



Camera di Commercio
Frosinone



ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

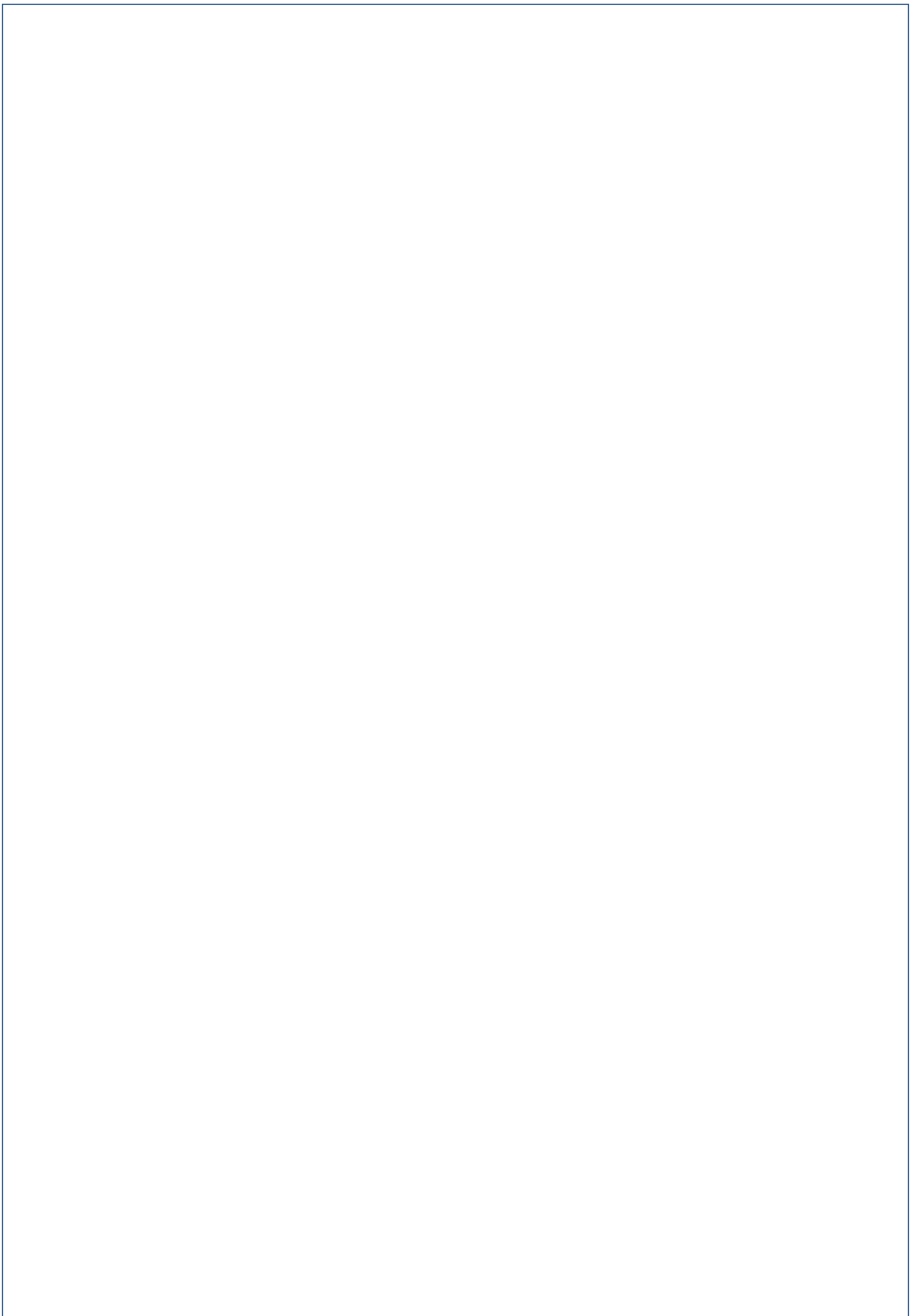
per la promozione
della cultura economica

Fondazione di Unioncamere

Osservatorio Economico della provincia di Frosinone 2014

La distribuzione commerciale in provincia di Frosinone

Novembre 2014



Gruppo di lavoro Istituto G. Tagliacarne

Paolo Cortese, Responsabile Osservatori Economici

Marco Pucci, Ricercatore

Melania Di Biagio, Collaboratrice

Indice

INTRODUZIONE	5
1 - L'ARTICOLAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE IN PROVINCIA DI FROSINONE ...	7
1.1 – Reddito disponibile e consumi finali interni	7
1.2 – L'articolazione degli esercizi di vendita	11
1.3 - Appendice Statistica	29
2 – COMPETITIVITÀ E STRATEGIE DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO IN PROVINCIA DI FROSINONE	
.....	30

INTRODUZIONE

Il commercio quale principale settore dell'economia locale

Il presente rapporto dell'Osservatorio Economico della provincia di Frosinone 2014 si pone l'obiettivo di fornire una panoramica del sistema distributivo commerciale della provincia, quale elemento importante del sistema produttivo del territorio, in un contesto di crescente terziarizzazione dell'economia e di assorbimento delle imprese attive da parte di questo comparto. Come evidenziato dall'Osservatorio Economico della provincia di Frosinone di giugno 2014, nel territorio il 31,1% delle imprese attive del territorio opera nell'ambito della distribuzione. Il numero di imprese dedite al commercio, in termini di incidenza percentuale sul totale delle imprese nel frusinate, supera di quasi 4 punti il dato nazionale (27,4%) ad evidenziare la rilevanza di questo comparto nel contesto economico locale.

Il settore garantisce un importante sbocco professionale per gran parte della popolazione locale e, per tale ragione, funge, per certi versi, da "ammortizzatore sociale" in un contesto di duratura recessione e picchi di disoccupazione.

Il reddito pro capite disponibile si riduce

Il ciclo economico registrato nell'ultimo lustro si ripercuote ampiamente sul reddito disponibile delle famiglie che si riduce, tra il 2010 e il 2012, del 3,2%, più della media laziale e nazionale. Di conseguenza, i consumi interni per abitante risultano essere più contenuti rispetto alle altre province laziali e quasi duemila euro in meno rispetto alla media nazionale. Ad ogni modo, nell'ultimo anno le distanze con il resto della regione si sono ridotte per effetto del livellamento indotto dalla crisi.

Gli esercizi che operano nel settore commerciale e distributivo sono poco più di quattordicimila in provincia, il 9,3% delle imprese laziali del settore.

Un settore "maturo" che mostra i primi segni di cambiamento

larga parte delle imprese opera nella categoria del "commercio in sede fissa", la quale, tuttavia, comprime la sua incidenza a favore di altre tipologie di attività, come gli "esercizi ambulanti o al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati", il "settore auto" ed il "commercio all'ingrosso".

Nel frusinate si ha una netta prevalenza di esercizi di prossimità, principalmente di medio-piccole dimensioni; le strutture di distribuzione più moderna scarseggiano, così come non sono molto sviluppate le attività di grandi superfici o specializzate nell'e-commerce.

La Grande Distribuzione Organizzata (GDO) mostra alcuni segnali di cambiamento nel settore despecializzato, con un aumento dei grandi magazzini e una leggera riduzione dei supermercati.



Se da un lato questa peculiare tipologia di distribuzione delle attività commerciali ha punti di forza come il radicamento sul territorio, la possibilità di diffondere prodotti tipici contribuendo al mantenimento dell'identità territoriale e del decoro urbanistico, o la prossimità degli esercizi commerciali con le aree urbane, da un altro punto di vista presenta rilevanti elementi di debolezza: l'impossibilità di raggiungere maggiori livelli di economicità gestionali attraverso le economie di scala, contenuti livelli di produttività e redditività aziendali, eccessiva frammentazione che conduce a creare sinergie territoriali con maggiore difficoltà e genera fenomeni di sottoccupazione o di lavoro non regolare, scarsa conoscenza del mercato nazionale ed internazionale di riferimento.

*L'Osservatorio
nazionale del
Commercio*

L'attuale rapporto è suddiviso in due parti. Nella prima sezione troviamo dati, elaborati in collaborazione con l'Istituto Tagliacarne, tratti dall'Osservatorio nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico, il quale effettua un monitoraggio annuale sull'efficienza e l'entità del sistema distributivo italiano.

In primo luogo l'attività svolta è indirizzata a valutare le capacità di reddito e di spesa della famiglie della provincia di Frosinone. In seconda battuta si analizza la rete distributiva da un punto di vista strutturale, valutando ampiezza, composizione e caratteristiche della rete imprenditoriale del frusinate.

*L'indagine
campionaria*

Nella seconda sezione del rapporto vengono analizzati i risultati di un'indagine diretta ad un campione (260 imprese) di esercizi del commercio dei settori all'ingrosso e al dettaglio della provincia di Frosinone, realizzata nell'ambito dell'Osservatorio economico della Camera di commercio alla fine del 2014. L'indagine è volta a valutare la competitività e le strategie delle imprese del commercio locali.



1 - L'ARTICOLAZIONE DELLA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE IN PROVINCIA DI FROSINONE

1.1 – Reddito disponibile e consumi finali interni

Il reddito disponibile delle famiglie si riduce ...

Per analizzare la situazione del commercio nella provincia di Frosinone non possiamo non tenere conto di quelle che sono le capacità di acquisto delle famiglie residenti nell'area.

I dati Unioncamere elaborati dall'istituto Tagliacarne evidenziano una netta contrazione del reddito disponibile delle famiglie con una riduzione di 3,2 punti percentuali tra il 2010 e il 2012, passando da 6.687 a 6.473 milioni di euro.

Tale trend recessivo è simile a quello riscontrato a livello medio regionale (-2,2%): Frosinone si colloca in una posizione intermedia rispetto alle altre aree del Lazio, dove riscontriamo contrazioni più accentuate a Viterbo (-3,9%) e Rieti (-3,3%) e più contenute a Roma (-1,9%) e Latina (-2,9%).

In questo scenario di recessione, anche in termine di reddito disponibile pro capite si evidenzia una diffusa contrazione dei valori analizzati: si passa da 13.555 euro nel 2010 a 13.136 euro nel 2012. Il valore medio regionale, anch'esso in contrazione, è decisamente più elevato (19.109 euro), soprattutto per la rilevante influenza portata dalla Capitale, dove i valori superano i 21.300 euro. Se confrontiamo il dato provinciale con quello delle altre aree regionali "simili" a quella del frusinate, come Viterbo, Latina o Rieti, osserviamo che il reddito procapite delle famiglie oscilla tra 13.000 e 13.500 euro.

