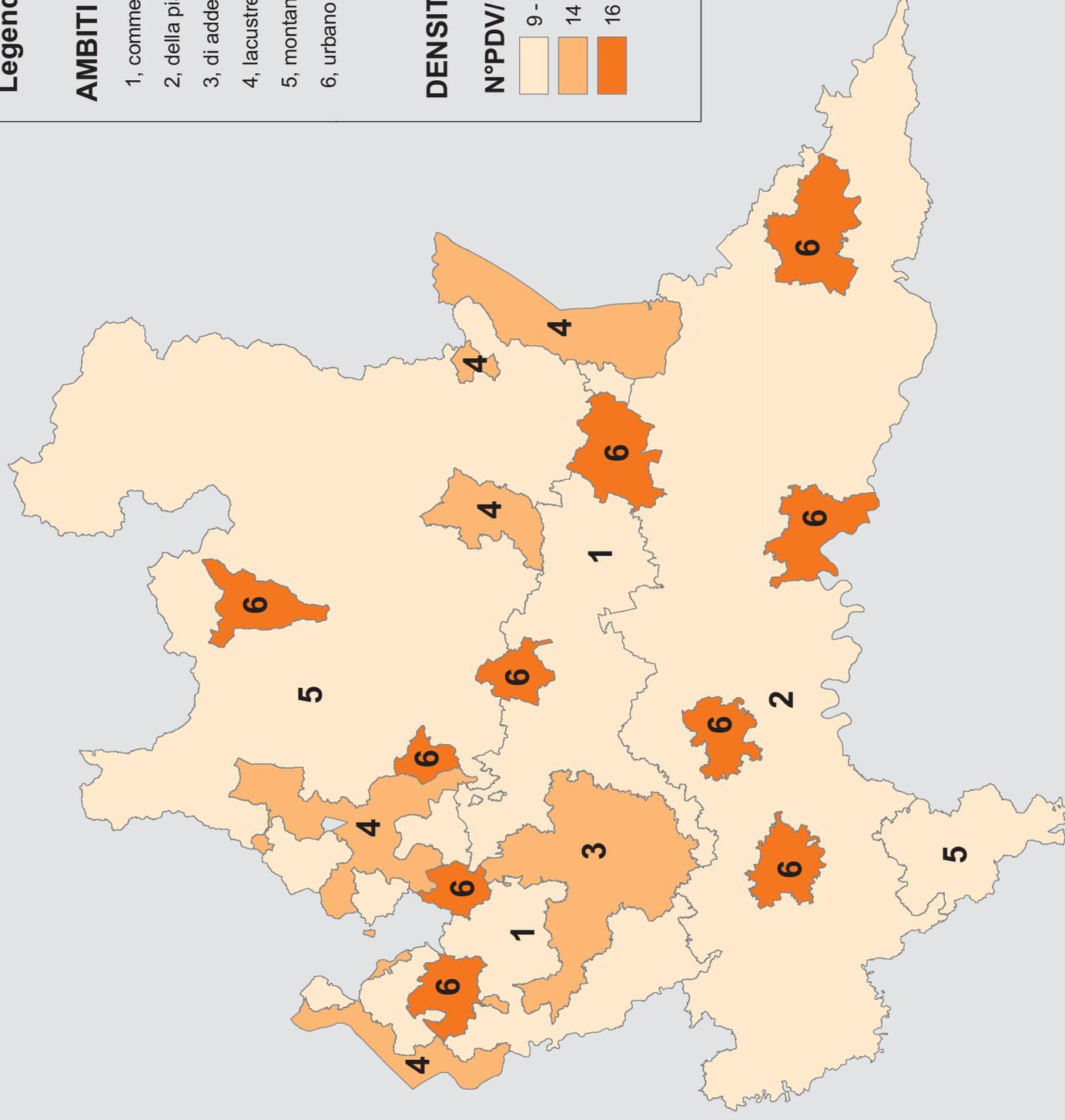
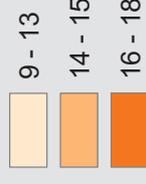
## Legenda

### AMBITI

- 1, commerciale metropolitano
- 2, della pianura lombarda
- 3, di addensamento commerciale
- 4, lacustre
- 5, montano
- 6, urbano dei capoluoghi

### DENSITA'

N°PDV/1000 Ab



# MAPPA DENSITA' PER AMBITO TERRITORIALE

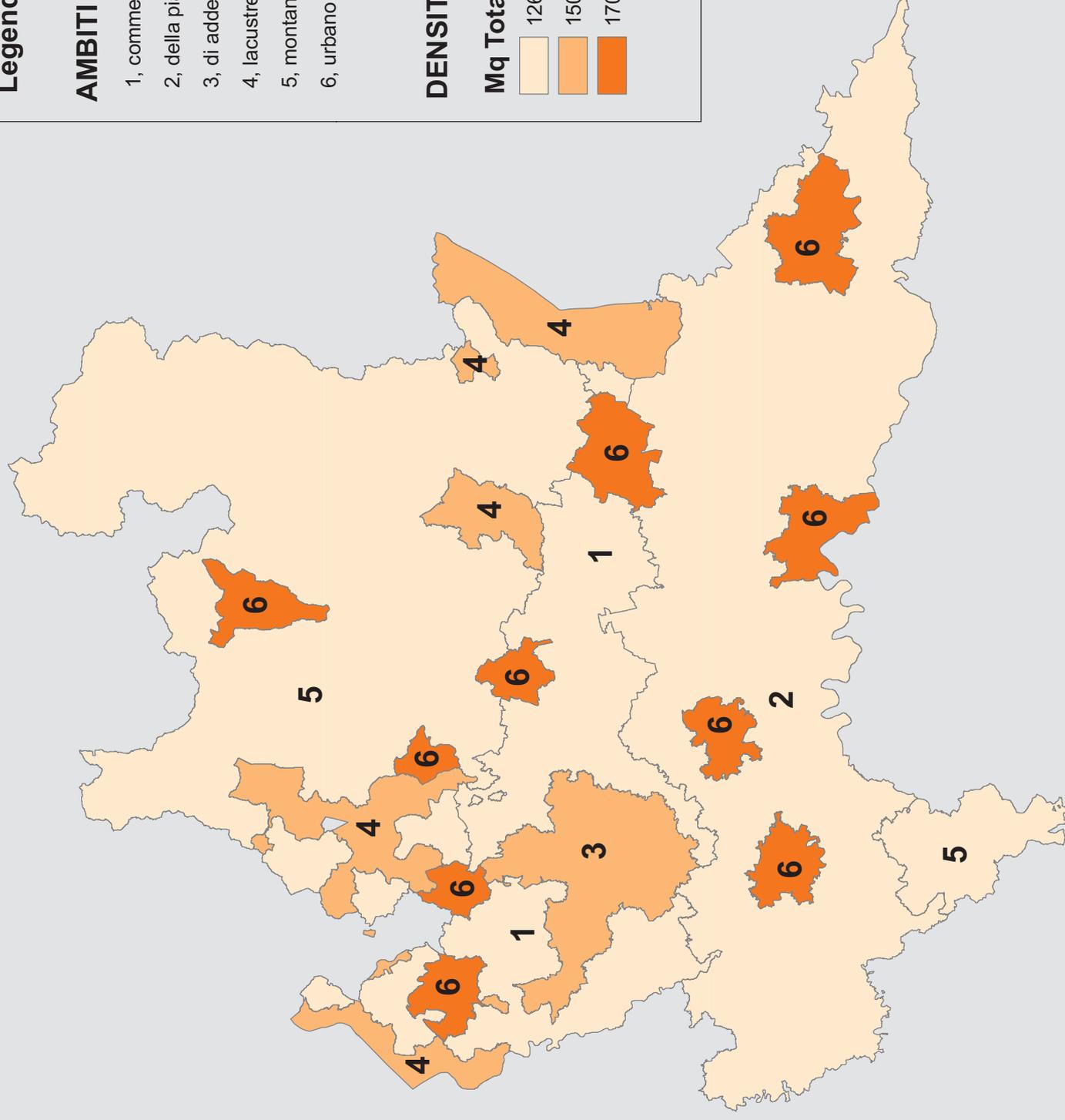
## Legenda

### AMBITI

- 1, commerciale metropolitano
- 2, della pianura lombarda
- 3, di addensamento commerciale
- 4, lacustre
- 5, montano
- 6, urbano dei capoluoghi

### DENSITA'

#### Mq Totali/1000 Ab



# MAPPA DENSITA' PER AMBITO TERRITORIALE

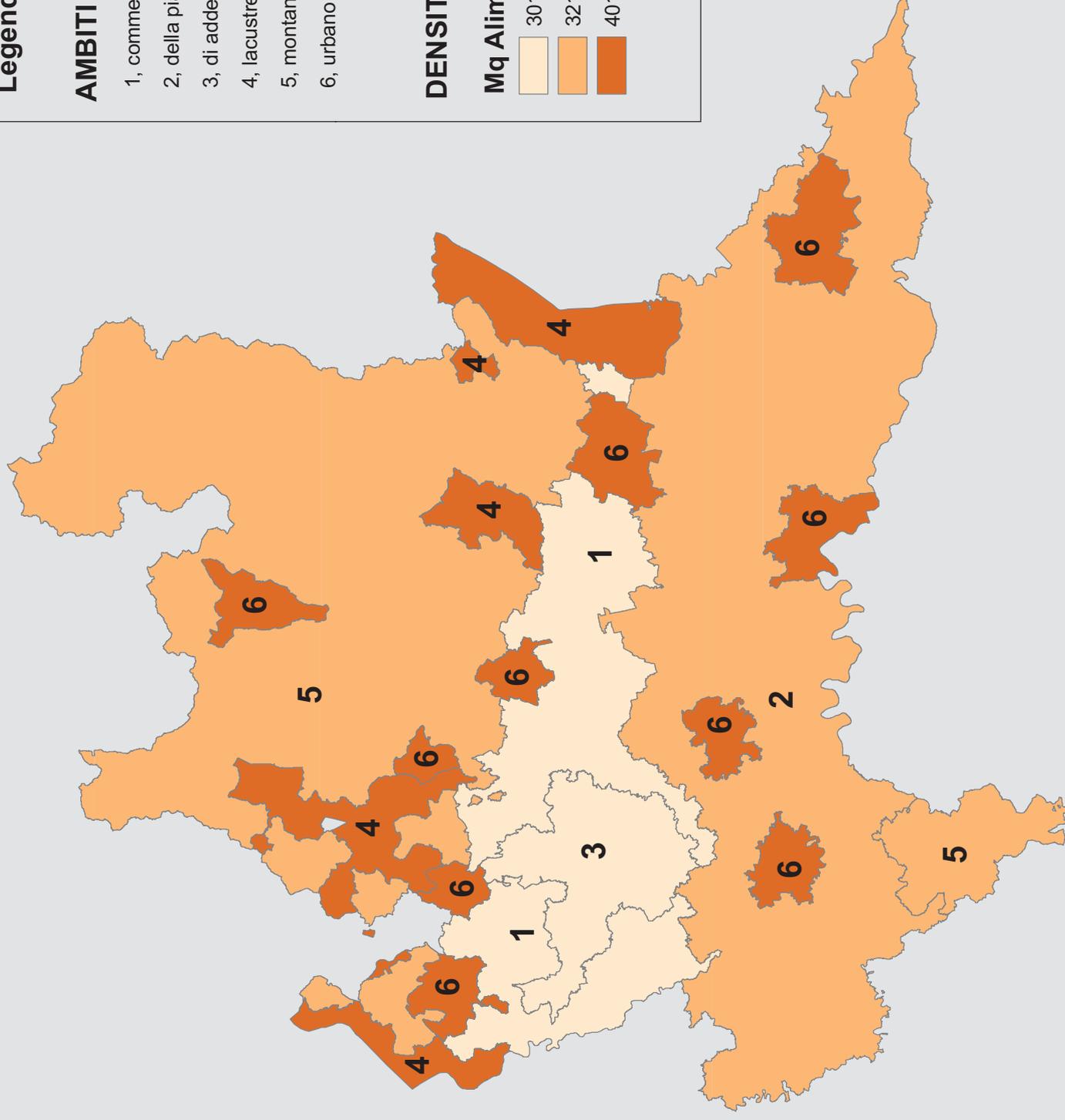
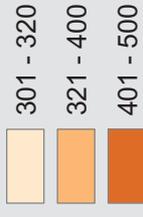
## Legenda

