



astat info

Nr. 36
21.09.11

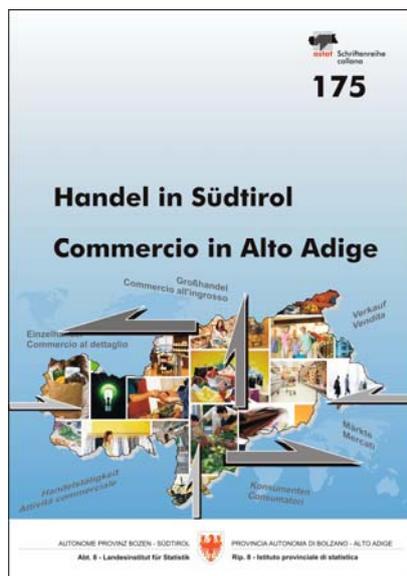
presse | stampa

Handel in Südtirol

Commercio in Alto Adige

Die Publikation „**Handel in Südtirol**“ bietet einen umfassenden Überblick über den Südtiroler Handelssektor. Die Veröffentlichung ist in sieben Kapitel gegliedert. Die ersten zwei Kapitel stellen die angewandte Methodologie dar, während die restlichen fünf Kapitel die Handelsbetriebe in detaillierter Form analysieren und einige Aspekte der Angebots- und Nachfragebeziehung aufzeigen.

Im Folgenden werden einige der behandelten Themen vorgestellt. Die Publikation kann im Internet (www.provinz.bz.it/astat) heruntergeladen werden und liegt in gedruckter Version beim ASTAT auf.



Il volume "**Commercio in Alto Adige**" traccia un quadro complessivo del settore commerciale altoatesino. La pubblicazione si struttura in sette capitoli. I primi due delineano la metodologia adottata, mentre i restanti cinque analizzano dettagliatamente le imprese commerciali ed illustrano alcuni aspetti dell'interazione tra domanda e offerta.

Di seguito vengono presentati alcuni temi trattati nello studio. La versione completa del volume è scaricabile da internet (www.provincia.bz.it/astat) ed è disponibile nel formato cartaceo presso l'ASTAT.

Handelstätigkeit

Die Handelsunternehmen machen im Jahr 2007 mit 8.935 über 21,1% der marktorientierten Unternehmen mit Erwerbszweck aus, wenn man die Landwirtschaft nicht berücksichtigt. Die Quote liegt bei den Arbeitsstätten und den Beschäftigten noch leicht höher als bei den Unternehmen (21,9% bzw. 21,8%).

