

Commento ai dati sulla Grande Distribuzione Organizzata

31/12/2021

Premessa

Nell'ambito del Programma Statistico Nazionale, il Ministero delle Imprese e del Made in Italy è responsabile dell'indagine annuale relativa alle caratteristiche strutturali degli esercizi commerciali che rientrano nell'ampia famiglia della c.d. Grande Distribuzione Organizzata (in breve GDO), ovvero quelle entità connotate da maggiori dimensioni e specifiche forme organizzative. L'indagine, svolta anche quest'anno in collaborazione con le Camere di Commercio, consente di fornire una panoramica molto ampia della struttura distributiva nel nostro Paese, la cui lettura può essere effettuata anche a complemento di quella dei dati provenienti dal Registro imprese. Si ricorda, infatti, che le due modalità di rilevazione dei dati non solo differiscono per la fonte di provenienza, ma anche per le definizioni adottate per identificare le tipologie delle strutture analizzate.

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

I risultati complessivi in sintesi

In estrema sintesi i risultati dell'ultima indagine disponibile, che fotografa la situazione al 31.12.2021, mostrano, come evidenziato dalle tavole seguenti, una crescita sia nel numero degli esercizi, sia nella superficie, sia nell'occupazione pari rispettivamente a +1,5%, +1,2% e +3,1%.¹

| Tipologia | AL 31 DICEMBRE 2020 | | | AL 31 DICEMBRE 2021 | | |
|------------------|---------------------|-------------------|----------------|---------------------|-------------------|----------------|
| | N° | Mq. | Addetti | N° | Mq. | Addetti |
| Supermercati | 10.956 | 10.399.503 | 209.893 | 10.967 | 10.435.475 | 215.474 |
| Ipermercati | 678 | 3.788.313 | 77.556 | 702 | 3.828.999 | 78.194 |
| Minimercati | 5.570 | 1.605.206 | 37.017 | 5.519 | 1.577.695 | 36.729 |
| Grandi Magazzini | 3.613 | 3.867.436 | 40.917 | 3.947 | 4.167.555 | 47.004 |
| Specializzati | 1.913 | 5.807.365 | 60.843 | 1.934 | 5.751.165 | 62.035 |
| Totale | 22.730 | 25.467.823 | 426.225 | 23.069 | 25.760.889 | 439.437 |

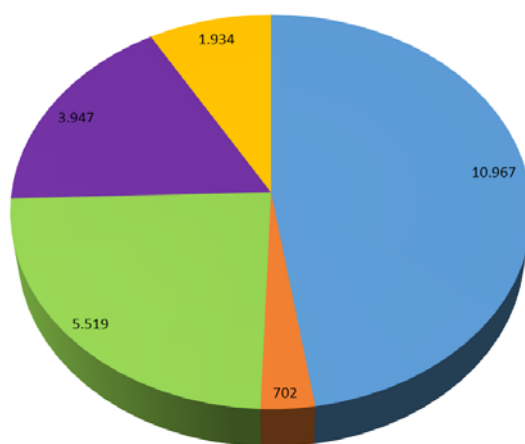
¹ Nell'indagine corrente sono inclusi gli aggiornamenti per tutti i territori, salvo le provincie di Lecce e Caltanissetta, per le quali non sono pervenuti dati aggiornati.

| Tipologia | Variazione % 2021/2020 | | |
|------------------|------------------------|------------|------------|
| | N° | Mq. | Addetti |
| Supermercati | 0,1 | 0,3 | 2,7 |
| Ipermercati | 3,5 | 1,1 | 0,8 |
| Minimercati | -0,9 | -1,7 | -0,8 |
| Grandi Magazzini | 9,2 | 7,8 | 14,9 |
| Specializzati | 1,1 | -1,0 | 2,0 |
| Totale | 1,5 | 1,2 | 3,1 |

Nel dettaglio, il totale censito conta 23.069 esercizi, con un incremento dell'1,5% rispetto a fine 2020 ed una crescita di tutte le forme specifiche a eccezione dei Minimercati, la cui numerosità risulta in calo (-51 unità, pari a -0,9%). Non risultano modificate le proporzioni tra le varie tipologie, cosicché nel complesso la GDO risulta ancora composta per poco meno della metà da Supermercati (10.967 unità) e per circa un quarto del totale da Minimercati (5.519 unità), coprendo le altre forme (Ipermercati, Grandi Magazzini e Grandi Superfici Specializzate) il restante quarto.

INDAGINE GDO 2021 - RIPARTIZIONE E NUMERO ESERCIZI (VARIAZIONI % RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE)

■ Supermercati (+0,1) ■ Ipermercati (+3,5) ■ Minimercati (-0,9)
■ Grandi Magazzini (+9,2) ■ Specializzati (+1,1)



A fine 2021 l'occupazione complessiva del comparto, risultante dalle elaborazioni dei dati inerenti l'indagine, conta 439.437 unità lavorative. In particolare, nei Minimercati, nei Grandi Magazzini e nelle Superfici Specializzate le unità lavorative rappresentano rispettivamente l'8%, l'11% e il 14% degli addetti del settore. Mentre, la prevalenza degli addetti si registra nei Supermercati e negli Ipermercati, con quote pari rispettivamente a 49% e 18%.

Per quel che riguarda le variazioni annuali dell'occupazione, si registrano andamenti discordanti nelle diverse tipologie di struttura. I Minimercati, ad esempio, vedono ridurre l'occupazione dello 0,8%. D'altro canto, le restanti tipologie di vendita mostrano, invece, risultati positivi con i Grandi Magazzini che segnano il maggiore incremento (+14,9%), seguiti a distanza da Supermercati (+2,7%), Grandi Specializzati (+2,0%) e Ipermercati (+0,8%).