### AMBITI

- 1, commerciale metropolitano
- 2, della pianura lombarda
- 3, di addensamento commerciale
- 4, lacustre
- 5, montano
- 6, urbano dei capoluoghi

### DENSITA'

Mq Alimentari/1000 Ab



# MAPPA DENSITA' PER AMBITO TERRITORIALE

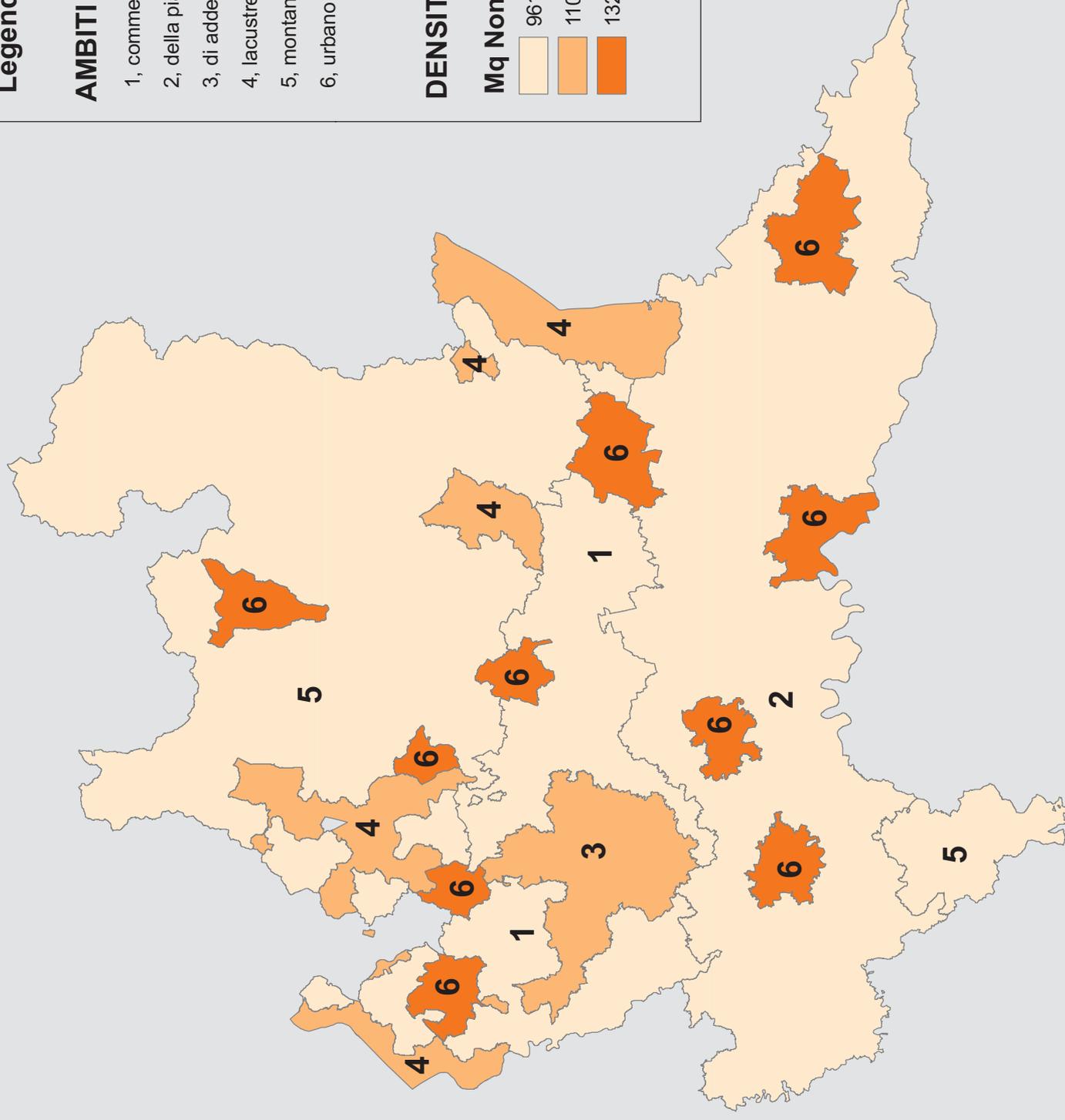
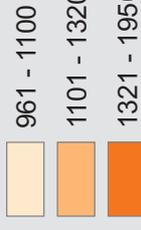
## Legenda

### AMBITI

- 1, commerciale metropolitano
- 2, della pianura lombarda
- 3, di addensamento commerciale
- 4, lacustre
- 5, montano
- 6, urbano dei capoluoghi

### DENSITA'

Mq Non Alimentari/1000 Ab



# STIMOLI ALLA RIFLESSIONE:

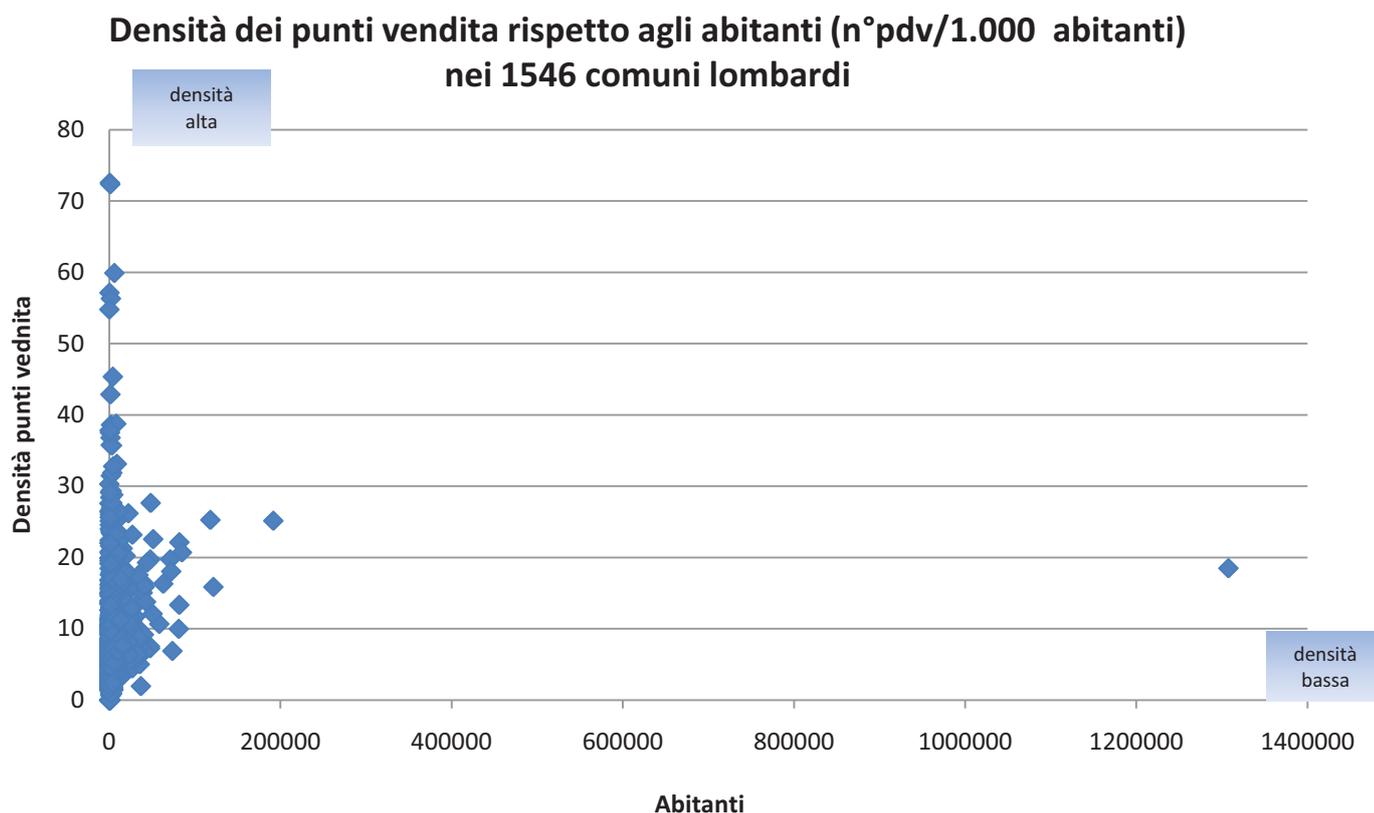
## IL COMMERCIO FISSO: LE DENSITÀ DEL COMPARTO NEL SUO COMPLESSO NEI COMUNI E NEGLI AMBITI TERRITORIALI DELLA LOMBARDIA

fino ad ora la nostra analisi è stata condotta considerando le tre classi del commercio fisso definite dall'art. 4 del D.Lgs. 114/98 sulla base della loro dimensione e quindi come esercizi di vicinato, medie strutture di vendita e grandi strutture di vendita.