... in linea con la tendenza delle altre province laziali

Analizzando i numeri indice, ponendo il dato nazionale come base 100, confermiamo quanto appena evidenziato, cioè che il dato del frusinate è in linea con quello delle altre province esclusa Roma: 75,9 a Frosinone, 75,4 a Latina, 76 a Rieti e 78,5 a Viterbo. Il dato di Roma, molto più elevato di quello delle altre province (123,2) è tale da innalzare molto il valore medio regionale (110,4) anche al di sopra del dato nazionale.

Confrontando i valori del 2012 con quelli del 2010, notiamo una contrazione generalizzata a livello regionale del reddito pro capite disponibile: rispetto al numero indice medio nazionale nella regione si scende da 113,5 a 110,4, a Frosinone da 77,8 a 75,9.

Tale riduzione del reddito disponibile si ripercuote inevitabilmente sul livello dei consumi finali interni. Nella



I consumi aumentano ma ancora non a sufficienza

provincia di Frosinone i consumi finali pro capite sono pari a 14.305 euro, valore decisamente inferiore rispetto a quello medio nazionale (16.169,4 euro) ed a quello regionale (17.312,2 euro). Tra le province laziali, Frosinone è quella con il livello di consumi più basso. Interessante notare come tutte le categorie analizzate, sia per i beni che per i servizi, evidenziano valori di consumo pro capite più bassi di tutte le province laziali, oltre che del valore medio regionale e nazionale.

In ogni caso, dal 2010 al 2012, si registra un aumento da rimarcare: analizzando i numeri indice, la provincia di Frosinone passa da 72,7 (rispetto al valore indice 100 nazionale e al 107,7 del Lazio) a 88,5, riducendo significativamente le distanze con il valore regionale (107,1) e con quello di tutte le altre province laziali. Va specificato che tale evoluzione può essere un risultato che deriva dai cambiamenti nella contabilità demografica introdotti dall'ultimo Censimento della Popolazione e delle Abitazioni dell'Istat.

Tab. 1 - Reddito disponibile delle famiglie consumatrici nelle province laziali ed in Italia (In milioni di euro e variazioni %)

	2010	2011	2012	Variazione 2012/2010
Viterbo	4.441	4.503	4.267	-3,9
Rieti	2.118	2.131	2.048	-3,3
Roma	87.378	88.391	85.696	-1,9
Latina	7.379	7.453	7.162	-2,9
Frosinone	6.687	6.809	6.473	-3,2
LAZIO	108.002	109.287	105.647	-2,2
ITALIA	1.032.614	1.052.720	1.030.467	-0,2

Fonte: elaborazione su dati Unioncamere

Tab. 2- Reddito disponibile delle famiglie consumatrici pro capite nelle province laziali ed in Italia (Valori assoluti e in Numero indice con Italia = 100; 2010 – 2012)

	2010	2011	2012
Valori in euro			
Viterbo	14.258,5	14.415,8	13.583,5
Rieti	13.608,0	13.731,7	13.154,6
Roma	22.052,7	22.168,6	21.330,6
Latina	13.673,6	13.720,0	13.057,9
Frosinone	13.555,5	13.817,2	13.136,8
LAZIO	19.772,5	19.903,7	19.109,1
ITALIA	17.420,0	17.728,7	17.307,2
In Numero indice			
Viterbo	81,9	81,3	78,5
Rieti	78,1	77,5	76,0
Roma	126,6	125,0	123,2
Latina	78,5	77,4	75,4
Frosinone	77,8	77,9	75,9
LAZIO	113,5	112,3	110,4
ITALIA	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborazione su dati Unioncamere



Tab. 3 – Consumi finali interni per tipologia nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2012 - 2010; in valori i milioni di euro e composizione %)

	Alimentari, bevande e tabacco	Vestiaro, abbigliamento, calzature e pelletteria	Mobili, elettrodomestici, mezzi di trasporto e beni vari	Totale beni	Affitti reali e figurativi delle abitazioni	Altri servizi	Totale servizi	Totale beni e servizi
Valori assoluti in milioni di euro 2012								
Viterbo	865,2	299,8	1.255,9	2.420,8	726,9	1.690,8	2.417,7	4.838,6
Rieti	430,0	149,1	631,3	1.210,5	360,0	837,1	1.197,0	2.407,5
Roma	11.352,6	4.073,3	15.441,7	30.867,7	13.805,7	28.578,6	42.384,3	73.252,0
Latina	1.521,6	502,3	2.043,0	4.066,9	1.228,5	2.870,6	4.099,1	8.166,0
Frosinone	1.327,8	444,8	1.761,2	3.533,8	1.077,0	2.438,1	3.515,2	7.049,0
Lazio	15.497,2	5.469,4	21.133,2	42.099,7	17.198,1	36.415,3	53.613,4	95.713,1
Italia	163.026,9	65.283,6	232.187,6	460.498,1	147.739,0	354.483,9	502.222,9	962.721,0
Composizione 2012								
Viterbo	17,9	6,2	26,0	50,0	15,0	34,9	50,0	100,0
Rieti	17,9	6,2	26,2	50,3	15,0	34,8	49,7	100,0
Roma	15,5	5,6	21,1	42,1	18,8	39,0	57,9	100,0
Latina	18,6	6,2	25,0	49,8	15,0	35,2	50,2	100,0
Frosinone	18,8	6,3	25,0	50,1	15,3	34,6	49,9	100,0
Lazio	16,2	5,7	22,1	44,0	18,0	38,0	56,0	100,0
Italia	16,9	6,8	24,1	47,8	15,3	36,8	52,2	100,0
Composizione 2010								
Viterbo	18,4	6,8	21,1	46,3	17,6	36,2	53,7	100,0
Rieti	18,3	6,5	22,9	47,7	16,2	36,1	52,3	100,0
Roma	15,2	6,5	23,3	45,0	18,1	36,9	55,0	100,0
Latina	19,5	6,8	21,4	47,8	17,6	34,7	52,2	100,0
Frosinone	20,4	7,0	20,8	48,2	17,8	33,9	51,8	100,0
Lazio	16,0	6,6	22,9	45,5	18,0	36,5	54,5	100,0
Italia	17,2	7,5	24,5	49,2	15,3	35,5	50,8	100,0

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Tab. 3 – Consumi finali pro capite per tipologia nelle province laziali, nel Lazio ed in Italia (2012 - 2010; valori in euro e numero indice con Italia = 100)

	Alimentari, bevande e tabacco	Vestiaro, abbigliamento, calzature e pelletteria	Mobili, elettrodomestici, mezzi di trasporto e beni vari	Totale beni	Affitti reali e figurativi delle abitazioni	Altri servizi	Totale servizi	Totale beni e servizi
Valori assoluti 2012								
Viterbo	2.754,0	954,2	3.997,8	7.706,0	2.314,0	5.382,1	7.696,1	15.402,2
Rieti	2.761,3	957,8	4.054,3	7.773,5	2.311,7	5.375,5	7.687,3	15.460,8
Roma	2.825,8	1.013,9	3.843,6	7.683,2	3.436,4	7.113,5	10.549,8	18.233,1
Latina	2.774,2	915,7	3.724,7	7.414,7	2.239,8	5.233,7	7.473,5	14.888,2
Frosinone	2.694,5	902,7	3.574,2	7.171,5	2.185,7	4.947,9	7.133,6	14.305,0
Lazio	2.803,1	989,3	3.822,5	7.614,8	3.110,7	6.586,6	9.697,4	17.312,2
Italia	2.738,1	1.096,5	3.899,7	7.734,3	2.481,4	5.953,7	8.435,1	16.169,4
Numero indice 2012								
Viterbo	100,6	87,0	102,5	99,6	93,3	90,4	91,2	95,3
Rieti	100,8	87,4	104,0	100,5	93,2	90,3	91,1	95,6
Roma	103,2	92,5	98,6	99,3	138,5	119,5	125,1	112,8
Latina	101,3	83,5	95,5	95,9	90,3	87,9	88,6	92,1
Frosinone	98,4	82,3	91,7	92,7	88,1	83,1	84,6	88,5
Lazio	102,4	90,2	98,0	98,5	125,4	110,6	115,0	107,1
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Numero indice 2010								
Viterbo	90,9	76,2	73,0	79,8	97,5	86,3	89,6	84,8
Rieti	91,1	73,9	79,5	82,7	90,5	86,5	87,7	85,2
Roma	104,8	102,5	112,8	108,4	140,2	123,0	128,2	118,5
Latina	91,8	73,4	70,4	78,3	92,7	78,6	82,9	80,6
Frosinone	86,5	67,5	61,9	71,3	84,9	69,5	74,1	72,7
Lazio	100,7	94,2	100,8	99,8	126,7	110,6	115,5	107,7
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



1.2 – L'articolazione degli esercizi di vendita

Le statistiche della struttura distributiva e commerciale della provincia di Frosinone, aggiornate dall'Osservatorio nazionale del commercio, prendono in considerazione le attività presenti in tutte le diverse forme:

- il commercio in sede fissa;
- il commercio ambulante o al dettaglio al di fuori di negozi, banche o mercati;
- il commercio all'ingrosso;
- gli intermediari del commercio;
- il commercio del "settore auto";
- la grande distribuzione organizzata (GDO).

Il commercio in sede fissa

Il **commercio in sede fissa** nella provincia di Frosinone con le sue 7.193 attività rappresenta, come nel Lazio e in Italia, la forma più diffusa in termini numerici di attività imprenditoriale. Le attività di commercio in sede fissa corrispondono al 9,6% delle imprese del medesimo settore della regione.

Dall'analisi della composizione merceologica, la classe residuale "altri prodotti in esercizi specializzati" risulta essere quella più ampia con le sue 2.582 imprese. L'incidenza percentuale di questa classe eterogenea, comprendente generi come, abbigliamento e calzature, vendita medicinali, gioiellerie, ecc., è pari al 35,9% delle attività in sede fissa a Frosinone, al 39,7% nel Lazio e al 39,6% in Italia.

Seguono gli "esercizi non specializzati", con 1.306 ditte, pari al 18,2% del totale, incidenza percentuale leggermente superiore a quella regionale (16%) e nazionale (15,7%). In questa categoria troviamo quegli esercizi commerciali che fanno riferimento alla grande distribuzione non a carattere specialistico, inclusa la vendita al dettaglio di diverse tipologie di prodotti presenti all'interno di uno stesso esercizio come supermercati o grandi magazzini.

Seguono gli "altri prodotti per uso domestico", tra cui ferramenta, mobilio, tessili, materiali di costruzione, con 1.202 imprese pari al 16,7% del totale. Gli esercizi che operano nel campo dei prodotti alimentari, bevande e tabacchi sono poco più di mille (1.085) pari al 15,1% del totale. Da un confronto con il Rapporto realizzato nel 2013, notiamo che questa categoria evidenzia una flessione nel numero di esercizi presenti, i quali si riducono di oltre 100 unità, da 7.307 a 7.193.