Attività commerciale

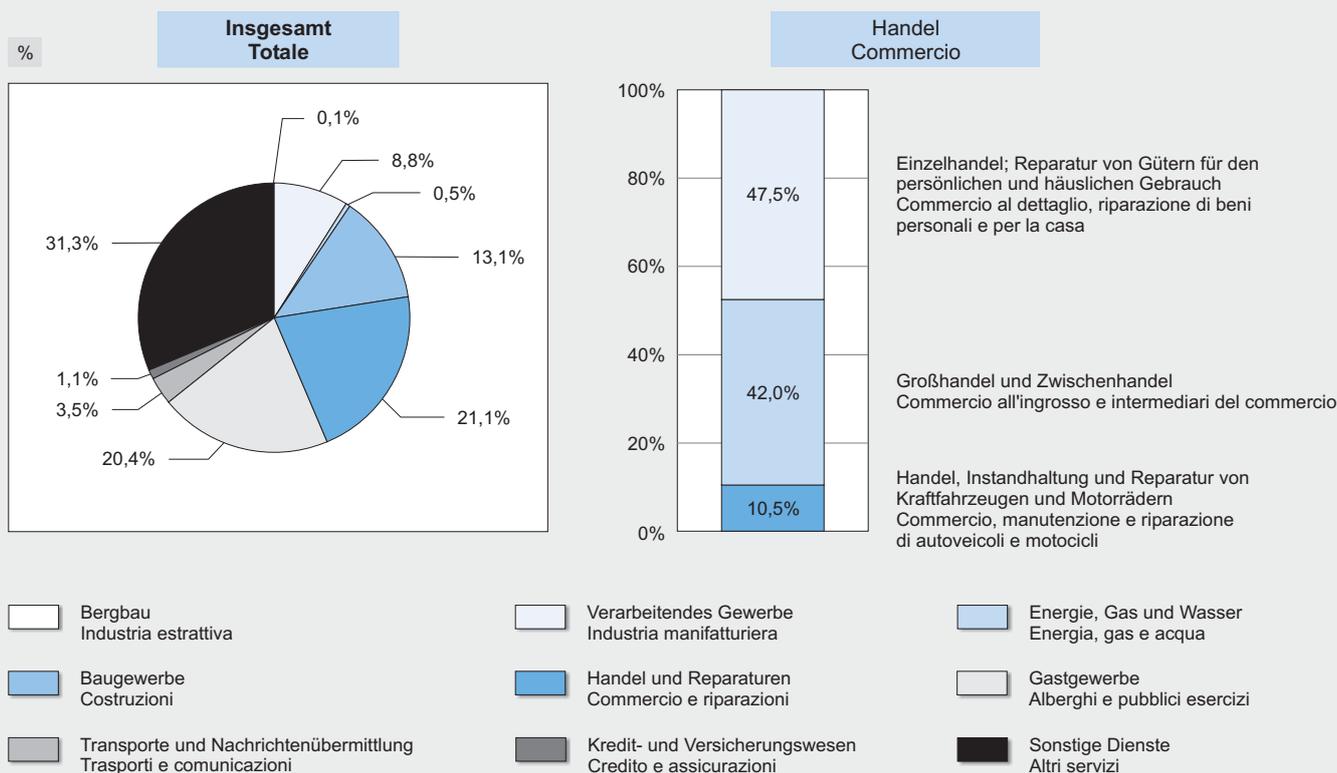
In Alto Adige le imprese commerciali nel 2007 erano pari a 8.935, ossia oltre il 21,1% delle aziende orientate al mercato a scopo di lucro, senza prendere in considerazione l'agricoltura. La percentuale delle unità locali e della forza lavoro sul totale è leggermente superiore a quella delle imprese (rispettivamente 21,9% e 21,8%).

Unternehmen nach Wirtschaftsbereich (a) - ASIA 2007

Prozentuelle Verteilung

Imprese per settore economico (a) - ASIA 2007

Composizione percentuale



© astat 2011 - Ir



Unter den Handelsunternehmen dominiert bezüglich der Anzahl an Unternehmen und Arbeitsstätten der Einzelhandel. Der Großhandel spielt in Südtirol ebenfalls eine wichtige Rolle. 2007 stehen den 4.243 Einzelhandelsunternehmen 3.753 Großhandelsunternehmen gegenüber. Bei den Arbeitsstätten ist das Verhältnis etwas zu Gunsten des Einzelhandels verschoben, bei den Beschäftigten hingegen ausgewogener: Im Großhandel arbeiteten 2007 in etwa gleich viele Personen wie im Einzelhandel.

Il commercio al dettaglio si configura come la più importante tipologia di attività commerciale in provincia, sia in termini di numero di aziende che di unità locali. Tuttavia, anche il commercio all'ingrosso svolge un ruolo di primo piano in Alto Adige. Nel 2007 erano presenti 3.753 grossisti contro 4.243 rivenditori al dettaglio. Considerando le unità locali il rapporto è leggermente spostato a favore del commercio al dettaglio, mentre la situazione per quanto concerne l'occupazione è di sostanziale parità fra queste due tipologie di commercio.

Handelsunternehmen, Arbeitsstätten und Beschäftigte

Die Anzahl an Betrieben und Arbeitsstätten hat sich im Südtiroler Handel in den letzten 20 Jahren moderat positiv entwickelt.

Von 2001 bis 2007 verzeichnet der **Großhandel** eine bedeutende Zunahme sowohl bei der Anzahl der Unternehmen und Arbeitsstätten (10,4% und 11,0%) als auch bei der Anzahl der Beschäftigten (+29,6%).