Di fatto li abbiamo osservati come se fossero fenomeni tra loro distinti da studiare separatamente gli uni dagli altri, e non, invece, come forse sarebbe più corretto fare, e cioè considerandoli in base alla loro funzione e quindi come differenti modalità di erogare lo stesso tipo di servizio alla popolazione e cioè la vendita al dettaglio di un bene.

Volendo indagare quindi il settore nel complesso come prima analisi abbiamo calcolato le densità, prima dei punti vendita poi delle superfici totali del settore rispetto agli abitanti (dati ISTAT -popolazione al 1.01.2010) di ogni singolo comune lombardo.

Vediamone la rappresentazione grafica:



Il valore medio della densità del numero di punti vendita per comune rispetto agli abitanti è di 9,29. Considerando invece il dato di densità dei punti vendita totali sul totale abitanti della Lombardia abbiamo un valore pari a 12,41 che supera anche il dato fornito dall'osservatorio nazionale che per in nord ovest indica una densità per pdv di 10,5.

Per capire meglio la distribuzione del servizio in base al numero di punti vendita, che può essere di grande utilità soprattutto per indagare anche il fenomeno della desertificazione vediamo come si distribuiscono le densità divise per classi:

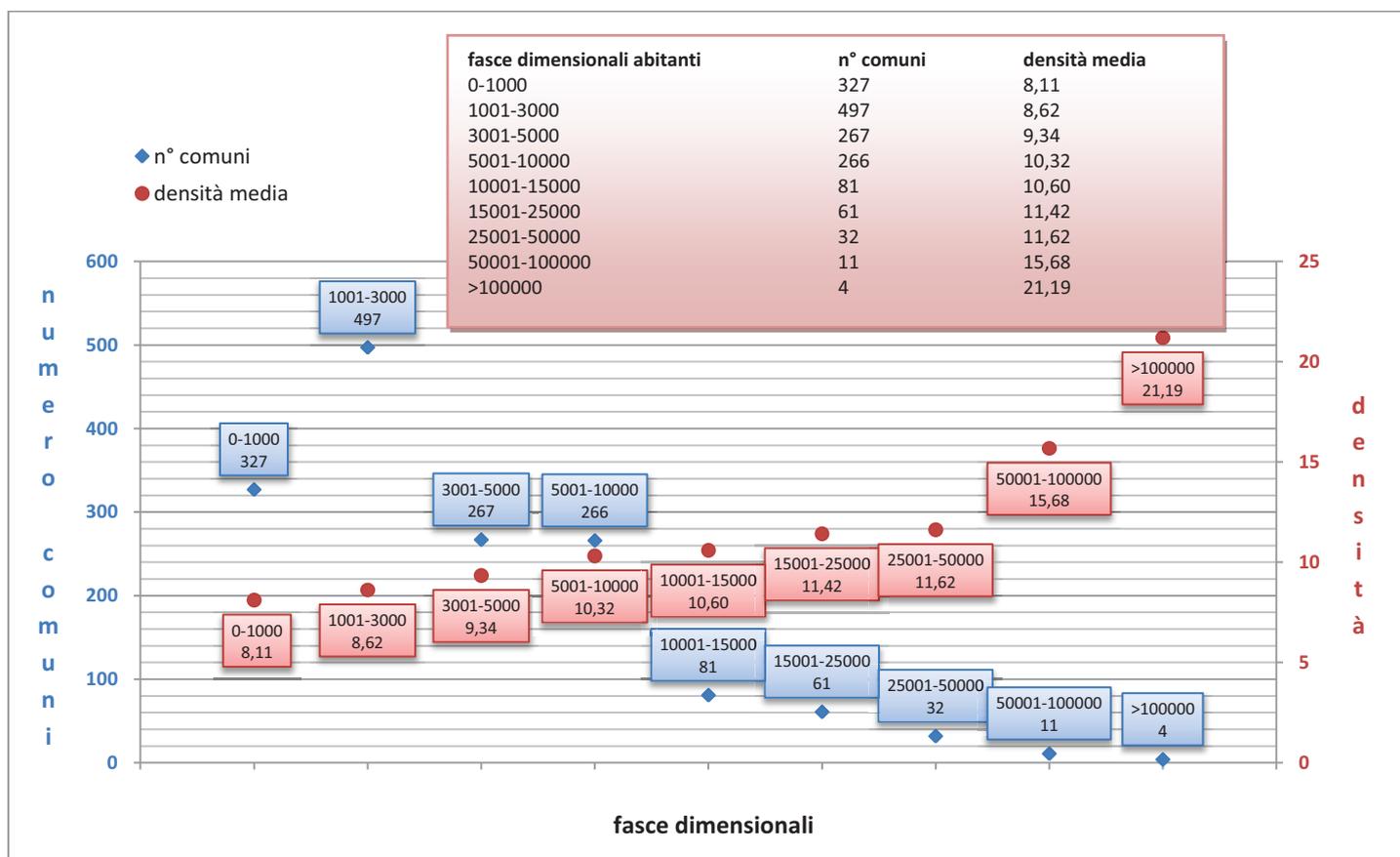
densità (n° pdv/1000 abitanti)	n° comuni	totale abitanti	% comuni	% abitanti
0	31	10951	2,01%	0,11%
0,01-10	1018	4.382.908	65,85%	44,60%
10,01-20	441	4.536.454	28,53%	46,17%
20,01-30	67	855.801	4,33%	8,71%
30,01-40	12	35.857	0,78%	0,36%
40,01-50	2	5.406	0,13%	0,06%
50,01-60	4	8.003	0,26%	0,08%
60,01-70	0	0	0,00%	0,00%
> 70,01	2	1.712	0,13%	0,02%
<b>Totale</b>	<b>1546</b>	<b>9.826.141</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Le fasce di densità che hanno la massima concentrazione dei comuni sono da 0 a 10 e da 10,01 a 20. Oltre il 20 possiamo tranquillamente parlare di rare eccezioni e non necessariamente in senso positivo, infatti è importate considerare che un numero elevato di punti vendita rispetto agli abitanti, quindi un'elevata densità, può non essere sempre un indicatore di "buon servizio" in quanto potrebbe rivelare un'eccessiva polverizzazione delle attività di vendita.

Vediamo chiaramente che quasi il 66% dei comuni lombardi è al di sotto della densità media ed in particolare: il 2% dei comuni (31 in valore assoluto) sono completamente sprovvisti del servizio di commercio fisso al dettaglio e 7 comuni non arrivano ad avere nemmeno un esercizio ogni 1000 abitanti: possiamo parlare di desertificazione totale.

Il 21 % dei comuni lombardi ha da 1 a 5 punti vendita ogni 1000 abitanti ed il 42% ne ha da 5 a 10. Oltre i 10 punti vendita ogni 1000 abitanti ma al di sotto dei 20 pdv/1000 ab, abbiamo 441 comuni tra cui: Milano, Lecco, Lodi, Cremona, Pavia e Monza.

Indaghiamo ora il fenomeno della densità dei punti vendita rispetto agli abitanti prendendo in considerazione le fasce di abitanti



Osservando i dati così rappresentati vediamo chiaramente che in maggior numero di Comuni lombardi si attesta nella fascia dimensionale che va da i 1001 ei 3000 abitanti e dimostra una densità media di 8,62 punti vendita ogni 1000 abitanti.

Di regola all'aumentare del numero di abitanti diminuisce il numero di comuni per fascia ma di aumenta la densità del servizio.

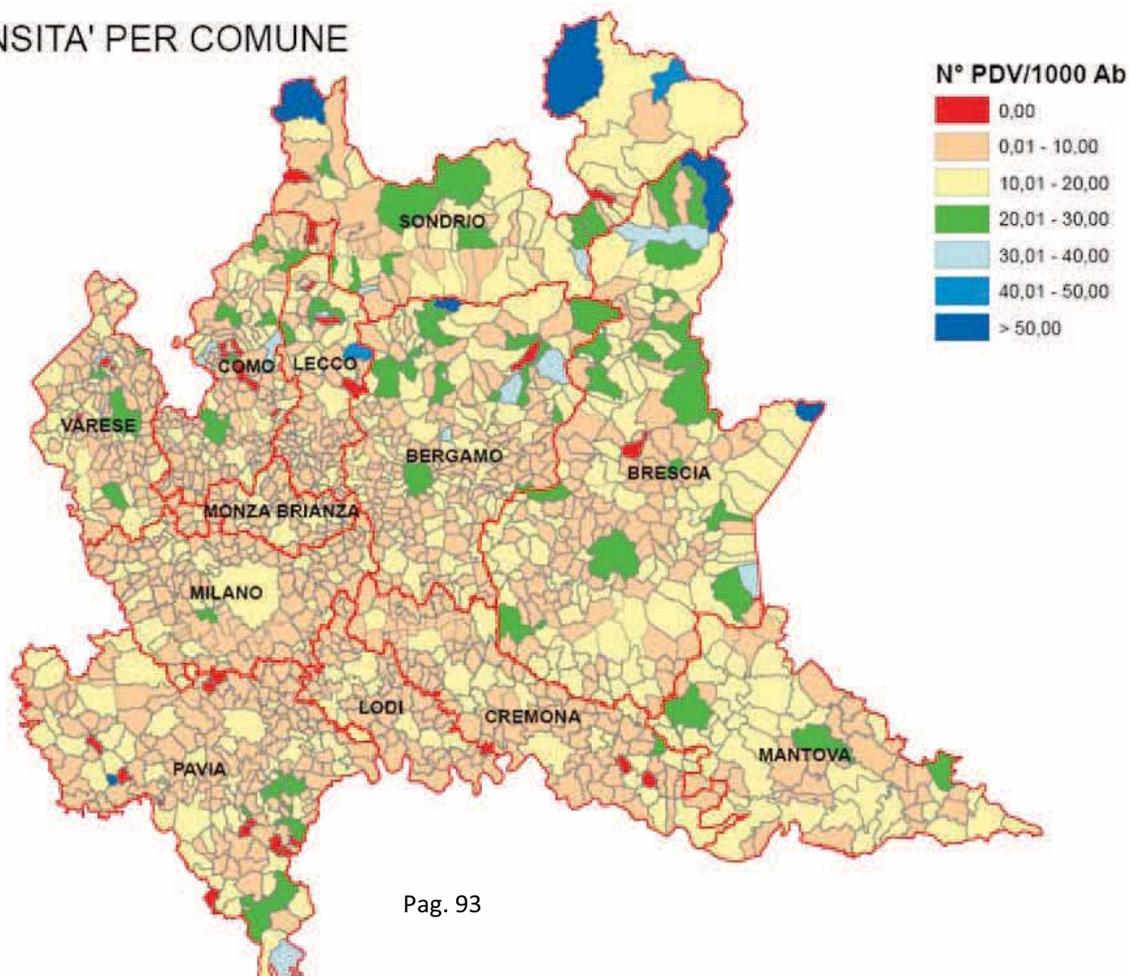
fasce dimensionali abitanti	n° comuni	densità media per fascia	% comuni per fascia	n° totale abitati	% abitanti per fascia
0-1000	327	8,11	21,15%	177.060	1,80%
1001-3000	497	8,62	32,15%	923.538	9,40%
3001-5000	267	9,34	17,27%	1.053.237	10,72%
5001-10000	266	10,32	17,21%	1.877.202	19,10%
10001-15000	81	10,60	5,24%	984.534	10,02%
15001-25000	61	11,42	3,95%	1.161.233	11,82%
25001-50000	32	11,62	2,07%	1.141.002	11,61%
50001-100000	11	15,68	0,71%	769.658	7,83%
>100000	4	21,19	0,26%	1.738.677	17,69%

