

**REGIONE BASILICATA**

**UNIONCAMERE BASILICATA**  
**- CENTRO STUDI -**

**OSSERVATORIO REGIONALE SUL COMMERCIO**

**LA RETE DISTRIBUTIVA IN BASILICATA:  
ASPETTI STRUTTURALI E TENDENZE EVOLUTIVE**

**DICEMBRE 2009**



## INDICE

	PAG.
Premessa	7
1. Aspetti metodologici	11
1.1 L'universo di riferimento	11
1.2 Le problematiche delle fonti statistiche esistenti	14
1.2.1 I dati del Registro Imprese	14
1.2.2 I dati dell'Osservatorio nazionale sul commercio	15
1.2.3 L'indagine sulla grande distribuzione organizzata	18
2. La rete distributiva regionale	21
2.1 Un quadro d'insieme	21
2.2 L'offerta commerciale specializzata	28
2.4 Presenza e sviluppo della GDO	32
3. La rete distributiva a livello territoriale	45
3.1 Un breve profilo delle aree di gravitazione commerciale	45
3.2 La dotazione di servizi commerciali nelle aree gravitazionali	49
3.3 L'evoluzione della rete distributiva nelle aree gravitazionali	54
3.4 La presenza della GDO nelle aree gravitazionali	58
4. Schede per aree di gravitazione commerciale	63
Principali indicatori economici del commercio lucano	95
Allegato statistico	105

Il presente Rapporto è stato curato da Franco Bitetti, coordinatore scientifico del Centro Studi Unioncamere Basilicata



## PRESENTAZIONE

*L'art. 37 della nuova Legge Regionale sul Commercio (n. 23/2008) attribuisce compiti specifici all'Osservatorio Regionale sul Commercio circa la raccolta, l'elaborazione, l'analisi e la diffusione di dati e informazioni sia di ordine quantitativo che qualitativo sulla entità e l'efficienza della rete distributiva regionale.*

*Il Rapporto monografico "La rete distributiva in Basilicata: aspetti strutturali e tendenze evolutive", quale prodotto dell'Accordo-Quadro tra la Regione Basilicata e Unioncamere Basilicata per la valorizzazione delle produzioni locali, l'offerta di servizi alle imprese e studi di settore, analizza le caratteristiche strutturali del settore del commercio al dettaglio in Basilicata, con un'attenzione particolare alla sua articolazione territoriale e alle dinamiche evolutive.*

*Tra i principali indicatori economici del commercio lucano, relativamente alle vendite al dettaglio, si nota che, nel 2008, le vendite complessive degli esercizi commerciali in Basilicata sono ammontate a 2.502 milioni di euro, 1.433 dei quali (pari al 57,3%) riconducibili al comparto non alimentare e i restanti 1.069 al comparto alimentare.*

*Per quanto riguarda l'occupazione, nel 2007, il settore del commercio al dettaglio contava, in Basilicata, circa 16,7 mila occupati. Nell'ambito di tale numero, la componente prevalente è rappresentata dagli occupati indipendenti (9,8 mila unità, pari al 59,0% del totale), a conferma di un modello di sistema distributivo ancora fortemente incentrato sui piccoli esercizi, spesso a conduzione familiare.*

*Considerata la particolare realtà della Basilicata, l'interrogativo-provocazione del presente Rapporto potrebbe essere: ha ancora senso, nell'era della grande distribuzione organizzata e dei mega centri commerciali, parlare di "commercio al dettaglio", analizzare la dinamica e l'evoluzione della rete distributiva dei piccoli esercizi disseminati su tutto il territorio della nostra regione?*

*Scontata, la risposta. Se il centro commerciale catalizza l'interesse e l'attenzione della clientela "di massa", soprattutto nelle aree urbane a maggiore densità abitativa, regioni orograficamente complesse come la Basilicata continuano a caratterizzarsi soprattutto per la presenza dei piccoli negozi, delle botteghe che in qualche modo raccontano la storia dei nostri piccoli comuni, soprattutto nelle aree interne dove il cosiddetto commercio di vicinato*

*rappresenta un utile servizio sul territorio che soddisfa al meglio le esigenze della domanda.*

*L'analisi delle dinamiche di questi esercizi, dunque, è utile perché mette a disposizione degli operatori pubblici e privati importanti informazioni socio-economiche.*

*Un ringraziamento particolare va al Sistema Camerale regionale e, in particolare, ad Unioncamere Basilicata e al suo Centro Studi, partner ormai consolidato, per la Regione Basilicata, nell'ambito delle attività di monitoraggio dei diversi settori economici.*

Dr. Vincenzo Malvasi  
(Dirigente Ufficio Osservatorio Economico Regionale)

## PREMESSA

Il decreto legislativo "Bersani" del 1998 prevedeva che le Regioni assicurassero, avvalendosi dei Comuni e delle Camere di Commercio, un sistema coordinato di monitoraggio riferito all'entità e all'efficienza della rete distributiva, nonché dell'intera filiera produttiva, attraverso la costituzione di specifici osservatori.

La Regione Basilicata ha istituito il proprio Osservatorio sul commercio con la LR 19 del 1999 "Disciplina del commercio al dettaglio su aree private in sede fissa e su aree pubbliche". La finalità assegnata all'Osservatorio è duplice: monitorare le dinamiche delle attività commerciali e valutare l'efficienza della rete distributiva regionale, così da fornire utili indicazioni ai *policy maker* che operano ai diversi livelli di *governance* territoriale.

L'attività dell'Osservatorio regionale si è sviluppata, in questi anni, lungo 3 direttrici fondamentali:

- l'implementazione di banche dati sulla consistenza e l'evoluzione degli esercizi commerciali per formati distributivi, tipologie merceologiche e superfici di vendita, a livello dei singoli comuni e delle aree gravitazionali come definite dalla LR 19/1999;
- la realizzazione di un'indagine congiunturale trimestrale sulle imprese commerciali a livello regionale, finalizzata a monitorare l'andamento del fatturato di vendita per settori di attività e formati distributivi <sup>1</sup>;
- la realizzazione di studi monografici con l'obiettivo di favorire una conoscenza più approfondita degli aspetti strutturali e delle problematiche del settore commerciale lucano.

Con riferimento a quest'ultimo filone di attività, l'Osservatorio ha prodotto 3 Rapporti: il primo – nel 2003 – ha valutato gli effetti del processo di riforma avviato con il decreto Bersani sul sistema distributivo regionale e le opportunità e i rischi legati allo sviluppo della media e grande distribuzione organizzata in Basilicata <sup>2</sup>. Il Rapporto del 2004 ha affrontato, invece, il tema

---

<sup>1</sup> Fino al 2008 il Centro Studi Unioncamere Basilicata ha curato, per l'Osservatorio regionale, un report semestrale sull'andamento del commercio al dettaglio.

<sup>2</sup> Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), "Il sistema distributivo della Basilicata prima e dopo la riforma. L'evoluzione del piccolo commercio e della media e grande distribu-

del ruolo svolto dalle Amministrazioni locali (segnatamente, i Comuni) nella gestione del processo di riforma del commercio, in applicazione della LR 19/1999 <sup>3</sup>; mentre l'ultimo Rapporto – nel 2005 – ha analizzato i legami esistenti, e i possibili sviluppi, tra la media e grande distribuzione organizzata e le produzioni agroalimentari tipiche della Basilicata <sup>4</sup>.

A partire da quest'anno, e con cadenza almeno biennale, l'Osservatorio intende offrire, attraverso un apposito Report, una "fotografia" aggiornata sullo stato e sull'evoluzione della rete commerciale al dettaglio nella sua articolazione territoriale, procedendo – contestualmente – con l'implementazione di un sistema permanente di monitoraggio del sistema distributivo, che valorizzi innanzitutto le fonti statistiche attualmente disponibili, integrandole, se necessario, con rilevazioni *ad hoc*.

Il presente Rapporto analizza, quindi, le caratteristiche strutturali del settore del commercio al dettaglio in Basilicata rilevate a fine 2008, con un'attenzione particolare alla sua articolazione territoriale, e le dinamiche evolutive che hanno contrassegnato l'ultimo quinquennio.

Il lavoro è articolato in 4 capitoli: il primo affronta gli aspetti metodologici relativi alla rilevazione, classificazione e gestione delle informazioni statistiche sulle attività commerciali, evidenziando le caratteristiche delle principali fonti disponibili per l'analisi del settore.

Il secondo capitolo contiene un'analisi della rete commerciale a livello regionale, con riferimento sia agli aspetti strutturali (tipologie dei formati distributivi presenti) che evolutivi, messi a confronto con quelli rilevati nelle altre regioni italiane; un approfondimento particolare è riservato, inoltre, alla presenza e allo sviluppo della grande distribuzione organizzata.

Nel terzo capitolo l'attenzione si concentra, invece, sulla presenza territoriale del sistema distributivo, secondo la ripartizione per aree di gravitazione commerciale, come definite dalla LR 19/1999. A conclusione del capitolo, alcune schede sintetizzano – per ciascuna area – consistenza e dinamica della rete commerciale nei singoli comuni.

---

zione: le condizioni per uno sviluppo equilibrato", Rapporto 2003 dell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

<sup>3</sup> Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), "Il ruolo delle istituzioni nel rinnovo del sistema distributivo", Rapporto 2004 dell'Osservatorio Regionale sul Commercio.

<sup>4</sup> Cfr. Centro Studi Unioncamere Basilicata (a cura di), "Il sistema distributivo lucano e i prodotti agroalimentari tipici", Rapporto 2005 dell'Osservatorio Regionale sul Commercio.



L'ultima parte del Rapporto presenta, infine, alcuni indicatori economici del settore a livello regionale, con l'intento di fornire primi elementi di valutazione sull'efficienza dell'attuale rete distributiva.



## **1. ASPETTI METODOLOGICI**

### **1.1 L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO**

Il primo problema da affrontare per l'analisi della rete distributiva è quello della delimitazione dell'universo di riferimento.

Nell'attuale sistema di classificazione delle attività economiche (ATECO 2002), il commercio (sezione G) è suddiviso in 3 divisioni: la prima (50) comprende il commercio di autoveicoli e motocicli, insieme ai servizi di manutenzione e riparazione e alla vendita al dettaglio di carburante per autotrazione; la seconda (51) include gli intermediari del commercio e il commercio all'ingrosso, mentre nella terza (52) sono raggruppate le attività commerciali al dettaglio (cfr. Prospetto 1).

In particolare:

- negli intermediari del commercio (gruppo 51.1) sono comprese tutte le unità la cui attività principale consiste nel commercio di beni per conto terzi; esse possono essere rappresentate da agenti o intermediari commerciali, oppure da associazioni commerciali che effettuano transazioni per conto terzi;
- nel commercio all'ingrosso (gruppi 51.2-51.9) sono comprese tutte le unità che svolgono principalmente l'attività di rivendita di merci, a proprio nome, a dettaglianti, utilizzatori industriali, commerciali, istituzionali, professionali, o ad altri grossisti;
- nel commercio al dettaglio (divisione 52) sono comprese tutte le unità la cui attività economica principale è la vendita, prevalentemente a famiglie, di beni per conto proprio o di terzi. Il commercio al dettaglio viene effettuato, per lo più, in sede fissa; esistono, peraltro, altre forme di vendita quali, ad esempio, le vendite per corrispondenza, per telefono e via internet, il commercio su mezzi mobili, in sedi temporanee (ambulanti) e in locali di deposito. Nella divisione sono comprese anche le attività di riparazione di beni di consumo effettuate o meno in combinazione con la vendita al dettaglio.

La scelta operata nel presente Rapporto è stata quella di considerare esclusivamente le attività di commercio al dettaglio comprese nella divisione 52 svolte in sede fissa, escludendo, quindi, non soltanto il commercio di autoveicoli e motocicli e le vendite al dettaglio di carburanti per autotrazione, classificate nella divisione 50, ma anche il commercio al di fuori dei negozi

(classe 52.6) e le attività di riparazione di beni di consumo (classe 52.7). E' stato altresì escluso il commercio al dettaglio di articoli di seconda mano (classe 52.5) in considerazione della quasi totale assenza di queste attività nella rete distributiva regionale.

### Prospetto 1

#### Il commercio nella classificazione delle attività economiche ATECO2002

<b>codice ATECO02</b>	<b>descrizione</b>
50.	Commercio, manutenzione, riparazione di autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione
50.1	Commercio di autoveicoli
50.2	Manutenzione e riparazione di autoveicoli
50.3	Commercio di parti e accessori di autoveicoli
50.4	Commercio, manutenzione e riparazione di motocicli
50.5	Vendite al dettaglio di carburanti per autotrazione
51.	Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio
51.1	Intermediari del commercio
51.2	Commercio all'ingrosso di materie prime agricole
51.3	Commercio all'ingrosso di prodotti alimentari
51.4	Commercio all'ingrosso di altri beni di consumo finale
51.5	Commercio all'ingrosso di prodotti intermedi non agricoli
51.8	Commercio all'ingrosso di macchinari e attrezzature
51.9	Commercio all'ingrosso di altri prodotti
52.	Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e motocicli; riparazione di beni personali e per la casa
52.1	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati
52.2	Commercio al dettaglio di prodotti alimentari in esercizi specializzati
52.3	Commercio al dettaglio di prodotti farmaceutici e articoli di profumeria
52.4	Commercio al dettaglio di altri prodotti in esercizi specializzati
52.5	Commercio al dettaglio di articoli di seconda mano
52.6	Commercio al dettaglio al di fuori dei negozi
52.7	Riparazione di beni di consumo personali e per la casa

Fonte: ISTAT

Pertanto, nell'universo di osservazione sono contemplate (cfr. Prospetto 2):

- le attività di commercio al dettaglio non specializzato (classe 52.1), suddivise in commercio a prevalenza alimentare e a prevalenza non alimentare;

- le attività di commercio al dettaglio a specializzazione alimentare (classe 52.2);
- le attività di commercio a dettaglio a specializzazione non alimentare (classi 52.3 e 52.4).

**Prospetto 2**  
**Le attività commerciali incluse nell'universo di osservazione**

<b>codice ATECO02</b>	<b>descrizione</b>
52.1	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati
52.11	Comm. in esercizi non specializz. con prevalenza prodotti alimentari
52.12	Comm. in esercizi non specializz. con prevalenza prodotti non alim.
52.2	Commercio al dettaglio di prodotti alimentari in esercizi specializzati
52.20	Commercio al dettaglio di prodotti alimentari e bevande
52.21	Commercio al dettaglio di frutta e verdura
52.22	Commercio al dettaglio di carni
52.23	Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi
52.2.4	Commercio al dettaglio di pane, pasticceria e dolciumi
52.25	Commercio al dettaglio di bevande, vini, e oli
52.26	Commercio al dettaglio di tabacchi e altri generi di monopolio
52.27	Altro commercio al dettaglio di alimentari, bevande e tabacchi
52.30	Commercio di prodotti farmaceutici, cosmetici e articoli di profumeria
52.3	Comm. di prodotti farmaceutici, medicali e di articoli di profumeria
52.31	Farmacie
52.32	Commercio al dettaglio di articoli medicali, ortopedici
52.33	Commercio al dettaglio di cosmetici e di articoli di profumeria
52.4	Commercio al dettaglio di altri prodotti in esercizi specializzati
52.40	Commercio al dettaglio di altri prodotti in esercizi specializzati
52.41	Commercio al dettaglio di tessuti
52.42	Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento
52.43	Commercio al dettaglio di calzature e articoli in cuoio
524.4	Commercio al dettaglio di mobili e di articoli di illuminazione
524.5	Commercio al dettaglio di elettrodomestici
52.46	Commercio al dettaglio di ferramenta, colori, vernici, vetro
52.47	Commercio al dettaglio di libri, giornali, riviste
52.48	Commercio al dettaglio di altri prodotti in esercizi specializzati

Fonte: ISTAT

La distinzione tra commercio specializzato e non specializzato è legata, essenzialmente, al *mix* merceologico del punto vendita: gli esercizi non specializzati, in particolare, sono quelli che offrono un'ampia varietà di prodotti e comprendono, quindi, la quasi totalità delle strutture riconducibili alla media e grande distribuzione organizzata (supermercati, minimercati, ipermercati e grandi magazzini) (cfr. Prospetto 3).

**Prospetto 3**  
**Le attività di commercio al dettaglio in esercizi non specializzati**

<b>codice ATECO02</b>	<b>descrizione</b>
52.1	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati
52.11	Comm. in esercizi non specializz. con prevalenza prodotti alimentari
52.11.1	Commercio al dettaglio degli ipermercati
52.11.2	Commercio al dettaglio degli supermercati
52.11.3	Commercio al dettaglio dei minimercati
52.11.4	Comm. al dettaglio di prodotti alimentari vari in altri esercizi
52.11.5	Comm. al dettaglio di prodotti surgelati
52.12	Comm. in esercizi non specializz. con prevalenza prodotti non alim.
52.12.1	Grandi magazzini
52.12.2	Altri esercizi non specializzati

Fonte: ISTAT

## **1.2 LE PROBLEMATICHE DELLE FONTI STATISTICHE ESISTENTI**

### **1.2.1 I DATI DEL REGISTRO IMPRESE**

Se si escludono i Censimenti, la principale fonte informativa sulla consistenza delle attività commerciali è attualmente rappresentata dal Registro Imprese delle Camere di Commercio. In tale archivio sono disponibili, separatamente, i dati relativi alle imprese e quelli relativi alle unità locali <sup>5</sup>, che costituiscono, quindi, le "unità di rilevazione".

---

<sup>5</sup> Nel Registro delle Imprese, un'impresa, anche se ha unità locali, viene iscritta soltanto nel Registro tenuto dalla Camera di Commercio in cui è situata la sede principale dell'impresa stessa. Analogamente, l'unità locale ubicata in una provincia diversa da quella dell'impresa da cui dipende, viene conteggiata nella provincia in cui esercita l'attività.

Le imprese e le unità locali iscritte nei Registri camerali sono classificate in base all'attività economica prevalente e allo stato di funzionamento. Con riferimento a quest'ultimo aspetto, le imprese si distinguono in "attive" (in condizione, cioè, di normale funzionamento), "sospese", "liquidate", "fallite" e "cessate"; le unità locali possono assumere, invece, soltanto lo stato di "attive" o di "cessate" (il primo stato implica, evidentemente, che anche l'impresa cui l'unità locale si riferisce risulti "attiva").

La rete distributiva presente su un territorio può essere ricostruita, quindi, attraverso i dati relativi a tutte le localizzazioni di impresa, sia che costituiscono unicamente sede di impresa, sia che figurino come unità locali, escludendo le diverse situazioni di inattività.

Va precisato, tuttavia, che non esiste una perfetta coincidenza tra la numerosità delle imprese attive (sedi e localizzazioni) e la numerosità degli esercizi commerciali: non tutte le sedi di impresa, infatti, presentano un annesso punto vendita (è il caso, ad esempio, delle sedi d'impresa puramente amministrative e di quelle domiciliate presso un notaio o un commercialista). Analogamente, i magazzini o i depositi situati in una località diversa da quella del punto vendita, sebbene risultino come unità locali nel Registro delle Imprese, non sono esercizi di vendita. Per tali ragioni la numerosità delle imprese attive rappresenta una stima per eccesso della consistenza dei punti vendita al dettaglio.

Inoltre, dal momento che alle imprese è attribuito il codice ISTAT dell'attività economica principale svolta, restano escluse dal campo di osservazione tutte le unità locali e le sedi di impresa che esercitano l'attività commerciale come secondaria. Ad esempio, non sono incluse nella rete commerciale al dettaglio gli spacci aziendali delle imprese industriali e le attività del settore agricolo che, a latere, si occupano anche della commercializzazione delle produzioni, trattandosi, in entrambi i casi, di attività secondarie rispetto alla prevalente attività di produzione.

Oltre alle consistenze di imprese e unità locali per codice ATECO e comune di localizzazione, gli archivi camerali contengono anche il dato sui flussi in termini di aperture (nuove iscrizioni) e cessazioni (cancellazioni) delle sedi d'impresa.

### **1.2.2 I DATI DELL'OSSERVATORIO NAZIONALE SUL COMMERCIO**

A seguito dell'istituzione dell'Osservatorio nazionale del commercio, coordinato dal Ministero dello Sviluppo Economico, InfoCamere – la società consor-

tile di informatica delle Camere di Commercio italiane – ha realizzato un sistema statistico informativo per il monitoraggio della rete distributiva.

La fonte primaria dei dati è rappresentata dal Registro Imprese; la base statistica viene alimentata, inoltre, da una serie di ulteriori informazioni tratte dalla nuova modulistica per l'apertura, la cessazione e la variazione degli esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa in vigore dal 1999. Il Decreto Legislativo 114 del 1998 ha previsto, infatti, che l'apertura, il trasferimento di sede e l'ampliamento delle superfici di vendita siano soggetti a comunicazione al Comune competente per territorio se riguardano gli esercizi di vicinato e ad autorizzazione, sempre del Comune competente, nel caso delle medie e grandi strutture. Copia dei modelli utilizzati per le comunicazioni e le domande di autorizzazione è trasmessa anche al Registro Imprese della Camera di Commercio della provincia competente, che dispone così di altre informazioni sulle imprese commerciali, la più importante delle quali è quella relativa alle superfici di vendita, per le quali non esisteva un obbligo specifico di denuncia in sede di iscrizione al Registro.

Il sistema statistico realizzato nell'ambito dell'Osservatorio nazionale del commercio è il risultato, quindi, di una integrazione tra i dati contenuti negli archivi camerati, che si riferiscono a imprese e unità locali, e quelli derivanti dalle nuove procedure di registrazione delle attività del commercio al dettaglio previste dal D.Lvo 114/ 1998, che si riferiscono, invece, agli esercizi commerciali intesi come "punti vendita".

L'unità di rilevazione dell'Osservatorio è rappresentata, in particolare, dall'esercizio commerciale, che non coincide necessariamente con la sede dell'impresa/unità locale, dal momento che quest'ultima può non disporre di un punto vendita (si tratta dei casi, già citati in precedenza, di sedi d'impresa soltanto amministrative o di unità locali coincidenti con depositi/magazzini) <sup>6</sup>.

I dati rilasciati dall'Osservatorio nazionale sul commercio consentono, quindi, di cogliere con più precisione l'effettiva consistenza della rete distributiva al dettaglio e di approfondire alcuni aspetti fondamentali come quelli connessi alla dimensione delle superfici di vendita.

Va osservato, tuttavia, che l'informazione relativa alle superfici non è disponibile per l'intero universo degli esercizi commerciali, dal momento che tale parametro viene rilevato soltanto dall'inizio del decennio e limitatamente agli esercizi di nuova apertura (compresi i sub-ingressi) e agli esercizi sogget-

---

<sup>6</sup> Sono incluse, inoltre, anche le attività commerciali secondarie di imprese che svolgono prevalentemente altre attività.



ti ad ampliamenti, per i quali sussiste l'obbligo della denuncia ai sensi del D.Lvo 114/1998 <sup>7</sup>.

A fine 2008, in particolare, la quota di esercizi per i quali è indicata la superficie di vendita raggiungeva, in Basilicata, il 67,1% del totale (67,5% in Italia); non possedendo – tale porzione – le caratteristiche di un campione statistico, l'indicatore risulta, di fatto, inutilizzabile a fini di analisi.

A questo "inconveniente" si aggiunge poi quello relativo alla disaggregazione territoriale dei dati rilasciati dall'Osservatorio, che non va oltre il livello provinciale, sebbene i dati comunali siano consultabili attraverso la rete Intranet di Infocamere.

Per tali ragioni si è preferito utilizzare, in questa sede, la sola fonte dei Registri camerali, che garantisce un maggiore dettaglio territoriale delle informazioni, pur scontando, come visto, una minore precisione nell'individuazione dei punti vendita effettivi.

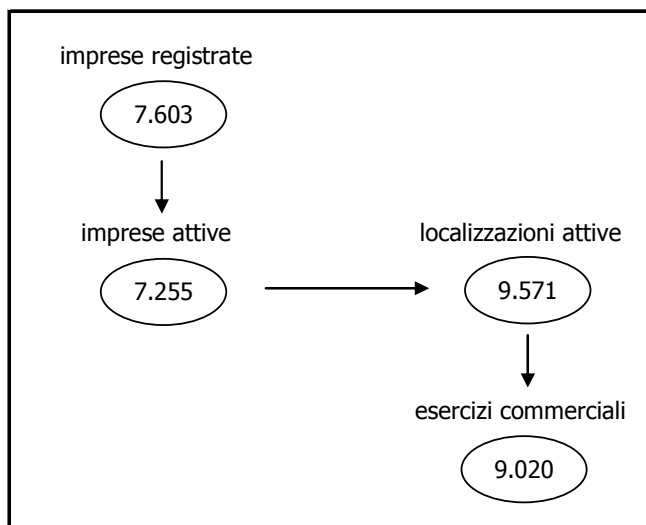
Il prospetto della pagina seguente fornisce i "numeri" delle attività commerciali in Basilicata desumibili dal Registro Imprese e dal sistema statistico dell'Osservatorio nazionale sul commercio.

A fronte di 7.603 imprese del commercio al dettaglio (classi ATECO dalla 52.1 alla 52.4) iscritte nei Registri camerali, le imprese attive (in condizioni, cioè, di normale funzionamento) sono 7.255, cui corrispondono 9.571 unità locali. Gli esercizi commerciali in senso stretto, invece, sono 9.020, poco più del 94% delle localizzazioni attive (che costituiscono l'universo di riferimento del presente Rapporto); la restante quota è rappresentata, quindi, da unità locali che non sono punti vendita (magazzini e/o depositi), oltreché dalle sedi di impresa puramente amministrative.

---

<sup>7</sup> Ciò significa che la copertura dell'intero universo sarà raggiunta quando risulterà completato il "ricambio" di tutti gli esercizi commerciali esistenti a inizio decennio.

**Prospetto 4**  
**Imprese, unità locali ed esercizi commerciali**  
**in Basilicata al 31.12.2008**



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere e MISE

### **1.2.3 L'INDAGINE SULLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA**

L'Osservatorio nazionale sul commercio fornisce anche i dati relativi alla Grande Distribuzione Organizzata, derivanti da un'apposita indagine annuale condotta dalle Camere di Commercio per conto del Ministero dello Sviluppo Economico.

La rilevazione sulla GDO distingue, in particolare, le seguenti tipologie di esercizi al dettaglio:

#### **1. esercizi despecializzati**

- supermercati (esercizi operanti nel campo alimentare, con una superficie di vendita superiore a 400 mq., che dispongono di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo, nonché di articoli non alimentari di uso domestico corrente);
- grandi magazzini (esercizi operanti nel campo non alimentare, con una superficie di vendita superiore a 400 mq., che dispongono di almeno cinque distinti reparti, ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi e, in massima parte, di largo consumo);

- ipermercati (esercizi con superficie di vendita superiore a 2.500 mq., suddiviso in reparti – alimentare e non alimentare – ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino);
- minimercati (esercizi operanti nel campo alimentare, con una superficie di vendita che varia tra 200 e 400 mq., che presentano le medesime caratteristiche dei supermercati);
- cash & carry (esercizio all'ingrosso organizzato a self-service, con superficie di vendita superiore a 400 mq., nel quale i clienti provvedono al pagamento contro emissione immediata di fattura e al trasporto diretto della merce);

## 2. esercizi specializzati

- grandi superfici specializzate (esercizi operanti nel settore non alimentare, che trattano in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica, su una superficie di vendita non inferiore ai 1.500 mq.).