Le variazioni registrate in termini di superfici dedicate all'attività commerciale

mostrano una crescita dei metri quadrati per tutte le tipologie di esercizi, ad eccezione dei Minimercati (-1,7%) e delle Grandi Superfici Specializzate (-1,0%). Anche per questo parametro, si evidenzia la crescita dei Grandi Magazzini, per cui osserviamo un ampliamento della superficie del 7,8%.

Nel complesso, si registra, rispetto all'anno precedente, un maggiore rapporto tra occupazione e superficie, imputabile al maggiore aumento dell'occupazione rispetto a quello della superficie di vendita. In particolare, per i Supermercati, gli Ipermercati e i Minimercati, si confermano valori più elevati per tale rapporto, mentre la situazione opposta caratterizza Grandi Magazzini e Grandi Superfici Specializzate, dove, invece, la proporzione è più contenuta.

Come già evidenziato nelle precedenti indagini, è opportuno comprendere bene il fenomeno della categoria dei Grandi Magazzini interpretando il dato con una dose di cautela, considerati i progressivi cambiamenti che si stanno realizzando nella tipologia stessa, che si allontana sempre più dal modello tradizionale di struttura despecializzata (caratterizzata da ampiezza e varietà di assortimento) per avvicinarsi a strutture sempre più specializzate settorialmente (es. catene, marchi in franchising ecc.), ma con un'ampiezza di superficie di vendita che non consente di collocarli tra le Grandi Superfici Specializzate.

La diffusione della GDO

I dati strutturali rilevati tramite l'indagine vengono utilmente avvicinati all'impatto sociale mediante la considerazione dell'abituale indice di densità delle superfici rispetto alla popolazione residente. Mediante il rapporto "superficie di vendita per 1.000 abitanti" si è provveduto a suddividere la superficie di vendita regionale per i rispettivi abitanti, distinguendo i due comparti alimentare e non alimentare. Si ricorda che per il settore alimentare vengono conteggiate le superfici relative a Supermercati, Minimercati e parte alimentare degli Ipermercati; per il settore non alimentare vengono computate le aree relative ai Grandi Magazzini, alle Grandi Superfici Specializzate e la parte non *food* degli Ipermercati.

La consistenza di superfici a livello nazionale risulta pari a 437 metri quadrati per mille abitanti (sostanzialmente stabile rispetto al 2020), suddivisi tra i 241 mq dell'alimentare ed i 196 mq destinati al non alimentare. Si confermano peraltro le caratteristiche ormai note relative alla maggiore disponibilità nelle aree settentrionali, con una lieve crescita sia per il Nord est (passato da poco più di 563 a poco meno di 575 mq) che per il Nord ovest (passato da circa 497 a poco meno di 524 mq). Anche al Sud e Isole si osserva una crescita da 340 a circa 352 mq. Mentre risulta in calo rispetto all'anno precedente l'area del Centro, che passa da poco più di 359 mq a circa 327 mq. A livello regionale, la Valle d'Aosta si conferma come la regione a maggiore disponibilità di superficie per abitanti (oltre 914 mq, di cui la parte maggiore - circa 676 mq ogni mille abitanti - per il non alimentare). All'estremo opposto, si colloca il Lazio con circa 191 mq (di cui soltanto 73 mq circa per il non alimentare). Infine, si conferma a livello nazionale e per la maggior parte delle regioni (fatta eccezione per la Valle d'Aosta e il Friuli Venezia Giulia), la caratteristica della prevalenza della superficie di vendita dedicata all'alimentare rispetto al non alimentare.

| Regione | Settore Alimentare mq/1.000 abitanti | Non Alimentare mq/1.000 abitanti | Totale mq/1.000 abitanti |
|-----------------------|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| PIEMONTE | 244,5 | 197,3 | 441,7 |
| VALLE D'AOSTA | 238,0 | 676,2 | 914,3 |
| LOMBARDIA | 286,7 | 284,7 | 571,3 |
| LIGURIA | 248,3 | 160,6 | 408,9 |
| Nord ovest | 271,3 | 252,5 | 523,8 |
| TRENTINO ALTO ADIGE | 323,9 | 240,3 | 564,2 |
| FRIULI VENEZIA GIULIA | 372,1 | 407,3 | 779,4 |
| VENETO | 340,6 | 269,9 | 610,5 |
| EMILIA ROMAGNA | 274,3 | 209,1 | 483,4 |
| Nord est | 316,9 | 258,0 | 574,9 |
| TOSCANA | 216,7 | 155,3 | 371,9 |
| UMBRIA | 343,5 | 314,3 | 657,7 |
| MARCHE | 313,4 | 228,3 | 541,7 |
| LAZIO | 118,2 | 73,2 | 191,4 |
| Centro | 190,3 | 136,2 | 326,5 |
| ABRUZZO | 284,1 | 253,2 | 537,3 |
| MOLISE | 213,8 | 53,8 | 267,6 |
| CAMPANIA | 179,9 | 161,3 | 341,2 |
| PUGLIA | 194,2 | 124,7 | 318,9 |
| BASILICATA | 192,5 | 52,6 | 245,1 |
| CALABRIA | 236,3 | 186,8 | 423,1 |
| SICILIA | 178,1 | 122,2 | 300,3 |
| SARDEGNA | 281,9 | 165,9 | 447,8 |
| Sud Isole | 203,2 | 148,7 | 351,9 |
| ITALIA | 241,2 | 195,5 | 436,8 |