Osservando che il 53,30% dei comuni lombardi copre appena l'11,20 della popolazione Lombarda totale ed ha una densità media inferiore rispetto a tutte le altre fasce dimensionali per numero di abitanti, viene automatico sostenere, anche in questa sede, la teoria ben nota delle "economie di scala", non sempre valida, soprattutto quando si parla di qualità dei servizi, ma sicuramente applicabile in questo caso: infatti maggiori sono le dimensioni in termini di popolosità dei comuni e maggiore (non migliore, o quanto meno non è in questa sede che possiamo affermarlo) è il servizio offerto.

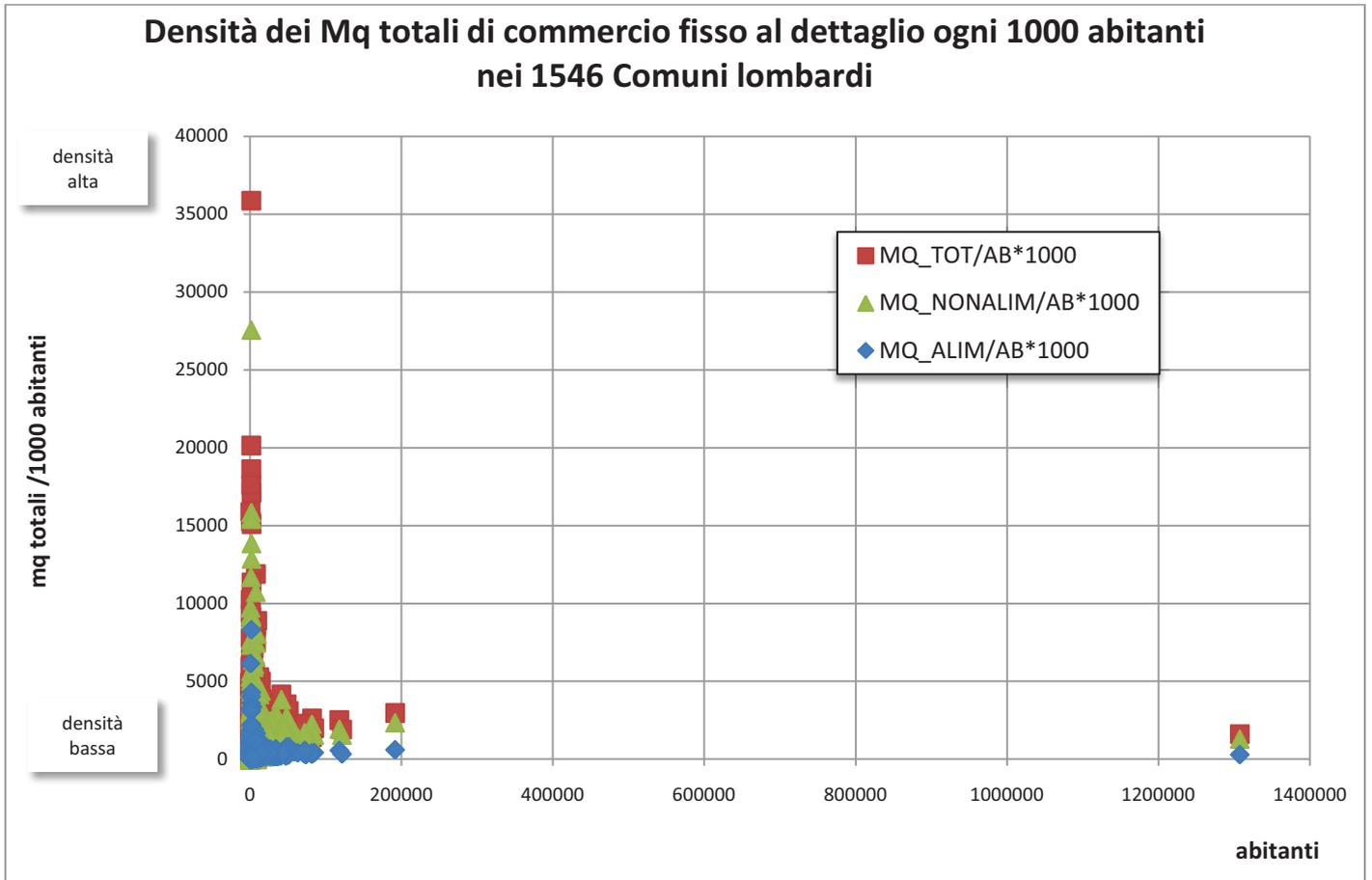
Ovviamente non ci si può fermare così in superficie nell'indagare il fenomeno della densità in quanto i fattori che intervengono nel condizionare questa grandezza ed il suo sviluppo sono molteplici e di vario tipo e non si può del certo ridurre il tutto alla teoria sopra ricordata ma anche questa banale osservazione può essere uno spunto per le nostre riflessioni.

Vediamo se la rappresentazione cartografica delle densità dei punti di vendita per comune rispetto agli abitanti ci aiuta facendo emergere ulteriori considerazioni, che magari ci spieghino perché a prima vista sembra valere la regola del "più grande è meglio"!

### MAPPA DENSITA' PER COMUNE



Passiamo ora all'analisi della densità delle superfici totali ogni 1000 abitanti.



il valore massimo della densità è pari a 27.567,10 mq totali/1000 abitanti (registrata nel comune di Orio al Serio), in particolare per le superfici alimentari la densità massima è di 8.300,48 ogni 1000 abitanti e per il non alimentare è pari a 35.867,58 mq/1000 ab, ovviamente si tratta di una situazioni assolutamente eccezionali, infatti questi picchi riguardano comuni con un bassissimo numero di residenti che per via della loro posizione geografica o per la particolare funzione di comuni turistici godono di una dotazione che deve rispondere non solo alla domanda dei residenti ma a domanda aggiuntiva legata ai flussi di utenza (a vario titolo) del territorio.

La densità minima è pari a 29,20 mq/1000 abitanti, ovviamente dopo il valore "0,00" che è la densità nulla che si registra il ben 32 Comuni (notiamo che rispetto alla densità dei punti vendita, quella delle superfici conta uno "zero" in più: questi sono i problemi legati alla "qualità ed attendibilità" del dato comunicato, in questo caso "il nodo al pettine" è rappresentato dal comune di Sorisole (BG) che ha comunicato di avere ben 67 punti vendita ma a quanto pare tutti privi di superficie!)

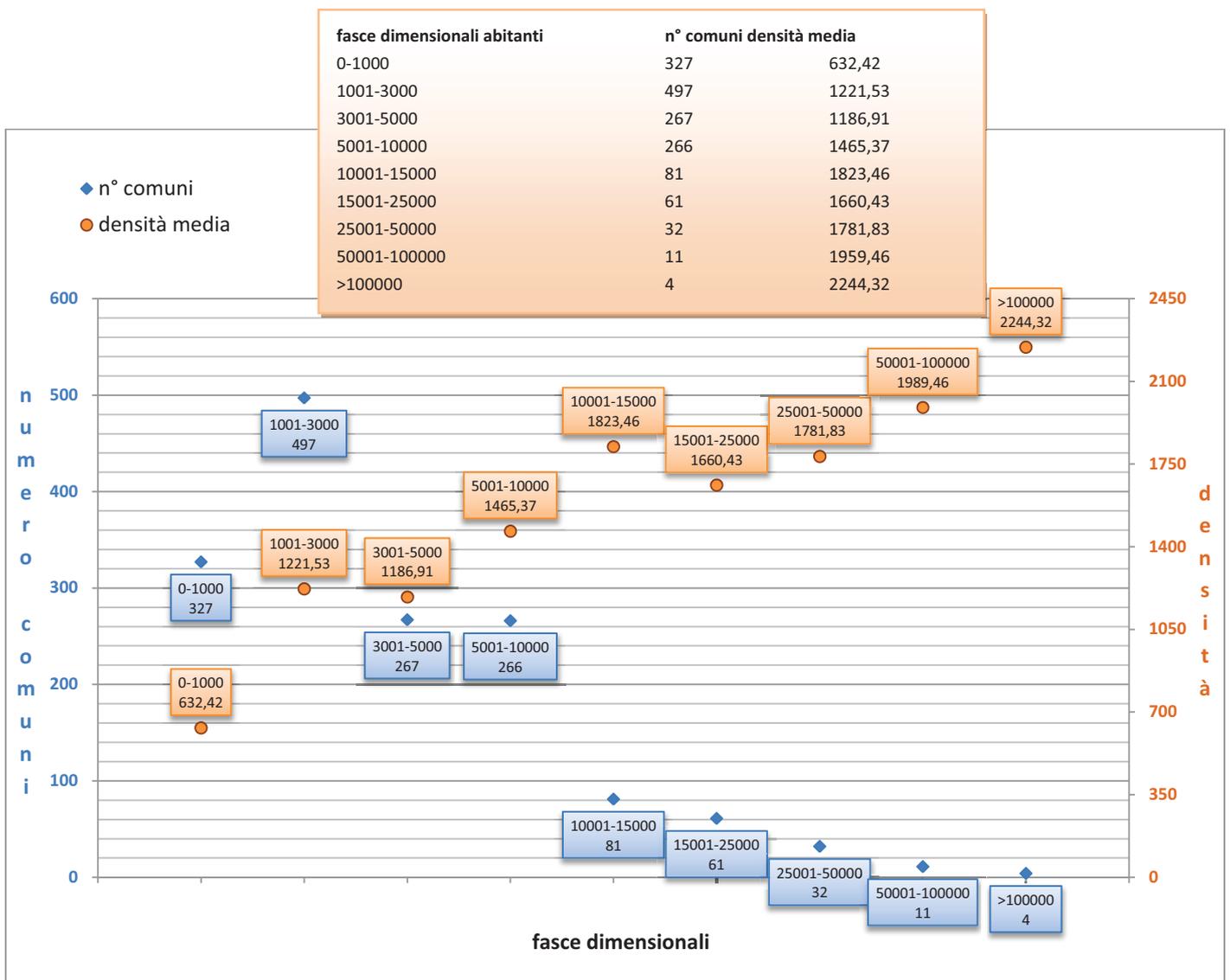
Il valore medio è pari a 1.201,46 mq totali ogni 1000 abitanti (326,94 per i mq alimentari e 874,52 per i non alimentari).