Oltre alle consistenze e alle superfici di vendita degli esercizi della GDO, l'indagine rileva anche il numero di addetti e l'adesione a forme associative tra dettaglianti (unioni volontarie, gruppi d'acquisto, *franchising*).



## 2. LA RETE DISTRIBUTIVA REGIONALE

### 2.1 UN QUADRO D'INSIEME

A fine del 2008, le imprese con attività primaria di commercio al dettaglio in sede fissa, in Basilicata ammontano a 9.571 unità <sup>8</sup>. Con riferimento alle principali tipologie distributive, 1.749 imprese (pari al 18,3% del totale) appartengono al formato despecializzato, all'interno del quale la GDO (supermercati, grandi magazzini e ipermercati) conta, complessivamente, 181 esercizi. Nel comparto specializzato, che raccoglie 7.822 imprese, gli esercizi alimentari sfiorano le 1.500 unità, a fronte delle oltre 6.300 operanti nel *non food*.

**Tab. 2.1 - Esercizi commerciali per tipologie distributive**  
- stock a fine 2008 e % su totale -

	Basilicata		Sud	Italia
	stock a fine 2008	% su totale	% su totale	% su totale
esercizi despecializzati	1.749	18,3	14,1	13,5
- di cui: GDO	181	1,9	2,1	2,3
esercizi specializzati	7.822	81,7	85,9	86,5
- alimentare	1.494	15,6	18,0	16,6
- non alimentare	6.328	66,1	67,9	70,0
totale esercizi	9.571	100,0	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Il confronto con la composizione tipologica del settore commerciale a livello nazionale evidenzia una maggiore importanza relativa del segmento despecializzato in Basilicata, la cui incidenza (in termini di imprese) è superiore di quasi 5 punti percentuali alla media italiana e di circa 4 punti a quella meridionale. Considerato che gli esercizi appartenenti alla GDO sono relativamente meno numerosi nella regione, rappresentando soltanto l'1,9% del totale, contro il 2,3% dell'Italia ed il 2,1% del Mezzogiorno, tale caratteristica della rete distributiva lucana riflette una più ampia diffusione del piccolo commercio despecializzato, che tende a radicarsi soprattutto nei centri minori e nelle

---

<sup>8</sup> Il termine "impresa" viene qui utilizzato con riferimento a tutte le localizzazioni di impresa, sia che costituiscano unicamente sede di impresa, sia che figurino come unità locali.

aree interne, dove più deboli sono le condizioni per lo sviluppo di un'offerta commerciale variegata dal punto di vista merceologico <sup>9</sup>.

Rapportando il numero di esercizi alla popolazione residente si ottiene un indice di dotazione commerciale che, in Basilicata, raggiunge i 162,0 punti vendita ogni 10.000 abitanti: un valore in linea con la media meridionale, ma molto superiore a quella nazionale, che si attesta a 136,0 (cfr. tab. 2.2).

La maggiore densità media di esercizi commerciali a livello regionale è riscontrabile in tutti i principali formati distributivi, con l'unica eccezione della GDO dove, peraltro, il valore dell'indice è analogo a quello registrato in Italia.

Quest'ultimo risultato, apparentemente in contraddizione con la minore diffusione relativa della GDO in Basilicata, si spiega a partire dalle diverse dimensioni degli insediamenti commerciali: nel resto del Paese, infatti, a fronte di un numero di unità locali in rapporto alla popolazione uguale a quello della regione, molto superiori sono le superfici medie di vendita, come si mostrerà in seguito <sup>10</sup>.

**Tab. 2.2 - Indici di dotazione per tipologie distributive  
- esercizi commerciali per 10.000 abitanti a fine 2008 -**

	Basilicata	Sud	Italia
esercizi despecializzati	29,6	22,9	18,3
- di cui: GDO	3,1	3,4	3,1
esercizi specializzati	132,4	139,5	117,3
- alimentare	25,3	29,2	22,5
- non alimentare	107,1	110,3	94,8
<b>totale</b>	<b>162,0</b>	<b>162,0</b>	<b>136,0</b>

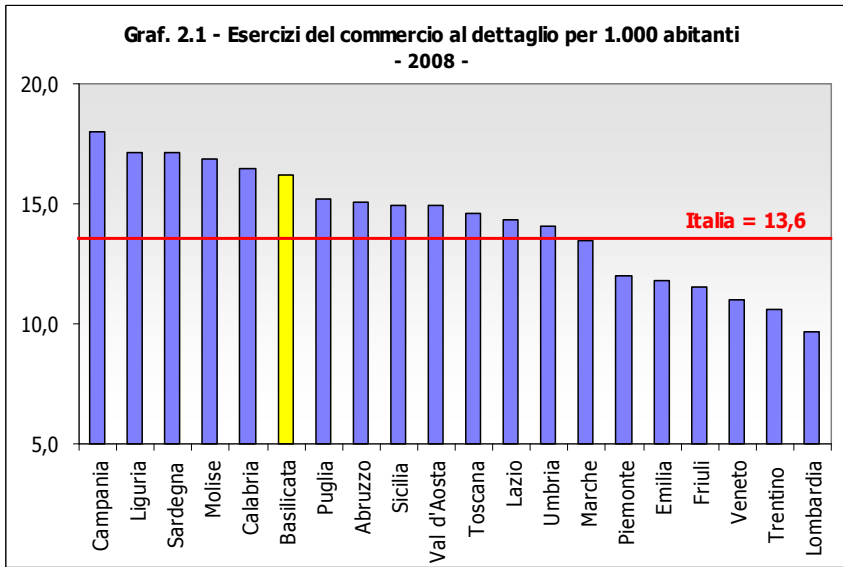
Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Il graf. 2.1 riporta la graduatoria delle regioni italiane in base al valore assunto dall'indice di dotazione complessivo (calcolato per 1.000 abitanti). Come si può osservare, ai primi posti si collocano le regioni meridionali (con l'unica eccezione della Liguria), mentre nelle posizioni di coda si trovano le regioni settentrionali, con la Lombardia che chiude la classifica.

<sup>9</sup> In effetti, sembra esserci una correlazione inversa tra la diffusione del piccolo commercio despecializzato e la dimensione dei comuni (in termini di popolazione residente), come si mostrerà in seguito.

<sup>10</sup> In effetti, nel caso della GDO, l'indice di dotazione è normalmente calcolato rapportando alla popolazione residente le superfici di vendita piuttosto che il numero di esercizi.

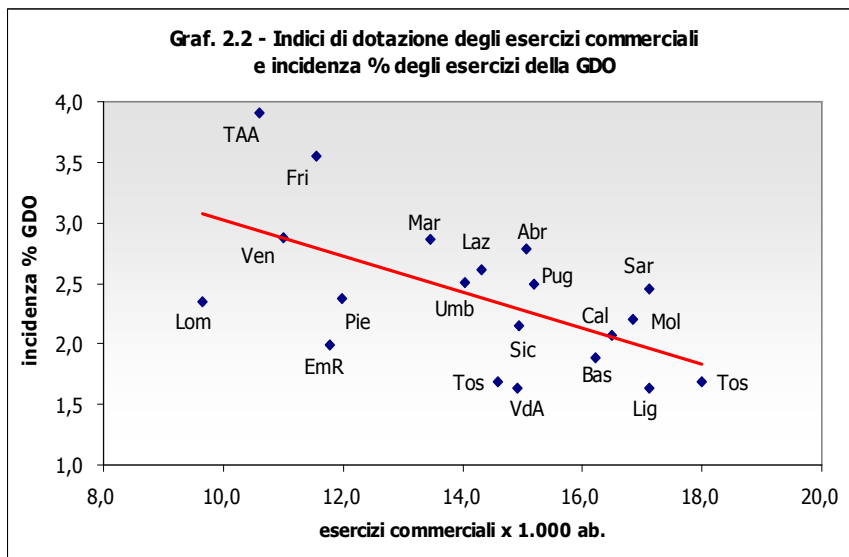
Una tale ripartizione della densità media di esercizi commerciali riflette essenzialmente il diverso grado di penetrazione della GDO nel sistema distributivo delle regioni e, quindi, la maggiore o minore presenza di esercizi di grandi dimensioni.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere e ISTAT

Laddove, infatti, più intenso è stato lo sviluppo delle grandi superfici di vendita (è il caso delle regioni del centro-nord, Lombardia in testa), più intensa è stata la ristrutturazione del sistema distributivo locale, con un ridimensionamento del numero di esercizi di piccola dimensione, sempre più in difficoltà a competere con le grandi imprese commerciali, e conseguentemente una più bassa consistenza media dei punti vendita in rapporto alla popolazione residente.

Il graf. 2.2 conferma l'esistenza di una relazione inversa tra la diffusione della GDO e la dotazione complessiva di esercizi commerciali: nelle aree dove maggiore è il "peso" (in termini di imprese) del canale moderno della distribuzione, infatti, più "povero" è il tessuto imprenditoriale del commercio al dettaglio in rapporto alla popolazione residente.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere e ISTAT

Se, tuttavia, si incrociano le dinamiche di crescita della grande e della piccola distribuzione nei diversi territori, non sembra evidenziarsi una correlazione diretta tra i due fenomeni, quantomeno nel breve-medio periodo; in altri termini, non sembra essere il progressivo insediamento delle grandi strutture del dettaglio a spingere fuori dal mercato gli esercizi tradizionali.

Le regioni meridionali, ad esempio, che partivano da livelli di presenza della GDO molto al di sotto della media nazionale, hanno registrato – tra il 2000 e il 2008 – gli incrementi più elevati di tali esercizi in rapporto alla popolazione; nonostante ciò, tali regioni risultano ai primi posti anche come incremento della dotazione media complessiva di imprese commerciali (cfr. tab. 2.3).



**Tab. 2.3 - Var. % 2000-2008 degli indici di dotazione (a)  
- graduatorie regionali -**

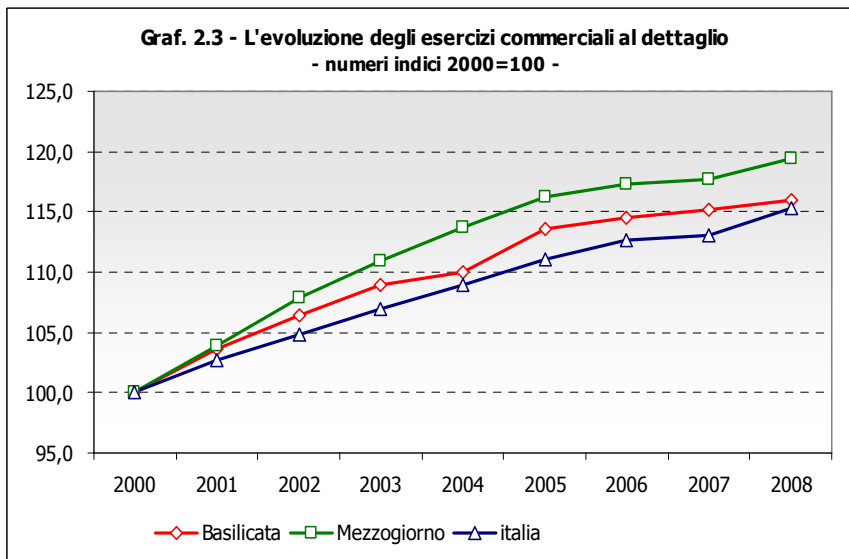
esercizi GDO		totale esercizi	
Lazio	233,2	Lazio	31,1
Molise	207,0	Puglia	21,9
Valle d'Aosta	190,0	Campania	20,8
Basilicata	179,3	Basilicata	18,1
Calabria	175,9	Molise	17,0
Sicilia	160,6	Sicilia	16,7
Puglia	144,1	Calabria	13,7
Sardegna	134,6	Sardegna	13,5
Trentino	124,3	Liguria	13,1
Campania	124,2	Abruzzo	10,9
Umbria	123,4	media Italia	9,3
media Italia	121,5	Marche	4,4
Piemonte	118,3	Piemonte	4,1
Lombardia	114,7	Toscana	0,9
Marche	102,4	Veneto	-0,3
Abruzzo	93,1	Umbria	-0,9
Toscana	90,4	Trentino	-1,4
Friuli	88,1	Valle d'Aosta	-1,5
Veneto	81,5	Lombardia	-1,7
Liguria	64,0	Emilia Romagna	-4,2
Emilia Romagna	59,3	Friuli	-6,2

(a) numero di esercizi per 10.000 abitanti

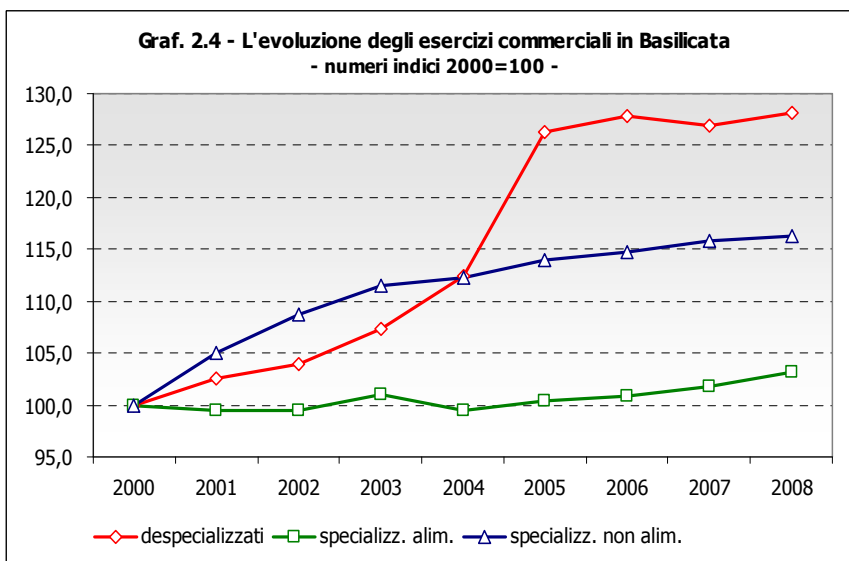
Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Nel corso dell'attuale decennio, la rete distributiva regionale ha evidenziato una crescita pressochè costante, sebbene negli ultimi anni il trend espansivo si sia notevolmente ridimensionato, assumendo un profilo più orientato alla stazionarietà (cfr. graf. 2.3).

In particolare, nell'intero periodo 2000-2008, gli esercizi commerciali in Basilicata sono aumentati ad un tasso medio annuo del 2,0%: un ritmo di espansione di poco superiore alla media nazionale (1,9%), ma più contenuto rispetto alla media meridionale (+2,4%). Tale andamento è la risultante di tassi di crescita significativamente elevati fino al 2003 (+3,0% in media per anno) e molto bassi nel periodo successivo (+1,3%); il rallentamento è stato assai marcato a partire dal 2006, con incrementi medi annui attestatisi intorno allo 0,7%.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Di segno analogo ma di diversa intensità i trend a livello dei principali formati distributivi. Il comparto despecializzato è risultato quello maggiormente espansivo, con un tasso medio annuo di crescita – tra il 2000 e il 2008 – pari al 3,5%; indice che, nel segmento della GDO, ha sfiorato il 22%. In termini assoluti, alla fine del periodo si contano, in regione, 385 esercizi commerciali despecializzati in più, 115 dei quali classificati nelle categorie dei supermercati, grandi magazzini e ipermercati.

Inoltre, a differenza di quanto osservato per l'intera rete commerciale, il comparto despecializzato ha mostrato un andamento decisamente più espansivo nel corso degli ultimi anni rispetto ad inizio decennio. Nel caso della GDO, in particolare, i tassi di incremento degli esercizi sono pressoché raddoppiati tra il periodo 2000-2003 e il periodo 2003-2008, risultando assai superiori a quelli registrati nel resto del Paese.

**Tab. 2.4 - L'evoluzione degli esercizi commerciali per tipologie**  
- var. % medie annue degli esercizi per periodi -

	Basilicata			Italia		
	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008
esercizi despecializzati	2,4	3,9	3,5	4,3	4,4	4,8
- di cui: GDO	10,6	21,6	21,8	10,1	15,9	16,7
esercizi specializzati	3,1	0,8	1,7	2,0	1,2	1,6
- alimentare	0,3	0,5	0,4	-1,3	-0,7	-0,9
- non alimentare	3,8	0,9	2,0	3,1	1,7	2,3
totale	3,0	1,3	2,0	2,3	1,6	1,9

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Al progressivo affermarsi delle forme moderne della distribuzione commerciale è corrisposta una tendenziale stazionarietà dello specializzato alimentare, dove la crescita degli esercizi non ha superato lo 0,4%, in media annua, tra il 2000 e il 2008 (in Italia, peraltro, il trend è ormai costantemente negativo). In effetti, l'evoluzione di questo formato distributivo è risultata fortemente condizionata dalla GDO, il cui sviluppo ha riguardato prevalentemente gli esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari quali sono, tipicamente, i supermercati e gli ipermercati.

Più sostenuta, invece, la crescita dello specializzato non alimentare (+2,0% nel decennio in corso), il cui trend, tuttavia, ha rallentato notevolmente negli ultimi anni, con tassi medi di incremento scesi al di sotto dell'1%.

## 2.2 L'OFFERTA COMMERCIALE SPECIALIZZATA

Gli esercizi commerciali specializzati rappresentano, come visto, la componente di gran lunga più importante della rete distributiva regionale, sebbene il loro "peso" si sia progressivamente ridotto nel decennio in corso, passando dall'83,5% del 2000 all'81,7% del 2008. E' interessante valutare, quindi, la composizione interna di questo comparto e le dinamiche delle diverse componenti merceologiche, a livello dei segmenti *food* e *non food*.

Con riferimento allo specializzato alimentare <sup>11</sup>, quasi il 40% dei circa 1.500 esercizi complessivi è rappresentato da macellerie; seguono, in ordine di importanza, le rivendite di tabacchi e i negozi di frutta e verdura, con quote pari – rispettivamente – al 21,7 e al 16,7%.

**Tab. 2.5 - Esercizi dello specializzato alimentare**  
- stock a fine 2008 e % su totale -

	Basilicata		Sud	Italia
	stock a fine 2008	% su totale	% su totale	% su totale
carne	592	39,6	32,2	27,1
tabacco	324	21,7	16,9	21,8
frutta e verdura	249	16,7	15,3	16,2
pesce	108	7,2	9,3	6,6
pane	80	5,4	7,6	9,6
salumi, prodotti caseari	61	4,1	9,5	7,9
bevande	27	1,8	3,4	4,5
altri prodotti alimentari	53	3,5	5,8	6,3
<b>totale esercizi</b>	<b>1.494</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Se si escludono le pescherie, la cui incidenza raggiunge il 7,2%, nessuna delle altre merceologie, che comprendono – tra l'altro – salumerie, caseifici e panetterie, raggiunge i 100 punti vendita a livello regionale. Ciò si spiega con il fatto che diverse attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari vengono realizzate nella stessa sede in cui si svolge l'attività produttiva (il caso tipico è proprio quello delle panetterie e dei caseifici), per cui l'impresa risulta spesso classificata nell'industria alimentare anziché nel commercio (la vendita viene considerata, quindi, come attività secondaria). Per quanto riguarda poi le salumerie, va osservato che quando la vendita riguarda anche prodotti ali-

<sup>11</sup> Il comparto (classe ATECO 52.2) include anche il commercio di bevande e tabacco.

mentari diversi dai salumi, come normalmente accade, l'esercizio è classificato nel commercio despecializzato <sup>12</sup>.

Il confronto con l'Italia evidenzia differenze significative nella distribuzione degli esercizi in base alla specializzazione. Se in Basilicata le macellerie "pesano" per il 39,6%, nel resto del Paese rappresentano soltanto il 27,1%; per contro, salumerie, panetterie, caseifici, ma anche i rivenditori di bevande, hanno una diffusione relativa nella regione molto inferiore alla media nazionale.

Gli indici di dotazione confermano la maggiore "densità" di macellerie in Basilicata (10,0 ogni 10 mila abitanti, contro le 6,1 in Italia); analogamente favorevole alla regione è la dotazione di rivenditorie di tabacchi, di negozi di frutta e verdura e pescherie, mentre nel caso dei panetterie, salumerie, caseifici e negozi di bevande, gli indici assumono valori decisamente più bassi a livello locale.

**Tab. 2.6 - Dotazione dello specializzato alimentare  
- esercizi commerciali per 10.000 abitanti a fine 2008 -**

	Basilicata	Sud	Italia
carne	10,0	9,4	6,1
tabacco	5,5	4,9	4,9
frutta e verdura	4,2	4,5	3,6
pesce	1,8	2,7	1,5
pane	1,4	2,2	2,2
salumi, prodotti caseari	1,0	2,8	1,8
bevande	0,5	1,0	1,0
altri prodotti alimentari	0,9	1,7	1,4
totale	25,3	29,2	22,5

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Se l'intero comparto dello specializzato alimentare ha registrato, come visto, una tendenziale stazionarietà degli esercizi nel corso del decennio, molto differenziate sono risultate le dinamiche delle principali merceologie (cfr. tab. 2.7). A frenare la crescita delle localizzazioni ha contribuito soprattutto il netto calo delle macellerie (77 in meno tra il 2000 e il 2008, per una variazione media annua pari al -1,4%); negativo anche il bilancio di salumerie e caseifici, mentre pressochè stabile è rimasto il numero di panetterie.

<sup>12</sup> La sotto-classe generalmente attribuita è la 52.12 ("commercio al dettaglio di prodotti alimentari vari in altri esercizi").

Trend espansivi hanno caratterizzato, invece, le pescherie e i negozi di frutta e verdura, sebbene – in entrambi i casi – i tassi di crescita hanno subito una progressiva decelerazione nel corso del decennio.

**Tab. 2.7 - L'evoluzione dello specializzato alimentare**  
- var. % medie annue degli esercizi per periodi -

	Basilicata			Italia		
	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008
carne	-2,1	-1,1	-1,4	-2,1	-1,5	-1,7
tabacco	2,2	4,0	3,5	3,2	3,5	3,6
frutta e verdura	3,5	1,5	2,3	-1,4	-1,7	-1,6
pesce	5,6	2,3	3,8	1,9	1,3	1,6
pane	3,4	-1,4	0,3	-0,8	-0,9	-0,8
salumi, prodotti caseari	-3,0	-3,1	-2,8	-6,3	-5,9	-5,4
bevande	8,0	-2,6	1,0	2,6	1,3	1,8
altri prodotti alimentari	-2,7	3,0	0,8	-4,9	0,5	-1,6
totale	0,3	0,5	0,4	-1,3	-0,7	-0,9

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Nel comparto del commercio specializzato non alimentare, gli esercizi di gran lunga più numerosi sono quelli dell'abbigliamento, che superano le 1.500 unità nell'intera regione, con un'incidenza sul totale pari al 24,0% (considerando anche i negozi di calzature si supera il 29%). Al di sopra del 10% è la quota dei negozi di mobili e di ferramenta, mentre chiudono la graduatoria i negozi di elettrodomestici, con 240 punti vendita a fine 2008 (3,8% del totale).

Rispetto al resto del Paese, la Basilicata vanta una più elevata dotazione di esercizi commerciali specializzati a livello di quasi tutte le principali merceologie (cfr. tab. 2.9). I differenziali più ampi si rilevano, in particolare, nella dotazione di negozi di ferramenta (12,1 ogni 10.000 abitanti, contro una media nazionale di 7,5), di mobili (13,3 contro 9,9) e di articoli di abbigliamento (25,7 contro 23,8). Una minore diffusione relativa in rapporto alla popolazione residente si registra, invece, per i rivenditori di libri e giornali ed i negozi di oggettistica varia.

**Tab. 2.8 - Esercizi dello specializzato non alimentare  
- stock a fine 2008 e % su totale -**

	Basilicata		Sud	Italia
	stock a fine 2008	% su totale	% su totale	% su totale
abbigliamento	1.516	24,0	25,3	25,1
mobili	768	12,1	11,3	10,5
ferramenta	716	11,3	8,8	7,9
farmacie, profumerie	513	8,1	8,4	8,9
libri e giornali	445	7,0	7,1	8,3
calzature	330	5,2	5,1	5,4
tessile	265	4,2	4,3	4,3
fiori e piante	255	4,0	3,2	3,4
oggettistica	255	4,0	5,0	4,8
gioiellerie, orologerie	249	3,9	3,6	3,7
elettrodomestici	240	3,8	3,6	3,4
altri prodotti	776	12,3	14,2	14,4
<b>totale esercizi</b>	<b>6.328</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tab. 2.9 - Dotazione dello specializzato non alimentare  
- esercizi commerciali per 10.000 abitanti a fine 2008 -**

	Basilicata	Sud	Italia
abbigliamento	25,7	27,9	23,8
mobili	13,0	12,5	9,9
ferramenta	12,1	9,8	7,5
farmacie/profumerie	8,7	9,3	8,4
libri e giornali	7,5	7,8	7,9
calzature	5,6	5,7	5,1
tessile	4,5	4,8	4,1
fiori e piante	4,3	3,5	3,2
oggettistica	4,3	5,5	4,6
gioiellerie, orologerie	4,2	4,0	3,5
elettrodomestici	4,1	4,0	3,2
altri prodotti	13,1	15,6	13,6
<b>totale</b>	<b>107,1</b>	<b>110,3</b>	<b>94,8</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Tra il 2000 e il 2008, il comparto nel suo complesso ha incrementato di quasi 900 unità il numero dei punti vendita nella regione (il 2,0% in più, in media, per anno); tale crescita si è concentrata prevalentemente nei primi

anni del decennio (fino al 2003), per esaurirsi quasi del tutto nel periodo successivo. Alcuni settori – segnatamente, l’abbigliamento, le calzature e gli elettrodomestici – hanno iniziato infatti a ridimensionarsi, mentre in tutti gli altri il trend espansivo si è fortemente ridotto.

**Tab. 2.10 - L'evoluzione dello specializzato non alimentare**  
- var. % medie annue degli esercizi per periodi -

	Basilicata			Italia		
	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008	2000/ 2003	2003/ 2008	2000/ 2008
abbigliamento	5,3	-0,4	1,7	4,7	1,2	2,7
mobili	5,3	1,2	2,9	4,4	2,1	3,1
ferramenta	2,7	2,1	2,4	3,3	2,3	2,8
farmacie/profumerie	3,8	2,1	2,9	2,2	2,3	2,3
libri e giornali	3,2	0,6	1,6	1,3	1,0	1,2
calzature	3,6	-0,1	1,3	2,8	2,3	2,6
tessile	-1,8	13,1	7,1	-0,6	11,6	6,9
gioiellerie, orologerie	1,9	0,2	0,8	1,8	1,7	1,8
elettrodomestici	0,7	-6,8	-4,1	2,5	-5,1	-2,5
altri prodotti	4,5	2,4	3,4	2,6	1,9	2,2
totale	3,8	0,9	2,0	3,1	1,7	2,3

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Nel caso degli elettrodomestici, la consistente riduzione dei negozi (oltre un centinaio di unità in meno dall’inizio del decennio) è ascrivibile, in parte, allo sviluppo di superfici di medio-grandi dimensioni specializzate in questa categoria merceologica; mentre sul recente arretramento dei negozi di abbigliamento e calzature può aver influito la recessione dei consumi che, in Basilicata, ha interessato in misura rilevante questi beni.