Si riducono le imprese nel commercio in sede fissa

Lo stesso trend di contrazione del numero di imprese si evidenzia sia a livello nazionale (da 767.397 a 762.471) che in tutte le province laziali, con la sola eccezione di Roma, in cui le imprese aumentano da 52.554 a 53.004 con conseguente riflesso positivo sul trend regionale (da 74.638 a 74.849).

Come vedremo questa categoria di imprese operanti nel commercio è l'unica che mostra una flessione nella provincia del frusinate a dimostrazione del fatto che anche in quest'area si stanno sviluppando, seppure con evidenti ritardi, forme di commercio diverse da quelle più tradizionali.

Le imprese coinvolte nel **commercio ambulante** o nel **commercio al di fuori di negozi, banchi e mercati** (e-commerce, vendita a domicilio, per corrispondenza, ecc.) evidenzia numeri decisamente più contenuti: rispettivamente troviamo 1.810 e 319 imprese. In entrambe i casi osserviamo, tuttavia, una crescita nel numero di imprese¹: da 1.751 a 1.810 per il commercio ambulante; da 288 a 319 per il commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banchi e mercati. Lo stesso trend evolutivo lo troviamo anche nelle altre province e a livello medio nazionale.

Prevalgono le imprese del gruppo "Abbigliamento, Tessuti e calzature" con circa 800 unità complessive, pari al 45% del totale, seguite dalla categoria "Alimentare" con 402 imprese e dalla categoria "altre imprese" con 383 unità. Per quanto riguarda le attività commerciali fuori di negozi, banchi e mercati la categoria più consistente è quella della "vendita a domicilio" con 135 imprese, seguita dal commercio via internet con 91 unità.

Il settore del **commercio all'ingrosso** riveste una rilevante importanza con la presenza di 1.665 imprese: prevalgono gli "altri prodotti di consumo finale", con 482 unità (pari al 28,9%), seguiti da "prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami" con 419 imprese (25,2%) e da "prodotti alimentari, bevande e tabacco" con 413 imprese (pari al 24,8%).

Anche in questo segmento notiamo un trend di crescita sia a livello provinciale (da 1.612 imprese nel 2013 a 1.665 nel 2014) che a livello regionale (da 20.331 a 20.826) e nazionale (da 250.218 a 251.347).

Gli **intermediari del commercio** sono 1.594, in leggera crescita rispetto all'anno precedente (1.580). Oltre la metà

Il commercio in forma ambulante aumenta

Il commercio all'ingrosso

¹ Cfr Camera di Commercio di Frosinone, Istituto Tagliacarne - Osservatorio Economico della provincia di Frosinone 2013, Dicembre 2013



Gli intermediari del commercio

appartengono alla categoria “Despecializzato”, seguito da “Specializzato di altri prodotti non classificati” pari al 13,3% degli intermediari. Quest’ultima categoria, a differenza di quanto rilevato su Frosinone, è la più numerosa sia a livello regionale (28,8%) che nazionale (27,5%). “Alimenti, bevande e tabacco” segue con 162 unità (pari al 10,2%), inferiore all’incidenza regionale (18%) e nazionale (16,2%).

Il settore auto

Da ultimo, analizziamo la consistenza del settore del **commercio e riparazione di veicoli**, piuttosto rilevante nell’area del frusinate in termine di consistenza numerica. In provincia di Frosinone troviamo 1.698 esercizi commerciali che operano in questo settore, dato in crescita rispetto al 2013, pari a 1.681 ditte. La rilevanza del settore emerge dal confronto con il dato regionale e nazionale: tale settore è il terzo in termini di incidenza percentuale nella provincia di Frosinone (11,9% del totale) mentre è l’ultimo sia nel Lazio (9,7%) che in Italia (9,5%). All’interno delle categorie merceologiche del “Settore Auto”, la classe più rilevante è quella della “Manutenzione e riparazione di autoveicoli” con 953 esercizi, oltre il 56% delle imprese (55,3% nel Lazio). Segue il “Commercio di autoveicoli” con 513 imprese (30,2%, rispetto al 28,% nel Lazio e 22,5% in Italia). Il “Commercio di accessori” auto con 161 imprese ricopre il 9,4% delle imprese (9,6% nel Lazio e 9,7% in Italia).

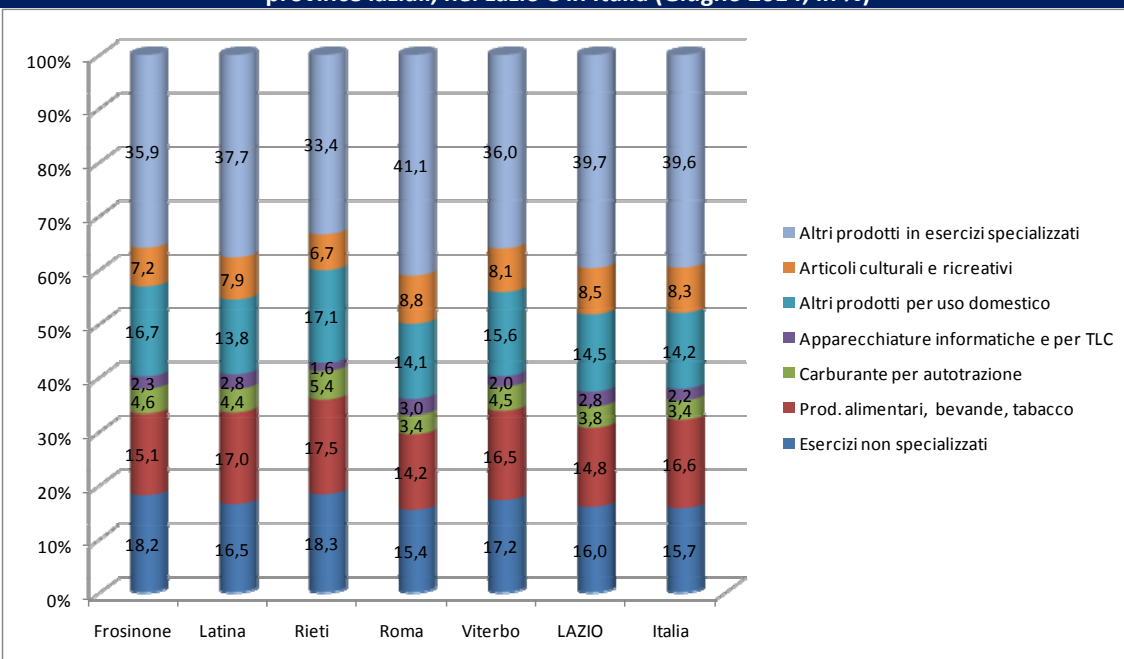
Tab. 1 - Commercio in sede fissa: distribuzione delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In valori assoluti del numero di esercizi)

	Esercizi non specializzati	Prod. alimentari, bevande, tabacco	Carburante per autotrazione	Apparecchiature informatiche e per TLC	Altri prodotti per uso domestico	Articoli culturali e ricreativi	Altri prodotti in esercizi specializzati	TOTALE
Frosinone	1.306	1.085	333	167	1.202	518	2.582	7.193
Latina	1.257	1.293	335	211	1.055	602	2.874	7.627
Rieti	383	365	112	33	358	140	697	2.088
Roma	8.164	7.504	1.816	1.586	7.487	4.667	21.782	53.006
Viterbo	851	814	222	99	769	402	1.778	4.935
LAZIO	11.961	11.061	2.818	2.096	10.871	6.329	29.713	74.849
ITALIA	119.862	126.236	25.950	16.823	108.581	63.085	301.934	762.471

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 1 – Commercio in sede fissa: incidenza delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

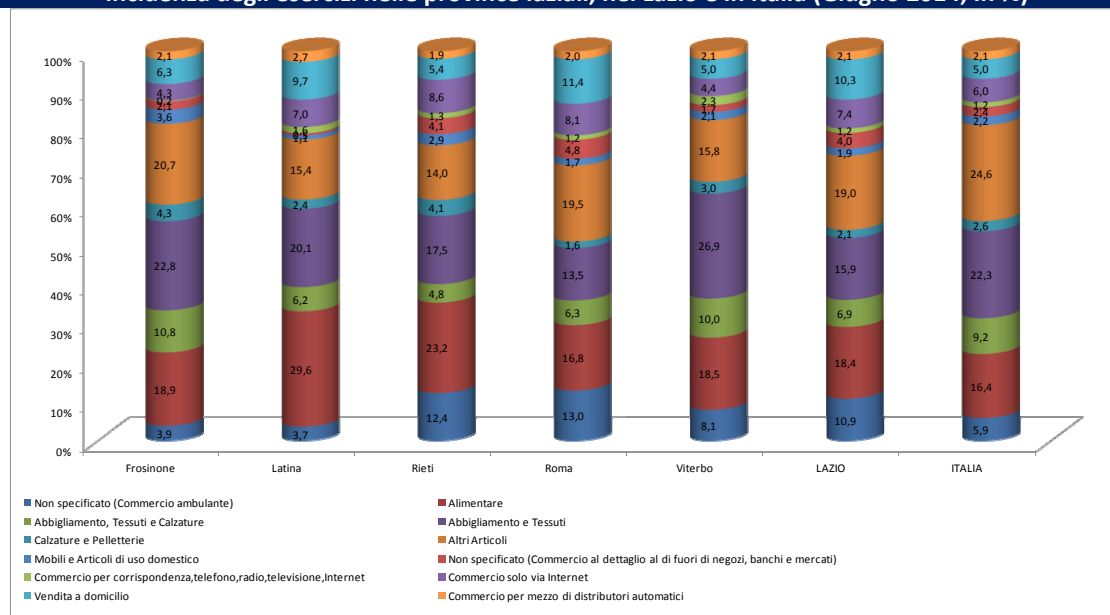
Tab. 2 - Commercio ambulante e commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati: consistenze esercizi nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In valori assoluti)