Ragionando per fasce di densità costruite partendo dai quartili e isolando i casi in cui la densità è nulla e comunque "arrotondando" i valori esatti dei quartili per rendere più comprensibile la suddivisione vediamo che, il 2% dei comuni lombardi, corrispondente anche al 2% della popolazione totale, soffre di desertificazione commerciale totale;

più del 70% della popolazione gode di un servizio ben al di sotto del valore medio, in particolare approfondendo la distribuzione nel 3 quartile abbiamo che tra 750 e 1200 mq/1000 abitanti troviamo 264 comuni con l'11,51% della popolazione totale e tra la sotto fascia di 1200 e 14000 mq/1000 abitanti ci sono 99 comuni con il 3,49% della popolazione.

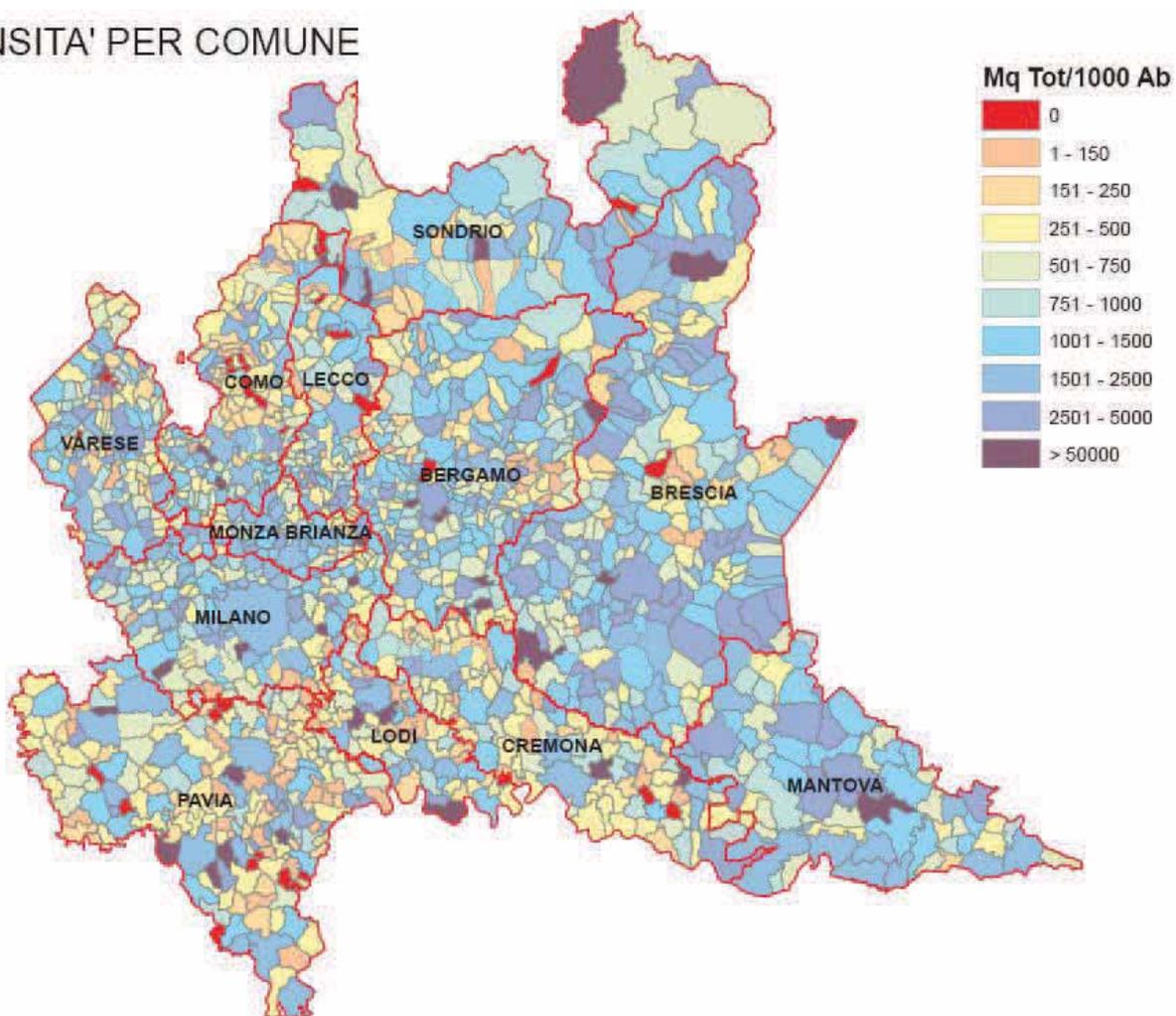
fasce di densità mq totali/1000 abitanti	n° comuni	% comuni per fascia	n° abitanti	% percentuale abitanti per fascia
0	32	2,07%	191.199	1,95%
1-350	357	23,09%	1.560.827	15,88%
351-750	401	25,94%	4.415.978	44,94%
751-1400	363	23,48%	1.474.217	15,00%
751-1200	264,00	17,08%	1.130.883	11,51%
1201-1400	99,00	6,40%	343.334	3,49%
>1400	393	25,42%	2.183.920	22,23%

Vediamo ora, analogamente a quanto abbiamo fatto per la densità del numero di punti vendita, il dato rispetto alle classe dimensionali fatte sugli abitanti :



fasce di densità mq totali/1000 abitanti	n° comuni	% comuni per fascia	n° abitanti	% percentuale abitanti per fascia
0	32	2,07%	191.199	1,95%
1-150	109	7,05%	685.506	6,98%
151-250	122	7,89%	496.551	5,05%
251-500	315	20,38%	3.780.952	38,48%
501-750	212	13,71%	1.013.796	10,32%
751-1000	160	10,35%	876.463	8,92%
1001-1500	235	15,20%	672.964	6,85%
1501-2500	211	13,65%	947.284	9,64%
2501-5000	112	7,24%	506.958	5,16%
>5001	38	2,46%	654.468	6,66%

## MAPPA DENSITA' PER COMUNE



# APPENDICE

## TAVOLE RACCORDO OSSERVATORIO NAZIONALE- ATECO2007

### COMMERCIO AL DETTAGLIO IN SEDE FISSA

#### TAVOLA DI RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

#### ESERCIZI NON SPECIALIZZATI

Non specificato = 471

#### Esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande:

Non specificato = 4711

Ipermercati = 47111

Supermercati = 47112

Discount di alimentari = 47113

Minimercati e altri esercizi non specializzati di alimentari vari = 47114

Prodotti surgelati = 47115

#### Commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati:

Non specificato = 4719

Grandi Magazzini = 47191

Despecializzati di computer, periferiche, attrezzature di telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici = 47192

Empori e despecializzati di prodotti vari non alimentari = 47199

#### PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE, TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

Non specificato = 472

Frutta e verdura = 4721, 472101, 472102

Carni e di prodotti a base di carne = 4722

Pesci, crostacei e molluschi = 4723

#### Pane, torte, dolci e confetteria:

Non specificato = 4724

Pane = 47241

Torte, dolci, confetteria = 47242

Bevande = 4725

Prodotti del tabacco = 4726

Altri prodotti alimentari in esercizi specializzati = 4729, 47291, 47292, 47293, 47299

#### CARBURANTE PER AUTOTRAZIONE IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

Carburante per autotrazione = 473

#### APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER TELECOMUNICAZIONI IN ESERCIZI SPECIAL.

Non specificato = 474

Computer, unità periferiche, software e attrezzature per ufficio = 4741

Apparecchiature per le telecomunicazioni e la telefonia = 4742

Apparecchiature audio e video = 4743

ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

Non specificato = 475

Prodotti tessili = 4751, 47511, 47512

Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione:

Non specificato = 4752

Ferramenta, vernici, vetro piano, materiale elettrico e termoidraulico = 47521

Articoli igienico-sanitari = 47522

Materiali da costruzione, ceramiche, piastrelle = 47523

Macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura e per il giardinaggio = 47524

Tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti(moquette, linoleum) = 4753, 47531, 475311, 475312, 47532

Elettrodomestici = 4754

Mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa:

Non specificato = 4759

Mobili per la casa = 47591

Utensili per la casa, cristallerie, vasellame = 47592

Articoli per l'illuminazione = 47593

Macchine da cucire e per maglieria d'uso domestico = 47594

Sistemi di sicurezza = 47595

Strumenti musicali e spartiti = 47596

Altri articoli per uso domestico nca = 47599, 475991, 475999

ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

Non specificato = 476 Libri = 4761

Giornali e articoli di cartoleria:

Non specificato = 4762

Giornali, riviste e periodici = 47621

Articoli di cartoleria e forniture per ufficio = 47622    Registrazioni musicali e video = 4763    Articoli sportivi = 4764, 47641, 47642    Giochi e giocattoli = 4765

ALTRI PRODOTTI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

Non specificato = 477

Articoli di abbigliamento:

Non specificato = 4771

Confezioni per adulti = 47711

Confezioni bambini e neonati = 47712

Biancheria personale, maglieria, camicie = 47713

Pellicce e abbigliamento in pelle = 47714

Cappelli, ombrelli, guanti e cravatte = 47715

Calzature e articoli in pelle:

Non specificato = 4772

Calzature e accessori = 47721

Articoli di pelletteria e da viaggio = 47722

Medicinali:

Non specificato = 4773

Farmacie = 47731

Medicinali non soggetti a prescrizione medica = 47732

Articoli medicali e ortopedici = 4774

Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria:

Non specificato = 4775

Articoli di profumeria, prodotti per toletta e per l'igiene personale = 47751

Erboristerie = 47752

Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici:

Non specificato = 4776

Fiori e piante = 47761

Piccoli animali domestici = 47762 Orologi e articoli di gioielleria = 4777

Altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano):

