

Commento ai dati sulla Grande Distribuzione Organizzata

31/12/2018

Premessa

Nell'ambito del Programma Statistico Nazionale il Ministero dello sviluppo economico è responsabile dell'indagine annuale relativa alle caratteristiche strutturali degli esercizi commerciali che rientrano nell'ampia famiglia della c.d. Grande Distribuzione Organizzata (in breve GDO), ovvero quelle entità connotate da maggiori dimensioni e specifiche forme organizzative.

L'indagine, svolta anche quest'anno in collaborazione con le Camere di commercio, consente di fornire una panoramica molto ampia della struttura distributiva nel nostro Paese, la cui lettura può essere effettuata anche a complemento di quella dei [dati provenienti dal Registro imprese](#). Si ricorda, infatti, che le due modalità di rilevazione dei dati non solo differiscono per la fonte di provenienza, ma anche per le [definizioni](#) adottate per identificare le tipologie delle strutture analizzate.

In particolare, l'indagine sulla GDO consente, pur nei limiti di un'evoluzione delle realtà che non sempre si riescono a cogliere, di arricchire la conoscenza del settore distributivo mediante la raccolta di dati di interesse quali, ad esempio, la dimensione occupazionale - anche sotto il profilo di genere, la superficie destinata alla vendita di prodotti alimentari rispetto a prodotti non alimentari per talune forme c.d. non specializzate, elementi organizzativi basati su talune tipologie di rapporti contrattuali tra esercizi e così via.

I risultati complessivi in sintesi

In estrema sintesi i risultati dell'ultima indagine disponibile, che fotografa la situazione al 31.12.2018, mostrano una continuità nella crescita complessiva del comparto (nell'indagine corrente sono inclusi gli aggiornamenti per tutti i territori salvo la provincia di Nuoro per la quale non sono pervenuti dati aggiornati). Infatti, come evidenziato dalle tavole seguenti, si registra anche per il 2018 un incremento nel numero degli esercizi, un incremento complessivo dell'occupazione ed un ampliamento della superficie complessiva di vendita, sebbene con un rallentamento dei tassi di crescita delle singole categorie rispetto agli anni scorsi e un segnale di contrazione per la specifica forma dei Minimercati.

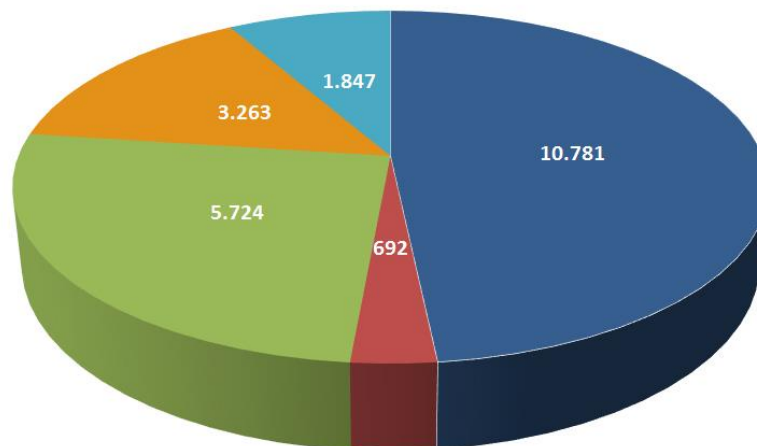
TIPOLOGIA	AL 31 DICEMBRE 2015			AL 31 DICEMBRE 2016			AL 31 DICEMBRE 2017			AL 31 DICEMBRE 2018		
	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti
Supermercati	10.293	9.498.578	191.449	10.514	9.764.245	194.471	10.630	9.932.487	197.839	10.781	10.124.147	202.097
Ipermercati	668	3.865.492	81.219	685	3.928.432	81.561	688	3.954.637	82.417	692	3.973.374	83.095
Minimercati	5.648	1.638.294	36.651	5.710	1.654.049	36.930	5.798	1.684.362	37.008	5.724	1.654.028	37.336
Grandi Magazzini	2.573	3.032.816	33.303	2.843	3.265.318	35.801	3.169	3.565.099	39.697	3.263	3.578.382	40.087
Grandi Superfici	1.749	5.275.895	52.792	1.797	5.583.071	54.081	1.834	5.594.320	55.530	1.847	5.653.377	57.368
TOTALE	20.931	23.311.076	395.414	21.549	24.195.115	402.844	22.119	24.730.905	412.492	22.307	24.983.308	419.982