Imprese commerciali, unità locali ed addetti

Il numero di imprese e unità locali nel settore del commercio in Alto Adige negli ultimi 20 anni ha avuto uno sviluppo moderatamente positivo.

Il **commercio all'ingrosso** tra il 2001 ed il 2007 ha acquisito importanza crescente sia per il numero di aziende ed unità locali, cresciute rispettivamente del 10,4% e dell'11,0%, che in termini di numero di addetti (+29,6%).

Beim **Einzelhandel** zeigen sich unterschiedliche Entwicklungen zwischen dem spezialisierten und dem nicht spezialisierten Sektor. Der spezialisierte Einzelhandel büßt von 2001 bis 2007 an Bedeutung ein. Waren es im Jahr 2001 noch 3.337 Unternehmen, 4.141 Arbeitsstätten und 11.966 Beschäftigte sind es im Jahr 2007 nur mehr 2.948 Unternehmen, 3.488 Arbeitsstätten und 11.452 Beschäftigte. Beim nichtspezialisierten Einzelhandel hingegen reduziert sich zwar die Anzahl der Unternehmen um 5,7%, die Arbeitsstätten nehmen aber mit 4,3% und die Beschäftigten mit 11,7% zu.

Nel **commercio al dettaglio** si osservano tendenze diverse tra settore specializzato e settore non specializzato. Il commercio al dettaglio specializzato tra il 2001 e il 2007 ha perso d'importanza, passando da 3.337 imprese, 4.141 unità locali e 11.966 addetti nel 2001 a 2.948 imprese, 3.488 unità locali e 11.452 addetti nel 2007. Nel commercio al dettaglio non specializzato, invece, il numero di imprese è diminuito del 5,7%, le unità locali sono aumentate del 4,3% e gli addetti dell'11,7%.