Non specificato = 4778

Mobili per ufficio = 47781

Materiale per ottica e fotografia = 47782

Oggetti d'arte, culto, decorazione, chincaglieria, bigiotteria = 47783, 477831, 477832,  
477833, 477834, 477835, 477836, 477837

Combustibile per uso domestico e riscaldamento = 47784

Armi, munizioni, articoli militari = 47785

Saponi, detersivi, prodotti per la lucidatura = 47786

Altri prodotti non alimentari nca = 47789, 477891, 477892, 477893, 477894, 477899 Articoli di seconda mano:  
4779, 47791, 47792, 47793, 47794

COMMERCIO AL DETTAGLIO AMBULANTE E AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI, MERCATI TAVOLA DI  
RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

COMMERCIO AMBULANTE

Non specificato = 478

Alimentare = 4781, 478101, 478102, 478103, 478109

Abbigliamento, tessuti e calzature = 4782

Abbigliamento e tessuti = 478201

Calzature e pelletterie = 478202

Altri articoli = 4789, 478901, 478902, 478903, 478904, 478909

Mobili e articoli di uso domestico = 478905

TOTALE = 478, 4781, 478101, 478102, 478103, 478109, 4782, 478201, 478202, 4789,  
478901, 478902, 478903, 478904, 478905, 478909

COMMERCIO AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI, MERCATI

Non specificato = 479, 4799

Commercio per corrispondenza, internet, televisione, radio, telefono = 4791, 47912, 47913

Commercio via internet = 47911

Vendita a domicilio = 47991

Commercio per mezzo di distributori automatici = 47992

TOTALE = 479, 4791, 47911, 47912, 47913, 4799, 47991, 47992

COMMERCIO ALL'INGROSSO TAVOLA DI RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

*(I codici a quattro cifre comprendono le eventuali espansioni a cinque o più cifre)*

ALTRI PRODOTTI

Altri prodotti = 469

MACCHINARI E ATTREZZATURE

Non specificato = 466

Macchine utensili = 4662

Macchine per la costruzione = 4663

Macchine per industria tessile, macchine per cucire e per biancheria = 4664

Macchine, mobili e attrezzature per uffici e negozi = 4665, 4666

Altre macchine e attrezzature per industria, commercio e navigazione = 4669

Macchine, accessori e utensili agricoli, inclusi i trattori = 4661

Pc, apparecchiature informatiche ed elettroniche = 465, 4651, 4652

ALTRI PRODOTTI DI CONSUMO FINALE

Non specificato = 464

Mobili, articoli per la casa, ferramenta = 4647

Prodotti tessili = 4641

Capi di abbigliamento e di calzature = 4642

Elettrodomestici, apparecchi radio e televisori = 4643

Articoli di porcellana e di vetro, parati, prodotti per la pulizia = 4644

Profumi e cosmetici = 4645

Prodotti farmaceutici = 4646

Altri prodotti per uso domestico = 4649

Orologi e gioielli = 4648

MATERIE PRIME AGRICOLE E ANIMALI VIVI

Non specificato = 462

Cereali, tabacco grezzo, sementi e alimenti per il bestiame = 4621

Fiori e piante = 4622

Animali vivi = 4623

Pelli, anche per pellicceria e cuoio = 4624

PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE, TABACCO

Non specificato = 463

Frutta e ortaggi = 4631

Carne e prodotti di salumeria = 4632

Prodotti lattiero-caseari, uova, oli e grassi commestibili = 4633

Bevande alcoliche e altre bevande = 4634

Tabacco e prodotti derivati = 4635

Zucchero, cioccolato e dolci = 4636

Caffè, tè, cacao e spezie = 4637

Altri prodotti alimentari, inclusi pesci, crostacei e molluschi = 4638

Despecializzato di prodotti alimentari, bevande e tabacco = 4639

PRODOTTI INTERMEDI NON AGRICOLI, RATTAMI E CASCAMI

Non specificato = 467

Combustibili solidi, liquidi, gassosi, e prodotti derivati = 4671

Metalli e minerali metalliferi = 4672

Legname, materiale da costruzione, vetro piano, vernici e colori = 4673

Articoli in ferro, apparecchi per impianti idraulici e di riscaldamento = 4674

Prodotti chimici = 4675

Altri prodotti intermedi = 4676

Rottami e cascami = 4677

INTERMEDIARI DEL COMMERCIO TAVOLA DI RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

NON SPECIFICATO

Non specificato = 461

MATERIE PRIME AGRICOLE, TESSILI, SEMILAVORATI, ANIMALI VIVI

Non specificato = 4611

Agenti e rappresentanti = 461101, 461102, 461103, 461104

Procacciatori d'affari = 461105

Mediatori = 461106, 461107

COMBUSTIBILI, MINERALI, METALLI, PRODOTTI CHIMICI

Non specificato = 4612

Agenti e rappresentanti = 461201, 461202, 461203, 461204, 461205

Procacciatori d'affari = 461206

Mediatori = 461207

LEGAMI, MATERIALI DA COSTRUZIONE

Non specificato = 4613

Agenti e rappresentanti = 461301, 461302, 461303

Procacciatori d'affari = 461304

Mediatori = 461305

MACCHINARI, IMPIANTI INDUSTRIALI, NAVI, AEREOMOBILI

Non specificato = 4614

Agenti e rappresentanti = 461401, 461402, 461403, 461404, 461405

Procacciatori d'affari = 461406

Mediatori = 461407

MOBILI, ARTICOLI PER LA CASA, FERRAMENTA

Non specificato = 4615

Agenti e rappresentanti = 461501, 461502, 461503, 461504, 461505

Procacciatori d'affari = 461506

Mediatori = 461507

TESSILI, ABBIGLIAMENTO, CALZATURE, ARTICOLI IN CUOIO

Non specificato = 4616

## I NUMERI DEL COMMERCIO

Agenti e rappresentanti = 461601, 461602, 461603, 461604, 461605, 461606, 461607

Procacciatori d'affari = 461608

Mediatori = 461609

### ALIMENTARI, BEVANDE, TABACCO

Non specificato = 4617

Agenti e rappresentanti = 461701, 461702, 461703, 461704, 461705, 461706, 461707

Procacciatori d'affari = 461708

Mediatori = 461709

### SPECIALIZZATO DI ALTRI PRODOTTI N.C.A.

Non specificato = 4618, 46181, 46182, 46183, 46189

Agenti e rappresentanti = 461811, 461812, 461821, 461822, 461831, 461832, 461833,  
461891, 461892, 461893, 461894, 461895, 461896, 461897

Procacciatori d'affari = 461813, 461823, 461834, 461898

Mediatori = 461814, 461824, 461835, 461899

### DESPECIALIZZATO

Non specificato = 4619

Agenti e rappresentanti = 461901

Procacciatori d'affari = 461902

Mediatori, gruppi di acquisto e buyer = 461903, 461904

### AUTO E MOTOCICLI, COMPRESI PARTI E ACCESSORI

Auto e motocicli, compresi parti e accessori = 451102, 451902, 453102, 454012, 454022

SETTORE AUTO TAVOLA DI RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

COMMERCIO DI AUTOVEICOLI

Commercio di autoveicoli = 451, 4511, 451101, 4519, 451901

MANUTENZIONE E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI

Non specificato = 452

Riparazioni di autoveicoli = 45201

Carrozzerie per autoveicoli = 45202

Elettrauto per autoveicoli = 45203

Gommisti per autoveicoli = 45204

Autolavaggio e altre attività di manutenzione = 45209, 452091, 45299

COMMERCIO DI PARTI E ACCESSORI DI AUTOVEICOLI

Commercio di parti e accessori di autoveicoli = 453, 4531, 453101, 4532

COMMERCIO, MANUTENZIONE E RIPARAZIONE DI MOTOCICLI E ACCESSORI

Non specificato = 454

Commercio di motocicli e ciclomotori = 45401, 454011

Commercio di parti e accessori per motocicli e ciclomotori = 45402, 454021

Manutenzione e riparazione di motocicli/ciclomotori(compresi pneumatici) = 45403

NON SPECIFICATO

Non specificato = 45

ALTRI SERVIZI TAVOLA DI RACCORDO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE CON I CODICI ATECO2007

---

ATTIVITA' AUSILIARIE AI TRASPORTI

Magazzinaggio e custodia

Non specificato = 5210

Magazzini di custodia e deposito per conto terzi = 52101

Magazzini frigoriferi per conto terzi = 52102

Gestione centri di movimentazioni merci (interporti) = 52214

Altre attività di supporto connesse ai trasporti

Non specificato = 5229

Spedizionieri e agenzie di operazioni doganali = 52291

Intermediari dei trasporti = 52292, 522921, 522922

CURA DELLA PERSONA

Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici

Non specificato = 9602

Saloni di barbieri e parrucchieri = 960201

Istituti di bellezza = 960202

Manicure e pedicure = 960203

Centri per il benessere fisico (esclusi gli stabilimenti termali) = 96041

ISTALLAZIONE DI IMPIANTI ELETTRICI, IDRAULICI E ALTRI LAVORI DI COSTRUZIONE E ISTALLAZIONE

Non specificato = 432

istallazione di impianti elettrici ed elettronici

Non specificato = 4321

Impianti elettrici in edifici o in altre opere di costruzione = 432101

Impianti elettronici = 432102

Impianti illuminazione stradale e piste aeroporti; dispositivi segnalazione = 432103

Istallazione e manutenzione di impianti idraulici, riscaldamento e condizionamento

Non specificato = 4322

Impianti idraulici, riscaldamento e condizionamento in edifici o altre opere = 432201

Impianti per la distribuzione del gas = 432202

Impianti di spegnimento antincendio = 432203

Impianti di depurazione per piscine = 432204

## I NUMERI DEL COMMERCIO

Impianti di irrigazione per giardini = 432205

Altri lavori di costruzione e installazione Non specificato = 4329

Istallazione, manutenzione e riparazione di ascensori e scale mobili = 432901

Lavori di isolamento termico, acustico o antivibrazioni = 432902

Altri lavori di costruzione e istallazione nca = 432909

### PULIZIE E GIARDINI

Non specificato = 81

Servizi integrati di gestione agli edifici = 811, 8110

Pulizia e disinfestazione Non specificato = 812

Pulizia generale (non specializzata) di edifici = 8121

Pulizia specializzata di edifici e impianti industriali = 8122, 812201, 812202

Altre attività di pulizia e disinfestazione = 8129, 81291, 81299, 812991, 812999

Cura e manutenzione del paesaggio (inclusi parchi, giardini, aiuole) = 813, 8130

### RISTORAZIONE

Non specificato = 56

Ristoranti e attività di ristorazione mobile: Non specificato = 561, 5610

Ristorazione con somministrazione = 56101, 561011, 561012

Ristorazione senza somministrazione con preparazione di cibi da asporto = 56102

Gelaterie e pasticcerie = 56103

Ristorazione ambulante e gelaterie ambulanti = 56104, 561041, 561042

Ristorazione su treni e navi = 56105

Fornitura di pasti preparati (catering per eventi) e altri servizi di ristorazione Non specificato = 562