VALORI ASSOLUTI								
Commercio ambulante								
	Non specificato	Alimentare	Abbigliamento, Tessuti e Calzature	Abbigliamento e Tessuti	Calzature e Pelletterie	Altri Articoli	Mobili e Articoli di uso domestico	TOTALE
Frosinone	83	402	230	486	91	441	77	1.810
Latina	76	610	128	413	49	317	22	1.615
Rieti	39	73	15	55	13	44	9	248
Roma	2.028	2.610	984	2.096	255	3.044	267	11.284
Viterbo	98	225	122	327	37	192	26	1.027
LAZIO	2.324	3.920	1.479	3.377	445	4.038	401	15.984
ITALIA	13.258	36.674	20.423	49.848	5.770	54.814	4.914	185.701
Commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati								
	Non specificato	Commercio per corrispondenza, tel., TV, Internet	Commercio solo via Internet	Vendite a domicilio	Comm. Via distributori automatici	TOTALE		
Frosinone	45	4	91	135	44	319		
Latina	11	33	145	199	56	444		
Rieti	13	4	27	17	6	67		
Roma	753	181	1.257	1.777	319	4.287		
Viterbo	21	28	54	61	25	189		
LAZIO	843	250	1.574	2.189	450	5.306		
ITALIA	5.440	2.666	13.476	11.167	4.591	37.340		

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 2 – Commercio ambulante e commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche e mercati: incidenza degli esercizi nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

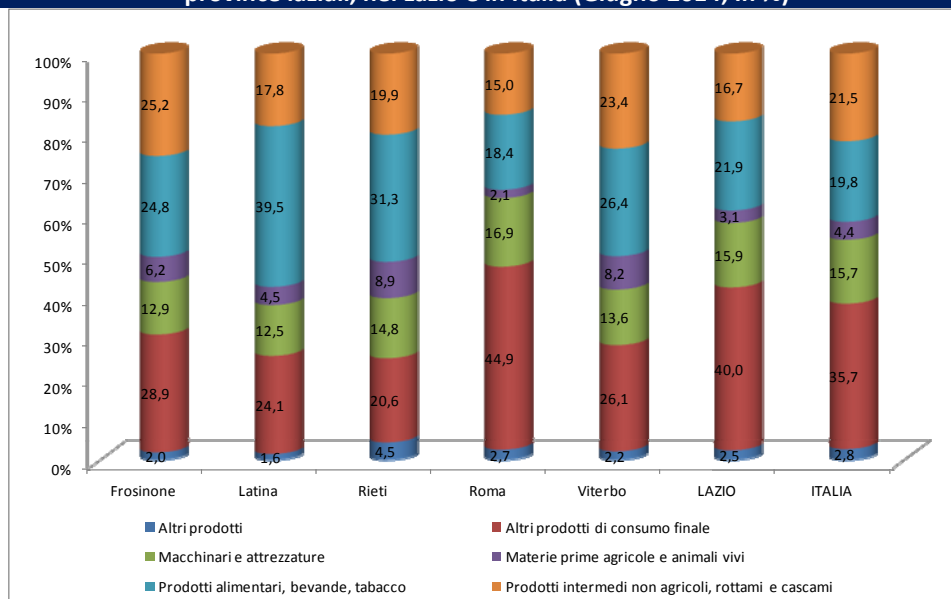
Tab. 3 – Commercio all'ingrosso: distribuzione delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In valori assoluti del numero di esercizi)

	Altri prodotti	Altri prodotti di consumo finale	Macchinari e attrezzature	Materie prime agricole e animali vivi	Prodotti alimentari, bevande, tabacco	Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami	TOTALE
Frosinone	33	482	215	103	413	419	1.665
Latina	37	563	292	105	924	417	2.338
Rieti	13	60	43	26	91	58	291
Roma	411	6.949	2.608	318	2.851	2.325	15.462
Viterbo	24	279	146	88	283	250	1.070
LAZIO	518	8.333	3.304	640	4.562	3.469	20.826
ITALIA	7.102	89.696	39.468	11.153	49.798	54.130	251.347

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 3 – Commercio all'ingrosso: incidenza delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

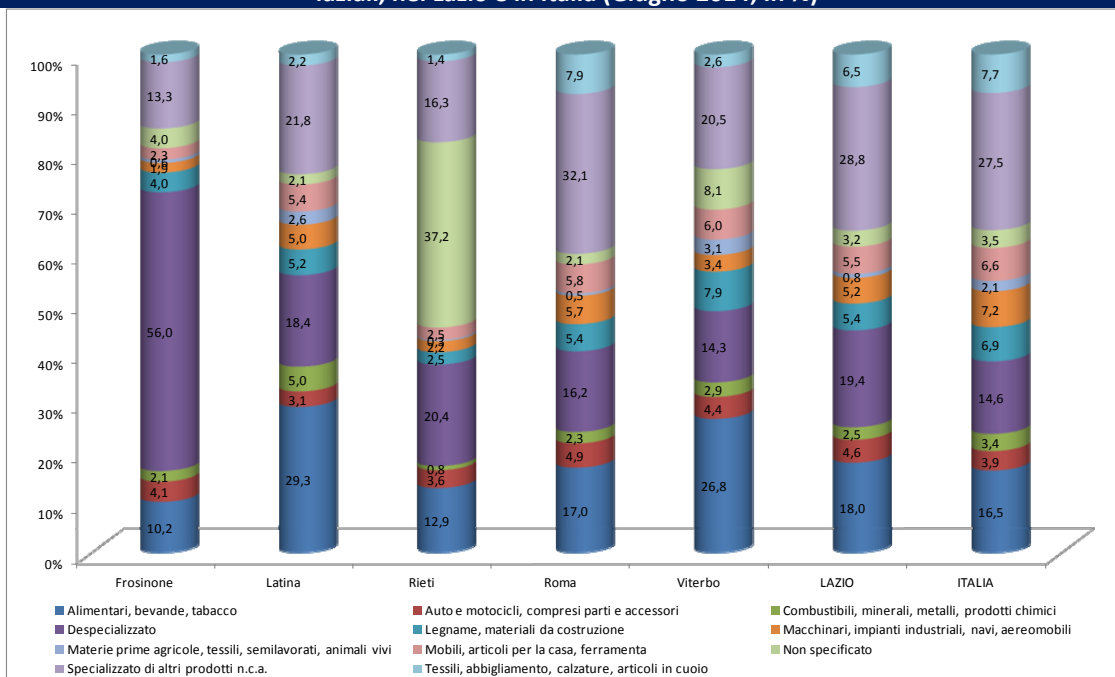
Tab. 4 – Intermediari del commercio: distribuzione per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In valori assoluti del numero di esercizi)

VALORI ASSOLUTI						
	Alimentari, bevande, tabacco	Auto e motocicli, compresi parti e accessori	Combustibili, minerali, metalli, prodotti chimici	Despecializzato	Legname, materiali da costruzione	Macchinari, impianti industriali, navi, aereomobili
Frosinone	162	65	34	892	63	31
Latina	511	54	87	321	90	87
Rieti	47	13	3	74	9	8
Roma	2.668	763	357	2.535	851	894
Viterbo	304	50	33	162	90	38
LAZIO	3.692	945	514	3.984	1.103	1.058
ITALIA	40.005	9.544	8.386	35.397	16.719	17.522
	Materie prime agricole, tessili, semilavorati, animali vivi	Mobili, articoli per la casa, ferramenta	Non specificato	Specializzato di altri prodotti n.c.a.	Tessili, abbigliamento, calzature, articoli in cuoio	TOTALE
Frosinone	10	37	63	212	25	1.594
Latina	46	95	36	381	39	1.747
Rieti	1	9	135	59	5	363
Roma	75	910	333	5.023	1.240	15.649
Viterbo	35	68	92	232	29	1.133
LAZIO	167	1.119	659	5.907	1.338	20.486
ITALIA	5.042	16.161	8.624	66.986	18.805	243.191

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 4 - Intermediari del commercio: incidenza per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

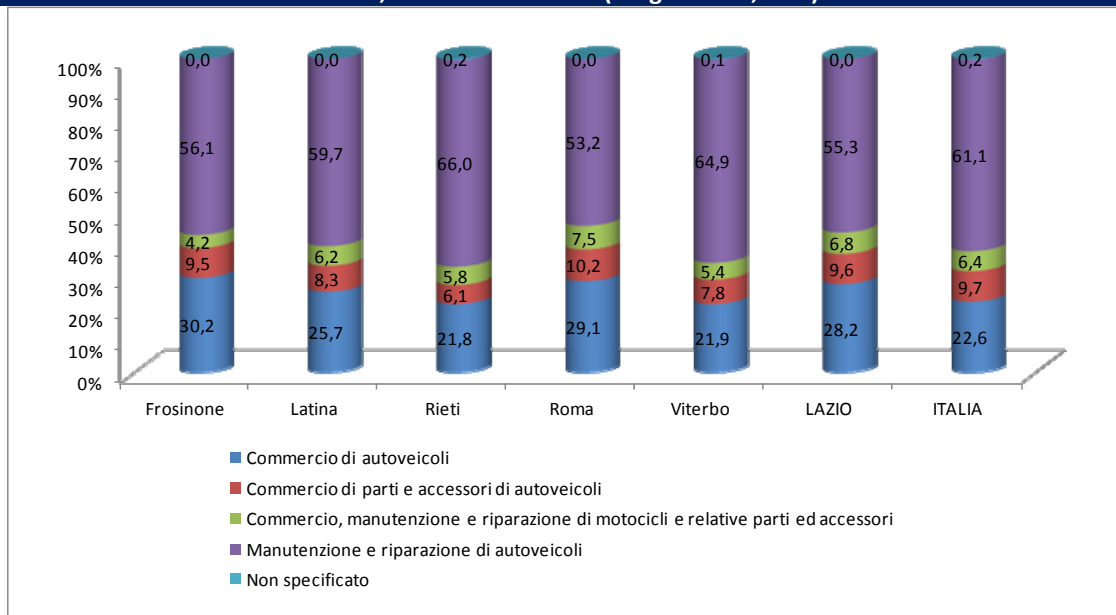
Tab. 5 – Settore auto: distribuzione delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In valori assoluti del numero di esercizi)

	Commercio di autoveicoli	Commercio di accessori di autoveicoli	Commercio, manut. e ripa. di motocicli	Manutenzione e riparazione di autoveicoli	Non specificato	TOTALE
Frosinone	513	161	71	953	-	1.698
Latina	409	132	99	949	-	1.589
Rieti	90	25	24	272	1	412
Roma	2.949	1.029	760	5.397	1	10.136
Viterbo	191	68	47	567	1	874
LAZIO	4.152	1.415	1.001	8.138	3	14.709
ITALIA	35.081	15.124	9.932	95.021	266	155.424