### 2.3 PRESENZA E SVILUPPO DELLA GDO

I dati dell’Osservatorio nazionale del commercio forniscono un quadro sufficientemente completo delle caratteristiche e dell’evoluzione della grande distribuzione organizzata, in termini di numerosità degli esercizi, dimensioni delle superfici di vendita, addetti e collegamenti economici, per ciascuno dei diversi formati di questo canale distributivo.

Alla fine del 2008, sono stati censiti – in Basilicata – 185 esercizi attivi della GDO, per una superficie di vendita complessiva pari a circa 104 mila mq.. La tipologia più diffusa – con 105 esercizi – è rappresentata dai minimercati: medie strutture (200-400 mq.) che operano nel despecializzato alimentare a



libero servizio, con caratteristiche analoghe a quelle dei supermercati, eccetto che per il parametro dimensionale. Pur rappresentando oltre la metà dei punti vendita della GDO, i minimercati concentrano meno del 30% della superficie di vendita complessiva, trattandosi di esercizi con dimensioni medie abbastanza contenute (282 mq.). La seconda tipologia per numerosità di strutture è quella dei supermercati (70 punti vendita); in termini di superfici, tuttavia, si tratta del formato distributivo di gran lunga più importante, con oltre 50 mila mq. complessivi, pari al 49,0% del totale (in questo caso, la dimensione media per esercizio supera i 700 mq.).

A completare il quadro della GDO in Basilicata vi sono poi 7 esercizi operanti nel settore non alimentare (5 grandi magazzini e 2 grandi superfici specializzate, una nel comparto "ferramenta, bricolage, giardinaggio" e l'altra nel "tessile, abbigliamento, pellicceria"), la cui superficie di vendita complessiva è pari a circa 10 mila mq. (il 17% del totale), e 3 ipermercati con una dimensione media di 4,4 mila mq..

**Tab. 2.11 - La Grande Distribuzione Organizzata in Basilicata  
- 31.12.2008 -**

	punti vendita (numero)	superf. di vendita (mq.)	superf. media (mq.)	grado di penetrazione (mq.x1.000 ab.)
supermercati	70	50.773	725	86,0
grandi magazzini	5	6.969	1.394	11,8
ipermercati	3	13.210	4.403	22,4
minimercati	105	29.601	282	50,1
grandi superf. specializzate	2	3.085	1.543	5,2
totale GDO	185	103.638	560	175,5
GDO - minimercati	80	74.037	925	125,4

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Dal confronto con la composizione tipologica della GDO a livello meridionale e nazionale (cfr. tab. 2.12) emerge una marcata "specializzazione" della regione nei minimercati e, in misura minore, nei supermercati (quindi, in generale, negli esercizi commerciali con prevalenza di prodotti alimentari). Nel primo caso, l'incidenza – in termini di superfici di vendita sul totale – è pari al 28,6% in Basilicata, contro l'8,1% dell'Italia e il 12,8% del Mezzogiorno; per i supermercati, invece, la quota raggiunge il 49,0% nella regione, sfiorando soltanto il 42,0% nel resto del Paese.

Molto inferiore alla media, quindi, è la diffusione relativa degli altri formati distributivi: i differenziali più ampi riguardano le grandi superfici specializzate che, a livello regionale, non superano il 3% della superficie di vendita complessiva della GDO, mentre rappresentano il 17,9% e il 22,0%, rispettivamente, nel Mezzogiorno e in Italia.

**Tab. 2.12 - Superfici di vendita per formati distributivi**  
- indici % su totale -

	Basilicata	Mezzogiorno	Italia
supermercati	49,0	41,9	41,5
grandi magazzini	6,7	11,4	10,8
ipermercati	12,7	16,1	17,5
minimercati	28,6	12,8	8,1
grandi superf. specializz.	3,0	17,9	22,0
totale GDO	100,0	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Un'altra caratteristica della GDO lucana è costituita dalle più ridotte dimensioni medie degli esercizi commerciali: nel complesso, la superficie di vendita raggiunge i 560 mq. per struttura, circa 300 in meno rispetto alla GDO meridionale e oltre 500 in meno rispetto a quella nazionale. Questo dato è evidentemente influenzato dalla maggiore presenza, in Basilicata, dei formati più piccoli (minimercati e supermercati), ma uno scarto negativo è riscontrabile a livello di ciascuna tipologia distributiva, come si può osservare nella tabella seguente.

**Tab. 2.13 - Superfici medie degli esercizi della GDO**  
- mq. per punto vendita -

	Basilicata	Mezzogiorno	Italia
supermercati	725	780	882
grandi magazzini	1.394	1.240	1.548
ipermercati	4.403	6.525	6.163
minimercati	282	288	295
grandi superf. specializz.	1.543	2.888	2.918
totale GDO	560	862	1.089
GDO - minimercati	925	1.219	1.426

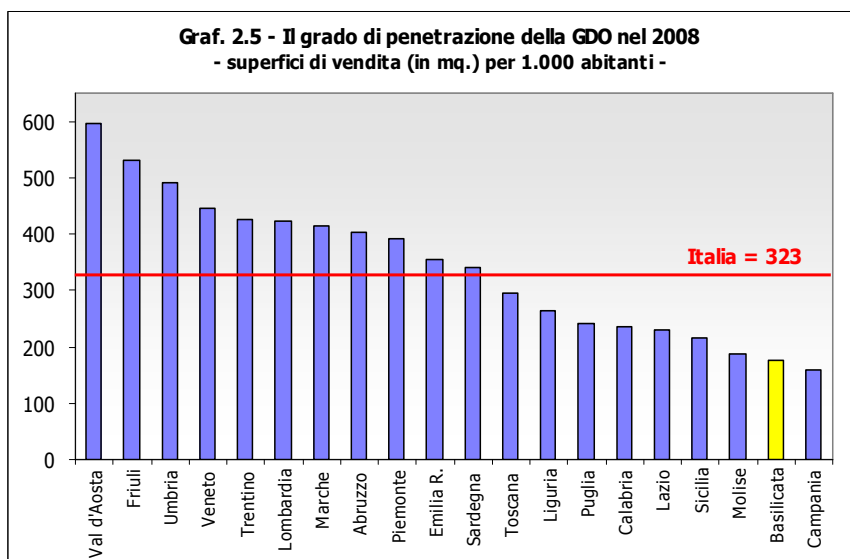
Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Il rapporto tra le superfici di vendita e la popolazione residente fornisce una misura della dotazione di GDO e del suo grado di penetrazione nella rete commerciale al dettaglio. Considerando tutti i formati distributivi, nella regione si rilevano 175,5 mq. ogni 1.000 abitanti: un valore ancora molto lontano dalla media nazionale (pari a 322,9), e inferiore anche a quella meridionale (227,7). Gli scostamenti sono ancora più accentuati se si esclude la tipologia dei minimercati, l'unica a presentare una densità di presenza più elevata a livello locale.

**Tab. 2.14 - Grado di penetrazione della GDO  
- superfici di vendita (mq.) x 1.000 abitanti -**

	Basilicata	Mezzogiorno	Italia
supermercati	86,0	95,3	134,2
grandi magazzini	11,8	26,0	34,9
ipermercati	22,4	36,6	56,7
minimercati	50,1	29,1	26,1
grandi superf. specializz.	5,2	40,7	71,2
<b>totale GDO</b>	<b>175,5</b>	<b>227,7</b>	<b>322,9</b>
GDO - minimercati	125,4	198,6	296,9

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

In effetti, la Basilicata si colloca al penultimo posto della graduatoria nazionale dell'indice, precedendo soltanto la Campania e accusando "ritardi" significativi anche nei confronti delle regioni contermini della Puglia e della Calabria (cfr. graf. 2.5).

Nel corso degli ultimi anni, tuttavia, la GDO lucana è cresciuta a ritmi decisamente elevati, recuperando parte del *gap* (in termini di dotazioni) che tuttora la caratterizza rispetto al resto del Paese.

Escludendo la tipologia dei minimercati, che solo recentemente è entrata a far parte dell'universo di rilevazione dell'Osservatorio nazionale sul commercio, il numero complessivo di esercizi è passato dai 56 del 2003 agli 80 del 2008, per un incremento di quasi il 43%. Ancora più accentuato è stato l'aumento delle superfici di vendita, che hanno registrato una variazione del +62,5%, a segnalare, quindi, maggiori dimensioni medie delle nuove aperture. Considerato che, nello stesso periodo, il trend demografico – a livello regionale – è risultato lievemente negativo (-1,1%), il grado di penetrazione della GDO è aumentato di oltre il 64%.

Si tratta, in tutti i casi, di dinamiche molto più sostenute rispetto a quelle registrate in ambito nazionale dove, ad esempio, l'aumento dell'indice di dotazione delle superfici di vendita non ha superato il 30%.

**Tab. 2.15 - Lo sviluppo della GDO nel periodo 2003-2008**  
- tassi di variazione % -

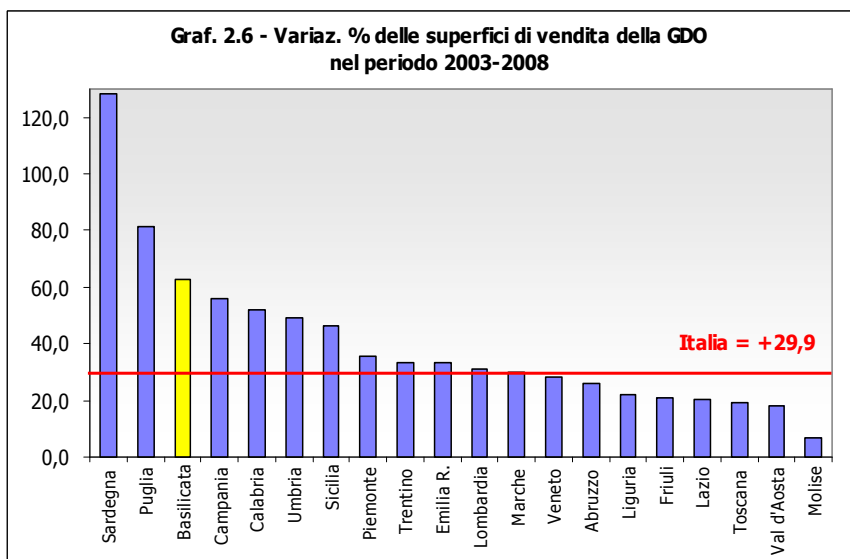
	Basilicata	Mezzogiorno	Italia
punti vendita	42,9	42,9	29,2
superfici di vendita	62,5	58,2	34,7
superfici medie	13,7	10,8	4,3
grado di penetrazione (a)	64,3	56,8	29,9

(a) mq. di superficie di vendita x 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Dopo la Sardegna e la Puglia, la Basilicata è la regione con il più elevato tasso di incremento delle superfici della GDO nel periodo considerato, in una graduatoria che vede tutte le regioni meridionali occupare le prime posizioni, con le sole eccezioni dell'Abruzzo e del Molise.

Sembrirebbe esservi, quindi, una correlazione tra le dotazioni iniziali e la crescita della GDO nelle diverse aree, nel senso che a più bassi livelli di partenza corrispondono progressi più rilevanti.

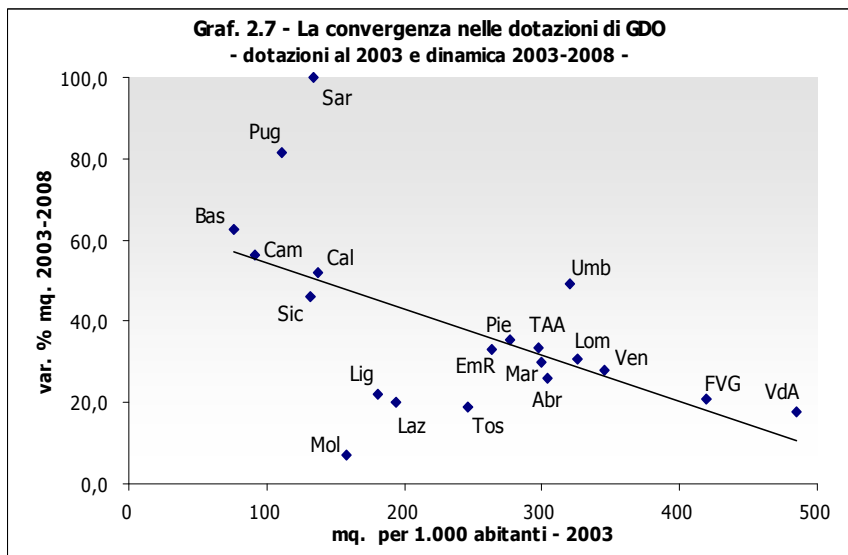


Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Al fine di misurare il fenomeno della convergenza nelle dotazioni di GDO tra le regioni si è costruito il graf. 2.7 che riporta, lungo l'asse orizzontale, il valore delle superfici di vendita ogni 1.000 abitanti al 2003, su quello verticale, i tassi di incremento delle superfici nel periodo 2003-2008.

In effetti, gran parte delle regioni del centro-nord con un'elevata dotazione di GDO all'inizio del periodo hanno registrato tassi di espansione delle superfici di vendita relativamente bassi; per contro, quasi tutte le regioni meridionali hanno recuperato parte dello "svantaggio" iniziale grazie ad una crescita molto sostenuta, sebbene soltanto l'Abruzzo e la Sardegna abbiano raggiunto una densità di GDO in linea con la media nazionale o, addirittura, superiore ad essa.

Le uniche regioni che non sembrano condividere questa evoluzione di convergenza sono la Liguria, il Lazio e il Molise che, nel 2003, presentavano un indice di dotazione al di sotto della media e che, nel periodo successivo, hanno registrato incrementi delle superfici di vendita relativamente bassi.



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Approfondendo l'analisi dei trend della GDO in Basilicata per tipologie distributive, si può osservare come i formati più dinamici siano risultati gli ipermercati e i grandi magazzini: in entrambi i casi, le superfici di vendita sono più che raddoppiate per effetto di 2 nuove aperture tra gli ipermercati (passati da 1 a 3) e di altrettante tra i grandi magazzini (da 3 a 5).

**Tab. 2.16 - L'evoluzione della GDO in Basilicata**  
- variaz. assolute e % nel periodo 2003-2008 -

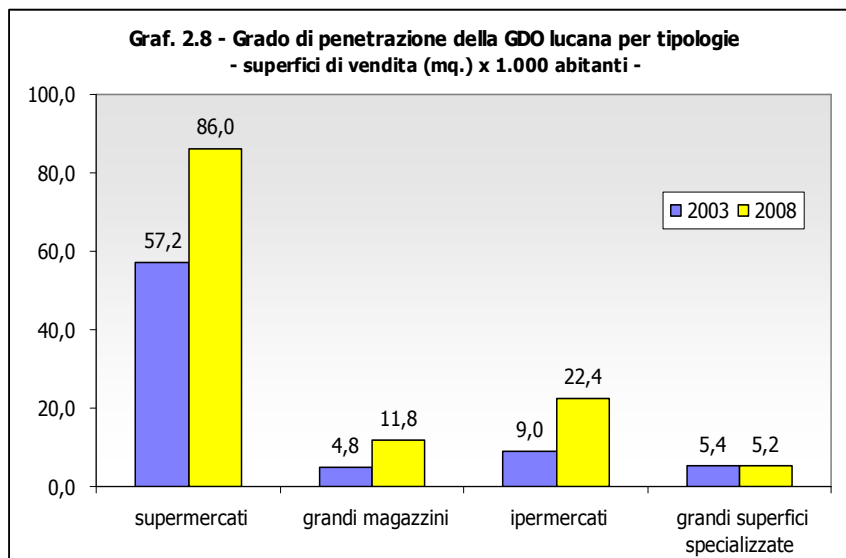
	variaz. assolute		variaz. %	
	punti vendita	superf. di vendita	punti vendita	superf. di vendita
supermercati	20	16.628	40,0	48,7
grandi magazzini	2	4.107	66,7	143,5
ipermercati	2	7.850	200,0	146,5
grandi superf. specializz.	-	-110	-	-3,4
<b>totale GDO</b>	<b>24</b>	<b>28.475</b>	<b>42,9</b>	<b>62,5</b>

(a) mq. di superficie di vendita x 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

In termini assoluti, tuttavia, il contributo maggiore alla crescita delle superfici è venuto dai supermercati, cui è imputabile quasi il 60% dell'incremento complessivo. Invariato, infine, il numero di esercizi classificati tra le grandi superfici specializzate che, nel resto del Paese, hanno registrato invece i tassi di sviluppo più elevati.

Il graf. 2.8 sintetizza l'evoluzione degli indici di dotazione relativi a ciascun formato distributivo tra il 2003 e il 2008.



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

L'Osservatorio nazionale del commercio fornisce anche le stime delle vendite al dettaglio realizzate dai principali formati distributivi; è possibile, in tal modo, valutare la dimensione economica della GDO nel sistema commerciale regionale.

Il fatturato degli esercizi della grande distribuzione in Basilicata è ammontato a circa 600 milioni di euro nel 2008, pari a quasi il 24% del valore complessivo delle vendite al dettaglio, a fronte di un'incidenza che, nel Mezzogiorno e in Italia, ha raggiunto il 27,5 ed il 41,2%, rispettivamente. Tali scostamenti riflettono, evidentemente, la minore dotazione relativa di GDO a livello regionale, come anche le più ridotte dimensioni medie (in termini di superfici) degli esercizi di questo formato rispetto al resto del Paese.

**Tab. 2.17 - Vendite al dettaglio per formati distributivi nel 2008**  
- valori assoluti (in milioni di Euro) e indici % -

	Basilicata		Sud	Italia
	ml. di euro	%	%	%
GDO	598	23,9	27,5	41,2
piccola/media distribuzione	1.904	76,1	72,5	58,8
<b>totale</b>	<b>2.502</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
di cui: alimentare				
GDO	443	41,4	40,5	62,7
piccola/media distribuzione	626	58,6	59,5	37,3
<b>totale</b>	<b>1.069</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
di cui: non alimentare				
GDO	155	10,9	15,6	23,5
piccola/media distribuzione	1.278	89,1	84,4	76,5
<b>totale</b>	<b>1.433</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

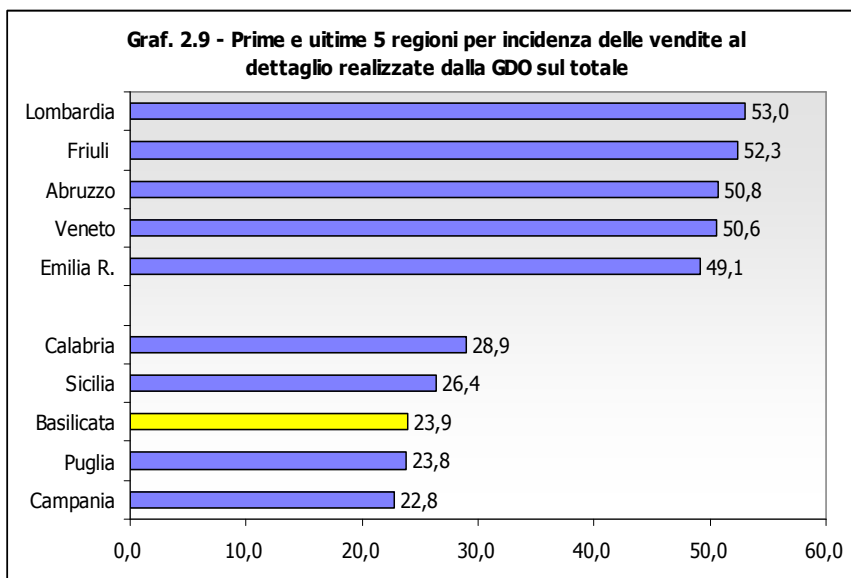
Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Il "peso" economico della distribuzione moderna è molto più elevato nel comparto alimentare, dove oltre il 41% delle vendite si concentra nelle medie e grandi strutture commerciali: un quota che rimane distante da quella nazionale (62,7%) ma che supera lievemente quella meridionale (40,5%). Per contro, nel comparto non alimentare il fatturato della GDO lucana sfiora soltanto l'11% del totale, meno della metà del dato rilevato in Italia (23,5%).

E' interessante osservare infine che, nel contesto di un mercato rallentamento delle vendite al dettaglio negli ultimi anni, la GDO ha mostrato una discreta capacità di "tenuta", a differenza del piccolo commercio che ha subito perdite più o meno consistenti del volume d'affari (cfr. tab. 2.18).

Si assiste, quindi, ad un crescente rafforzamento economico del canale commerciale moderno, la cui espansione – nel periodo più recente – tende sempre più a sottrarre quote di mercato al canale "tradizionale".





Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

**Tab. 2.18 - Vendite al dettaglio per formati distributivi  
- tassi di variazione % -**

	Basilicata		Sud		Italia	
	2006/ 2007	2007/ 2008	2006/ 2007	2007/ 2008	2006/ 2007	2007/ 2008
GDO	3,9	2,2	2,9	2,1	1,3	1,6
piccola/media distribuzione	0,3	-1,3	-0,7	-1,7	-0,0	-1,8
totale	1,2	-0,4	0,2	-0,7	0,5	-0,4
di cui: alimentare						
GDO	4,1	2,1	2,8	2,7	1,5	2,6
piccola/media distribuzione	0,5	-1,7	-0,6	-1,8	0,2	-1,6
totale	1,9	-0,1	0,7	0,0	1,0	1,0
di cui: non alimentare						
GDO	4,1	2,6	3,0	0,7	1,1	-0,3
piccola/media distribuzione	0,2	-1,1	-0,8	-1,7	-0,1	-1,9
totale	0,6	-0,7	-0,3	-1,3	0,2	-1,5

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

## BOX

### GLI OBIETTIVI DI PRESENZA E SVILUPPO DELLA GDO NELLA PROGRAMMAZIONE REGIONALE

La LR 19/1999 ha fissato dei vincoli quantitativi allo sviluppo delle grandi strutture di vendita (esercizi aventi superficie di vendita superiore ai 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti ed ai 2.500 mq. nei comuni con oltre 10.000 abitanti). In base all'art. 20 (comma 11), infatti, le autorizzazioni per tali esercizi possono essere concesse "tenuto conto degli obiettivi di presenza e sviluppo" indicati in:

- 16.500 mq. di superficie di vendita complessiva per nuovi esercizi nel settore alimentare misto (ipermercati e supermercati);
- 10.500 mq. di superficie di vendita complessiva per 3 nuovi insediamenti commerciali nel settore non alimentare (grandi magazzini, grandi superfici specializzate).

Partendo dall'attuale dotazione di superfici di vendita della GDO lucana (considerando tutti i formati distributivi rilevati dall'Osservatorio nazionale sul commercio) è possibile calcolare le superfici complessive che potrebbero essere raggiunte nel caso in cui quelle previste dalla programmazione fossero effettivamente richieste ed autorizzate.

Il prospetto seguente sintetizza i risultati di questa simulazione, riportando anche i nuovi indici di dotazione:

#### Situazione attuale e obiettivi di sviluppo della GDO lucana

	situazione attuale		obiettivi di sviluppo		proiezione	
	superf. vendita	dotazione (a)	superf. vendita	dotazione (a)	superf. vendita	dotazione (a)
alimentare misto	93.584	158,5	16.500	27,9	110.084	186,4
non alimentare (b)	10.054	17,0	10.500	17,8	20.554	34,8
<b>totale</b>	<b>103.638</b>	<b>175,5</b>	<b>27.000</b>	<b>45,7</b>	<b>130.638</b>	<b>221,2</b>

(a) mq. di superficie di vendita x 1.000 abitanti

(b) il non alimentare comprende i "grandi magazzini" e le "grandi superfici specializzate"

Fonte: ns. elaborazioni

Le superfici di vendita programmate, pari a 27.000 mq., determinerebbero un incremento di circa il 26% dell'attuale offerta, mentre l'indice di dotazione (superfici ogni 1.000 abitanti) passerebbe da 175,5 a 221,2, un valore – quest'ultimo – in linea con l'attuale media meridionale (227,7).

Con riferimento ai due principali comparti merceologici, il "non alimentare" raddoppierebbe le superfici di vendita (da 10.054 a 20.554 mq.); tuttavia, il nuovo indice di dotazione rimarrebbe attestato su livelli (34,8) sempre molto "lontani" non soltanto dal dato nazionale ma anche da quello meridionale (66,7).

Al contrario, l'"alimentare misto" raggiungerebbe una presenza media, in rapporto alla popolazione residente, discretamente elevata (186,4 mq. di superficie di vendita ogni 1.000 abitanti), che posizionerebbe la GDO lucana tra l'attuale indice di dotazione meridionale (161,0) e l'attuale indice di dotazione nazionale (216,9).



### 3. LA RETE DISTRIBUTIVA A LIVELLO TERRITORIALE

La LR 19/1999 ha individuato 6 aree sovracomunali, configurabili come aree di gravitazione commerciale, determinate sulla base di parametri relativi all'accessibilità e facilità di collegamento e di legami di natura economica. All'interno di ciascuna è stato indicato un comune "capo-area" che, in virtù di una maggiore dimensione demografica e di una collocazione geografica baricentrica, dovrebbe costituirne il naturale polo di attrazione <sup>13</sup>.

La previsione di bacini commerciali all'interno della legge regionale è derivata:

- da un'esigenza tecnico-economica della programmazione: essendo il commercio un'attività fortemente territoriale, le localizzazioni commerciali devono tener conto delle porzioni di territorio che intendono servire;
- da un'esigenza normativa: il Decreto Legislativo 114 del 1998 aveva previsto quattro possibili ambiti territoriali ai fini della definizione degli indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali da parte delle Regioni: le aree metropolitane, le aree sovracomunali (intese come un unico bacino di utenza per le quali individuare criteri di sviluppo omogenei), i centri storici e i centri di minore consistenza demografica.

L'analisi della consistenza e della recente evoluzione della rete distributiva a livello territoriale è condotta, quindi, con riferimento alle aree gravitazionali previste dalla legge regionale.

#### 3.1 UN BREVE PROFILO DELLE AREE DI GRAVITAZIONE COMMERCIALE

La tab. 3.1 sintetizza le dimensioni demografiche delle aree gravitazionali del commercio in Basilicata, evidenziando anche la posizione – in ciascuna – del comune *leader*.

Con 56 comuni e 220 mila abitanti (pari al 37,2% della popolazione regionale complessiva), il bacino commerciale di Potenza è di gran lunga il più importante, seguito da quello di Matera, che conta quasi 110 mila abitanti, concentrati però in 11 comuni soltanto. Diverso quindi è il "peso" demografico

---

<sup>13</sup> Circa la metodologia utilizzata per la delimitazione delle 6 aree gravitazionali e dei rispettivi comuni "capo-area" si rinvia a: Regione Basilicata, "Indirizzi generali per l'insediamento delle attività commerciali e criteri di programmazione urbanistica riferiti al settore commerciale", dicembre 1998.

dei due comuni capoluogo all'interno delle rispettive aree e, in conseguenza di ciò, il potenziale di attrattiva commerciale da essi esercitabile (Potenza rappresenta, infatti, il 31,2% dell'intera popolazione dell'area, mentre Matera raggiunge il 55,1%).