Fornitura di pasti preparati (catering per eventi) = 5621, 56210

Mense e catering continuativo su base contrattuale = 5629, 56291, 562910, 56292, 562920

Bar e altri servizi simili senza cucina = 563, 5630

### SUPPORTO ALLE IMPRESE

Servizi di gestione di pubblici mercati e pese pubbliche = 82993

**TAVOLE DELLE STATISTICHE STRUTTURALI SUL COMMERCIO AL 30/06/2010 – FONTE : MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, OSSERVATORIO NAZIONALE SUL COMMERCIO.**

TAV. 1: CONSISTENZE DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER REGIONE E SEDE/U.L

Regione	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	37.277	13.918	51.195
VALLE D'AOSTA	1.309	507	1.816
LOMBARDIA	62.501	27.232	89.733
Prov. autonoma BOLZANO	2.787	1.846	4.633
Prov. autonoma TRENTO	3.556	2.293	5.849
VENETO	35.356	16.495	51.851
FRIULI-VENEZIA GIULIA	9.100	4.411	13.511
LIGURIA	18.286	6.592	24.878
EMILIA-ROMAGNA	35.902	13.831	49.733
TOSCANA	36.048	14.450	50.498
UMBRIA	8.827	3.462	12.289
MARCHE	13.953	5.875	19.828
LAZIO	54.671	18.204	72.875
ABRUZZI	14.094	5.502	19.596
MOLISE	3.752	1.290	5.042
CAMPANIA	80.749	19.326	100.075
PUGLIA	46.704	12.871	59.575
BASILICATA	7.104	2.161	9.265
CALABRIA	26.138	6.619	32.757
SICILIA	57.830	15.507	73.337
SARDEGNA	18.167	8.704	26.871
TOTALE	574.111	201.096	775.207

TAV. 2: CONSISTENZE ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER STATO SOCIETARIO E SEDE/U.L

Regione	Altre forme			Imprese individuali			Soc. di capitale		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	183	480	663	26.362	2.805	29.167	1.518	6.316	7.834
VALLE D'AOSTA	6	16	22	794	112	906	96	169	265
LOMBARDIA	455	829	1.284	40.511	4.127	44.638	5.411	15.620	21.031
Prov. Aut BOLZANO	38	79	117	1.644	357	2.001	161	711	872
Prov. Aut TRENTO	74	371	445	2.043	380	2.423	196	743	939
VENETO	127	713	840	23.076	3.030	26.106	2.602	8.055	10.657
FRIULI-VENEZIA GIULIA	41	367	408	6.247	791	7.038	645	2.252	2.897
LIGURIA	71	192	263	12.291	1.366	13.657	965	3.042	4.007
EMILIA-ROMAGNA	120	677	797	23.716	2.887	26.603	2.468	6.733	9.201
TOSCANA	205	754	959	23.459	3.108	26.567	2.959	6.782	9.741
UMBRIA	33	140	173	5.729	712	6.441	682	1.510	2.192
MARCHE	68	246	314	9.626	1.566	11.192	1.013	2.528	3.541
LAZIO	180	425	605	40.544	3.664	44.208	6.804	11.241	18.045

I NUMERI DEL COMMERCIO

ABRUZZI	41	93	134	10.677	1.517	12.194	986	2.398	3.384
MOLISE	12	21	33	3.082	481	3.563	183	473	656
CAMPANIA	118	280	398	61.657	5.022	66.679	5.481	8.626	14.107
PUGLIA	110	210	320	38.754	4.681	43.435	3.309	5.729	9.038
BASILICATA	27	51	78	6.049	1.022	7.071	318	606	924
CALABRIA	41	47	88	22.418	3.036	25.454	1.256	2.226	3.482
SICILIA	157	346	503	47.568	5.585	53.153	3.695	6.403	10.098
SARDEGNA	69	284	353	13.630	2.483	16.113	1.056	3.327	4.383
TOTALE	2.176	6.621	8.797	419.877	48.732	468.609	41.804	95.490	137.294

CONTINUA

Regione	Soc. di persone			TOTALE		
	Sede	U.I.	TOTALE	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	9.214	4.317	13.531	37.277	13.918	51.195
VALLE D'AOSTA	413	210	623	1.309	507	1.816
LOMBARDIA	16.124	6.656	22.780	62.501	27.232	89.733
Prov. Aut BOLZANO	944	699	1.643	2.787	1.846	4.633
Prov. Aut TRENTO	1.243	799	2.042	3.556	2.293	5.849
VENETO	9.551	4.697	14.248	35.356	16.495	51.851
FRIULI-VENEZIA GIULIA	2.167	1.001	3.168	9.100	4.411	13.511
LIGURIA	4.959	1.992	6.951	18.286	6.592	24.878
EMILIA-ROMAGNA	9.598	3.534	13.132	35.902	13.831	49.733
TOSCANA	9.425	3.806	13.231	36.048	14.450	50.498
UMBRIA	2.383	1.100	3.483	8.827	3.462	12.289
MARCHE	3.246	1.535	4.781	13.953	5.875	19.828
LAZIO	7.143	2.874	10.017	54.671	18.204	72.875
ABRUZZI	2.390	1.494	3.884	14.094	5.502	19.596
MOLISE	475	315	790	3.752	1.290	5.042
CAMPANIA	13.493	5.398	18.891	80.749	19.326	100.075
PUGLIA	4.531	2.251	6.782	46.704	12.871	59.575
BASILICATA	710	482	1.192	7.104	2.161	9.265
CALABRIA	2.423	1.310	3.733	26.138	6.619	32.757
SICILIA	6.410	3.173	9.583	57.830	15.507	73.337
SARDEGNA	3.412	2.610	6.022	18.167	8.704	26.871
TOTALE	110.254	50.253	160.507	574.111	201.096	775.207

TAV. 3: ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER SPECIALIZZAZIONE E SEDE/U.L.

Tipologia e specializzazione			Sede	U.L.	Totale
<b>Esercizi non specializzati</b>	Non specificato	<i>Non specificato</i>	826	337	1.163
	Esercizi non specializzati	<i>Non specificato</i>	198	94	292
	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	<i>Non specificato</i>	14.557	4.138	18.695
		<i>Ipermercati</i>	49	604	653
		<i>Supermercati</i>	3.818	9.837	13.655
		<i>Discount di alimentari</i>	143	703	846
		<i>Minimercati e altri esercizi non specializzati di alimentari vari</i>	47.349	13.580	60.929
		<i>Prodotti surgelati</i>	918	460	1.378
	Commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati	<i>Non specificato</i>	777	349	1.126
		<i>Grandi Magazzini</i>	139	835	974
		<i>Despecializzati di computer, periferiche, attrezzature, elettronica, elettrodomestici</i>	9.863	3.276	13.139
		<i>Empori e despecializzati di prodotti vari non alimentari</i>	7.161	2.575	9.736
	<b>Prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati</b>	Prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	1.545	745
Frutta e verdura		<i>Non specificato</i>	16.555	3.989	20.544
Carni e di prodotti a base di carne		<i>Non specificato</i>	29.383	4.731	34.114
Pesci, crostacei e molluschi		<i>Non specificato</i>	6.199	2.210	8.409
Pane, torte, dolci e confetteria		<i>Non specificato</i>	337	118	455
		<i>Pane</i>	3.196	2.921	6.117
		<i>Torte, dolci, confetteria</i>	4.102	1.416	5.518
Bevande		<i>Non specificato</i>	3.825	1.857	5.682
Prodotti del tabacco		<i>Non specificato</i>	29.334	912	30.246
Altri prodotti alimentari in esercizi specializzati		<i>Non specificato</i>	6.028	2.385	8.413
<b>Carburante per autotrazione in esercizi specializzati</b>	Carburante per autotrazione in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	19.198	5.831	25.029
<b>Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni in esercizi specializzati</b>	Apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	22	7	29
	Computer, unit periferiche, software e attrezzature per ufficio	<i>Non specificato</i>	6.250	2.020	8.270
	Apparecchiature per telecomunicazioni e la telefonia	<i>Non specificato</i>	3.388	2.984	6.372
	Apparecchiature audio e video	<i>Non specificato</i>	238	118	356
<b>Altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati</b>	Altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	2.069	690	2.759
	Prodotti tessili	<i>Non specificato</i>	18.005	3.590	21.595
	Ferramenta,	<i>Non specificato</i>	827	100	927

I NUMERI DEL COMMERCIO

Tipologia e specializzazione			Sede	U.L.	Totale
vernici, vetro piano e materiali da costruzione	<i>Ferramenta, vernici, vetro piano, materiale elettrico e termoidraulico</i>	18.257	5.005	23.262	
	<i>Articoli igienico-sanitari</i>	1.271	474	1.745	
	<i>Materiali da costruzione, ceramiche, piastrelle</i>	6.853	2.973	9.826	
	<i>Macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura e per il giardinaggio</i>	6.800	1.972	8.772	
	Tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti(moquette, linoleum)	<i>Non specificato</i>	1.286	443	1.729
	Elettrodomestici	<i>Non specificato</i>	657	505	1.162
	Mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa	<i>Non specificato</i>	3.348	890	4.238
		<i>Mobili per la casa</i>	16.913	7.635	24.548
		<i>Utensili per la casa, cristallerie, vasellame</i>	9.759	2.863	12.622
		<i>Articoli per l'illuminazione</i>	203	126	329
<i>Macchine da cucire e per maglieria d'uso domestico</i>		35	16	51	
<i>Sistemi di sicurezza</i>		60	39	99	
<i>Strumenti musicali e spartiti</i>		1.087	186	1.273	
<i>Altri articoli per uso domestico nca</i>	1.847	494	2.341		
<b>Articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati</b>	Articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	717	118	835
	Libri	<i>Non specificato</i>	4.352	1.809	6.161
	Giornali e articoli di cartoleria	<i>Non specificato</i>	2	1	3
		<i>Giornali, riviste e periodici</i>	17.302	1.376	18.678
		<i>Articoli di cartoleria e forniture per ufficio</i>	16.270	2.393	18.663
	Registrazioni musicali e video	<i>Non specificato</i>	329	121	450
	Articoli sportivi	<i>Non specificato</i>	11.299	3.431	14.730
Giochi e giocattoli	<i>Non specificato</i>	5.068	2.020	7.088	
<b>Altri prodotti in esercizi specializzati</b>	Altri prodotti in esercizi specializzati	<i>Non specificato</i>	858	235	1.093
	Articoli di abbigliamento	<i>Non specificato</i>	43.994	29.673	73.667
		<i>Confezioni per adulti</i>	18.030	8.926	26.956
		<i>Confezioni bambini e neonati</i>	6.846	2.864	9.710
		<i>Biancheria personale, maglieria, camicie</i>	11.064	4.456	15.520
		<i>Pellicce e abbigliamento in pelle</i>	523	269	792
		<i>Cappelli, ombrelli, guanti e cravatte</i>	1.972	904	2.876
	Calzature e articoli in pelle	<i>Non specificato</i>	776	218	994
		<i>Calzature e accessori</i>	13.903	7.878	21.781
		<i>Articoli di pelletteria e da viaggio</i>	3.293	2.116	5.409
	Medicinali	<i>Non specificato</i>	14.282	1.497	15.779
		<i>Farmacie</i>	2.065	862	2.927
		<i>Medicinali non soggetti a prescrizione medica</i>	679	360	1.039