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

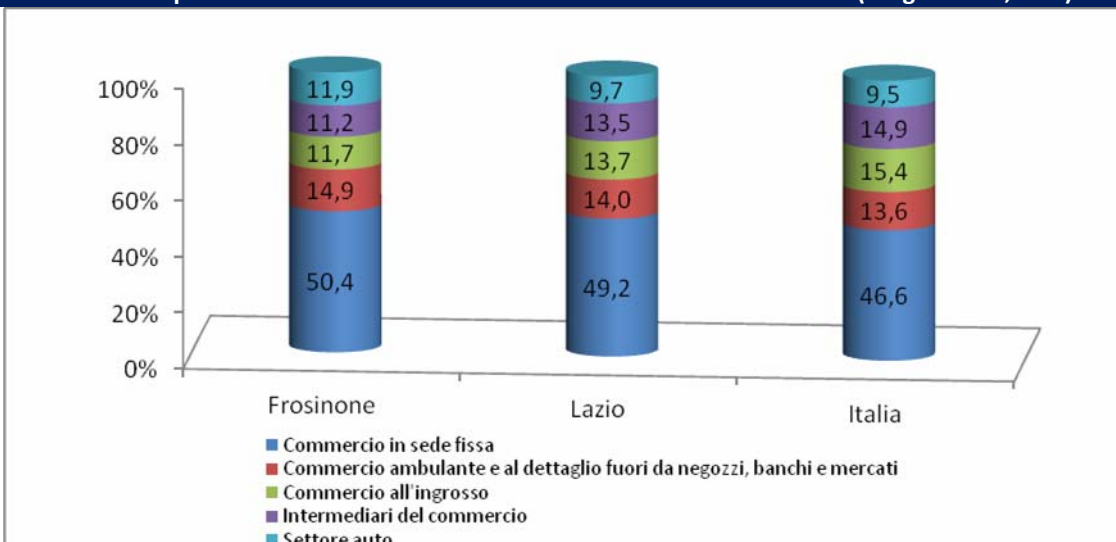


Graf. 5 - Settore auto: incidenza delle consistenze per specializzazione merceologica nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Graf. 6 – Articolazione degli esercizi di vendita: incidenza percentuale dei diversi settori a Frosinone nel Lazio e in Italia (Giugno 2014; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



La grande distribuzione organizzata (GDO)

La **grande distribuzione organizzata (GDO)**, da molti considerata come la forma più moderna di commercializzazione, viene approfondita separatamente con una specifica analisi con dati aggiornati al 31 dicembre 2013, in cui si rilevano le varie articolazioni organizzative. Per una opportuna valutazione del fenomeno della GDO abbiamo posto a confronto i dati emersi al 2013 con l'analisi svolta sempre dall'Osservatorio per il 2012².

Nello specifico, la Grande distribuzione organizzata despecializzata si divide nelle seguenti categorie:

- **Grandi magazzini:** operano nel campo non alimentare con grandi superfici di vendita (superiore a 400 mq) e un vasto assortimento merceologico di prodotti, soprattutto di largo consumo;
- **Supermercati:** operano nel campo alimentare con grandi superfici di vendita (superiore a 400 mq) e una vasta gamma di prodotti di largo consumo alimentare e articoli non alimentari ad uso domestico;
- **Ipermercati:** operano nel campo sia alimentare che non alimentare con superfici di vendita superiori ai 2.500 mq;
- **Minimercati:** operano prettamente nel campo alimentare e sono simili ai supermercati da un punto di vista dell'offerta merceologica, differenziandosi per la dimensione della superficie di vendita, compresa tra 200 e 399 mq.

I Grandi magazzini e gli Ipermercati, forme di attività commerciali sviluppate molto a livello nazionale negli ultimi 20 anni, puntano su prodotti merceologici soprattutto non alimentari ed hanno una grande capacità di attrarre consumatori per via della rilevante dimensione.

Cresce la presenza dei Grandi magazzini

I **Grandi magazzini** non sono particolarmente sviluppati nell'area di Frosinone, in ogni caso, nel corso del 2013 notiamo una inversione di tendenza visto che si passa da un solo centro nel 2012 a 5 nel 2013, di cui uno nel capoluogo di provincia e 4 in altri comuni. L'aumento dei Grandi magazzini della regione Lazio (da 134 a 138) è ascrivibile quasi unicamente alla provincia di Frosinone dal momento che nelle altre aree si rileva o una sostanziale stabilità o una riduzione. A differenza della media

² Cfr Camera di Commercio di Frosinone, Istituto Tagliacarne - Osservatorio Economico della provincia di Frosinone 2013, Dicembre 2013.



regionale in cui si osserva una equa ripartizione tra i Grandi magazzini presenti nel capoluogo di provincia e negli altri comuni, nel frusinate gli esercizi sono concentrati principalmente fuori dal capoluogo di provincia (80% in altri comuni contro 20% nel capoluogo).

Parallelamente a tale espansione del numero di Grandi magazzini nel frusinate, si registra una conseguente crescita delle superfici di vendita, le quali passano da 1.500 mq nel 2012 a 5.149 mq nel 2013 con una espansione del 243%, molto superiore al dato regionale (+4%) e a quello nazionale (+3%).

Il numero di addetti in questa categoria passa, in provincia, da 5 a 37 rivelando un incremento considerevole, superiore a quello di tutte le altre province laziali, della media regionale (+2%) e di quella nazionale (+4%), a dimostrazione del potenziale di sviluppo occupazionale, soprattutto femminile (il 78,3% degli occupati donne, contro un 21,7% uomini), che possono rivestire questi progetti di investimento.

A fronte di questa rilevante espansione della presenza dei Grandi magazzini, si osserva che gli **Ipermercati** non mutano la consistenza numerica nel territorio, con un totale di 4 esercizi con complessivi 23.800 mq di vendita. Nella regione si evidenzia una crescita da 24 a 27 esercizi. Anche in termini occupazionali si sottolinea una sostanziale stabilità nell'area del frusinate (da 382 a 387), mentre nella regione notiamo un aumento degli occupati (da 3.122 a 3.225) ed in Italia una contrazione (da 81.726 a 80.449).

Se da un lato osserviamo una prima espansione degli esercizi di vendita di più elevate dimensioni come i grandi magazzini, dall'altro le forme distributive classiche come i **supermercati**, che costituiscono senza dubbio una fonte rilevante di sviluppo per l'economia del territorio, riducono la loro presenza nel frusinate:

- il numero di esercizi si riduce da 52 a 47 con una contrazione del 9,6%, a fronte di una sostanziale stabilità nella regione Lazio e un leggero incremento dell'1,7% in Italia;
- come inevitabile conseguenza si riducono anche le superfici di vendita, le quali passano da 41.413 a 39.389 mq con una riduzione di quasi il 5% a fronte di una stabilità nel Lazio e di un incremento in Italia (+2,2%);
- il numero di addetti si riduce in misura viepiù accentuata con una contrazione di oltre il 10% (da 630 occupati a 565), mentre nel Lazio resta stabile e in Italia aumenta di

*Sostanziale stabilità
nel settore degli
ipermercati*

*Riduzione dei
supermercati*



quasi due punti percentuali. Visto che l'occupazione nel settore è prevalentemente femminile (78,3% donne contro 21,7% uomini), tale contrazione si ripercuote negativamente nell'universo del mercato del lavoro delle donne.

Leggera crescita dei minimercati

Ultimo segmento della Grande distribuzione organizzata è costituito dai **minimercati**, i quali aumentano di una unità, da 14 nel 2013 a 15 nel 2014 (+7,1%), e in termini di superficie di vendita (del 13,1%, da 3.958 a 4.475 mq.), in linea con l'andamento regionale e nazionale. La rilevanza di questo segmento in termini occupazionali è sicuramente marginale, infatti trovano occupazione solo 92 addetti (comunque in aumento rispetto al 2013 in cui avevamo 79 occupati) nell'area della provincia di Frosinone.

Nell'insieme, la GDO despecializzata del frusinate, con i suoi 71 esercizi complessivi nel 2013, pari al 6,4% delle imprese del settore nel Lazio, mostra una perfetta stabilità rispetto all'anno precedente. In termini occupazionali, invece, con i complessivi 1.076 lavoratori impiegati, pari al 5,2% dei lavoratori laziali, evidenzia una riduzione del 2% rispetto all'anno precedente. Dato peggiore di quello medio regionale in cui notiamo una leggera ripresa occupazionale.

Le superfici specializzate

Le **grandi superfici specializzate** operano nel settore non alimentare ed hanno una superficie superiore ai 1.500 mq. orientandosi in modo esclusivo o prevalente verso una gamma merceologica specifica di prodotti. Così come evidenziato per il 2012, anche nel 2013 la Grande Distribuzione specializzata non riporta alcuna presenza di questi esercizi nel frusinate. I dati del settore a livello regionale e italiano sono riportati nell'Appendice statistica.



**Tab. 6 – Grandi magazzini nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti e in %)**

	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi	N° Franchising nei capoluoghi	N° Franchising in altri comuni	TOTALE N° Franchising
Frosinone	1	4	5	0	1	1
Latina	18	25	43	1	1	2
Rieti	2	2	4	1	0	1
Roma	49	33	82	7	6	13
Viterbo	3	1	4	0	0	0
LAZIO	73	65	138	9	8	17
ITALIA	653	1.414	2.067	39	69	108
	N° Unioni volontarie nei capoluoghi	N° Unioni volontarie in altri comuni	TOTALE N° Unioni volontarie	N° Gruppi di acquisto nei capoluoghi	N° Gruppi di acquisto in altri comuni	TOTALE Numero Gruppi di acquisto
Frosinone	0	0	0	0	1	1
Latina	0	1	1	4	5	9
Rieti	0	0	0	0	0	0
Roma	0	0	0	6	6	12
Viterbo	0	0	0	2	1	3
LAZIO	0	1	1	12	13	25
ITALIA	5	19	24	68	234	302
INCIDENZA %						
	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi	N° Franchising nei capoluoghi	N° Franchising in altri comuni	TOTALE N° Franchising
Frosinone	20,0	80,0	100,0	0,0	100,0	100,0
Latina	41,9	58,1	100,0	50,0	50,0	100,0
Rieti	50,0	50,0	100,0	100,0	0,0	100,0
Roma	59,8	40,2	100,0	53,8	46,2	100,0
Viterbo	75,0	25,0	100,0			
LAZIO	52,9	47,1	100,0	52,9	47,1	100,0
ITALIA	31,6	68,4	100,0	36,1	63,9	100,0
	N° Unioni volontarie nei capoluoghi	N° Unioni volontarie in altri comuni	TOTALE N° Unioni volontarie	N° Gruppi di acquisto nei capoluoghi	N° Gruppi di acquisto in altri comuni	TOTALE Numero Gruppi di acquisto
Frosinone				0,0	100,0	100,0
Latina	0,0	100,0	100,0	50,0	50,0	100,0
Rieti				100,0	0,0	100,0
Roma				53,8	46,2	100,0
Viterbo						
LAZIO	0,0	100,0	100,0	52,9	47,1	100,0
ITALIA	20,8	79,2	100,0	36,1	63,9	100,0