**Tab. 3.1 - Le aree gravitazionali del commercio: dimensione demografica e densità abitativa (a)**

	numero comuni	popolazione		% comune capo-area	densità abitativa	
		totale	capo-area		totale	altri comuni
1. Matera	11	109.511	60.383	55,1	61,3	35,1
2. Potenza	56	219.894	68.594	31,2	61,3	44,3
3. Melfi	14	86.960	17.383	20,0	68,2	65,1
4. Lauria	20	59.190	13.504	22,8	47,9	43,1
5. Senise	19	35.318	7.385	20,9	33,7	29,4
6. Pisticci	11	79.728	17.925	22,5	75,1	74,4
totale regione	131	590.601	185.174	31,4	59,1	46,5

(a) abitanti per kmq

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

Il bacino commerciale di dimensioni più ridotte è quello di Senise, dove i residenti superano di poco le 35 mila unità e assai modesto è anche il rilievo demografico assunto dal comune capo-area, che concentra il 20,9% della popolazione complessiva, analogamente – peraltro – a quanto si osserva nelle altre aree, dove la quota di popolazione residente nel comune principale si attesta tra il 20 e il 23%.

Le 6 aree si differenziano, inoltre, in base alla densità abitativa (calcolata come rapporto tra abitanti e superficie territoriale), che può essere utilizzata come "proxy" dei livelli di concentrazione/dispersione della popolazione sul territorio: un basso valore dell'indice, in particolare, segnala una maggiore dispersione relativa della popolazione (e, quindi, dei centri abitati); viceversa, un valore più elevato indica la presenza di maggiori e/o più diffuse concentrazioni urbane.

Nella tab. 3.1 la densità abitativa è stata calcolata sia a livello di area complessiva, sia "al netto" del dato relativo al comune *leader* che, in alcuni casi (le aree gravitazionali di Matera e Potenza), produce una "spalmatura" eccessiva della popolazione sul territorio che risulta, invece, fortemente concentrata proprio nel comune capofila.

I bacini caratterizzati dalla più bassa densità abitativa sono quelli di Senise e di Lauria, dove l'indice è pari – rispettivamente – a 33,7 ed a 47,9 abitanti

per kmq, contro una media regionale di 59,1; per contro, l'indice risulta molto elevato nelle aree di Pisticci (75,1) e Melfi (68,2). Con riferimento ai bacini di Matera e Potenza, si può osservare come, a fronte di densità abitative identiche a livello di intera area e lievemente superiori alla media regionale, le porzioni di territorio che "gravitano" sui comuni *leader* mostrano valori dell'indice molto bassi, soprattutto nel caso di Matera (35,1).

Nel quinquennio 2003-2008 la popolazione lucana ha evidenziato un trend negativo, riducendosi complessivamente dell'1,1% (6,4 mila unità in meno). Le flessioni più consistenti hanno riguardato le aree di Senise e Lauria, dove le perdite sono risultate comprese tra il 3,0 e il 3,5%. Più contenuto, ma pur sempre superiore alla media regionale, il calo registrato nell'area di Potenza (-1,9%), cui ha contribuito anche la mancata crescita della popolazione nel comune capoluogo.

**Tab. 3.2 - La dinamica demografica nelle aree gravitazionali nel periodo 2003-2008 (variazioni della popolazione residente)**

	variaz. assolute			variaz. %		
	totale area	comune capo-area	altri comuni	totale area	comune capo-area	altri comuni
1. Matera	-63	1.740	-1.803	-0,1	3,0	-3,5
2. Potenza	-4.225	-326	-3.899	-1,9	-0,5	-2,5
3. Melfi	461	627	-166	0,5	3,7	-0,2
4. Lauria	-1.816	-246	-1.570	-3,0	-1,8	-3,3
5. Senise	-1.297	161	-1.458	-3,5	2,2	-5,0
6. Pisticci	541	88	453	0,7	0,5	0,7
totale regione	-6.399	2.044	-8.443	-1,1	1,1	-2,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati ISTAT

Nel bacino commerciale di Matera, invece, il forte incremento demografico del capoluogo (+3,0%) ha compensato le dinamiche negative degli altri comuni, determinando una sostanziale stazionarietà della popolazione residente nell'intera area nel periodo considerato. Lievemente positivo, infine, il bilancio per le aree di Melfi (+0,5%) e di Pisticci (+0,7%): se nella prima la crescita della popolazione si è concentrata in larga misura nel comune *leader*, nella seconda è risultata territorialmente più diffusa.

Nel complesso, quindi, le dinamiche demografiche hanno rafforzato il "peso" dei comuni capo-area che, nell'insieme, hanno registrato un incremento della popolazione dell'1,1%, a fronte di una flessione del 2,0% negli altri comuni.

Il settore commerciale è, evidentemente, a servizio non soltanto della popolazione residente ma anche di quella non residente ma presente sul territorio; in quest'ultima componente rientrano i visitatori e i turisti.

Un'analisi dei livelli di dotazione e degli indici di sviluppo dei servizi commerciali nelle diverse aree gravitazionali non può prescindere, perciò, da una valutazione del rilievo che assume, a livello territoriale, il fenomeno turistico. A tal fine, è possibile utilizzare i dati relativi alle presenze turistiche, ossia il numero di pernottamenti nelle strutture ricettive (ogni turista "vale", quindi, tante volte quante sono le notti che trascorre in una località).

L'area di Pisticci, che comprende tutti i comuni della fascia jonica, conta oltre un milione di presenze annue (circa il 62% del totale regionale); 260 mila presenze (pari al 14,0%) si concentrano, invece, nell'area di Lauria, nella quale ricadono il comune di Maratea e molti centri del Parco del Pollino.

**Tab. 3.3 - Presenze turistiche per aree gravitazionali  
- 2008 -**

	presenze turistiche	% su totale	residenti equivalenti (a)	presenze (b) x 1.000 ab.
1. Matera	162.697	8,7	446	4,1
2. Potenza	162.338	8,7	445	2,0
3. Melfi	86.755	4,7	238	2,7
4. Lauria	260.335	14,0	713	12,1
5. Senise	43.119	2,3	118	3,3
6. Pisticci	1.147.129	61,6	3.143	39,4
totale regione	1.862.373	100,0	5.102	8,6

(a) presenze turistiche / 365

(b) presenze espresse in termini di "residenti equivalenti"

Fonte: ns. elaborazioni su dati APT

Le aree dei due comuni capoluogo registrano un volume di presenze analogo (intorno alle 162 mila) pur avendo dimensioni molto diverse (l'area gravitazionale di Matera è circa la metà di quella di Potenza, sia dal punto di vista demografico che dell'estensione territoriale).

Il numero di presenze turistiche può essere tradotto in numero di residenti per anno (dividendo, quindi, le presenze per 365 notti); in tal modo, si può stimare quanta popolazione "insista" effettivamente su un territorio, a prescindere dal fatto che si tratti di residenti o meno, approssimando meglio la



domanda potenziale di servizi commerciali <sup>14</sup>. Così, ad esempio, le presenze turistiche registrate nell'area di Pisticci equivalgono ad oltre 3 mila abitanti in più nell'arco di un anno, mentre nell'intera regione i "residenti equivalenti" superano le 5 mila unità.

Rapportando le presenze turistiche espresse in termini di "residenti equivalenti" alla popolazione residente complessiva si ottiene un indicatore di densità turistica che, nella media regionale, è pari a 8,6 presenze ogni 1.000 abitanti, mentre nelle aree di Pisticci e Lauria raggiunge – rispettivamente – il valore di 39,4 e di 12,1.

### 3.2 LA DOTAZIONE DI SERVIZI COMMERCIALI NELLE AREE GRAVITAZIONALI

La densità media della rete distributiva al dettaglio, misurata in rapporto alla popolazione residente, presenta significativi scostamenti tra le sei aree di gravitazione commerciale.

I bacini territoriali con la maggiore concentrazione relativa di esercizi commerciali sono quelli di Senise e di Lauria, dove si contano – rispettivamente – 18,5 e 18,1 punti vendita ogni 1.000 abitanti, a fronte di una media regionale di 16,2; al di sotto della media si posizionano, invece, i bacini dei due comuni capoluogo e quello di Melfi.

**Tab. 3.4 - Esercizi commerciali e indici di dotazione (a) nelle aree gravitazionali (2008)**

	esercizi commerciali		popolaz. % su tot.	indici di dotazione
	numero	% su tot.		
1. Matera	1.706	17,8	18,5	15,6
2. Potenza	3.483	36,4	37,2	15,8
3. Melfi	1.363	14,2	14,7	15,7
4. Lauria	1.073	11,2	10,0	18,1
5. Senise	655	6,8	6,0	18,5
6. Pisticci	1.291	13,5	13,5	16,2
totale regione	9.571	100,0	100,0	16,2

(a) numero di esercizi ogni 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

<sup>14</sup> Ovviamente, le abitudini e i comportamenti di spesa dei turisti non sono assimilabili a quelli dei residenti e variano in misura significativa a seconda del tipo di turismo praticato.

Se si tiene conto anche delle presenze turistiche espresse in termini di "residenti equivalenti", l'indice di dotazione si riduce sensibilmente nell'area di Pisticci (da 16,2 a 15,6) e, in misura più contenuta, in quella di Lauria (da 18,1 a 17,9), mentre rimane pressoché invariato nelle altre.

La dotazione di esercizi è ovviamente più elevata nei comuni capo-area, costituendo – essi – i poli di gravitazione commerciale all'interno di ciascun bacino (il loro sistema distributivo è a servizio, quindi, di una popolazione più ampia rispetto a quella residente nel comune): in media, nei comuni capo-area si contano 17,5 esercizi ogni 1.000 abitanti, mentre negli altri comuni l'indice si attesta a 15,6. Soltanto nei bacini di Matera e Potenza, tuttavia, la differenza nei livelli di dotazione relativa tra il comune capo-area e i restanti comuni si presenta significativamente elevata, a conferma del maggiore potenziale di attrazione dei due principali centri urbani della regione. L'eccezione è rappresentata dall'area di Melfi dove il comune capo-area fa registrare un numero di esercizi commerciali in rapporto alla popolazione residente inferiore a quello rilevato, in media, nei restanti comuni; ciò per effetto della presenza – nell'area – di diversi centri urbani di dimensioni significative, oltre a Melfi.

**Tab. 3.5 - Indici di dotazione commerciale (a)  
nelle aree gravitazionali (2008)**

	totale area	comune capo-area	altri comuni
1. Matera	15,6	16,6	14,3
2. Potenza	15,8	18,8	14,5
3. Melfi	15,7	14,5	16,0
4. Lauria	18,1	18,9	17,9
5. Senise	18,5	18,6	18,5
6. Pisticci	16,2	16,6	16,1
totale regione	16,2	17,5	15,6

(a) numero di esercizi ogni 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

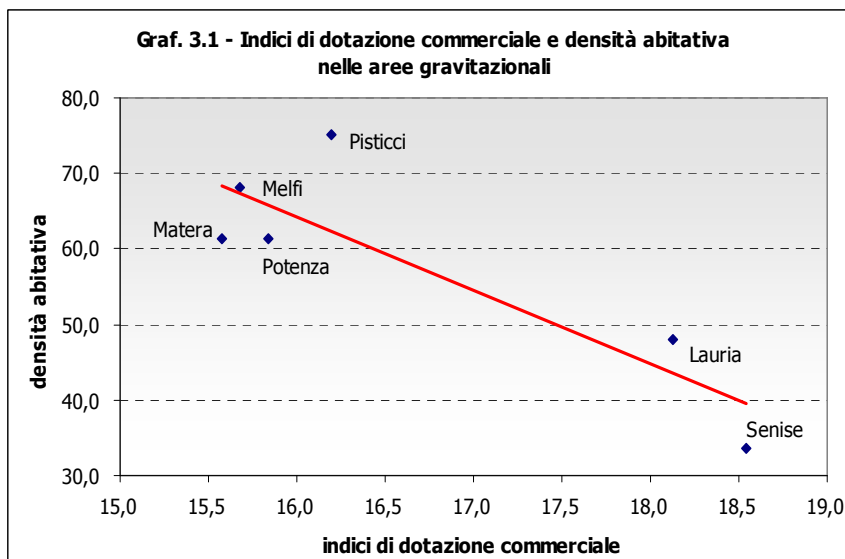
Molteplici sono i fattori che concorrono a determinare la variabilità territoriale dell'indice di dotazione commerciale. Un primo fattore è costituito dal grado di concentrazione/dispersione della popolazione sul territorio, "approssimato" dall'indice di densità abitativa; si può ritenere, infatti, che ad una maggiore dispersione e "frammentazione" dei centri urbani corrisponda un

più elevato rapporto esercizi/abitanti, stante la necessità dell'offerta distributiva di servire il territorio in più "punti".

In effetti, le aree caratterizzate da una bassa densità abitativa (Senise e Lauria) si distinguono anche per gli indici di dotazione più elevati; mentre nelle restanti aree, dove la densità abitativa è molto superiore alla media, il numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti è decisamente più contenuto (cfr. graf. 3.1).

Soltanto nell'area di Pisticci questa correlazione non sembra trovare piena conferma; in questo caso, infatti, l'elevata densità abitativa risulta associata ad una relativamente elevata dotazione di esercizi commerciali.

Le differenze territoriali nella densità media della rete distributiva sono ancora più accentuate se l'analisi si spinge a livello comunale. Come si può osservare nella tab. 3.6, il range tra i valori dell'indice di dotazione è molto ampio: si passa, infatti, dai 6,0 esercizi commerciali ogni 1.000 abitanti di Ripacandida ai 32,0 di Marsicovetere.



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere e ISTAT

Alla scala comunale, la variabilità dell'indice può essere spiegata da fattori "di domanda" (riconducibili ai livelli potenziali di consumo locale) e da fattori "di offerta" (riconducibili alle caratteristiche della rete distributiva locale).

Tra i primi, vanno segnalati:

- il reddito pro-capite della popolazione, che costituisce una "proxy" della domanda potenziale di consumo;
- il "profilo" demografico del comune (trend negativi della popolazione determinano, nel medio-lungo periodo, un ridimensionamento più che proporzionale della rete distributiva, anche in conseguenza dei processi di invecchiamento che riducono ulteriormente la domanda di consumo da parte dei residenti);
- il grado di "turisticità" del comune (le presenze turistiche generano, infatti, una domanda aggiuntiva di consumo rispetto a quella espressa dai residenti e stimolano quindi la crescita dell'offerta commerciale).

**Tab. 3.6 - Esercizi del commercio al dettaglio per 1.000 abitanti**  
- graduatoria comunale -

primi 15 comuni	area comm.le	indici di dotazione	ultimi 15 comuni	area comm.le	indici di dotazione
Marsicovetere	Potenza	32,0	Oliveto Lucano	Potenza	9,4
Castelluccio	Lauria	27,8	Rapone	Melfi	9,4
FrancaVilla in Sinni	Senise	27,6	Barile	Melfi	9,2
Sant'Arcangelo	Senise	25,0	Pignola	Potenza	9,1
Lagonegro	Lauria	22,8	San Paolo A.	Senise	9,1
Maratea	Lauria	22,0	Balvano	Potenza	8,9
Baragiano	Potenza	20,6	Teana	Senise	8,8
Garaguso	Potenza	20,6	Cancellara	Potenza	8,7
Vietri di Potenza	Potenza	20,4	Aliano	Senise	8,7
San Severino	Lauria	20,4	Missanello	Senise	8,7
Ruvo del Monte	Melfi	20,1	Galicchio	Lauria	8,6
Moliterno	Potenza	19,9	Filiano	Potenza	8,3
Policoro	Pisticci	19,6	Ruoti	Potenza	8,1
Rotonda	Lauria	19,5	Savoia di Lucania	Potenza	7,6
Pietragalla	Potenza	19,2	Ripacandida	Potenza	6,0
Potenza	Potenza	18,8			
Matera	Matera	16,6			

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

Tra i fattori "di offerta", invece, va considerato il livello di presenza della GDO nel sistema distributivo locale (ad una maggiore diffusione delle superfici di vendita di medio-grandi dimensioni corrisponde, generalmente, un più basso numero complessivo di esercizi in rapporto alla popolazione residente, come documentato in precedenza con riferimento alla scala regionale e nazionale).

L'insieme di questi fattori influenza, in modo indiscriminato o selettivo (a seconda, cioè, della prevalenza o meno di un fattore rispetto agli altri) la dotazione di esercizi commerciali in ciascun comune. Ai primi posti della graduatoria comunale in base alla densità commerciale figurano, ad esempio, diverse località turistiche (da Maratea a Policoro, da Castelluccio a S. Severino L.), oltrechè diversi comuni con livelli di reddito pro-capite superiori alla media regionale (Marsicovetere, Lagonegro, Maratea, Policoro). Il valore non particolarmente elevato dell'indice di dotazione commerciale nei due comuni capoluogo (Potenza occupa la 18ª posizione nella graduatoria, Matera la 35ª) può essere spiegato, invece, dalla diffusa presenza di esercizi della media e grande distribuzione organizzata.

Con riferimento alle principali tipologie distributive, le aree di Lauria, Senise e, in misura minore, Potenza si caratterizzano – rispetto alle altre – per una più elevata diffusione relativa di punti vendita despecializzati, la cui incidenza sul totale supera ampiamente il 20%, a fronte di una media regionale del 18% circa.

**Tab. 3.7 - Esercizi commerciali per tipologie e aree**  
- stock a fine 2008 -

	despe- cializzati	specializzati			totale esercizi
		tot.	alim.	non alim.	
1. Matera	265	1.441	272	1.169	1.706
2. Potenza	685	2.798	548	2.250	3.483
3. Melfi	222	1.141	214	927	1.363
4. Lauria	245	828	165	663	1.073
5. Senise	133	522	92	430	655
6. Pisticci	199	1.092	203	889	1.291
totale	1.749	7.822	1.494	6.328	9.571

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

La maggiore presenza di questo formato si associa, generalmente, ad una minore presenza di esercizi specializzati nel comparto non alimentare, e viceversa; il "peso" dello specializzato alimentare, infatti, non presenta scostamenti significativi tra le diverse aree. Si potrebbe quindi ipotizzare che il despecializzato tenda a "sostituire"/"spiazzare" lo specializzato non alimentare piuttosto che l'alimentare, sebbene al suo interno prevalga l'offerta di prodotti *food*.

**Tab. 3.8 - Esercizi commerciali per tipologie e aree**  
- % su totale di area -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
1. Matera	15,5	84,5	15,9 68,5	100,0
2. Potenza	19,7	80,3	15,7 64,6	100,0
3. Melfi	16,3	83,7	15,7 68,0	100,0
4. Lauria	22,8	77,2	15,4 61,8	100,0
5. Senise	20,3	79,7	14,0 65,6	100,0
6. Pisticci	15,4	84,6	15,7 68,9	100,0
totale	18,3	81,7	15,6 66,1	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

L'analisi degli indici di dotazione per formati distributivi non evidenzia differenze territoriali significative rispetto a quelle già osservate con riferimento all'indice generale; in altri termini, laddove quest'ultimo è più elevato, superiore alla media è anche la dotazione di esercizi nell'ambito di ciascun formato, e viceversa.

**Tab. 3.9 - Indici di dotazione commerciale per formati**  
- n° di esercizi x 1.000 abitanti -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
1. Matera	2,4	13,2	2,5 10,7	15,6
2. Potenza	3,1	12,7	2,5 10,2	15,8
3. Melfi	2,6	13,1	2,5 10,7	15,7
4. Lauria	4,1	14,0	2,8 11,2	18,1
5. Senise	3,8	14,8	2,6 12,2	18,5
6. Pisticci	2,5	13,7	2,5 11,2	16,2
totale	3,0	13,2	2,5 10,7	16,2

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

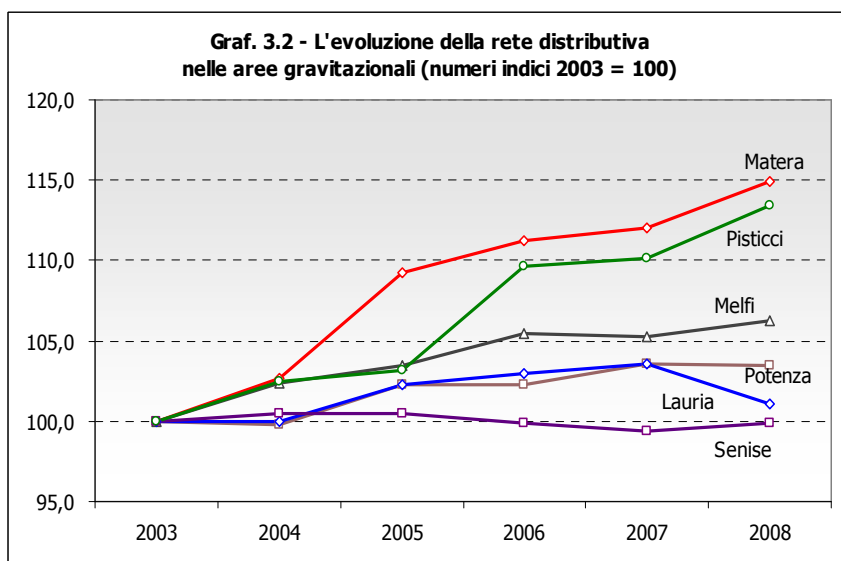
### 3.3 L'EVOLUZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA NELLE AREE GRAVITAZIONALI

L'ultimo quinquennio ha evidenziato una discreta espansione della rete distributiva al dettaglio in Basilicata, con 582 punti vendita in più, tra il 2003 e il 2008, per un incremento pari al 6,5%. Considerato che, nello stesso periodo, la popolazione residente lucana ha subito una flessione dell'1,1%, gli indici di dotazione commerciale sono sensibilmente aumentati, passando dai 15,1 a 16,2 esercizi per 1.000 abitanti (+7,6%).

**Tab. 3.10 - Esercizi commerciali e popolazione  
- variazioni 2003-2008 -**

	esercizi commerciali		popolaz. residente	indici di dotazione
	var. ass.	var. %	var. %	var. %
1. Matera	221	14,9	-0,1	14,9
2. Potenza	118	3,5	-1,9	5,5
3. Melfi	80	6,2	0,5	5,7
4. Lauria	11	1,0	-3,0	4,1
5. Senise	-1	-0,2	-3,5	3,5
6. Pisticci	153	13,4	0,7	12,7
totale	582	6,5	-1,1	7,6

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere e ISTAT



Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

I trend sono risultati, tuttavia, molto differenziati nelle diverse aree: tassi di crescita più che doppi rispetto alla media si sono registrati nei bacini di Matera e Pisticci, dove l'incremento dei punti vendita ha raggiunto, rispettivamente, il 14,9 e il 13,4%; per contro, il sistema distributivo è rimasto pressoché "fermo" nei bacini di Senise (-0,2%) e Lauria (+1,0%), "frenato" anche, probabilmente, da una dinamica demografica particolarmente negativa. Di poco inferiore alla media regionale la dinamica degli esercizi nell'area di Melfi

(+6,2%), mentre di debole intensità è stata quella rilevata nell'area di Potenza (+3,5%) che, peraltro, ha accusato perdite significative di popolazione.

In termini assoluti, le aree di Matera e Pisticci hanno concentrato quasi i 2/3 dell'intero incremento "netto" di nuovi punti vendita nella regione (vale a dire, 374 dei 582 complessivi).

I tassi di crescita della rete distributiva hanno mostrato una forte correlazione inversa con i livelli di dotazione iniziale; i maggiori incrementi, cioè, si sono registrati nelle aree che – nel 2003 – scontavano una minore dotazione relativa di esercizi commerciali in rapporto alla popolazione residente, e viceversa. Alla fine del periodo, quindi, la densità media dei punti vendita si presenta più uniforme e meno "squilibrata" dal punto di vista territoriale.

Nel complesso, le recenti dinamiche della rete distributiva hanno ulteriormente rafforzato il ruolo dei comuni *leader* all'interno delle diverse aree gravitazionali. Come si può osservare nella tab. 3.11, la crescita degli esercizi nei comuni capo-area ha raggiunto il +9,3%, mentre nei restanti centri si è fermata al +5,1%; in entrambi i casi, lo scenario demografico ha indubbiamente influenzato gli andamenti, offrendo stimoli allo sviluppo del sistema commerciale nei primi, dove la popolazione è aumentata (+1,1%) e sottraendoli nei secondi, dove – al contrario – è diminuita (-2,0%).

**Tab. 3.11 - Esercizi commerciali e popolazione**  
- variaz. % 2003-2008 -

	comuni capo-area			altri comuni		
	esercizi comm.li	popolaz. residente	indici di dotazione	esercizi comm.li	popolaz. residente	indici di dotazione
1. Matera	17,3	3,0	13,9	11,6	-3,5	15,7
2. Potenza	5,4	-0,5	5,9	2,4	-2,5	5,1
3. Melfi	6,3	3,7	2,5	6,2	-0,2	6,5
4. Lauria	11,8	-1,8	13,9	-1,9	-3,3	1,5
5. Senise	-6,8	2,2	-8,8	1,8	-5,0	7,1
6. Pisticci	11,2	0,5	10,7	14,1	0,7	13,3
totale	9,3	1,1	8,1	5,1	-2,0	7,3

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

All'interno di questo quadro interpretativo, l'eccezione più importante è costituita dal bacino di Senise, che evidenzia un bilancio negativo dei punti vendita nel comune capo-area (-6,8%) e un incremento, ancorchè molto contenuto, negli altri comuni (+1,8%).



I bacini di Pisticci e Melfi, al contrario, sono quelli dove la crescita degli esercizi negli altri comuni è risultata analoga o addirittura superiore a quella registrata nei comuni *leader*, a conferma della debole polarizzazione della rete commerciale presente nelle due aree <sup>15</sup>. Da rimarcare, inoltre, il significativo incremento dei punti vendita nei diversi comuni dell'area di Matera (+11,6%), nonostante la crescita del potenziale attrattivo del comune capo-area, dove l'aumento degli esercizi ha superato il 17%, e la dinamica decisamente negativa della popolazione residente.

Circa gli andamenti in base ai formati distributivi, si può osservare innanzitutto la crescita generalizzata, dal punto di vista territoriale, degli esercizi despecializzati, con "punte" decisamente elevate nelle aree di Matera e Pisticci, dove i tassi di incremento hanno sfiorato il 40% nel periodo considerato.

**Tab. 3.12 - Andamento degli esercizi per tipologie e aree  
- variaz. % nel periodo 2003-2008 -**

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
1. Matera	39,5	11,3	7,9 12,1	14,9
2. Potenza	12,3	1,6	- 1,9	3,5
3. Melfi	20,0	3,9	6,5 3,3	6,2
4. Lauria	12,9	-2,0	3,8 -3,4	1,0
5. Senise	11,8	-2,8	-14,8 0,2	-0,2
6. Pisticci	39,2	9,7	5,2 10,8	13,4
totale	19,5	3,9	2,3 4,4	6,5

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

In entrambe le aree, lo sviluppo del formato despecializzato si è accompagnato ad un'espansione analogamente significativa del formato specializzato, soprattutto non alimentare, con incrementi degli esercizi che – in termini assoluti – sono stati anche superiori a quelli registrati nel primo.

Negativo, invece, il trend del commercio specializzato nei bacini di Senise e Lauria, con una flessione piuttosto accentuata dell'alimentare, nel primo caso, e del non alimentare, nel secondo.

<sup>15</sup> Si è visto, in precedenza, come nell'area di Melfi l'indice di dotazione di esercizi commerciali è più basso nel comune capo-area rispetto agli altri comuni, mentre nell'area di Pisticci i valori dell'indice si discostano di poco.