I NUMERI DEL COMMERCIO

Tipologia e specializzazione			Sede	U.L.	Totale
	Articoli medicali e ortopedici	<i>Non specificato</i>	3.351	1.992	5.343
	Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria	<i>Non specificato</i>	271	78	349
		<i>Articoli di profumeria, prodotti per toletta e per l'igiene personale</i>	11.293	5.865	17.158
		<i>Erboristerie</i>	3.919	1.086	5.005
	Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici	<i>Non specificato</i>	-	1	1
		<i>Fiori e piante</i>	15.612	2.297	17.909
		<i>Piccoli animali domestici</i>	4.338	855	5.193
	Orologi e articoli di gioielleria	<i>Non specificato</i>	14.598	4.878	19.476
	Altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano)	<i>Non specificato</i>	7	2	9
		<i>Mobili per ufficio</i>	49	37	86
		<i>Materiale per ottica e fotografia</i>	10.656	4.136	14.792
		<i>Oggetti d'arte, di culto, di decorazione, chincaglieria e bigiotteria</i>	19.177	6.204	25.381
		<i>Combustibile per uso domestico e riscaldamento</i>	2.892	753	3.645
		<i>Armi, munizioni, articoli militari</i>	152	33	185
		<i>Saponi, detersivi, prodotti per la lucidatura</i>	3.305	1.621	4.926
		<i>Altri prodotti non alimentari nca</i>	2.854	1.737	4.591
	Articoli di seconda mano	<i>Non specificato</i>	3.338	961	4.299
<b>Totale</b>					

TAV. 4: ESERCIZI COMMERCIALI IN SEDE FISSA PER CLASSI DI SUPERFICIE DI VENDITA

Regioni	Non specificato		1-50		51-150		151-250		251-400	
	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.
PIEMONTE	12.969	0	20.140	621.671	13.505	1.140.018	2.150	430.090	879	296.390
VALLE D'AOSTA	218	0	834	27.453	603	50.251	58	11.458	50	16.554
LOMBARDIA	25.101	0	30.028	969.756	25.089	2.149.286	4.357	868.434	1.694	562.075
Prov. Aut.BOLZANO	374	0	1.613	52.632	1.867	165.609	334	64.824	201	65.910
Prov. Aut.TRENTO	739	0	2.060	68.448	2.148	183.169	359	69.611	241	78.653
VENETO	15.053	0	15.766	502.892	15.084	1.310.399	2.663	528.898	1.140	374.680
FRIULI-VENEZIA GIULIA	3.171	0	4.586	138.910	3.831	323.145	785	151.170	592	203.348
LIGURIA	8.986	0	9.639	287.275	4.816	394.930	765	154.163	276	90.732
EMILIA-ROMAGNA	11.982	0	20.861	625.162	12.370	1.030.349	2.246	449.027	763	255.852
TOSCANA	15.377	0	19.433	587.200	11.587	975.256	2.128	424.846	692	229.127
UMBRIA	1.891	0	4.865	147.632	3.891	338.921	871	173.726	302	100.259
MARCHE	5.131	0	7.069	220.025	5.504	476.681	1.024	205.830	411	134.679
LAZIO	24.373	0	24.951	805.579	17.472	1.493.459	3.321	676.492	1.016	343.393
ABRUZZI	6.356	0	5.937	194.726	5.355	468.285	941	189.160	387	129.693
MOLISE	1.453	0	1.780	57.707	1.378	120.335	233	46.657	66	21.415
CAMPANIA	34.618	0	40.027	1.278.301	20.989	1.744.939	2.892	585.093	641	211.061
PUGLIA	18.324	0	19.651	687.293	16.852	1.422.381	3.208	656.003	683	228.439
BASILICATA	2.956	0	3.228	107.763	2.568	219.138	256	52.394	121	39.127
CALABRIA	11.643	0	10.545	355.326	8.366	737.484	1.350	272.702	365	121.522
SICILIA	34.515	0	20.484	660.370	14.735	1.278.167	1.655	314.880	768	252.707
SARDEGNA	9.402	0	7.723	252.120	7.326	645.867	1.275	255.612	451	149.711
Totale	244.632	0	271.220	8.648.241	195.336	16.668.069	32.871	6.581.070	11.739	3.905.327

Regioni	401-1500		1501-2500		2501-5000		OLTRE 5000		Totale di tutte le classi	
	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.	Esercizi	Mq. vend.
PIEMONTE	1.269	1.054.524	137	283.265	116	411.941	30	235.562	51.195	4.473.461
VALLE D'AOSTA	48	40.515	2	3.914	1	2.983	2	11.557	1.816	164.685
LOMBARDIA	2.820	2.357.256	346	719.686	186	666.607	112	1.037.983	89.733	9.331.083
Prov. autonoma BOLZANO	218	144.393	14	25.678	11	39.417	1	5.262	4.633	563.725
Prov. autonoma TRENTO	274	205.568	13	25.753	15	47.779	-	-	5.849	678.981
VENETO	1.801	1.509.168	194	399.472	87	306.562	63	495.549	51.851	5.427.620
FRIULI-VENEZIA GIULIA	420	357.703	55	107.335	51	180.859	20	140.941	13.511	1.603.411
LIGURIA	327	252.390	43	85.054	17	65.688	9	98.132	24.878	1.428.364
EMILIA-ROMAGNA	1.288	1.066.486	110	227.476	66	222.465	47	415.933	49.733	4.292.750
TOSCANA	1.076	874.150	104	212.566	73	256.374	28	215.888	50.498	3.775.407
UMBRIA	403	331.585	51	110.276	11	35.944	4	23.654	12.289	1.261.997
MARCHE	593	466.010	66	133.676	17	58.985	13	113.663	19.828	1.809.549
LAZIO	1.435	1.202.660	165	336.589	95	339.683	47	406.791	72.875	5.604.646
ABRUZZI	527	440.955	55	109.234	18	67.222	20	197.771	19.596	1.797.046
MOLISE	120	92.526	8	14.315	3	12.130	1	5.950	5.042	371.035
CAMPANIA	758	554.604	83	167.831	38	134.899	29	254.530	100.075	4.931.258
PUGLIA	720	572.783	76	162.469	32	121.094	29	291.647	59.575	4.142.109
BASILICATA	124	95.980	5	10.170	5	17.848	2	23.852	9.265	566.272
CALABRIA	396	327.169	52	108.187	22	77.058	18	204.891	32.757	2.204.339

I NUMERI DEL COMMERCIO

SICILIA	995	774.165	56	112.005	63	224.447	66	622.262	73.337	4.239.003
SARDEGNA	578	460.798	82	171.794	20	73.749	14	129.866	26.871	2.139.517
Totale	16.190	13.181.388	1.717	3.526.745	947	3.363.734	555	4.931.684	775.207	60.806.258

TAV. 5: ATTIVITA' SECONDARIE DI VENDITA PER REGIONE E SEDE/U.L.

Regione	Sede	U.I.	TOTALE
PIEMONTE	17.967	2.767	20.734
VALLE D'AOSTA	538	108	646
LOMBARDIA	30.515	4.954	35.469
Prov. autonoma BOLZANO	2.361	332	2.693
Prov. autonoma TRENTO	1.903	326	2.229
VENETO	17.002	2.536	19.538
FRIULI-VENEZIA GIULIA	4.250	562	4.812
LIGURIA	6.221	1.005	7.226
EMILIA-ROMAGNA	18.677	2.288	20.965
TOSCANA	14.849	2.318	17.167
UMBRIA	3.302	527	3.829
MARCHE	6.415	891	7.306
LAZIO	11.874	2.354	14.228
ABRUZZI	4.340	604	4.944
MOLISE	1.547	199	1.746
CAMPANIA	14.328	1.911	16.239
PUGLIA	9.832	938	10.770
BASILICATA	2.233	256	2.489
CALABRIA	6.180	565	6.745
SICILIA	11.562	906	12.468
SARDEGNA	4.283	751	5.034
TOTALE	190.179	27.098	217.277



*aiutiamo gli operatori commerciali  
a fare bene il loro mestiere  
e a rapportarsi al meglio con la  
Pubblica Amministrazione.  
aiutiamo la P. A. a regolamentare al meglio il  
commercio tenendo conto del lavoro  
e delle esigenze degli operatori  
aiutiamo gli investitori a non buttare  
via i propri quattrini,  
scegliendo le localizzazioni migliori  
e le procedure più adatte  
abbiamo imparato a parlare  
una lingua comune, perché  
pochi consulenti della P.A.  
conoscono così bene i problemi e  
le esigenze degli operatori commerciali,  
e pochi consulenti commerciali hanno  
un'esperienza così approfondita delle regole  
e del modo di operare della P.A.  
come sempre, per le vostre esigenze  
di autorizzazioni commerciali o edilizie,  
progettazione, studi di fattibilità  
o due diligence, assistenza, consulenza,  
formazione del personale,  
informazioni statistiche, studi,  
ricerche di mercato, definizione del concept*

***Prassicoop***  
*il vostro partner di fiducia*

***prassicoop***  
*società cooperativa*

Via G.B. Pergolesi, 8 - Milano  
Tel. 02/70005491 - Fax 02/70009022  
email: [prassi@prassicoop.it](mailto:prassi@prassicoop.it) [www.prassicoop.it](http://www.prassicoop.it)