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

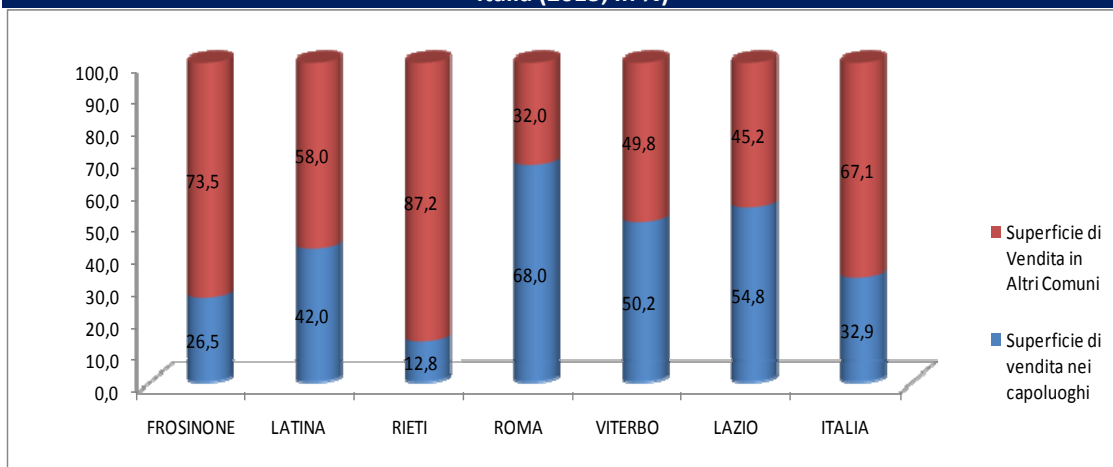
**Tab. 7 – Grandi magazzini: superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti)**

	Superficie di vendita nei capoluoghi	Superficie di vendita in altri comuni	TOTALE superficie di vendita
Frosinone	1.362	3.787	5.149
Latina	18.860	26.050	44.910
Rieti	1.440	9.800	11.240
Roma	64.288	30.191	94.479
Viterbo	6.050	6.000	12.050
LAZIO	92.000	75.828	167.828
ITALIA	880.484	1.793.780	2.674.264

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 7 – Grandi magazzini: incidenza delle superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



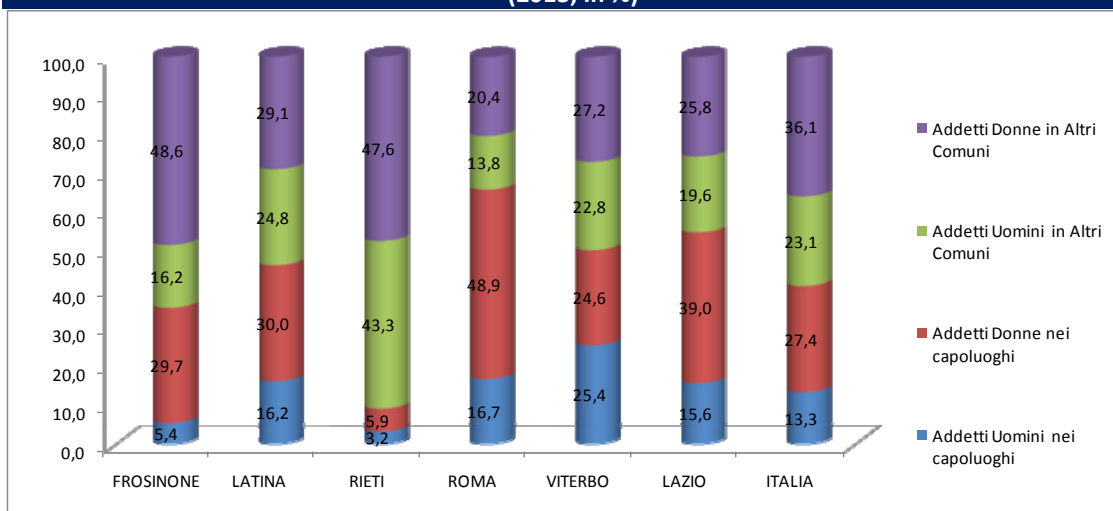
Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Tab. 8 – Grandi magazzini: numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In valori assoluti)

	Addetti Uomini nei capoluoghi	Addetti Donne nei capoluoghi	Addetti Uomini in altri comuni	Addetti Donne in altri comuni	TOTALE Addetti
Frosinone	2	11	6	18	37
Latina	75	139	115	135	464
Rieti	6	11	81	89	187
Roma	208	608	172	254	1.243
Viterbo	29	28	26	31	114
LAZIO	320	797	400	527	2.045
ITALIA	4.116	8.484	7.155	11.167	30.922

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Graf. 8 – Grandi magazzini: incidenza del numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



**Tab. 9 – Supermercati nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti e in %)**

VALORI ASSOLUTI						
	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi	N° Franchising nei capoluoghi	N° Franchising in altri comuni	TOTALE N° Franchising
Frosinone	9	38	47	0	9	9
Latina	17	66	83	4	8	12
Rieti	11	9	20	3	2	5
Roma	307	188	495	59	47	106
Viterbo	17	36	53	3	0	3
LAZIO	361	337	698	69	66	135
ITALIA	2.754	7.354	10.108	306	856	1.162
	N° Unioni volontarie nei capoluoghi	N° Unioni volontarie in altri comuni	TOTALE N° Unioni volontarie	N° Gruppi di acquisto nei capoluoghi	N° Gruppi di acquisto in altri comuni	TOTALE Numero Gruppi di acquisto
Frosinone	0	1	1	3	12	15
Latina	0	2	2	5	25	30
Rieti	0	0	0	1	0	1
Roma	2	8	10	121	59	180
Viterbo	0	3	3	5	18	23
LAZIO	2	14	16	135	114	249
ITALIA	133	394	527	988	2.910	3.898
INCIDENZA %						
	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi	N° Franchising nei capoluoghi	N° Franchising in altri comuni	TOTALE N° Franchising
Frosinone	19,1	80,9	100,0	0,0	100,0	100,0
Latina	20,5	79,5	100,0	33,3	66,7	100,0
Rieti	55,0	45,0	100,0	60,0	40,0	100,0
Roma	62,0	38,0	100,0	55,7	44,3	100,0
Viterbo	32,1	67,9	100,0	100,0	0,0	100,0
LAZIO	51,7	48,3	100,0	51,1	48,9	100,0
ITALIA	27,2	72,8	100,0	26,3	73,7	100,0
	N° Unioni volontarie nei capoluoghi	N° Unioni volontarie in altri comuni	TOTALE N° Unioni volontarie	N° Gruppi di acquisto nei capoluoghi	N° Gruppi di acquisto in altri comuni	TOTALE Numero Gruppi di acquisto
Frosinone	0	100	100	20	80	100
Latina	0	100	100	17	83	100
Rieti	0	-	-	100	0	100
Roma	20	80	100	67	33	100
Viterbo	0	100	100	22	78	100
LAZIO	13	88	100	54	46	100
ITALIA	25	75	100	25	75	100

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

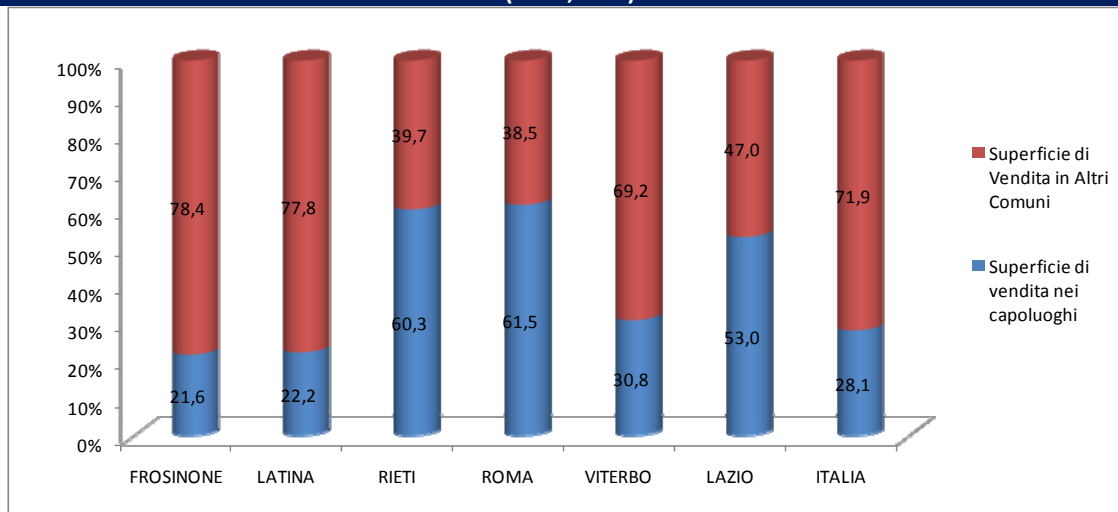
**Tab. 10 – Supermercati: superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti)**

	Superficie di vendita nei capoluoghi	Superficie di vendita in altri comuni	TOTALE Superficie di vendita
Frosinone	8.499	30.890	39.389
Latina	15.541	54.512	70.053
Rieti	13.950	9.180	23.130
Roma	294.761	184.228	478.989
Viterbo	12.348	27.772	40.120
LAZIO	345.099	306.582	651.681
ITALIA	2.595.401	6.655.089	9.250.489

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 9 – Supermercati: incidenza delle superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



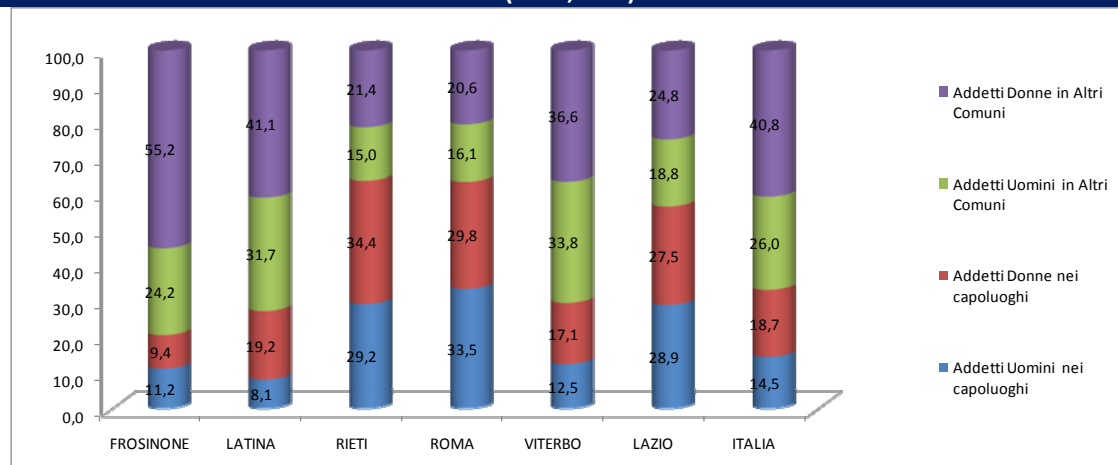
Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Tab. 11 – Supermercati: numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In valori assoluti)