**Tab. 3.13 - Andamento degli esercizi per tipologie e aree  
- variaz. assolute nel periodo 2003-2008 -**

	despe- cializzati	specializzati			totale esercizi
		tot.	alim.	non alim.	
1. Matera	75	146	20	126	221
2. Potenza	75	43	-	43	118
3. Melfi	37	43	13	30	80
4. Lauria	28	-17	6	-23	11
5. Senise	14	-15	-16	1	-1
6. Pisticci	56	97	10	87	153
totale	285	297	33	264	582

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

In conclusione, nelle aree più dinamiche dal punto di vista della rete commerciale (Matera e Pisticci) l'offerta si rafforza anche attraverso una maggiore diversificazione dei formati distributivi, mentre nelle aree meno dinamiche (Senise e Lauria) l'offerta tende sempre più a "spostarsi" sul segmento de-specializzato.

### **3.4 LA PRESENZA DELLA GDO NELLE AREE GRAVITAZIONALI**

Gli scostamenti nella dotazione di esercizi commerciali tra le diverse aree gravitazionali risultano ancora più accentuati nel caso delle strutture della media e grande distribuzione organizzata, che presentano quindi un più elevato grado di concentrazione territoriale, come era logico attendersi in considerazione delle caratteristiche peculiari di questo formato distributivo, la cui diffusione è fortemente correlata con la densità demografica.

Utilizzando come indice di dotazione le superfici di vendita per 1.000 abitanti, si può osservare come, a fronte di una media regionale di 175,5 mq., si passa dagli 80,0 mq. dell'area di Senise ai 216,9 dell'area di Melfi. Valori relativamente elevati si registrano anche nell'area di Matera (214,7), dove "pesa" in misura maggiore il sistema di offerta commerciale del comune *leader*, e nell'area di Pisticci (204,3); per contro, l'indice risulta inferiore alla media nei bacini di Lauria e Potenza.

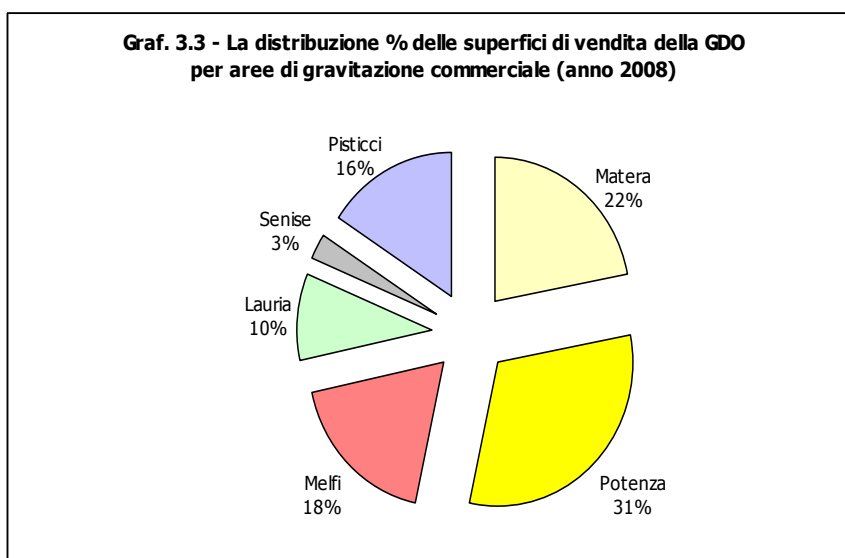
**Tab. 3.14 - La Grande Distribuzione Organizzata nelle aree gravitazionali al 31.12.2008**

	punti vendita (numero)	superf. di vendita (mq.)	superf. media (mq.)	indice di dotazione (a)
1. Matera	38	23.515	619	214,7
2. Potenza	53	32.112	606	146,0
3. Melfi	32	18.862	589	216,9
4. Lauria	19	10.036	528	169,6
5. Senise	7	2.825	404	80,0
6. Pisticci	36	16.288	452	204,3
totale	185	103.638	560	175,5

(a) superficie di vendita (mq.) x 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

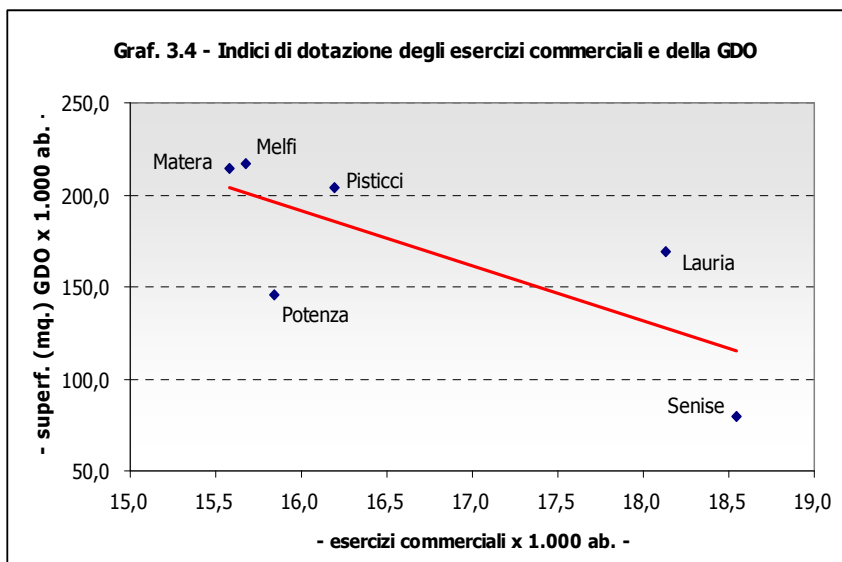
**Graf. 3.3 - La distribuzione % delle superfici di vendita della GDO per aree di gravitazione commerciale (anno 2008)**



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

L'esistenza di una relazione inversa tra la diffusione della GDO e la dotazione complessiva di esercizi commerciali, già rilevata nell'analisi dell'offerta distributiva a livello nazionale, è confermata anche su scala locale. Le aree caratterizzate da una maggiore presenza (in rapporto alla popolazione resi-

dente) delle medio-grandi superfici di vendita evidenziano, infatti, una minore densità complessiva di esercizi, e viceversa.



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

La GDO presenta, ovviamente, un'elevata concentrazione territoriale nei comuni capo-area, che ne rafforza il ruolo di poli di gravitazione commerciale. In questi comuni si contano, infatti, 67 punti vendita dei 185 complessivi, per una superficie di vendita pari a circa il 48% del totale, mentre l'indice di dotazione è più che doppio rispetto a quello registrato nei restanti comuni (rispettivamente, 270,5 e 132,1 mq. per 1.000 abitanti). L'unica eccezione è costituita dall'area di Pisticci, dove la dotazione di medio-grandi superfici è decisamente più elevata nel comune di Policoro, in conseguenza della presenza di uno dei tre ipermercati insediatisi nella regione.

Con riferimento alla composizione tipologica della GDO, le aree dei due comuni capoluogo si distinguono per una maggiore varietà di formati distributivi, pur prevalendo le superfici di vendita dei supermercati, come nel resto della regione. Nel caso di Melfi, al contrario, si rileva una forte "polarizzazione" della GDO sui supermercati, che concentrano circa il 70% delle superfici complessive.

Da segnalare, inoltre, l'elevata incidenza (sempre in termini di superfici di vendita) dei minimercati nell'area di Pisticci (40,7%) e nei bacini caratterizzati da una minore dotazione complessiva di GDO (Senise e Lauria).

**Tab. 3.15 - La Grande Distribuzione Organizzata nelle aree gravitazionali per comuni capo-area e altri comuni al 31.12.2008**

	comuni capo-area				altri comuni			
	punti vendita	superf. di vendita	superf. media	indice di dotazione	punti vendita	superf. di vendita	superf. media	indice di dotazione
	(numero)	(mq.)	(mq.)	(a)	(numero)	(mq.)	(mq.)	(a)
1. Matera	22	18.241	829	302,1	16	5.274	330	107,4
2. Potenza	22	18.351	834	267,5	31	13.761	444	91,0
3. Melfi	5	5.341	1.068	307,3	27	13.521	501	194,3
4. Lauria	6	4.385	731	324,7	13	5.651	435	123,7
5. Senise	2	1.100	550	149,0	5	1.725	345	61,8
6. Pisticci	10	2.668	267	148,8	26	13.620	524	220,4
totale	67	50.086	748	270,5	118	53.552	454	132,1

(a) superficie di vendita (mq.) x 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

**Tab. 3.16 - La Grande Distribuzione Organizzata nelle aree gravitazionali - superfici di vendita per tipologie (valori assoluti e %) -**

	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	totale
valori assoluti (mq.)							
supermercati	10.946	14.557	13.259	3.955	1.700	6.356	50.773
grandi magazzini	1.319	3.150	-	2.500	-	-	6.969
ipermercati	5.360	4.550	-	-	-	3.300	13.210
minimercati	5.890	8.282	4.091	3.581	1.125	6.632	29.601
grandi superf. specializz.	-	1.573	1.512	-	-	-	3.085
totale GDO	23.515	32.112	18.862	10.036	2.825	16.288	103.638
valori %							
supermercati	46,5	45,3	70,3	39,4	60,2	39,0	49,0
grandi magazzini	5,6	9,8	-	24,9	-	-	6,7
ipermercati	22,8	14,2	-	-	-	20,3	12,7
minimercati	25,0	25,8	21,7	35,7	39,8	40,7	28,6
grandi superf. specializz.	-	4,9	8,0	-	-	-	3,0
totale GDO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

In conclusione, può essere interessante riproporre, a livello di aree gravitazionali, l'esercizio sviluppato nel "box" alla fine del II capitolo, finalizzato a misurare gli effetti – sull'attuale dotazione di GDO – dei volumi massimi di superfici di vendita autorizzabili per l'apertura di medie e grandi strutture di vendita 16, come fissati nella programmazione regionale.

I volumi autorizzabili più elevati (8.500 mq.) sono stati previsti per l'area di Potenza, che presenta oggi la dotazione più bassa di superfici di vendita della GDO dopo l'area di Senise; per quest'ultima, invece, la programmazione regionale ha stabilito un implicito divieto all'apertura di nuove medio-grandi strutture commerciali.

**Tab. 3.17 - Situazione attuale e obiettivi di sviluppo della GDO nelle aree di gravitazione commerciale**

	situazione attuale		obiettivi di sviluppo		proiezione	
	superf. vendita	dotazione (a)	superf. vendita	dotazione (a)	superf. vendita	dotazione (a)
1. Matera	23.515	214,7	3.500	32,0	27.015	246,7
2. Potenza	32.112	146,0	8.500	38,7	40.612	184,7
3. Melfi	18.862	216,9	4.500	51,7	23.362	268,7
4. Lauria	10.036	169,6	3.500	59,1	13.536	228,7
5. Senise	2.825	80,0	0	0,0	2.825	80,0
6. Pisticci	16.288	204,3	7.000	87,8	23.288	292,1
totale	103.638	175,5	27.000	45,7	130.638	221,2

(a) mq. di superficie di vendita x 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni

Sommando le superfici autorizzabili a quelle attualmente esistenti, l'area che registrerebbe il maggiore sviluppo della GDO è quella di Pisticci, che raggiungerebbe un indice di dotazione (a parità di popolazione) di circa 292 mq. per 1.000 abitanti, il più elevato a livello regionale. Anche per l'area di Lauria, l'eventuale apertura delle superfici programmate determinerebbe una crescita significativa dell'indice che, nella proiezione, supererebbe la media regionale.

Infine, se si esclude Senise, l'area di Matera è quella dove maggiori sono i limiti allo sviluppo di nuove superfici di vendita in rapporto all'attuale dotazione di GDO.

<sup>16</sup> Esercizi aventi superficie di vendita superiore ai 1.500 mq. nei comuni con popolazione residente fino a 10.000 abitanti ed ai 2.500 nei comuni con oltre 10.000 abitanti.

## **SCHEDE PER AREE DI GRAVITAZIONE COMMERCIALE**





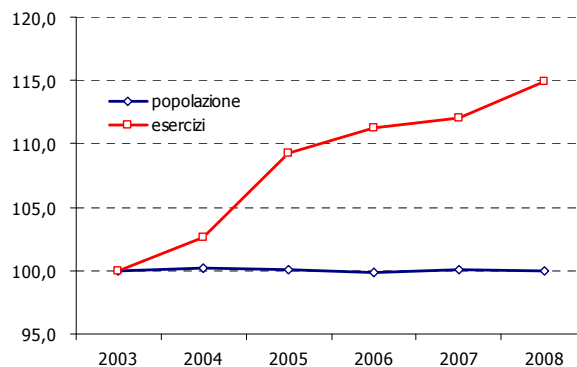
## AREA DI MATERA

**Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a)  
- area di Matera -**

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Matera	60.383	1.004	16,6	3,0	17,3	13,9
Montescaglioso	10.101	135	13,4	-0,2	21,6	21,9
Ferrandina	9.111	126	13,8	-2,2	16,7	19,3
Grassano	5.529	94	17,0	-2,4	10,6	13,3
Irsina	5.265	79	15,0	-5,9	1,3	7,7
Stigliano	4.951	92	18,6	-8,8	10,8	21,5
Pomarico	4.312	58	13,5	-2,9	13,7	17,1
Salandra	3.007	30	10,0	-2,5	15,4	18,4
Miglionico	2.588	33	12,8	-0,9	10,0	11,0
Grottole	2.461	24	9,8	-4,0	-20,0	-16,7
San Mauro Forte	1.803	31	17,2	-14,4	14,8	34,1
totale area	109.511	1.706	15,6	-0,1	14,9	14,9
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

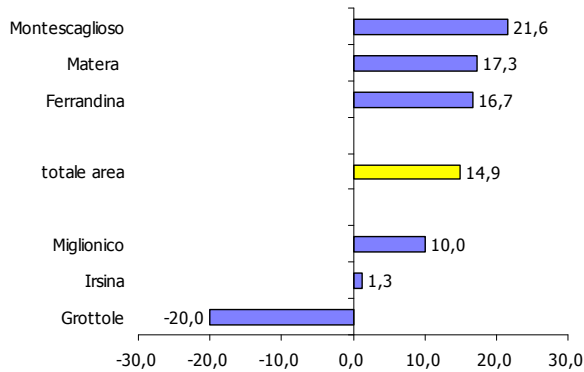
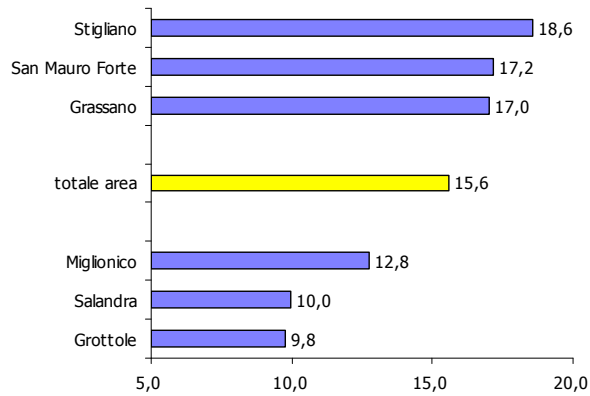
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

**L'andamento della popolazione e degli esercizi commerciali (numeri indici 2003=100)**



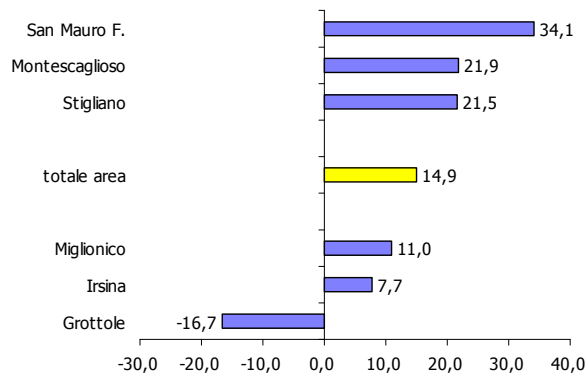
## AREA DI MATERA

**Primi e ultimi 3 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 3 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 3 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI MATERA

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Matera -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
Matera	127	877	133 744	1.004
Montescaglioso	19	116	24 92	135
Ferrandina	31	95	19 76	126
Grassano	10	84	16 68	94
Stigliano	16	76	18 58	92
Irsina	16	63	19 44	79
Pomarico	10	48	10 38	58
Miglionico	11	22	10 12	33
San Mauro Forte	10	21	8 13	31
Salandra	11	19	5 14	30
Grottole	4	20	10 10	24
totale area	265	1.441	272 1.169	1.706
totale regione	1.749	7.822	1.494 6.328	9.571

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Matera -

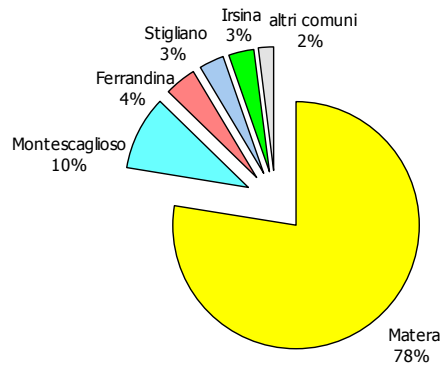
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
Matera	12,6	87,4	13,2 74,1	100,0
Montescaglioso	14,1	85,9	17,8 68,1	100,0
Ferrandina	24,6	75,4	15,1 60,3	100,0
Grassano	10,6	89,4	17,0 72,3	100,0
Stigliano	17,4	82,6	19,6 63,0	100,0
Irsina	20,3	79,7	24,1 55,7	100,0
Pomarico	17,2	82,8	17,2 65,5	100,0
Miglionico	33,3	66,7	30,3 36,4	100,0
San Mauro Forte	32,3	67,7	25,8 41,9	100,0
Salandra	36,7	63,3	16,7 46,7	100,0
Grottole	16,7	83,3	41,7 41,7	100,0
totale area	15,5	84,5	15,9 68,5	100,0
totale regione	18,3	81,7	15,6 66,1	100,0

## AREA DI MATERA

**Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi  
- area di Matera -**

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Matera	9.182	2.380	5.360	1.319	-	18.241
Montescaglioso	1.250	1.020	-	-	-	2.270
Ferrandina	514	495	-	-	-	1.009
Irsina	-	755	-	-	-	755
Stigliano	-	770	-	-	-	770
San Mauro Forte	-	270	-	-	-	270
Grassano	-	200	-	-	-	200
totale area	10.946	5.890	5.360	1.319	-	23.515
totale regione	50.773	29.601	13.210	6.969	3.085	103.638

**La distribuzione  
territoriale delle  
superfici di vendita  
della GDO (%)**



## AREA DI POTENZA

**Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a)  
- area di Potenza -**

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Potenza	68.594	1.289	18,8	-0,5	5,4	5,9
Avigliano	11.995	172	14,3	-0,3	-8,5	-8,3
Tito	7.052	98	13,9	7,7	0,0	-7,2
Pignola	6.466	59	9,1	13,7	7,3	-5,6
Picerno	6.131	74	12,1	-1,9	-3,9	-2,1
Tricarico	5.904	94	15,9	-4,3	4,4	9,1
Muro Lucano	5.815	86	14,8	-4,0	-2,3	1,8
Bella	5.343	62	11,6	-1,3	1,6	3,0
Marsicovetere	5.282	169	32,0	7,6	20,7	12,1
Marsico Nuovo	4.634	62	13,4	-7,7	5,1	13,8
Moliterno	4.381	87	19,9	-5,3	4,8	10,7
Pietragalla	4.377	84	19,2	-3,0	5,0	8,2
Brienza	4.192	60	14,3	1,2	9,1	7,8
Oppido Lucano	3.955	65	16,4	-0,9	12,1	13,1
Ruoti	3.587	29	8,1	-2,2	-9,4	-7,3
Paterno	3.516	47	13,4	-7,7	4,4	13,1
Tolve	3.471	53	15,3	-3,4	47,2	52,4
San Fele	3.363	42	12,5	-10,8	5,0	17,7
Tramutola	3.223	47	14,6	-0,8	6,8	7,6
Filiano	3.139	26	8,3	-4,0	23,8	28,9
Vietri di Potenza	2.983	61	20,4	-3,8	15,1	19,7
Baragiano	2.716	56	20,6	-2,3	5,7	8,2
Corleto Perticara	2.712	42	15,5	-7,5	-19,2	-12,7
Acerenza	2.623	49	18,7	-10,0	-2,0	8,9
Satriano di Lucania	2.432	37	15,2	2,0	-5,1	-7,0
Forenza	2.293	31	13,5	-8,5	0,0	9,3
Vaglio Basilicata	2.167	22	10,2	-2,2	0,0	2,3
Pescopagano	2.057	29	14,1	-3,9	-9,4	-5,7
Accettura	2.055	38	18,5	-12,0	2,7	16,7
Laurenzana	2.052	32	15,6	-5,6	-3,0	2,7
Calvello	2.020	35	17,3	-7,1	2,9	10,8
Balvano	1.910	17	8,9	-2,9	-5,6	-2,7
Anzi	1.829	29	15,9	-6,1	-23,7	-18,8
Grumento Nova	1.748	24	13,7	-4,0	14,3	19,1
Ripacandida	1.665	10	6,0	-3,4	-28,6	-26,0

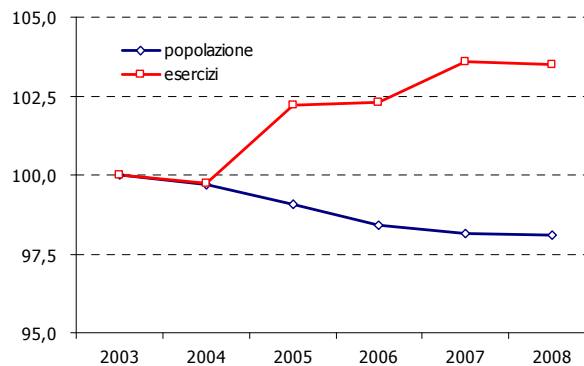
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

## AREA DI POTENZA

### Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione - area di Potenza -

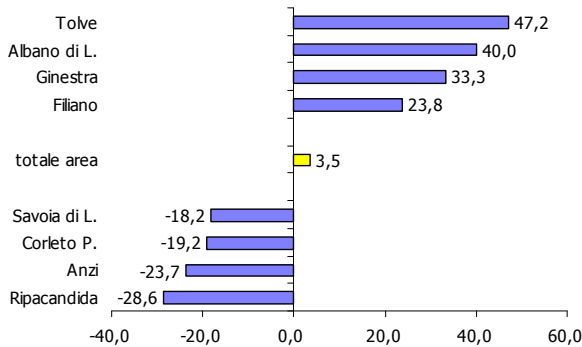
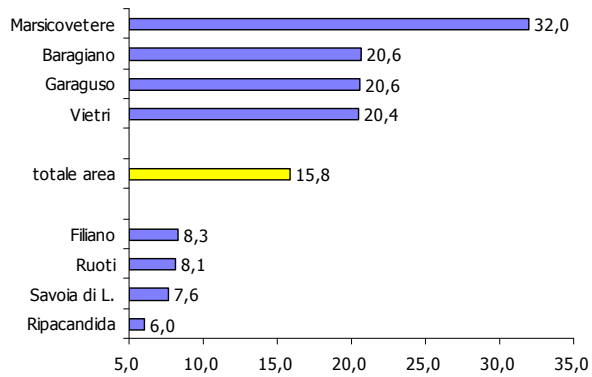
	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Abriola	1.632	18	11,0	-7,3	-14,3	-7,6
San Chirico Nuovo	1.544	15	9,7	-5,3	-6,3	-1,0
Albano di Lucania	1.532	21	13,7	-2,3	40,0	43,3
Cancellara	1.493	13	8,7	-4,7	-7,1	-2,5
Sant'Angelo Le Fratte	1.482	17	11,5	-0,1	21,4	21,6
Montemurro	1.411	19	13,5	-7,4	0,0	8,0
Savoia di Lucania	1.180	9	7,6	-5,4	-18,2	-13,5
Garaguso	1.167	24	20,6	-2,6	9,1	12,0
Pietrapertosa	1.154	13	11,3	-9,6	-13,3	-4,1
Gorgoglione	1.082	14	12,9	-4,9	-6,7	-1,8
Castelgrande	1.081	11	10,2	-12,3	0,0	14,0
Brindisi Montagna	917	13	14,2	-0,3	0,0	0,3
Campomaggiore	886	10	11,3	-6,7	-9,1	-2,5
Castelmezzano	884	10	11,3	-6,4	-9,1	-2,9
Sasso di Castalda	858	10	11,7	6,2	-9,1	-14,4
Calciano	814	10	12,3	-6,8	0,0	7,2
Ginestra	764	8	10,5	6,0	33,3	25,8
Trivigno	733	10	13,6	-7,3	0,0	7,9
Guardia Perticara	664	10	15,1	-11,9	11,1	26,2
Oliveto Lucano	530	5	9,4	-6,5	-16,7	-10,8
Cirigliano	404	6	14,9	-6,5	20,0	28,3
totale area	219.894	3.483	15,8	-1,9	3,5	5,5
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

### L'andamento della popolazione e degli esercizi commerciali (numeri indici 2003=100)



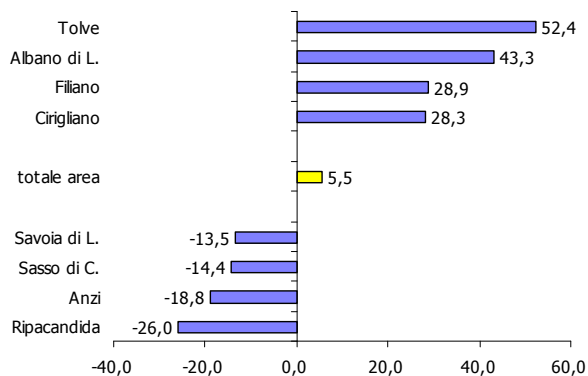
## AREA DI POTENZA

**Primi e ultimi 4 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI POTENZA

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Potenza -

	despe- cializzati	specializzati			totale esercizi
		tot.	alim.	non alim.	
Potenza	169	1.120	171	949	1.289
Avigliano	39	133	25	108	172
Marsicovetere	23	146	14	132	169
Tito	18	80	14	66	98
Tricarico	13	81	26	55	94
Moliterno	20	67	13	54	87
Muro Lucano	22	64	13	51	86
Pietragalla	22	62	12	50	84
Picerno	10	64	15	49	74
Oppido Lucano	10	55	8	47	65
Bella	22	40	7	33	62
Marsico Nuovo	11	51	11	40	62
Vietri di Potenza	15	46	9	37	61
Brienza	13	47	10	37	60
Pignola	13	46	8	38	59
Baragiano	10	46	9	37	56
Tolve	12	41	10	31	53
Acerenza	11	38	11	27	49
Paterno	7	40	5	35	47
Tramutola	15	32	5	27	47
Corleto Perticara	8	34	8	26	42
San Fele	13	29	7	22	42
Accettura	6	32	12	20	38
Satriano di Lucania	9	28	4	24	37
Calvello	10	25	5	20	35
Laurenzana	9	23	6	17	32
Forenza	6	25	8	17	31