TIPOLOGIA	Incremento 2016/2015			Incremento 2017/2016			Incremento 2018/2017		
	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti	N°	Mq	Addetti
Supermercati	2,1	2,8	1,6	1,1	1,7	1,7	1,4	1,9	2,2
Ipermercati	2,5	1,6	0,4	0,4	0,7	1,0	0,6	0,5	0,8
Minimercati	1,1	1,0	0,8	1,5	1,8	0,2	-1,3	-1,8	0,9
Grandi Magazzini	10,5	7,7	7,5	11,5	9,2	10,9	3,0	0,4	1,0
Grandi Superfici	2,7	5,8	2,4	2,1	0,2	2,7	0,7	1,1	3,3
TOTALE	3,0	3,8	1,9	2,6	2,2	2,4	0,8	1,0	1,8

Nel dettaglio il totale censito conta più di 22 mila esercizi, con un incremento di 0,8% rispetto a fine 2017 ed un incremento di tutte le tipologie di esercizi ad eccezione – come accennato - dei Minimercati la cui numerosità risulta lievemente contratta (-74 unità, pari a -1,3%) rispetto ai progressivi incrementi degli anni passati. Non risultano modificate le proporzioni tra le varie tipologie, cosicché il complesso della GDO risulta ancora composto per circa la metà da Supermercati (10.781) e per circa un quarto del totale da Minimercati (5.724), coprendo le altre forme (Ipermercati, Grandi Magazzini e Grandi Superfici Specializzate) il restante quarto.

INDAGINE GDO 2018 (RIPARTIZIONE E NUMERO ESERCIZI, VARIAZIONI RISPETTO AL 2017)

- Supermercati (+1,4%)
- Ipermercati (+0,6%)
- Minimercati (-1,3%)
- Grandi Magazzini (+3%)
- Grandi Superfici Specializzate (+0,7%)



A fine 2018 l'occupazione complessiva del comparto risultante dalle elaborazioni dei dati inerenti l'indagine risulta in quasi 420 mila unità lavorative, ripartite tra le varie forme distributive in modo tendenzialmente corrispondente al peso in termini di numero di esercizi, salvo un contributo più che proporzionale da parte delle Grandi Superfici Specializzate (a fronte dell'8% del totale degli esercizi, la superficie di vendita rappresenta il 22% , mentre l'occupazione rappresenta circa il 13%).

Per quel che riguarda le principali evidenze, come accennato, continuano a registrare incrementi più o meno significativi (Supermercati +1,4%; Ipermercati +0,6%; Grandi Superfici Specializzate +0,7%) ad eccezione dei Minimercati che diminuiscono (-1,3%), i Grandi Magazzini crescono ma in misura più contenuta degli anni passati (+3%).

Come anticipato, tutte le variazioni positive sono in rallentamento rispetto a quanto registrato negli anni passati. Le variazioni registrate in termini di superfici dedicate all'attività commerciale e in termini di occupazione risultano tendenzialmente coerenti, con una maggiore occupazione registrata in proporzione per le Grandi Superfici Specializzate ed un incremento di occupazione stimato per i Minimercati pur in presenza di una contrazione di questa formula a livello nazionale, frutto soprattutto delle diminuzioni nell'area del Nord-est e soprattutto del Sud e Isole, non compensate dai lievi aumenti nelle altre aree del Paese.

Riepilogando, quindi, nel 2018, non si sono manifestati mutamenti in termini di composizione del settore, ma si è registrato un rallentamento della tendenza espansiva complessiva, per quanto - in una prospettiva storica più ampia - gli incrementi nell'ultimo quadriennio si confermino significativi e anche a doppia cifra (intorno al 20%) per i Grandi Magazzini.

TIPOLOGIA	Incremento 2018/2015		
	N°	Mq	Addetti
Supermercati	4,7	6,6	5,6
Ipermercati	3,6	2,8	2,3
Minimercati	1,3	1,0	1,9
Grandi Magazzini	26,8	18,0	20,4
Grandi Superfici	5,6	7,2	8,7
TOTALE	6,6	7,2	6,2