	Addetti Uomini nei capoluoghi	Addetti Donne nei capoluoghi	Addetti Uomini in altri comuni	Addetti Donne in altri comuni	TOTALE Addetti
Frosinone	63	53	137	312	565
Latina	111	263	435	564	1.373
Rieti	131	154	67	96	448
Roma	3.668	3.271	1.764	2.262	10.965
Viterbo	84	115	228	247	674
LAZIO	4.057	3.856	2.631	3.481	14.025
ITALIA	26.605	34.368	47.785	75.027	183.785

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Graf. 10 – Supermercati: incidenza del numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



**Tab. 12 – Numero degli ipermercati nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti)**

	Numero esercizi	N° Franchising	N° Unioni volontarie	N° Gruppi di acquisto
Frosinone	4	0	0	1
Latina	3	0	0	1
Rieti				
Roma	18	1	0	8
Viterbo	2	0	0	2
LAZIO	27	1	0	12
ITALIA	617	25	20	296

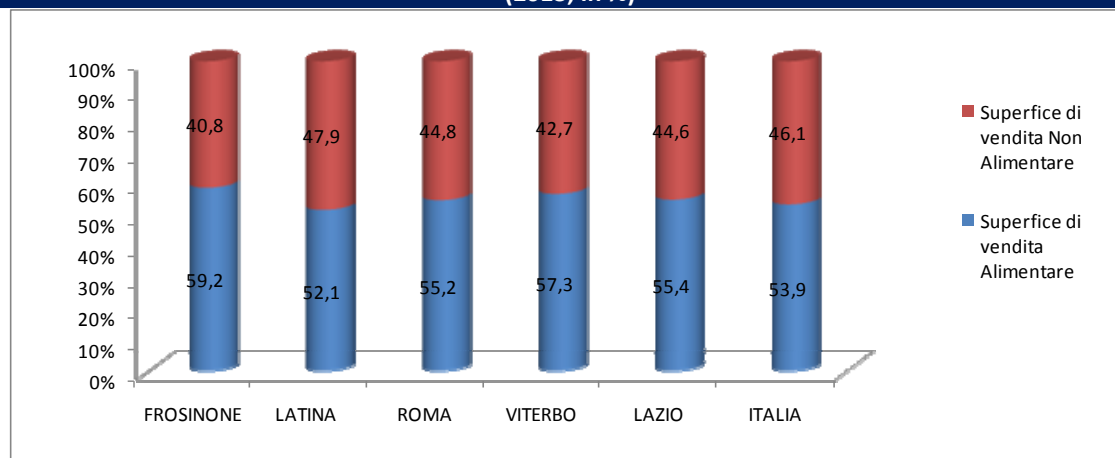
Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

**Tab. 13 – Ipermercati: superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti)**

	Superficie di vendita Alimentare	Superficie di vendita Non Alimentare	TOTALE Superficie di vendita
Frosinone	14.100	9.700	23.800
Latina	15.307	14.071	29.378
Rieti			
Roma	49.483	40.135	89.618
Viterbo	5.653	4.219	9.872
LAZIO	84.543	68.125	152.668
ITALIA	1.985.644	1.700.795	3.686.439

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

**Graf. 11 – Ipermercati: incidenza delle superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In %)**



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

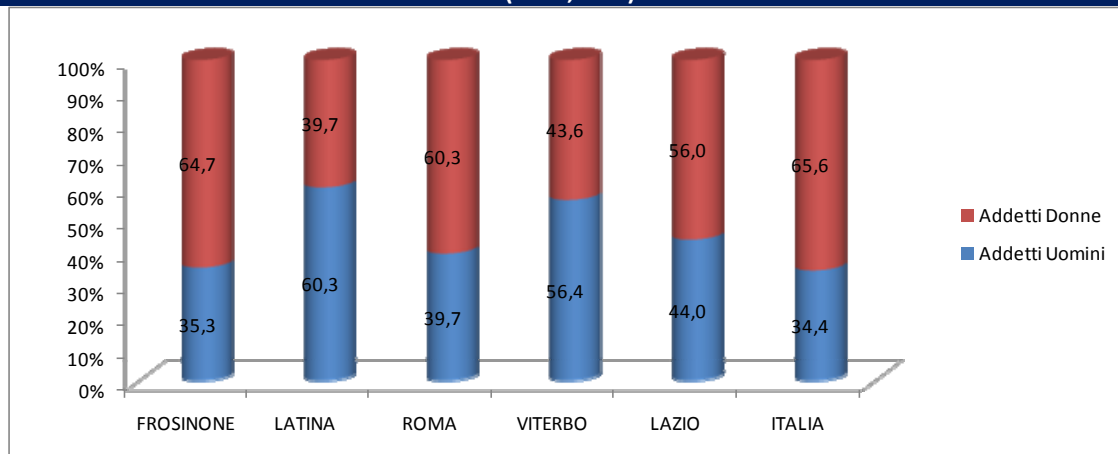
**Tab. 14 – Ipermercati: numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia
(2013; In valori assoluti)**

	Addetti Uomini	Addetti Donne	TOTALE Addetti
Frosinone	135	247	382
Latina	278	183	461
Rieti	-	-	-
Roma	800	1.215	2.015
Viterbo	207	160	367
LAZIO	1.420	1.805	3.225
ITALIA	27.707	52.741	80.449

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 12 – Ipermercati: incidenza del numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Tab. 15 – Numero dei minimercati nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In valori assoluti e in %)

VALORI ASSOLUTI			
	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi
Frosinone	2	13	15
Latina	10	46	56
Rieti	0	5	5
Roma	117	68	185
Viterbo	1	14	15
LAZIO	130	146	276
ITALIA	1.506	4.130	5.636

INCIDENZA %			
	Numero esercizi nei capoluoghi	Numero esercizi in altri comuni	TOTALE Numero esercizi
Frosinone	13,3	86,7	100,0
Latina	17,9	82,1	100,0
Rieti	0,0	100,0	100,0
Roma	63,2	36,8	100,0
Viterbo	6,7	93,3	100,0
LAZIO	47,1	52,9	100,0
ITALIA	26,7	73,3	100,0

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

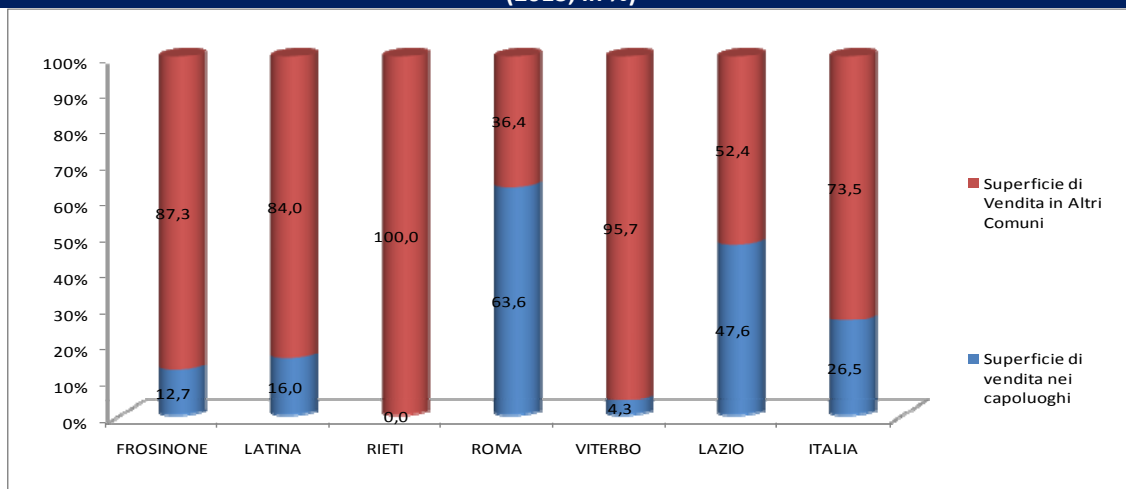
Tab. 16 – Minimercati: superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In valori assoluti)

	Superficie di vendita nei capoluoghi	Superficie di vendita in altri comuni	TOTALE Superficie di vendita
Frosinone	570	3.905	4.475
Latina	2.470	13.000	15.470
Rieti	0	1.440	1.440
Roma	36.447	20.851	57.298
Viterbo	200	4.490	4.690
LAZIO	39.687	43.686	83.373
ITALIA	436.356	1.208.553	1.644.909

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



Graf. 13 – Minimercati: incidenza delle superfici di vendita nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



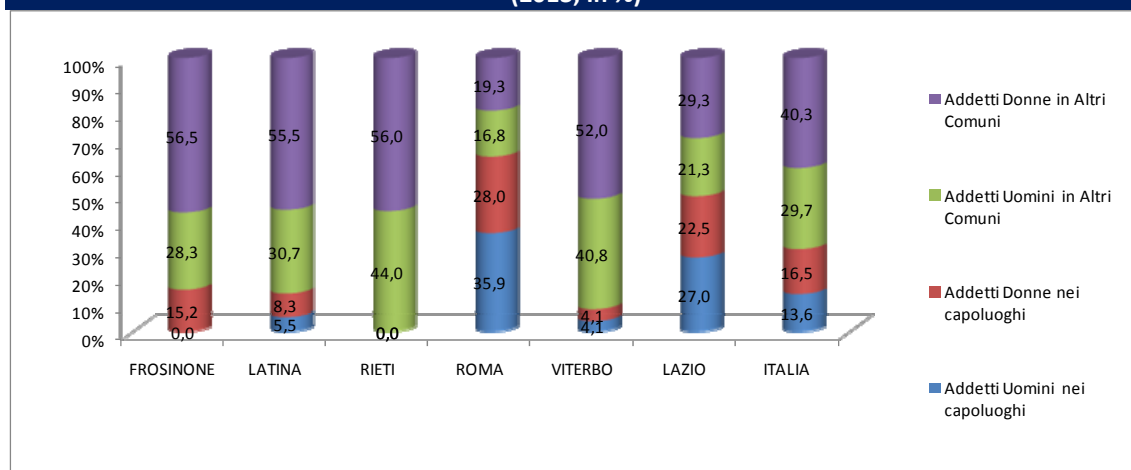
Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Tab. 17 – Minimercati: numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In valori assoluti)