## AREA DI POTENZA

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Potenza -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim. non alim.		
Anzi	12	17	2	15	29
Pescopagano	9	20	5	15	29
Ruoti	9	20	7	13	29
Filiano	9	17	4	13	26
Garaguso	6	18	9	9	24
Grumento Nova	6	18	2	16	24
Vaglio Basilicata	8	14	4	10	22
Albano di Lucania	9	12	5	7	21
Montemurro	6	13	6	7	19
Abriola	6	12	3	9	18
Balvano	5	12	5	7	17
Sant'Angelo	3	14	7	7	17
San Chirico Nuovo	5	10	3	7	15
Gorgoglione	3	11	4	7	14
Brindisi Montagna	3	10	5	5	13
Cancellara	5	8	3	5	13
Pietrapertosa	7	6	1	5	13
Castelgrande	6	5	2	3	11
Calciano	4	6	2	4	10
Campomaggiore	2	8	2	6	10
Castelmezzano	3	7	2	5	10
Guardia Perticara	3	7	2	5	10
Ripacandida	3	7	4	3	10
Sasso di Castalda	5	5	1	4	10
Trivigno	3	7	3	4	10
Savoia di Lucania	3	6	3	3	9
Ginestra	2	6	2	4	8
Cirigliano	2	4	3	1	6
Oliveto Lucano	2	3	1	2	5
<b>totale area</b>	<b>317</b>	<b>886</b>	<b>230</b>	<b>656</b>	<b>1.203</b>
<b>totale regione</b>	<b>1.749</b>	<b>7.822</b>	<b>1.494</b>	<b>6.328</b>	<b>9.571</b>

## AREA DI POTENZA

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Potenza -

	despe- cializzati	specializzati			totale esercizi
		tot.	alim.	non alim.	
Potenza	13,1	86,9	13,3	73,6	100,0
Avigliano	22,7	77,3	14,5	62,8	100,0
Marsicovetere	13,6	86,4	8,3	78,1	100,0
Tito	18,4	81,6	14,3	67,3	100,0
Tricarico	13,8	86,2	27,7	58,5	100,0
Moliterno	23,0	77,0	14,9	62,1	100,0
Muro Lucano	25,6	74,4	15,1	59,3	100,0
Pietragalla	26,2	73,8	14,3	59,5	100,0
Picerno	13,5	86,5	20,3	66,2	100,0
Oppido Lucano	15,4	84,6	12,3	72,3	100,0
Bella	35,5	64,5	11,3	53,2	100,0
Marsico Nuovo	17,7	82,3	17,7	64,5	100,0
Vietri di Potenza	24,6	75,4	14,8	60,7	100,0
Brienza	21,7	78,3	16,7	61,7	100,0
Pignola	22,0	78,0	13,6	64,4	100,0
Baragiano	17,9	82,1	16,1	66,1	100,0
Tolve	22,6	77,4	18,9	58,5	100,0
Acerenza	22,4	77,6	22,4	55,1	100,0
Paterno	14,9	85,1	10,6	74,5	100,0
Tramutola	31,9	68,1	10,6	57,4	100,0
Corleto Perticara	19,0	81,0	19,0	61,9	100,0
San Fele	31,0	69,0	16,7	52,4	100,0
Accettura	15,8	84,2	31,6	52,6	100,0
Satriano di Lucania	24,3	75,7	10,8	64,9	100,0
Calvello	28,6	71,4	14,3	57,1	100,0
Laurenzana	28,1	71,9	18,8	53,1	100,0
Forenza	19,4	80,6	25,8	54,8	100,0

## AREA DI POTENZA

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Potenza -

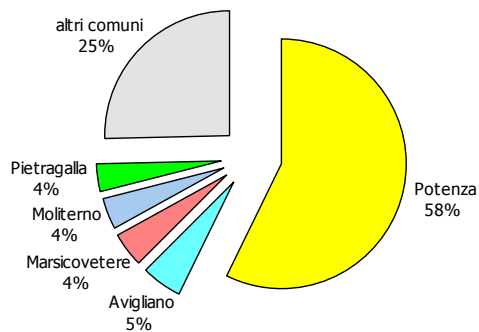
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim.		non alim.
Anzi	41,4	58,6	6,9	51,7	100,0
Pescopagano	31,0	69,0	17,2	51,7	100,0
Ruoti	31,0	69,0	24,1	44,8	100,0
Filiano	34,6	65,4	15,4	50,0	100,0
Garaguso	25,0	75,0	37,5	37,5	100,0
Grumento Nova	25,0	75,0	8,3	66,7	100,0
Vaglio Basilicata	36,4	63,6	18,2	45,5	100,0
Albano di Lucania	42,9	57,1	23,8	33,3	100,0
Montemurro	31,6	68,4	31,6	36,8	100,0
Abriola	33,3	66,7	16,7	50,0	100,0
Balvano	29,4	70,6	29,4	41,2	100,0
Sant'Angelo	17,6	82,4	41,2	41,2	100,0
San Chirico Nuovo	33,3	66,7	20,0	46,7	100,0
Gorgoglione	21,4	78,6	28,6	50,0	100,0
Brindisi Montagna	23,1	76,9	38,5	38,5	100,0
Cancellara	38,5	61,5	23,1	38,5	100,0
Pietrapertosa	53,8	46,2	7,7	38,5	100,0
Castelgrande	54,5	45,5	18,2	27,3	100,0
Calciano	40,0	60,0	20,0	40,0	100,0
Campomaggiore	20,0	80,0	20,0	60,0	100,0
Castelmezzano	30,0	70,0	20,0	50,0	100,0
Guardia Perticara	30,0	70,0	20,0	50,0	100,0
Ripacandida	30,0	70,0	40,0	30,0	100,0
Sasso di Castalda	50,0	50,0	10,0	40,0	100,0
Trivigno	30,0	70,0	30,0	40,0	100,0
Savoia di Lucania	33,3	66,7	33,3	33,3	100,0
Ginestra	25,0	75,0	25,0	50,0	100,0
Cirigliano	33,3	66,7	50,0	16,7	100,0
Oliveto Lucano	40,0	60,0	20,0	40,0	100,0
totale area	26,4	73,6	19,1	54,5	100,0
totale regione	18,3	81,7	15,6	66,1	100,0

## AREA DI POTENZA

### Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi - area di Potenza -

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Potenza	6.650	2.428	4.550	3.150	1.573	18.351
Avigliano	1.396	350	-	-	-	1.746
Marsicovetere	1.183	260	-	-	-	1.443
Moliterno	1.280	-	-	-	-	1.280
Pietragalla	400	742	-	-	-	1.142
Tramutola	800	290	-	-	-	1.090
Muro Lucano	450	530	-	-	-	980
Oppido Lucano	800	-	-	-	-	800
Pignola	800	-	-	-	-	800
Tito	798	-	-	-	-	798
Vietri di Potenza	-	510	-	-	-	510
Ruoti	-	357	-	-	-	357
Paterno	-	350	-	-	-	350
Sant'Angelo	-	340	-	-	-	340
Marsico Nuovo	-	320	-	-	-	320
Acerenza	-	300	-	-	-	300
Picerno	-	295	-	-	-	295
Baragiano	-	260	-	-	-	260
Laurenzana	-	250	-	-	-	250
Filiano	-	250	-	-	-	250
Tolve	-	200	-	-	-	200
Tricarico	-	250	-	-	-	250
totale area	14.557	8.282	4.550	3.150	1.573	32.112
totale regione	50.773	29.601	13.210	6.969	3.085	103.638

### La distribuzione territoriale delle superfici di vendita della GDO (%)



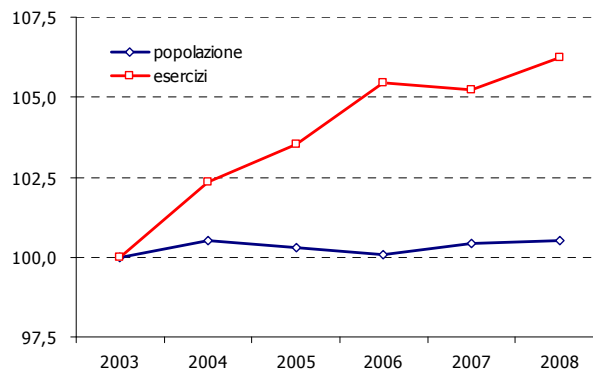
## AREA DI MELFI

### Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a) - area di Melfi -

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Melfi	17.383	252	14,5	3,7	6,3	2,5
Lavello	13.862	216	15,6	3,0	0,9	-2,0
Rionero in Vulture	13.533	253	18,7	0,6	4,1	3,5
Venosa	12.181	204	16,7	0,2	14,0	13,8
Genzano di Lucania	6.154	109	17,7	0,5	10,1	9,6
Palazzo San Gervasio	5.082	97	19,1	-1,2	9,0	10,3
Rapolla	4.545	54	11,9	-1,5	14,9	16,6
Atella	3.911	47	12,0	2,0	11,9	9,7
Barile	3.048	28	9,2	-6,2	27,3	35,7
Montemilone	1.803	27	15,0	-6,5	0,0	6,9
Maschito	1.794	23	12,8	-2,9	15,0	18,5
Banzi	1.459	20	13,7	-3,6	0,0	3,7
Ruvo del Monte	1.142	23	20,1	-6,3	-17,9	-12,3
Rapone	1.063	10	9,4	-11,5	-37,5	-29,4
totale area	86.960	1.363	15,7	0,5	6,2	5,7
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

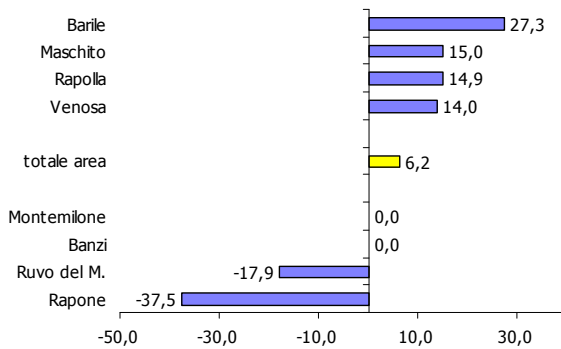
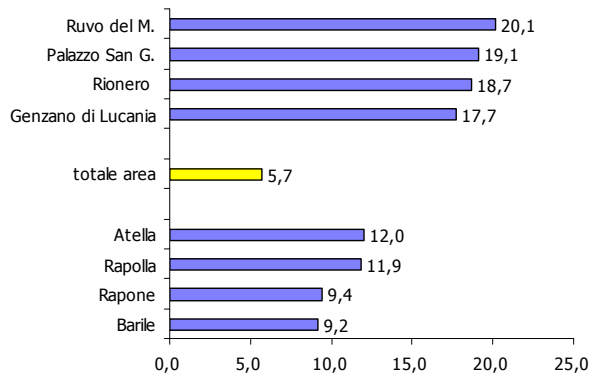
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

### L'andamento della popolazione e degli esercizi commerciali (numeri indici 2003=100)



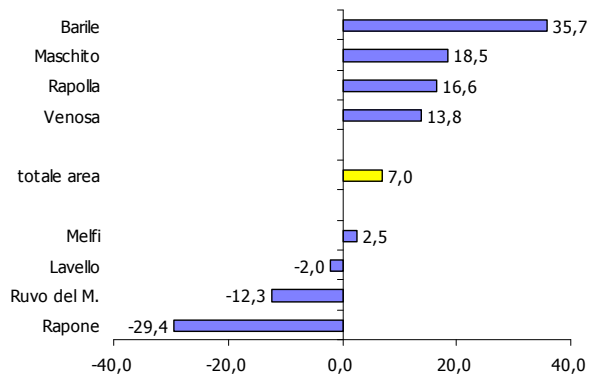
## AREA DI MELFI

**Primi e ultimi 4 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI MELFI

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Melfi -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim.		non alim.
Melfi	34	218	28	190	252
Rionero in Vulture	35	218	29	189	253
Lavello	33	183	39	144	216
Venosa	27	177	30	147	204
Genzano di Lucania	15	94	24	70	109
Palazzo San Gervasio	20	77	19	58	97
Rapolla	7	47	8	39	54
Atella	15	32	9	23	47
Barile	5	23	10	13	28
Montemilone	7	20	6	14	27
Maschito	6	17	4	13	23
Ruvo del Monte	8	15	2	13	23
Banzi	7	13	3	10	20
Rapone	3	7	3	4	10
totale area	222	1.141	214	927	1.363
totale regione	1.749	7.822	1.494	6.328	9.571

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Melfi -

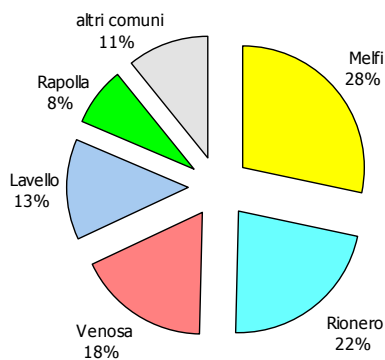
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim.		non alim.
Melfi	13,5	86,5	11,1	75,4	100,0
Rionero in Vulture	13,8	86,2	11,5	74,7	100,0
Lavello	15,3	84,7	18,1	66,7	100,0
Venosa	13,2	86,8	14,7	72,1	100,0
Genzano di Lucania	13,8	86,2	22,0	64,2	100,0
Palazzo San Gervasio	20,6	79,4	19,6	59,8	100,0
Rapolla	13,0	87,0	14,8	72,2	100,0
Atella	31,9	68,1	19,1	48,9	100,0
Barile	17,9	82,1	35,7	46,4	100,0
Montemilone	25,9	74,1	22,2	51,9	100,0
Maschito	26,1	73,9	17,4	56,5	100,0
Ruvo del Monte	34,8	65,2	8,7	56,5	100,0
Banzi	35,0	65,0	15,0	50,0	100,0
Rapone	30,0	70,0	30,0	40,0	100,0
totale area	16,3	83,7	15,7	68,0	100,0
totale regione	18,3	81,7	15,6	66,1	100,0

## AREA DI MELFI

**Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi  
- area di Melfi -**

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Melfi	5.091	250	-	-	-	5.341
Rionero in Vulture	1.978	644	-	-	1.512	4.134
Venosa	2.280	1.089	-	-	-	3.369
Lavello	1.402	1.110	-	-	-	2.512
Rapolla	1.238	250	-	-	-	1.488
Atella	470	388	-	-	-	858
Genzano di Lucania	400	-	-	-	-	400
Montemilone	400	-	-	-	-	400
Barile	-	360	-	-	-	360
<b>totale area</b>	<b>13.259</b>	<b>4.091</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.512</b>	<b>18.862</b>
<b>totale regione</b>	<b>50.773</b>	<b>29.601</b>	<b>13.210</b>	<b>6.969</b>	<b>3.085</b>	<b>103.638</b>

**La distribuzione  
territoriale delle  
superfici di vendita  
della GDO (%)**





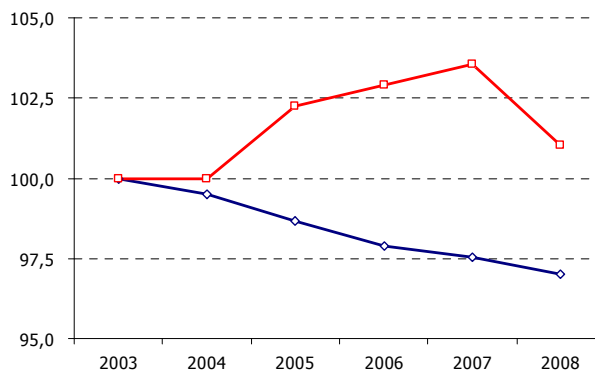
## AREA DI LAURIA

### Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a) - area di Lauria -

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Lauria	13.504	255	18,9	-1,8	11,8	13,9
Lagonegro	5.868	134	22,8	-3,4	5,5	9,2
Maratea	5.221	115	22,0	-1,2	-8,0	-6,9
Latronico	4.906	92	18,8	-5,1	1,1	6,5
Rotonda	3.632	71	19,5	-5,3	-6,6	-1,4
Viggianello	3.294	53	16,1	-3,5	-7,0	-3,6
Viggiano	3.178	39	12,3	0,7	-4,9	-5,6
Rivello	2.894	33	11,4	-1,9	0,0	1,9
Trecchina	2.413	37	15,3	-0,5	5,7	6,2
Castelluccio Inf.	2.227	62	27,8	-3,0	14,8	18,4
San Severino Lucano	1.763	36	20,4	-5,6	-14,3	-9,2
Castelsaraceno	1.560	23	14,7	-7,0	-4,2	3,0
Nemoli	1.532	27	17,6	-1,7	12,5	14,5
Episcopia	1.523	21	13,8	-4,8	-19,2	-15,1
Sarconi	1.427	19	13,3	3,2	18,8	15,1
San Chirico Raparo	1.213	21	17,3	-4,3	5,0	9,7
Gallicchio	926	8	8,6	-5,6	-11,1	-5,8
Castelluccio Sup.	897	9	10,0	-5,8	0,0	6,1
Carbone	744	12	16,1	-8,3	-29,4	-23,1
Calvera	468	6	12,8	-16,1	-25,0	-10,6
totale area	59.190	1.073	18,1	-3,0	1,0	4,1
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

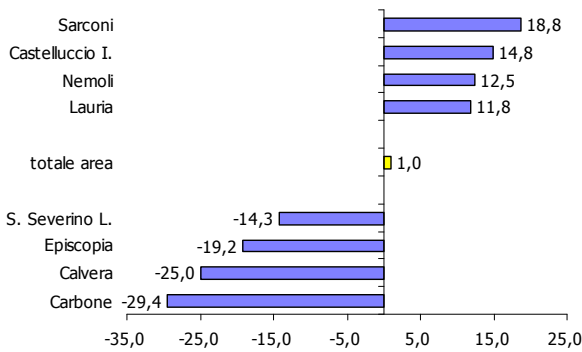
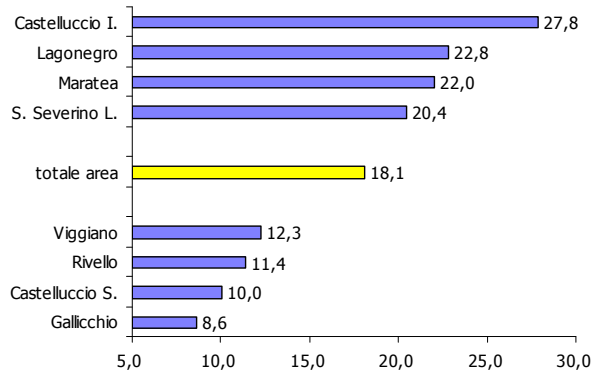
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

**L'andamento della popolazione e degli esercizi commerciali (numeri indici 2003=100)**



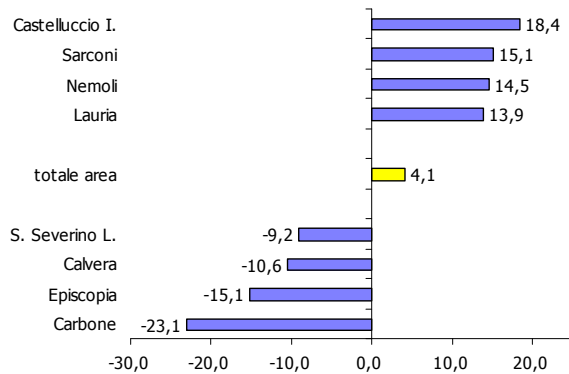
## AREA DI LAURIA

**Primi e ultimi 4 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI LAURIA

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Lauria -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim. non alim.		
Lauria	58	197	18	179	255
Lagonegro	29	105	23	82	134
Maratea	19	96	18	78	115
Latronico	19	73	17	56	92
Rotonda	13	58	10	48	71
Castelluccio Inf.	9	53	16	37	62
Viggianello	15	38	7	31	53
Viggiano	13	26	2	24	39
Trecchina	10	27	8	19	37
San Severino Lucano	8	28	9	19	36
Rivello	10	23	5	18	33
Nemoli	9	18	7	11	27
Castelsaraceno	10	13	4	9	23
Episcopia	6	15	7	8	21
San Chirico Raparo	5	16	4	12	21
Sarconi	4	15	4	11	19
Carbone	3	9	3	6	12
Castelluccio Sup.	1	8	1	7	9
Galicchio	2	6	2	4	8
Calvera	2	4	-	4	6
totale area	245	828	165	663	1.073

## AREA DI LAURIA

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Lauria -

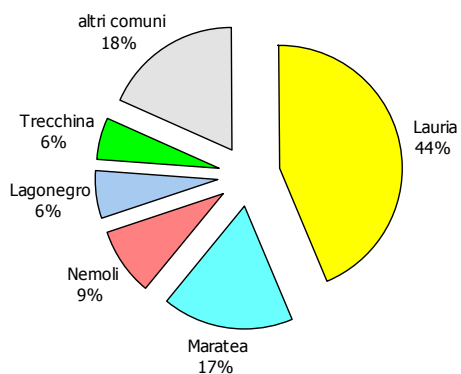
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
Lauria	22,7	77,3	7,1 70,2	100,0
Lagonegro	21,6	78,4	17,2 61,2	100,0
Maratea	16,5	83,5	15,7 67,8	100,0
Latronico	20,7	79,3	18,5 60,9	100,0
Rotonda	18,3	81,7	14,1 67,6	100,0
Castelluccio Inf.	14,5	85,5	25,8 59,7	100,0
Viggianello	28,3	71,7	13,2 58,5	100,0
Viggiano	33,3	66,7	5,1 61,5	100,0
Trecchina	27,0	73,0	21,6 51,4	100,0
San Severino Lucano	22,2	77,8	25,0 52,8	100,0
Rivello	30,3	69,7	15,2 54,5	100,0
Nemoli	33,3	66,7	25,9 40,7	100,0
Castelsaraceno	43,5	56,5	17,4 39,1	100,0
Episcopia	28,6	71,4	33,3 38,1	100,0
San Chirico Raparo	23,8	76,2	19,0 57,1	100,0
Sarconi	21,1	78,9	21,1 57,9	100,0
Carbone	25,0	75,0	25,0 50,0	100,0
Castelluccio Sup.	11,1	88,9	11,1 77,8	100,0
Galicchio	25,0	75,0	25,0 50,0	100,0
Calvera	33,3	66,7	- 66,7	100,0
totale area	22,8	77,2	15,4 61,8	100,0

## AREA DI LAURIA

**Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi  
- area di Lauria -**

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Lauria	1.185	700	-	2.500	-	4.385
Maratea	1.500	233	-	-	-	1.733
Nemoli	870	-	-	-	-	870
Lagonegro	400	250	-	-	-	650
Trecchina	-	558	-	-	-	558
Latronico	-	550	-	-	-	550
Castelluccio Inf.	-	395	-	-	-	395
Sarconi	-	385	-	-	-	385
Rotonda	-	300	-	-	-	300
Viggiano	-	210	-	-	-	210
<b>totale area</b>	<b>3.955</b>	<b>3.581</b>	<b>-</b>	<b>2.500</b>	<b>-</b>	<b>10.036</b>
<b>totale regione</b>	<b>50.773</b>	<b>29.601</b>	<b>13.210</b>	<b>6.969</b>	<b>3.085</b>	<b>103.638</b>

**La distribuzione  
territoriale delle  
superfici di vendita  
della GDO (%)**



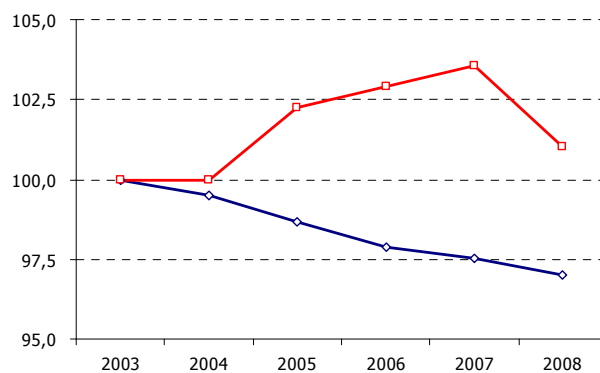
## AREA DI SENISE

### Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a) - area di Senise -

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Senise	7.385	137	18,6	2,2	-6,8	-8,8
Sant'Arcangelo	6.548	164	25,0	-0,7	18,0	18,8
FrancaVilla in Sinni	4.308	119	27,6	-1,3	-1,7	-0,4
Chiaromonte	2.041	29	14,2	-3,2	-12,1	-9,2
Roccanova	1.670	24	14,4	-3,7	-20,0	-16,9
Spinoso	1.643	26	15,8	-6,6	0,0	7,1
Colobraro	1.424	21	14,7	-5,7	0,0	6,0
Terranova di Pollino	1.402	23	16,4	-14,8	-4,2	12,5
Castronuovo	1.265	20	15,8	-7,9	5,3	14,3
Aliano	1.151	10	8,7	-8,9	-9,1	-0,2
Noepoli	1.039	12	11,5	-9,5	-7,7	2,0
San Martino d'Agri	876	13	14,8	-6,0	30,0	38,3
San Costantino A.	852	13	15,3	-5,2	-18,8	-14,3
Cersosimo	756	9	11,9	-8,8	0,0	9,7
Armento	704	13	18,5	-7,6	0,0	8,2
Teana	683	6	8,8	-8,1	0,0	8,8
Fardella	665	8	12,0	-8,1	14,3	24,4
Missanello	577	5	8,7	-5,9	-28,6	-24,1
San Paolo Albanese	329	3	9,1	-15,6	-25,0	-11,1
totale area	35.318	655	18,5	-3,5	-0,2	3,5
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

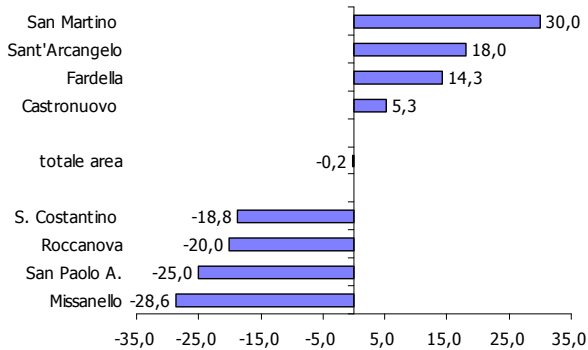
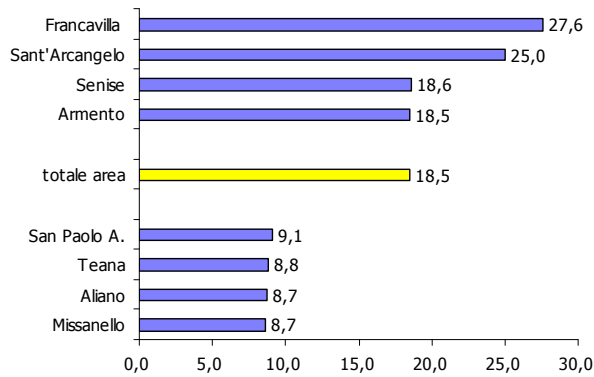
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

**L'andamento della  
popolazione e degli  
esercizi commerciali  
(numeri indici  
2003=100)**



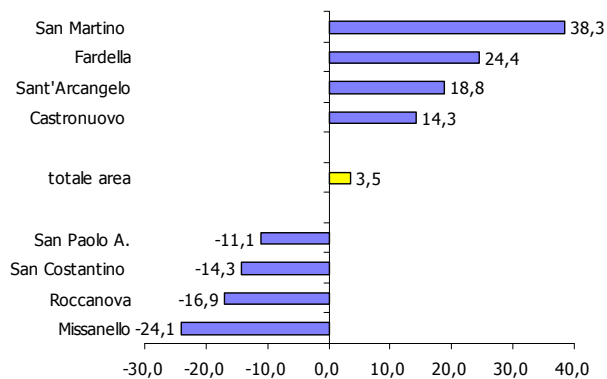
## AREA DI SENISE

**Primi e ultimi 4 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 4 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI SENISE