Come già rilevato nelle precedenti indagini, è opportuno mettere bene a fuoco il fenomeno della categoria dei Grandi Magazzini interpretando il dato con una dose di cautela, stante le progressive modificazioni che si stanno realizzando nella tipologia stessa, dal momento che ci si allontana sempre più dal modello tradizionale di struttura despecializzata (connotata da ampiezza e varietà di assortimento) per avvicinarsi a strutture sempre più specializzate settorialmente (es. catene, marchi in franchising ecc.), ma con un'ampiezza di superficie di vendita che non consente di collocarli tra le Grandi Superfici Specializzate. A titolo di

precisazione, con riferimento alla rilevazione del 2018, si stima che una percentuale del 24,7% degli esercizi censiti siano in realtà da annoverare tra gli esercizi specializzati con superficie di vendita però inferiore ai 1500 mq. Peraltro, nonostante il lieve aumento di tale stima (l'anno scorso era del 24,5%), la crescita della categoria dei Grandi Magazzini risulta notevolmente più contenuta degli anni scorsi (+3% a fronte di tassi superiori al 10% degli ultimi anni) anche grazie ad un'ottimizzazione avviata soprattutto in alcune aree geografiche in fase di rilevazione dei dati (a titolo di esempio le Camere di commercio del Veneto hanno provveduto a coordinarsi ed escludere alcune catene degli specializzati dal novero dei grandi magazzini).

La diffusione della GDO

I dati strutturali rilevati tramite l'indagine vengono utilmente avvicinati all'impatto sociale mediante la considerazione dell'abituale indice di densità delle superfici rispetto alla popolazione residente. Mediante il rapporto "superficie di vendita per 1000 abitanti" si è provveduto a suddividere la superficie di vendita regionale per i rispettivi abitanti, distinguendo i due comparti alimentari e non alimentare. Si ricorda che per il settore alimentare vengono conteggiate le superfici relative a Supermercati, Minimercati e parte alimentare degli Ipermercati; per il settore non alimentare vengono computate le aree relative ai Grandi Magazzini, alle Grandi Superfici Specializzate e la parte *non food* degli Ipermercati.

Regione	Settore Alimentare mq/1000 abitanti	Non Alimentare mq/1000 abitanti	Totale mq/1000 abitanti
PIEMONTE	275,9	203,8	479,7
VALLE D'AOSTA	234,1	591,9	825,9
LOMBARDIA	263,5	251,1	514,6
LIGURIA	222,5	128,6	351,1
Nord Ovest	262,7	229,1	491,8
TRENTINO ALTO ADIGE	319,3	265,1	584,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	360,3	403,1	763,5
VENETO	313,3	263,3	576,6
EMILIA ROMAGNA	257,5	207,1	464,7
Nord Est	297,4	256,6	554,0
TOSCANA	200,5	152,0	352,5
UMBRIA	322,9	265,7	588,5
MARCHE	290,6	213,5	504,1
LAZIO	157,2	78,3	235,5
Centro	199,7	132,1	331,8
ABRUZZO	269,1	231,1	500,1
MOLISE	174,2	43,9	218,0
CAMPANIA	164,7	135,7	300,4
PUGLIA	191,9	119,5	311,4
BASILICATA	184,8	55,3	240,1
CALABRIA	199,9	157,6	357,6
SICILIA	177,3	114,4	291,7
SARDEGNA	249,5	126,4	375,9
Sud Isole	190,5	131,2	321,7
ITALIA	232,2	181,7	413,9

La consistenza di superfici a livello nazionale risulta pari a circa 414 metri quadrati per mille abitanti (in crescita di 1,4% rispetto al 2017), suddivisi tra circa 232 mq per l'alimentare e 182 mq destinati al non alimentare. Si confermano peraltro le caratteristiche ormai note relative alla maggiore disponibilità nelle aree settentrionali con un'ulteriore significativa crescita rispetto al 2017 sia per il Nord est (passato da circa 542 a 554 mq) sia per il Nord ovest (passato da 489 a circa 492). Incrementi di disponibilità di superfici sono registrati anche per le aree del centro e del sud e isole, ma di entità inferiore soprattutto per l'area del Centro che passa da 330 a ca 332 mq, mentre l'area del sud e isole passa da 316 a circa 322.

A livello regionale la Valle d'Aosta, pur avendo registrato una contrazione rispetto al 2017, si conferma come la regione a maggiore disponibilità di superfici per abitanti (ca 826 mq, di cui la maggiore parte - 592 mq ogni mille abitanti - per il *non food*). All'estremo opposto il Molise con 218 mq (di cui solo circa 44 mq per il non alimentare). Infine rimane costante, a livello nazionale e per la maggior parte del regioni (ad eccezione della Valle d'Aosta e del Friuli Venezia Giulia), la caratteristica della prevalenza della superficie di vendita dedicata all'alimentare rispetto al non alimentare.