	Addetti Uomini nei capoluoghi	Addetti Donne nei capoluoghi	Addetti Uomini in altri comuni	Addetti Donne in altri comuni	TOTALE Addetti
Frosinone	0	14	26	52	92
Latina	18	27	100	181	326
Rieti	0	0	11	14	25
Roma	498	388	233	267	1.387
Viterbo	4	4	40	51	98
LAZIO	520	433	410	565	1.928
ITALIA	4.773	5.788	10.427	14.140	35.127

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Graf. 14 – Minimercati: incidenza del numero di addetti nelle province laziali, nel Lazio e in Italia (2013; In %)



Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



1.3 - Appendice Statistica

Tab. 1 - Grandi superfici specializzate nelle province laziali ed in Italia (valori assoluti; 2013)

	NEI CAPOLUOGHI				IN ALTRI COMUNI				TOTALI PROVINCIALI			
	N. eserc.	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F	N. esercizi	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F	N. esercizi	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F
FROSINONE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LATINA	4	10.223	46	139	3	9.944	37	49	7	20.167	83	188
RIETI	4	9.364	19	26	2	4.500	19	15	6	13.864	38	41
ROMA	32	105.893	800	1.455	19	52.558	362	452	51	158.451	1.162	1.907
VITERBO	0	-	-	-	1	3.994	14	7	1	3.994	14	7
LAZIO	40	125.480	865	1.620	25	70.996	432	523	65	196.476	1.297	2.143
ITALIA	504	1.449.358	7.582	9.837	1.181	3.608.350	14.895	18.227	1.685	5.057.708	22.478	28.063

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE

Tab. 2 - Grandi superfici specializzate nelle province laziali ed in Italia (In %; 2013)

	NEI CAPOLUOGHI				IN ALTRI COMUNI				TOTALI PROVINCIALI			
	Numero esercizi	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F	Numero esercizi	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F	Numero esercizi	Mq. Vendita	Occupati M	Occupati F
FROSINONE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LATINA	57,1	50,7	55,4	73,9	42,9	49,3	44,6	26,1	100,0	100,0	100,0	100,0
RIETI	66,7	67,5	50,0	63,4	33,3	32,5	50,0	36,6	100,0	100,0	100,0	100,0
ROMA	62,7	66,8	68,8	76,3	37,3	33,2	31,2	23,7	100,0	100,0	100,0	100,0
VITERBO	0,0	-	-	-	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
LAZIO	61,5	63,9	66,7	75,6	38,5	36,1	33,3	24,4	100,0	100,0	100,0	100,0
ITALIA	29,9	28,7	33,7	35,1	70,1	71,3	66,3	65,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati MISE



2 – COMPETITIVITÀ E STRATEGIE DELLE IMPRESE DEL COMMERCIO IN PROVINCIA DI FROSINONE

L'indagine sulle imprese del settore commerciale nella provincia di Frosinone

Le imprese si ritengono abbastanza competitive

Modesto orientamento verso le strategie di specializzazione merceologica

Questa seconda parte del rapporto valuta i risultati di una indagine diretta alle imprese della provincia condotta nel 2014 dall'Osservatorio della Camera di Commercio di Frosinone su un campione di aziende del settore commerciale (260 imprese). Le risposte delle imprese analizzate sono disaggregate nei settori del commercio al dettaglio e all'ingrosso.

Il campione fornisce un giudizio auto valutativo abbastanza soddisfacente della competitività delle aziende del frusinate. Le imprese del commercio nel complesso forniscono una valutazione pari a 6,9 (su scala da 1 a 10). Entrando nel dettaglio delle categorie commerciali si osserva che gli esercizi al minuto danno una valutazione complessiva pari a 6,8, mentre nel commercio all'ingrosso la valutazione arriva a 7.

La "qualità e la gamma dei prodotti" viene considerata la principale fonte di competitività per le imprese della provincia di Frosinone (38% delle affermazioni), seguita dai "prezzi e dalle condizioni di pagamento" (36,4%). Seguono con il 28,9% i "servizi forniti dalle imprese". Non si rilevano grandi differenze tra le imprese del commercio all'ingrosso e al minuto.

Per quanto riguarda le principali strategie da porre in campo per aumentare la competitività delle imprese della provincia, la principale, con 57,9% delle dichiarazioni, è la "conservazione del mercato dei propri prodotti", senza grandi differenze tra le due sotto aree considerate (60% per il commercio all'ingrosso e 57% per il commercio al minuto). A seguire, l'"allargamento della gamma dei prodotti per nuovi mercati" (14,9%) e per il "proprio mercato" (14,9%). Infine, la ricerca di nuovi sbocchi di mercato per i propri prodotti commercializzati (12,4%). La classe dimensionale delle imprese e il tipo di commercializzazione portano alcune differenza nelle strategie: nel commercio all'ingrosso si punta di più su progetti di "ampliamento del mercato di riferimento per i propri prodotti", nel commercio al minuto, al contrario, sull'"allargamento della gamma dei prodotti per il proprio mercato di riferimento".

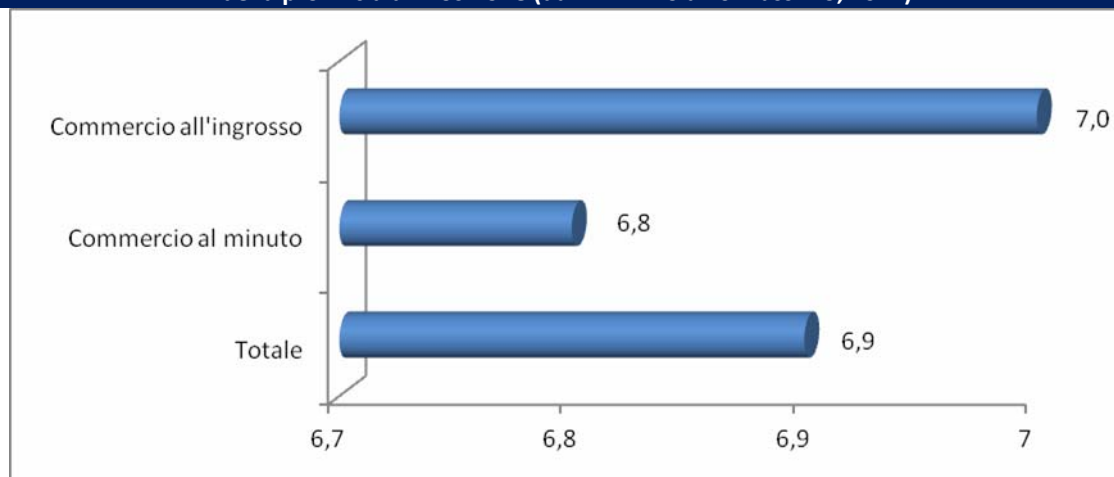
Le imprese commerciali del frusinate non sono particolarmente orientate all'utilizzazione di strategie per la specializzazione merceologica: solo una impresa su cinque intende adottare tali strategie; la percentuale è un più elevata nel commercio all'ingrosso (25,7%) e più contenuta nel commercio al minuto (18,6%).



Le imprese intervistate ritengono che sia necessario, per incrementare la propria attività, porre in campo soprattutto “misure volte al monitoraggio dei prezzi” (47,1% del totale delle imprese analizzate, 45,7% nel commercio all’ingrosso e 47,7% nel commercio al dettaglio). La “promozione del territorio” viene considerato un aspetto importante soprattutto dalle imprese del commercio all’ingrosso (25,7%) rispetto alle aziende che vendono al dettaglio (14%). L’“attrazione turistica” assume un certo rilievo per le imprese al minuto (19,8%), molto meno per le imprese dell’ingrosso (5,7%).

Le “azioni di integrazione con altri settori” (7,4%) e la “semplificazione amministrativa” (6,6%) sono fattori meno rilevanti per le imprese del frusinate.

Graf. 1 – Autovalutazione del proprio grado di competitività espresso dalle imprese del commercio della provincia di Frosinone (da 1 minimo a 10 massimo; 2014)



Fonte: Osservatorio Economico CCIAA di Frosinone

Tab. 1 – Fattori di competitività delle imprese del commercio della provincia di Frosinone (2014; in %)

	Commercio all'ingrosso	Commercio al minuto	Totale
Prezzi e condizioni di pagamento	28,6	39,5	36,4
I prodotti (qualità, gamma)	34,3	39,5	38,0
Marchio (notorietà e immagine)	8,6	10,5	9,9
Servizi	31,4	27,9	28,9
La localizzazione	8,6	1,2	3,3
Altro	5,7	1,2	2,5
Nessun fattore	8,6	9,3	9,1
Ns/nr	5,7	7,0	6,6
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Economico CCIAA di Frosinone



Tab. 2 – Principali strategie delle imprese del commercio della provincia di Frosinone che saranno adottate nei prossimi due anni (2014; in %)

	Commercio all'ingrosso	Commercio al minuto	Totale
Conservazione del mercato dei propri prodotti	60,0	57,0	57,9
Ricerca di nuovi sbocchi di mercato per i propri prodotti	14,3	11,6	12,4
Allargamento della gamma dei prodotti per nuovi mercati	14,3	15,1	14,9
Allargamento della gamma dei prodotti sul proprio mercato	11,4	16,3	14,9
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Economico CCIAA di Frosinone



Tab. 3 - Adozione da parte delle imprese del commercio della provincia di Frosinone di strategie di specializzazione merceologica (2014; in %)

	Commercio all'ingrosso	Commercio al minuto	Totale
Si	25,7	18,6	20,7
No	74,3	73,3	73,6
Ns/nr	0,0	8,1	5,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Economico CCIAA di Frosinone

Tab. 4 - Misure di cui le imprese del commercio della provincia di Frosinone hanno maggior bisogno per alimentare la propria competitività (2014; in %)

	Commercio all'ingrosso	Commercio al minuto	Totale
Monitoraggio prezzi	45,7	47,7	47,1
Promozione del territorio	25,7	14,0	17,4
Attrazione turistica	5,7	19,8	15,7
Azioni di integrazione con altri settori	8,6	7,0	7,4
Eventi culturali	2,9	1,2	1,7
Eventi fieristici	2,9	4,7	4,1
Semplificazione amministrativa	8,6	5,8	6,6
Altro	0,0	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Economico CCIAA di Frosinone