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Senise -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim. non alim.		
Senise	23	114	9	105	137
Sant'Arcangelo	19	145	26	119	164
FrancaVilla in Sinni	15	104	10	94	119
Chiaromonte	7	22	6	16	29
Spinoso	6	20	3	17	26
Roccanova	9	15	4	11	24
Terranova di Pollino	7	16	6	10	23
Colobrarò	8	13	4	9	21
CastroNuovo	9	11	4	7	20
Armento	3	10	4	6	13
San Costantino A.	3	10	4	6	13
San Martino d'Agri	7	6	3	3	13
Noepoli	3	9	3	6	12
Aliano	2	8	3	5	10
Cersosimo	4	5	1	4	9
Fardella	2	6	2	4	8
Teana	3	3	-	3	6
Missanello	3	2	-	2	5
San Paolo Albanese	-	3	-	3	3
totale area	110	408	83	325	518
totale regione	1.749	7.822	1.494	6.328	9.571



## AREA DI SENISE

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Senise -

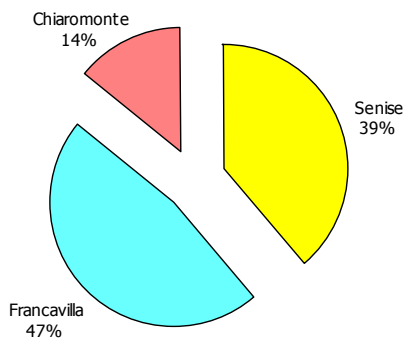
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi	
		tot.	alim. non alim.		
Senise	16,8	83,2	6,6	76,6	100,0
Sant'Arcangelo	11,6	88,4	15,9	72,6	100,0
FrancaVilla in Sinni	12,6	87,4	8,4	79,0	100,0
Chiaromonte	24,1	75,9	20,7	55,2	100,0
Spinoso	23,1	76,9	11,5	65,4	100,0
Roccanova	37,5	62,5	16,7	45,8	100,0
Terranova di Pollino	30,4	69,6	26,1	43,5	100,0
Colobraro	38,1	61,9	19,0	42,9	100,0
Castronuovo	45,0	55,0	20,0	35,0	100,0
Armento	23,1	76,9	30,8	46,2	100,0
San Costantino A.	23,1	76,9	30,8	46,2	100,0
San Martino d'Agri	53,8	46,2	23,1	23,1	100,0
Noepoli	25,0	75,0	25,0	50,0	100,0
Aliano	20,0	80,0	30,0	50,0	100,0
Cersosimo	44,4	55,6	11,1	44,4	100,0
Fardella	25,0	75,0	25,0	50,0	100,0
Teana	50,0	50,0	-	50,0	100,0
Missanello	60,0	40,0	-	40,0	100,0
San Paolo Albanese	-	100,0	-	100,0	-
totale area	21,2	78,8	16,0	62,7	100,0
totale regione	18,3	81,7	15,6	66,1	100,0

## AREA DI SENISE

**Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi  
- area di Senise -**

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Senise	800	300	-	-	-	1.100
Francavilla in Sinni	500	825	-	-	-	1.325
Chiaromonte	400	-	-	-	-	400
totale area	1.700	1.125	-	-	-	2.825
totale regione	50.773	29.601	13.210	6.969	3.085	103.638

**La distribuzione  
territoriale delle  
superfici di vendita  
della GDO (%)**



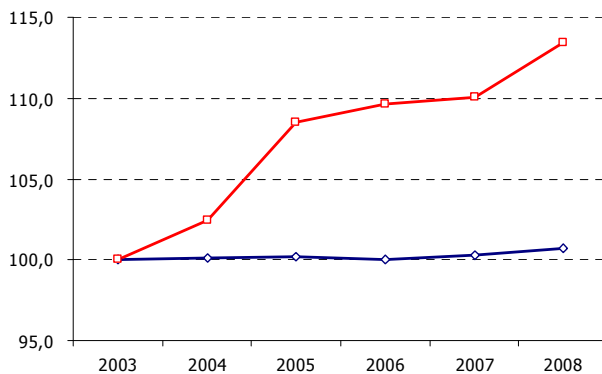
## AREA DI PISTICCI

**Popolazione, esercizi commerciali e indici di dotazione (a)  
- area di Pisticci -**

	valori assoluti 2008			variaz. % 2003-2008		
	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.	popolaz.	esercizi	indici di dotaz.
Pisticci	17.925	297	16,6	0,5	11,2	10,7
Policoro	16.085	316	19,6	4,6	24,4	18,9
Bernalda	12.207	192	15,7	1,3	9,1	7,7
Montalbano Jonico	7.666	108	14,1	-2,9	1,9	4,9
Scanzano Jonico	7.142	113	15,8	4,2	21,5	16,6
Nova Siri	6.698	122	18,2	2,2	24,5	21,8
Tursi	5.231	61	11,7	-3,7	-7,6	-4,0
Rotondella	2.943	30	10,2	-7,1	11,1	19,6
Valsinni	1.691	18	10,6	-4,6	0,0	4,8
San Giorgio Lucano	1.367	25	18,3	-6,0	4,2	10,8
Craco	773	9	11,6	-2,6	0,0	2,7
totale area	79.728	1.291	16,2	0,7	13,4	12,7
totale regione	590.601	9.571	16,2	-1,1	6,5	7,6

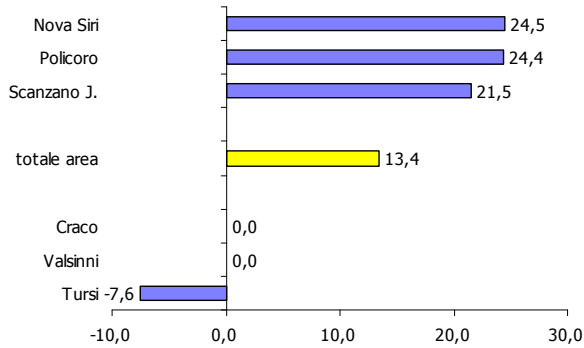
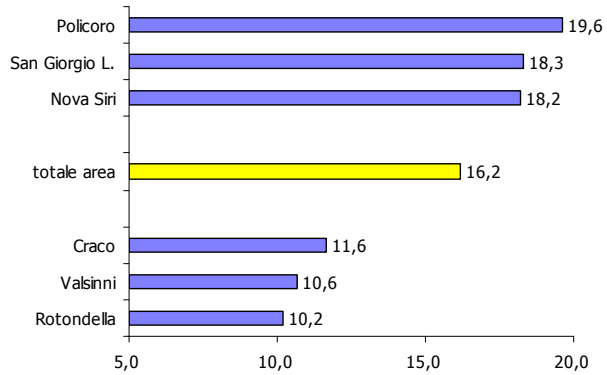
(a) numero di esercizi commerciali per 1.000 abitanti

**L'andamento della  
popolazione e degli  
esercizi commerciali  
(numeri indici  
2003=100)**



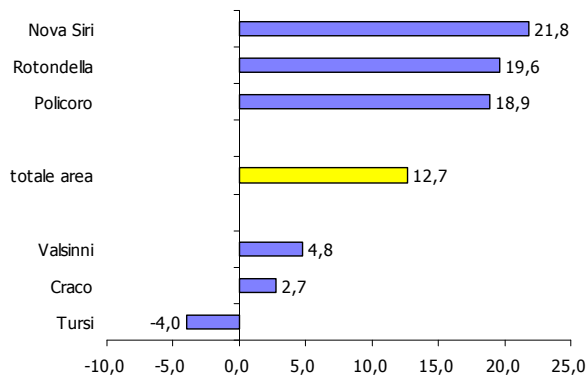
## AREA DI PISTICCI

**Primi e ultimi 3 comuni in base al valore dell'indice di dotazione commerciale (numero esercizi ogni 1.000 abitanti)**



**Primi e ultimi 3 comuni in base alla variazione % degli esercizi commerciali nel periodo 2003-2005**

**Primi e ultimi 3 comuni in base alla variazione % dell'indice di dotazione commerciale nel periodo 2003-2005**



## AREA DI PISTICCI

### Esercizi commerciali per tipologie al 31.12.2008 - area di Pisticci -

	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
Pisticci	41	256	52 204	297
Policoro	30	286	30 256	316
Bernalda	38	154	32 122	192
Nova Siri	23	99	17 82	122
Scanzano Jonico	19	94	15 79	113
Montalbano Jonico	10	98	25 73	108
Tursi	15	46	12 34	61
Rotondella	6	24	6 18	30
San Giorgio Lucano	7	18	8 10	25
Valsinni	4	14	5 9	18
Craco	6	3	1 2	9
<b>totale area</b>	<b>158</b>	<b>836</b>	<b>151 685</b>	<b>994</b>
<b>totale regione</b>	<b>1.749</b>	<b>7.822</b>	<b>1.494 6.328</b>	<b>9.571</b>

### Esercizi commerciali per tipologie (indici %) - area di Pisticci -

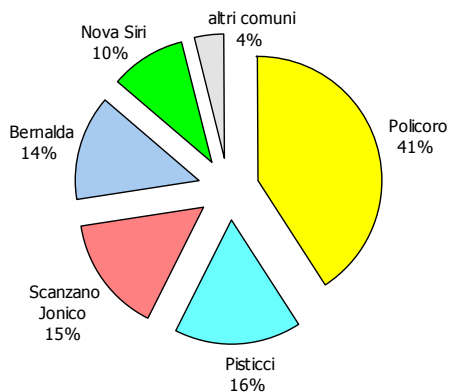
	despe- cializzati	specializzati		totale esercizi
		tot.	alim. non alim.	
Pisticci	13,8	86,2	17,5 68,7	100,0
Policoro	9,5	90,5	9,5 81,0	100,0
Bernalda	19,8	80,2	16,7 63,5	100,0
Nova Siri	18,9	81,1	13,9 67,2	100,0
Scanzano Jonico	16,8	83,2	13,3 69,9	100,0
Montalbano Jonico	9,3	90,7	23,1 67,6	100,0
Tursi	24,6	75,4	19,7 55,7	100,0
Rotondella	20,0	80,0	20,0 60,0	100,0
San Giorgio Lucano	28,0	72,0	32,0 40,0	100,0
Valsinni	22,2	77,8	27,8 50,0	100,0
Craco	66,7	33,3	11,1 22,2	100,0
<b>totale area</b>	<b>15,9</b>	<b>84,1</b>	<b>15,2 68,9</b>	<b>100,0</b>
<b>totale regione</b>	<b>18,3</b>	<b>81,7</b>	<b>15,6 66,1</b>	<b>100,0</b>

## AREA DI PISTICCI

**Superfici di vendita (mq.) della GDO per tipologie di esercizi  
- area di Pisticci -**

	super- mercati	mini- mercati	iper- mercati	grandi magazz.	superf. special.	totale
Policoro	2.139	1.228	3.300	-	-	6.667
Pisticci	413	2.255	-	-	-	2.668
Scanzano Jonico	1.649	820	-	-	-	2.469
Bernalda	1.455	750	-	-	-	2.205
Nova Siri	700	967	-	-	-	1.667
Montalbano Jonico	-	350	-	-	-	350
Tursi	-	262	-	-	-	262
totale area	6.356	6.632	3.300	-	-	16.288
totale regione	50.773	29.601	13.210	6.969	3.085	103.638

**La distribuzione  
territoriale delle  
superfici di vendita  
della GDO (%)**



#### 4. I PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI DEL COMMERCIO LUCANO

L'Osservatorio nazionale del commercio rilascia, con cadenza annuale, una serie di indicatori di carattere economico relativi all'attività commerciale, che riguardano sia i volumi di vendite del dettaglio fisso (e, quindi, i volumi di fatturato realizzati dalle imprese), sia i principali "aggregati contabili" del settore (valore aggiunto, occupazione, costo del lavoro)<sup>17</sup>.

A conclusione dell'analisi finora svolta, si ritiene opportuno presentare in modo sintetico tali indicatori, che consentono di delineare un quadro conoscitivo più completo sul sistema distributivo regionale.

**LE VENDITE AL DETTAGLIO.** I dati sul valore delle vendite al dettaglio delle imprese operanti (in sede fissa) nel settore del commercio sono limitati dal punto di vista della copertura temporale, essendo disponibili per il solo periodo 2006-2008, ma offrono un'interessante disaggregazione in base al comparto merceologico (alimentare e non) e al formato distributivo (GDO e piccola/media distribuzione).

Nel 2008 le vendite complessive degli esercizi commerciali in Basilicata sono ammontate a 2.502 milioni di Euro, 1.433 dei quali (pari al 57,3%) riconducibili al comparto non alimentare e i restanti 1.069 al comparto alimentare. La quota di fatturato di pertinenza di quest'ultimo (42,7%) è molto elevata in rapporto alla numerosità dei suoi punti vendita, la cui incidenza sul totale raggiunge il 32,5%; ciò si spiega con la maggiore diffusione relativa della GDO alimentare<sup>18</sup> e, quindi, con più elevati volumi medi di fatturato per esercizio rispetto al comparto *non food*<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Circa le modalità di stima impiegate per il calcolo degli indicatori si rimanda all'appendice metodologica contenuta nel Rapporto annuale sul sistema distributivo realizzato dal MISE e consultabile in [www.sviluppoeconomico.gov.it/osservatori/commercio](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/osservatori/commercio).

<sup>18</sup> Nella GDO alimentare rientrano i supermercati, i minimercati e gli ipermercati, classificati come esercizi commerciali non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande.

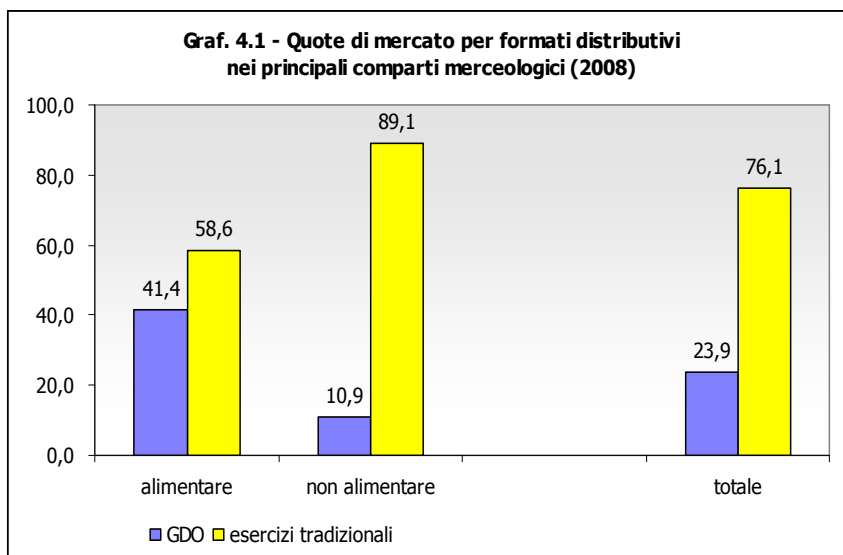
<sup>19</sup> Il fatturato medio per esercizio commerciale può essere stimato in 277 mila Euro; nel comparto alimentare raggiunge i 365 mila Euro, mentre nel comparto non alimentare si attesta sui 235 mila Euro.

**Tab. 4.1 - Vendite al dettaglio per formati distributivi in Basilicata  
- valori assoluti (in milioni di Euro) e var. % tendenziali -**

comparti	milioni di Euro			variaz. %	
	2006	2007	2008	2006/ 2007	2007/ 2008
alimentare	1.050	1.070	1.069	1,9	-0,1
non alimentare	1.434	1.443	1.433	0,6	-0,7
<b>totale</b>	<b>2.484</b>	<b>2.513</b>	<b>2.502</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,4</b>
formati distributivi					
GDO	562	585	598	3,9	2,2
piccola/media distribuzione	1.922	1.928	1.904	0,3	-1,3
<b>totale</b>	<b>2.484</b>	<b>2.513</b>	<b>2.502</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,4</b>

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Con riferimento ai formati distributivi, circa il 76% delle vendite complessive (1.904 milioni di Euro) si concentra nel piccolo commercio tradizionale, mentre il restante 24% transita per il canale della GDO, che rappresenta, tuttavia, soltanto il 2,5% degli esercizi in sede fissa a livello regionale.



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE



Nel periodo più recente, il fatturato delle imprese commerciali ha mostrato evidenti segnali di cedimento, scontando gli effetti della pesante recessione innescata dalla crisi finanziaria internazionale. Se nel 2007 il bilancio delle vendite è risultato ancora lievemente positivo nel confronto con l'anno precedente (+1,2%), nel 2008 si è registrata una perdita dello 0,4% che, in termini di quantità, è stata molto più accentuata, stante la forte ripresa della dinamica inflattiva <sup>20</sup>.

Di diverso segno e intensità le dinamiche nei principali comparti e canali distributivi: il calo delle vendite nell'ultimo anno si è concentrato prevalentemente nel settore non alimentare (-0,7%, circa 10 milioni di Euro in meno), mentre l'alimentare ha evidenziato una sostanziale tenuta (-0,1%). A fronte poi di un andamento abbastanza favorevole della grande distribuzione (+2,2%), il piccolo commercio ha accusato un regresso dell'1,3%, che ha interessato entrambi i comparti merceologici.

Tali tendenze riflettono due distinti fenomeni: da un lato, il forte aumento degli esercizi commerciali di medio-grandi dimensioni con il conseguente ampliamento della varietà di scelta tra i diversi format commerciali da parte dei consumatori; dall'altro, l'azione calmieratrice sul versante dei prezzi svolta dagli operatori della GDO che ha determinato uno spostamento degli acquisti verso le grandi superfici di vendita.

**L'OCCUPAZIONE.** Nel 2007 il settore del commercio al dettaglio (divisione 52 della classificazione ATECO2002) contava – in Basilicata – circa 16,7 mila occupati, secondo le stime del MISE. Nell'ambito di tale stock, la componente prevalente è rappresentata dagli occupati indipendenti (9,8 mila unità, pari al 59,0% del totale), a conferma di un modello di sistema distributivo ancora fortemente incentrato sui piccoli esercizi, spesso a conduzione familiare. A livello nazionale, infatti, la quota di occupazione autonoma non supera il 47%, mentre nel Mezzogiorno sfiora il 55%.

---

<sup>20</sup> La variazione tendenziale dei prezzi al consumo nei capitoli di spesa più pertinenti con un'analisi del settore commerciale (alimentari, abbigliamento e calzature, mobili e articoli per la casa, ricreazione e cultura, servizi ricettivi e di ristorazione), nel 2008, è stata nell'ordine del 3,9%.

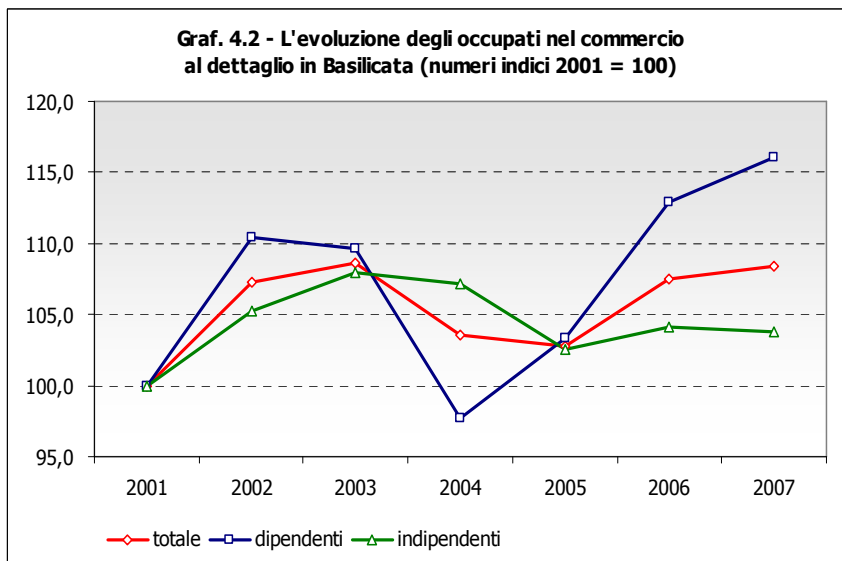
**Tab. 4.2 - L'occupazione nel commercio al dettaglio in Basilicata**

	totale	dipend.	indip.
	migliaia di unità		
2001	15.394	5.903	9.491
2002	16.508	6.517	9.990
2003	16.714	6.469	10.245
2004	15.943	5.769	10.174
2005	15.828	6.100	9.728
2006	16.544	6.667	9.877
2007	16.696	6.850	9.845
	var. % tendenziali		
2002	7,2	10,4	5,3
2003	1,3	-0,7	2,6
2004	-4,6	-10,8	-0,7
2005	-0,7	5,7	-4,4
2006	4,5	9,3	1,5
2007	0,9	2,7	-0,3
media periodo	1,4	2,5	0,6

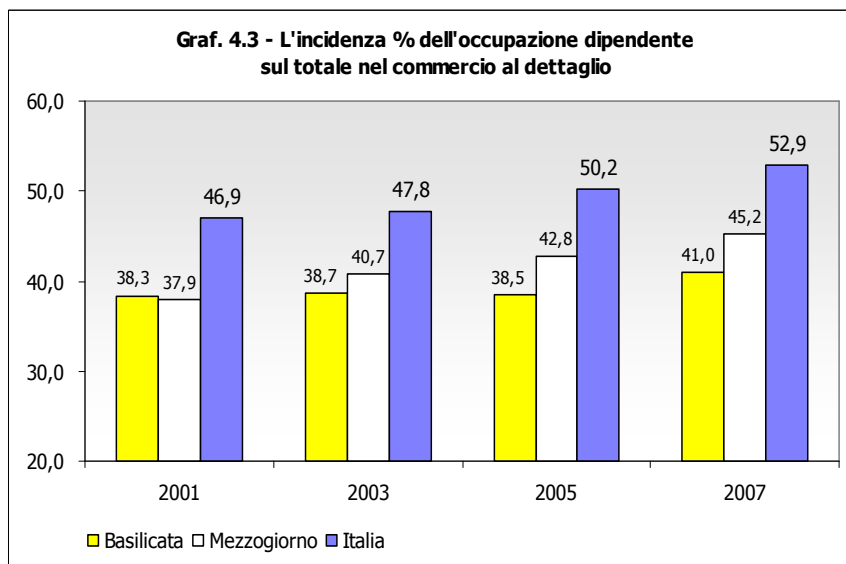
Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Le tendenze degli ultimi anni segnalano, tuttavia, un crescente spostamento della forza lavoro impiegata nel settore verso il segmento dipendente: fenomeno coerente con il progressivo affermarsi dei formati moderni della distribuzione commerciale anche in Basilicata. Nel periodo 2002-2007, in particolare, l'occupazione dipendente è aumentata ad un tasso medio annuo del 2,5%, mentre la crescita dell'occupazione indipendente non è andata oltre il +0,6%; la quota corrispondente alla prima è aumentata così dal 38,3 al 41,0%.

I processi di trasformazione strutturale ed organizzativa in atto nel settore a livello regionale presentano, tuttavia, una minore intensità relativa rispetto a quella osservabile nel resto del Paese, dove l'aumento del "peso" della componente alle dipendenze è stato molto più marcato (dal 46,9% del 2002 al 52,9% del 2007), anche per effetto di una flessione dello stock dei lavoratori autonomi (cfr. graf. 4.3).



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

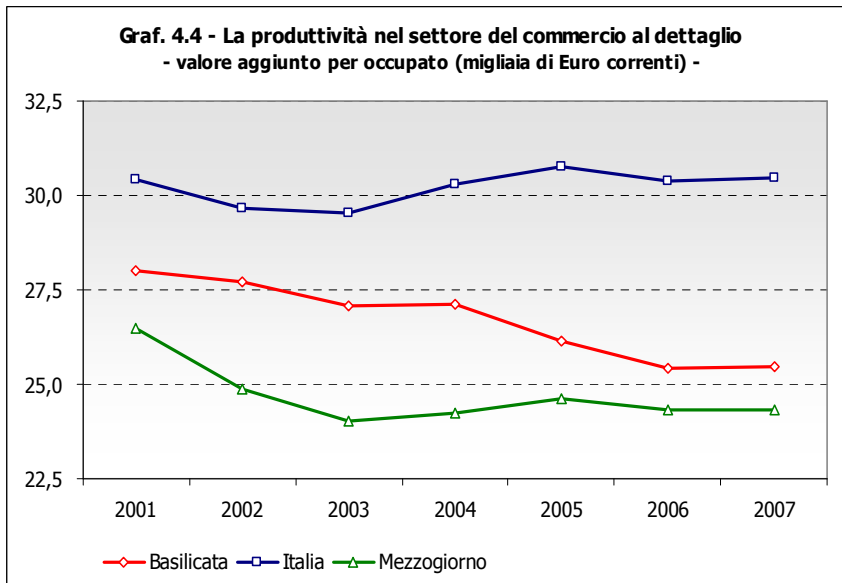


Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

**IL VALORE AGGIUNTO.** I dati sul valore aggiunto realizzato dal settore commerciale al dettaglio consentono di pervenire ad una stima dei livelli di produttività del lavoro, che possono essere utilizzati come un primo indicatore del grado di efficienza della rete distributiva.

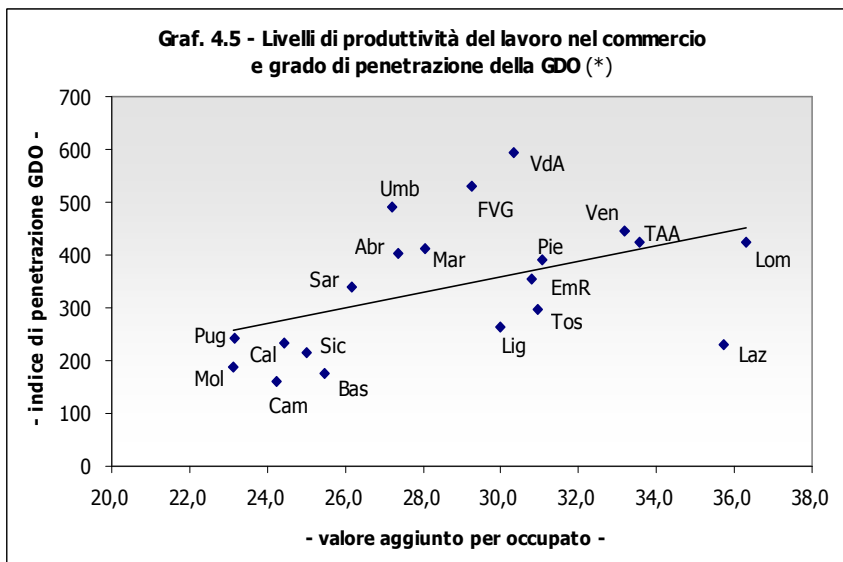
In particolare, nel 2007 il valore aggiunto per occupato – in Basilicata – si attestava a 25,5 mila Euro, un valore inferiore di circa il 16% alla media nazionale (30,5 mila), ma superiore del 5% alla media meridionale (24,3 mila).

Come si può osservare nel graf. 4.4, il differenziale negativo di produttività rispetto al resto del Paese si è progressivamente ampliato nel corso degli ultimi anni; ciò confermerebbe l'ipotesi, formulata in precedenza, di un andamento più "a rilento" dei processi di ristrutturazione del settore in ambito regionale.



Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

In effetti, i livelli di produttività appaiono positivamente correlati con il grado di diffusione del canale moderno della distribuzione commerciale: dal grafico seguente, che riporta il valore di entrambi gli indici per le venti regioni italiane, emerge con tutta evidenza come i territori caratterizzati da una presenza relativamente modesta della GDO (la maggior parte delle regioni meridionali) registrino i più bassi livelli di produttività, e viceversa.



(\*) mq. di superfici di vendita della GDO per 1.000 abitanti

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

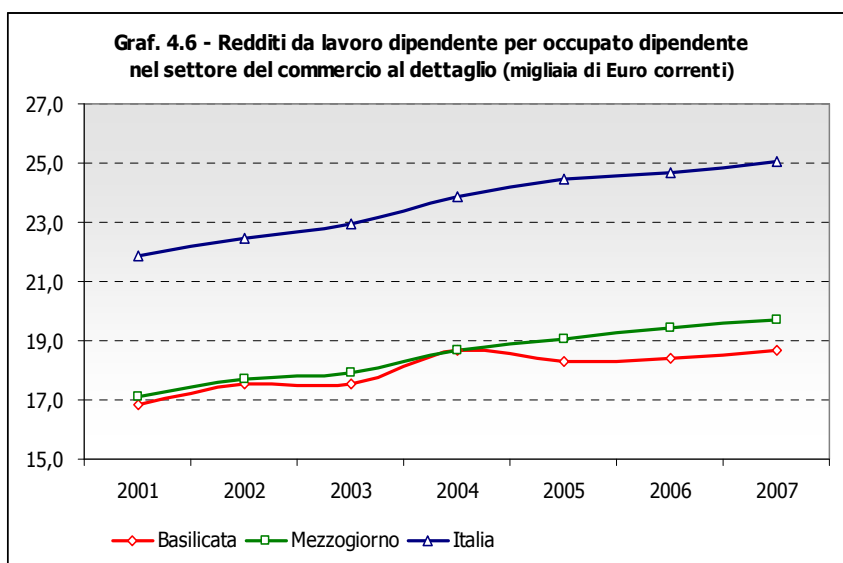
Da ciò non sembra, tuttavia, corretto concludere che una maggiore diffusione della GDO sia sinonimo di efficienza della rete commerciale. In primo luogo, si può notare come anche nelle aree a forte densità di GDO i livelli di produttività presentino un'elevata variabilità. Inoltre, nell'ottica degli utenti/consumatori, l'efficienza del sistema distributivo andrebbe valutata in relazione alla sua capacità di soddisfare al meglio le esigenze della domanda, che potrebbero implicare, ad esempio, una maggiore varietà di formati commerciali tra cui scegliere o una diffusione territorialmente più capillare (e meno concentrata) dei punti vendita.

**COSTO E REMUNERAZIONE DEL LAVORO.** I redditi da lavoro dipendente, essendo costituiti da una componente retributiva e da una contributiva, possono essere letti da un duplice punto di vista. Da un lato, infatti, essi costituiscono il costo del lavoro globalmente sostenuto dalle imprese commerciali (inclusivo, quindi, degli oneri sociali); dall'altro, forniscono una misura della remunerazione complessivamente percepita dai lavoratori, all'interno della quale la retribuzione in senso stretto pesa per oltre il 70%.

I redditi unitari da lavoro dipendente nel settore del commercio al dettaglio risultano particolarmente bassi in Basilicata, attestandosi sui 18,7 mila Euro,

contro i 19,7 mila del Mezzogiorno e, soprattutto, i 25,0 mila della media nazionale <sup>21</sup>. Anche in questo caso, l'ampio *gap* nei confronti dell'Italia può essere spiegato a partire dal diverso "modello" di sistema distributivo che, nella regione, è ancora fortemente incentrato sul piccolo commercio tradizionale, mentre a livello nazionale registra una presenza relativamente elevata delle grandi superfici di vendita.

E' ragionevole ipotizzare che i redditi da lavoro dipendente siano più elevati nell'ambito delle tipologie distributive più moderne, dove maggiori sono le possibilità di rappresentazione collettiva degli interessi (ovvero di "sindacalizzazione") da parte del personale del settore e dove la più alta produttività del lavoro gioca, indubbiamente, a favore di un aumento dei salari <sup>22</sup>.



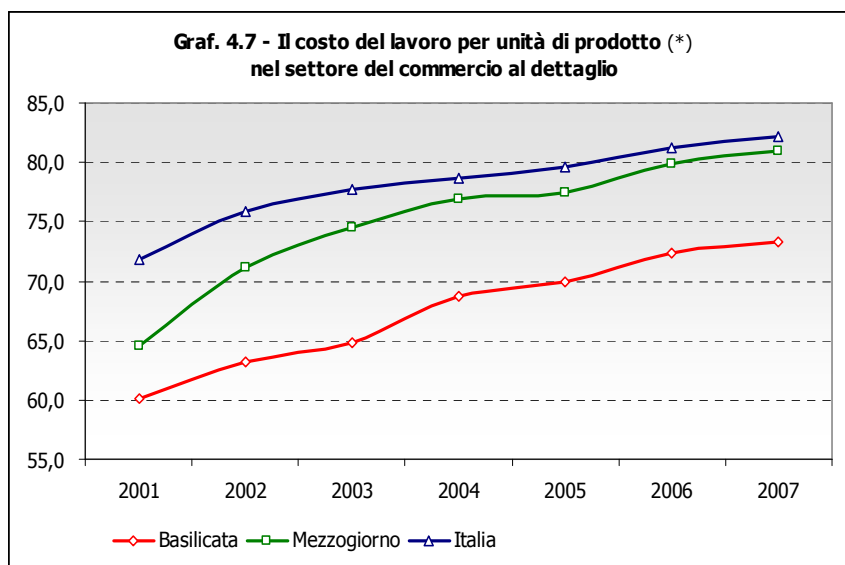
Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE

Il rapporto tra il reddito da lavoro per dipendente e il valore aggiunto per occupato fornisce una stima del costo del lavoro per unità di prodotto (cfr. graf. 4.7).

<sup>21</sup> Nella graduatoria regionale dell'indicatore la Basilicata occupa l'ultima posizione, con un differenziale negativo rispetto alla prima (la Lombardia) di circa 36 punti percentuali.

<sup>22</sup> Peraltro, la massa dei redditi da lavoro dipendente riconducibili ai piccoli esercizi tradizionali risente anche degli effetti legati ad una maggiore diffusione di forme di lavoro irregolare/sommerso, per cui una parte delle remunerazioni sfugge, di fatto, alle statistiche ufficiali.

La prima evidenza empirica è che – nel corso degli ultimi anni – la crescita dei redditi è risultata costantemente superiore alla crescita della produttività, in Basilicata come nel resto del Paese, determinando un progressivo aumento dell'indicatore. Le imprese commerciali della regione vantano, inoltre, livelli del CLUP più bassi e, da questo punto di vista, beneficiano di una maggiore competitività di costo rispetto alle imprese italiane.



(\*) reddito da lavoro per dipendente/valore aggiunto per occupato (in %)

Fonte: ns. elaborazioni su dati MISE





# **ALLEGATO STATISTICO**

**Tav. 1 - Esercizi commerciali per tipologie distributive e categorie merceologiche in Basilicata  
- consistenze alla fine di ciascun anno -**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Despecializzato	1.364	1.399	1.418	1.464	1.534	1.723	1.743	1.732	1.749
Specializzato	6.886	7.150	7.356	7.525	7.546	7.647	7.700	7.772	7.822
- alimentare	1.447	1.440	1.439	1.461	1.439	1.452	1.460	1.473	1.494
- non alimentare	5.439	5.710	5.917	6.064	6.107	6.195	6.240	6.299	6.328
totale esercizi	8.250	8.549	8.774	8.989	9.080	9.370	9.443	9.504	9.571
Specializzato alimentare									
- carne	669	652	629	627	619	610	600	596	592
- tabacco	253	256	257	270	282	285	300	309	324
- frutta e verdura	210	205	223	232	234	237	239	243	249
- pesce	83	92	97	97	92	101	110	111	108
- pane	78	83	81	86	80	84	76	78	80
- bevande	25	25	26	31	25	28	29	27	27
- altri prodotti	129	127	126	118	107	107	106	109	114
Specializzato non alimentare									
- abbigliamento	1.334	1.422	1.494	1.545	1.373	1.458	1.477	1.501	1.516
- mobili	624	672	698	724	742	770	787	765	768
- ferramenta	599	619	635	648	674	676	681	700	716
- farmacie/profumerie	416	431	453	464	475	487	496	517	513
- libri e giornali	395	415	427	433	441	441	440	436	445
- calzature	299	311	326	331	324	323	320	324	330
- tessile	169	166	161	160	310	303	287	274	265
- elettrodomestici	357	353	355	364	291	248	236	239	240
- altri prodotti	1.246	1.321	1.368	1.395	1.477	1.489	1.516	1.543	1.535

Fonte: ns. elaborazioni su banca dati Infocamere

**Tav. 2 - Numero di esercizi e superfici di vendita nella GDO per formati distributivi  
- Basilicata -**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
numero esercizi						
supermercati	50	54	44	62	64	70
grandi magazzini	3	4	4	7	7	5
ipermercati	1	2	3	3	3	3
minimercati (a)	....	....	46	80	80	105
grandi superfici specializzate	2	2	2	3	2	2
superfici di vendita (mq.)						
supermercati	34.145	35.285	30.336	43.906	45.315	50.773
grandi magazzini	2.862	5.280	5.938	6.407	6.938	6.969
ipermercati	5.360	9.910	13.210	13.210	13.210	13.210
minimercati (a)	....	....	14.280	22.952	22.876	29.601
grandi superfici specializzate	3.195	3.195	3.195	5.613	3.930	3.085
superfici medie x esercizio (mq.)						
supermercati	683	653	689	708	708	725
grandi magazzini	954	1.320	1.485	915	991	1.394
ipermercati	5.360	4.955	4.403	4.403	4.403	4.403
minimercati (a)	....	....	310	287	286	282
grandi superfici specializzate	1.598	1.598	1.598	1.871	1.965	1.543

(a) i dati relativi ai minimercati sono disponibili dal 2005, anno di inizio della rilevazione

Fonte: ns. elaborazioni su dati Osservatorio nazionale del commercio

**Tav. 3 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche  
- consistenze al 31/12/2008 -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	265	685	222	245	133	199	1.749
Specializzato	1.441	2.798	1.141	828	522	1.092	7.822
- alimentare	272	548	214	165	92	203	1.494
- non alimentare	1.169	2.250	927	663	430	889	6.328
<b>totale esercizi</b>	<b>1.706</b>	<b>3.483</b>	<b>1.363</b>	<b>1.073</b>	<b>655</b>	<b>1.291</b>	<b>9.571</b>
Specializzato alimentare	272	548	214	165	92	203	1.494
- carne	104	211	80	73	42	82	592
- tabacco	65	129	43	31	13	43	324
- frutta e verdura	45	100	32	21	19	32	249
- pesce	17	38	18	15	5	15	108
- pane	11	22	20	12	4	11	80
- bevande	5	7	6	3	1	5	27
- altri prodotti	25	41	15	10	8	15	114
Specializzato non alimentare	1.169	2.250	927	663	430	889	6.328
- abbigliamento	284	550	234	144	93	211	1.516
- mobili	167	255	110	80	60	96	768
- ferramenta	135	224	90	84	64	119	716
- farmacie/profumerie	77	203	74	56	38	65	513
- libri e giornali	91	164	57	44	22	67	445
- calzature	57	121	58	32	17	45	330
- tessile	50	90	42	28	14	41	265
- orologi, gioielleria	39	106	35	24	22	23	249
- elettrodomestici	50	75	40	24	17	34	240
- attrezzature per ufficio	29	56	16	9	7	16	133
- ottica, fotografia	17	38	25	13	9	20	122
- giochi, giocattoli	15	36	21	7	5	18	102
- altri prodotti	158	332	125	118	62	134	929

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 4 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche**  
**- valori % per tipologie distributive e categorie merceologiche -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	15,5	19,7	16,3	22,8	20,3	15,4	18,3
Specializzato	84,5	80,3	83,7	77,2	79,7	84,6	81,7
- alimentare	15,9	15,7	15,7	15,4	14,0	15,7	15,6
- non alimentare	68,5	64,6	68,0	61,8	65,6	68,9	66,1
totale esercizi	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Specializzato alimentare	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- carne	38,2	38,5	37,4	44,2	45,7	40,4	39,6
- tabacco	23,9	23,5	20,1	18,8	14,1	21,2	21,7
- frutta e verdura	16,5	18,2	15,0	12,7	20,7	15,8	16,7
- pesce	6,3	6,9	8,4	9,1	5,4	7,4	7,2
- pane	4,0	4,0	9,3	7,3	4,3	5,4	5,4
- bevande	1,8	1,3	2,8	1,8	1,1	2,5	1,8
- altri prodotti	9,2	7,5	7,0	6,1	8,7	7,4	7,6
Specializzato non alimentare	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
- abbigliamento	24,3	24,4	25,2	21,7	21,6	23,7	24,0
- mobili	14,3	11,3	11,9	12,1	14,0	10,8	12,1
- ferramenta	11,5	10,0	9,7	12,7	14,9	13,4	11,3
- farmacie/profumerie	6,6	9,0	8,0	8,4	8,8	7,3	8,1
- libri e giornali	7,8	7,3	6,1	6,6	5,1	7,5	7,0
- calzature	4,9	5,4	6,3	4,8	4,0	5,1	5,2
- tessile	4,3	4,0	4,5	4,2	3,3	4,6	4,2
- orologi, gioielleria	3,3	4,7	3,8	3,6	5,1	2,6	3,9
- elettrodomestici	4,3	3,3	4,3	3,6	4,0	3,8	3,8
- attrezzature per ufficio	2,5	2,5	1,7	1,4	1,6	1,8	2,1
- ottica, fotografia	1,5	1,7	2,7	2,0	2,1	2,2	1,9
- giochi, giocattoli	1,3	1,6	2,3	1,1	1,2	2,0	1,6
- altri prodotti	13,5	14,8	13,5	17,8	14,4	15,1	14,7

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 5 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche**  
**- valori % per aree -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	15,2	39,2	12,7	14,0	7,6	11,4	100,0
Specializzato	18,4	35,8	14,6	10,6	6,7	14,0	100,0
- alimentare	18,2	36,7	14,3	11,0	6,2	13,6	100,0
- non alimentare	18,5	35,6	14,6	10,5	6,8	14,0	100,0
totale esercizi	17,8	36,4	14,2	11,2	6,8	13,5	100,0
Specializzato alimentare							
- carne	17,6	35,6	13,5	12,3	7,1	13,9	100,0
- tabacco	20,1	39,8	13,3	9,6	4,0	13,3	100,0
- frutta e verdura	18,1	40,2	12,9	8,4	7,6	12,9	100,0
- pesce	15,7	35,2	16,7	13,9	4,6	13,9	100,0
- pane	13,8	27,5	25,0	15,0	5,0	13,8	100,0
- bevande	18,5	25,9	22,2	11,1	3,7	18,5	100,0
- altri prodotti	21,9	36,0	13,2	8,8	7,0	13,2	100,0
Specializzato non alimentare							
- abbigliamento	18,7	36,3	15,4	9,5	6,1	13,9	100,0
- mobili	21,7	33,2	14,3	10,4	7,8	12,5	100,0
- ferramenta	18,9	31,3	12,6	11,7	8,9	16,6	100,0
- farmacie/profumerie	15,0	39,6	14,4	10,9	7,4	12,7	100,0
- libri e giornali	20,4	36,9	12,8	9,9	4,9	15,1	100,0
- calzature	17,3	36,7	17,6	9,7	5,2	13,6	100,0
- tessile	18,9	34,0	15,8	10,6	5,3	15,5	100,0
- orologi, gioielleria	15,7	42,6	14,1	9,6	8,8	9,2	100,0
- elettrodomestici	20,8	31,3	16,7	10,0	7,1	14,2	100,0
- attrezzature per ufficio	21,8	42,1	12,0	6,8	5,3	12,0	100,0
- ottica, fotografia	13,9	31,1	20,5	10,7	7,4	16,4	100,0
- giochi, giocattoli	14,7	35,3	20,6	6,9	4,9	17,6	100,0
- altri prodotti	17,0	35,7	13,5	12,7	6,7	14,4	100,0

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 6 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche**  
**- n° di esercizi x 10.000 abitanti -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	24,2	31,1	25,6	41,2	37,4	25,1	29,6
Specializzato	131,4	127,2	131,3	139,2	147,0	137,5	132,4
- alimentare	24,8	24,9	24,6	27,7	25,9	25,6	25,3
- non alimentare	106,6	102,3	106,7	111,4	121,1	111,9	107,1
totale esercizi	155,5	158,3	156,9	180,4	184,4	162,5	161,9
Specializzato alimentare							
- carne	9,5	9,6	9,2	12,3	11,8	10,3	10,0
- tabacco	5,9	5,9	4,9	5,2	3,7	5,4	5,5
- frutta e verdura	4,1	4,5	3,7	3,5	5,3	4,0	4,2
- pesce	1,5	1,7	2,1	2,5	1,4	1,9	1,8
- pane	1,0	1,0	2,3	2,0	1,1	1,4	1,4
- bevande	0,5	0,3	0,7	0,5	0,3	0,6	0,5
- altri prodotti	2,3	1,9	1,7	1,7	2,3	1,9	1,9
Specializzato non alimentare							
- abbigliamento	25,9	25,0	26,9	24,2	26,2	26,6	25,7
- mobili	15,2	11,6	12,7	13,4	16,9	12,1	13,0
- ferramenta	12,3	10,2	10,4	14,1	18,0	15,0	12,1
- farmacie/profumerie	7,0	9,2	8,5	9,4	10,7	8,2	8,7
- libri e giornali	8,3	7,5	6,6	7,4	6,2	8,4	7,5
- calzature	5,2	5,5	6,7	5,4	4,8	5,7	5,6
- tessile	4,6	4,1	4,8	4,7	3,9	5,2	4,5
- orologi, gioielleria	3,6	4,8	4,0	4,0	6,2	2,9	4,2
- elettrodomestici	4,6	3,4	4,6	4,0	4,8	4,3	4,1
- attrezzature per ufficio	2,6	2,5	1,8	1,5	2,0	2,0	2,3
- ottica, fotografia	1,5	1,7	2,9	2,2	2,5	2,5	2,1
- giochi, giocattoli	1,4	1,6	2,4	1,2	1,4	2,3	1,7
- altri prodotti	14,4	15,1	14,4	19,8	17,5	16,9	15,7

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 7 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche  
- indici di specializzazione (a) -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	0,85	1,08	0,89	1,25	1,11	0,84	1,00
Specializzato	1,03	0,98	1,02	0,94	0,98	1,03	1,00
- alimentare	1,02	1,01	1,01	0,99	0,90	1,01	1,00
- non alimentare	1,04	0,98	1,03	0,93	0,99	1,04	1,00
totale esercizi	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Specializzato alimentare	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
- carne	0,96	0,97	0,94	1,12	1,15	1,02	1,00
- tabacco	1,10	1,09	0,93	0,87	0,65	0,98	1,00
- frutta e verdura	0,99	1,09	0,90	0,76	1,24	0,95	1,00
- pesce	0,86	0,96	1,16	1,26	0,75	1,02	1,00
- pane	0,76	0,75	1,75	1,36	0,81	1,01	1,00
- bevande	1,02	0,71	1,55	1,01	0,60	1,36	1,00
- altri prodotti	1,20	0,98	0,92	0,79	1,14	0,97	1,00
Specializzato non alimentare	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
- abbigliamento	1,01	1,02	1,05	0,91	0,90	0,99	1,00
- mobili	1,18	0,93	0,98	0,99	1,15	0,89	1,00
- ferramenta	1,02	0,88	0,86	1,12	1,32	1,18	1,00
- farmacie/profumerie	0,81	1,11	0,98	1,04	1,09	0,90	1,00
- libri e giornali	1,11	1,04	0,87	0,94	0,73	1,07	1,00
- calzature	0,94	1,03	1,20	0,93	0,76	0,97	1,00
- tessile	1,02	0,96	1,08	1,01	0,78	1,10	1,00
- orologi, gioielleria	0,85	1,20	0,96	0,92	1,30	0,66	1,00
- elettrodomestici	1,13	0,88	1,14	0,95	1,04	1,01	1,00
- attrezzature per ufficio	1,18	1,18	0,82	0,65	0,77	0,86	1,00
- ottica, fotografia	0,75	0,88	1,40	1,02	1,09	1,17	1,00
- giochi, giocattoli	0,80	0,99	1,41	0,66	0,72	1,26	1,00
- altri prodotti	0,92	1,01	0,92	1,21	0,98	1,03	1,00

(a) rapporto tra la quota % della merceologia i-esima in ciascuna area e la quota % della medesima merceologia a livello regionale

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere



**Tav. 8 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche  
- variaz. assolute 2003/2008 -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	75	75	37	28	14	56	285
Specializzato	146	43	43	-17	-15	97	297
- alimentare	20	-	13	6	-16	10	33
- non alimentare	126	43	30	-23	1	87	264
<b>totale esercizi</b>	<b>221</b>	<b>118</b>	<b>80</b>	<b>11</b>	<b>-1</b>	<b>153</b>	<b>582</b>
Specializzato alimentare	20	-	13	6	-16	10	33
- carne	-4	-13	-10	1	-9	-	-35
- tabacco	5	17	12	11	2	7	54
- frutta e verdura	11	6	7	2	-7	-2	17
- pesce	4	2	6	1	-4	2	11
- pane	4	-8	2	-5	-1	2	-6
- bevande	-1	-2	-3	-	-	2	-4
- altri prodotti	1	-2	-1	-4	3	-1	-4
Specializzato non alimentare	126	43	30	-23	1	87	264
- abbigliamento	18	-5	-25	-10	-13	6	-29
- mobili	28	-6	20	-7	4	5	44
- ferramenta	28	5	10	-4	6	23	68
- farmacie/profumerie	2	26	6	6	-	9	49
- libri e giornali	6	-10	-8	4	4	16	12
- calzature	4	-1	1	-4	-3	2	-1
- tessile	27	33	24	8	-	13	105
- orologi, gioielleria	1	-2	8	-1	-	-4	2
- elettrodomestici	-16	-56	-11	-10	-14	-17	-124
- attrezzature per ufficio	13	6	5	-3	2	-3	20
- ottica, fotografia	3	-4	-5	-3	2	5	-2
- giochi, giocattoli	2	20	1	2	3	10	38
- altri prodotti	10	37	4	-1	10	22	82

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 9 - Esercizi commerciali per tipologie distributive, aree e categorie merceologiche  
- variaz. % 2003/2008 -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
Despecializzato	39,5	12,3	20,0	12,9	11,8	39,2	19,5
Specializzato	11,3	1,6	3,9	-2,0	-2,8	9,7	3,9
- alimentare	7,9	-	6,5	3,8	-14,8	5,2	2,3
- non alimentare	12,1	1,9	3,3	-3,4	0,2	10,8	4,4
totale esercizi	14,9	3,5	6,2	1,0	-0,2	13,4	6,5
Specializzato alimentare	7,9	-	6,5	3,8	-14,8	5,2	2,3
- carne	-3,7	-5,8	-11,1	1,4	-17,6	-	-5,6
- tabacco	8,3	15,2	38,7	55,0	18,2	19,4	20,0
- frutta e verdura	32,4	6,4	28,0	10,5	-26,9	-5,9	7,3
- pesce	30,8	5,6	50,0	7,1	-44,4	15,4	11,3
- pane	57,1	-26,7	11,1	-29,4	-20,0	22,2	-7,0
- bevande	-16,7	-22,2	-33,3	-	-	66,7	-12,9
- altri prodotti	4,2	-4,7	-6,3	-28,6	60,0	-6,3	-3,4
Specializzato non alimentare	12,1	1,9	3,3	-3,4	0,2	10,8	4,4
- abbigliamento	6,8	-0,9	-9,7	-6,5	-12,3	2,9	-1,9
- mobili	20,1	-2,3	22,2	-8,0	7,1	5,5	6,1
- ferramenta	26,2	2,3	12,5	-4,5	10,3	24,0	10,5
- farmacie/profumerie	2,7	14,7	8,8	12,0	-	16,1	10,6
- libri e giornali	7,1	-5,7	-12,3	10,0	22,2	31,4	2,8
- calzature	7,5	-0,8	1,8	-11,1	-15,0	4,7	-0,3
- tessile	117,4	57,9	133,3	40,0	-	46,4	65,6
- orologi, gioielleria	2,6	-1,9	29,6	-4,0	-	-14,8	0,8
- elettrodomestici	-24,2	-42,7	-21,6	-29,4	-45,2	-33,3	-34,1
- attrezzature per ufficio	81,3	12,0	45,5	-25,0	40,0	-15,8	17,7
- ottica, fotografia	21,4	-9,5	-16,7	-18,8	28,6	33,3	-1,6
- giochi, giocattoli	15,4	125,0	5,0	40,0	150,0	125,0	59,4
- altri prodotti	6,8	12,5	3,3	-0,8	19,2	19,6	9,7

Fonte: ns. elaborazioni su dati Infocamere

**Tav. 10 - Numero di esercizi e superfici di vendita nella GDO per formati distributivi  
- aree di gravitazione commerciale (anno 2008) -**

	aree gravitazionali						totale regione
	Matera	Potenza	Melfi	Lauria	Senise	Pisticci	
numero esercizi							
supermercati	14	20	17	5	3	11	70
grandi magazzini	1	3	-	1	-	-	5
ipermercati	1	1	-	-	-	1	3
minimercati	22	28	14	13	4	24	105
grandi superfici specializzate	-	1	1	-	-	-	2
superfici di vendita (mq.)							
supermercati	10.946	14.557	13.259	3.955	1.700	6.356	50.773
grandi magazzini	1.319	3.150	-	2.500	-	-	6.969
ipermercati	5.360	4.550	-	-	-	3.300	13.210
minimercati	5.890	8.282	4.091	3.581	1.125	6.632	29.601
grandi superfici specializzate	-	1.573	1.512	-	-	-	3.085
superfici medie x esercizio (mq.)							
supermercati	782	728	780	791	567	578	725
grandi magazzini	1.319	1.050	-	2.500	-	-	1.394
ipermercati	5.360	4.550	-	-	-	3.300	4.403
minimercati	268	296	292	275	281	276	282
grandi superfici specializzate	-	1.573	1.512	-	-	-	1.543

Fonte: ns. elaborazioni su dati Osservatorio nazionale del commercio

**Tav. 11 - Indicatori economici del settore  
del commercio al dettaglio in Basilicata**

	valore aggiunto	redditi da lavoro dip.	valore agg. x occupato	redditi pro-capite
	migliaia di Euro correnti			
2001	431.272	99.457	28,0	16,8
2002	457.786	114.170	27,7	17,5
2003	452.421	113.418	27,1	17,5
2004	432.685	107.601	27,1	18,7
2005	413.754	111.561	26,1	18,3
2006	420.623	122.697	25,4	18,4
2007	425.025	127.790	25,5	18,7
	variaz. % annue			
2002	6,1	14,8	-1,0	4,0
2003	-1,2	-0,7	-2,4	0,1
2004	-4,4	-5,1	0,3	6,4
2005	-4,4	3,7	-3,7	-1,9
2006	1,7	10,0	-2,7	0,6
2007	1,0	4,2	0,1	1,4

Fonte: ns. elab. su dati Osservatorio nazionale del commercio