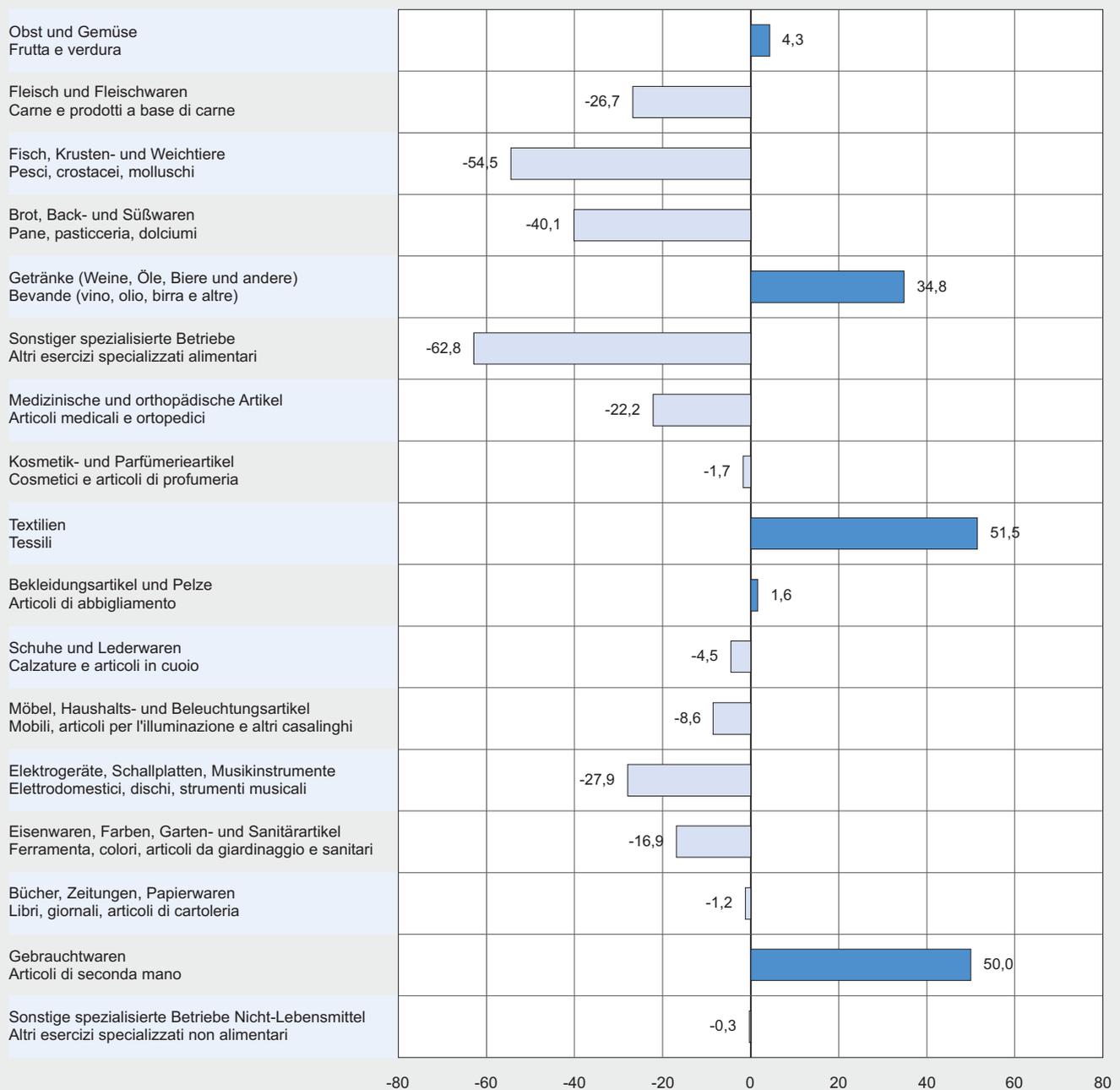
Graf. 2

Feste Verkaufspunkte im Einzelhandel nach Wirtschaftstätigkeit - 2008

Prozentuelle Veränderung gegenüber 2002

Punti vendita fissi nel commercio al dettaglio per classificazione economica - 2008

Variatione percentuale rispetto al 2002



(a) Einzelhandel in Haupt- oder Nebentätigkeit
Commercio come attività principale o secondaria

Die Verteilung der Verkaufspunkte über das Landesgebiet ist recht gleichmäßig, wobei klarerweise eine hohe Tourismusintensität eine starke Stütze für den Einzelhandel ist. Hervorzuheben ist zudem, dass sich der Einzelhandel nicht zu stark in den Hauptorten konzentriert, sondern dass sich vor allem die Minimärkte auch in vielen Randgemeinden halten und die Produkte des täglichen Lebens liefern; beim spezialisierten Einzelhandel dagegen ist die räumliche Konzentration sehr viel stärker. Gegenüber dem Jahr 2002, nehmen im Jahr 2008 die Verkaufspunkte für *Textilien* (+51,5%), *Getränke* (+34,8%), *Obst und Gemüse* (+4,3%) sowie für *Gebrauchsgüter* (+50,0%) zu. Die größten Rückgänge zeigen sich bei *Sonstige spezialisierte Betriebe* (-62,8%), bei den Verkaufspunkten für *Fisch, Krusten- und Weichtiere* (-54,5%) und bei jenen für *Brot, Back- und Süßwaren* (-40,1%).

Der **Handel außerhalb fester Verkaufsräume** bleibt zwischen den Jahren 2001 und 2007 im Großen und Ganzen stabil:

- der Versand- und elektronische Handel verzeichnet eine Zunahme von 12 auf 33 Unternehmen und von 73 auf 81 Beschäftigte;
- der Wanderhandel auf öffentlichen Flächen mit festem Standort stagniert tendenziell mit einer Entwicklung von 348 auf 331 Unternehmen und von 532 auf 588 Beschäftigten;
- der Wanderhandel ohne festen Standort nimmt sowohl bei den Unternehmen (von 192 auf 265) als auch bei den Beschäftigten (von 307 auf 535) zu.

Ein Teil des Handels außerhalb fester Verkaufsräume findet auf **Märkten** statt, deren Rolle sich schon alleine aus dem Umfang ergibt: Im Jahr 2009 wurden in Südtirol über 4.000 Markttag abgehalten, die meisten in der Form eines Wochenmarktes. Rund die Hälfte dieser Markttag fand in Randgemeinden statt, außerdem verteilen sich die Märkte sehr gleichmäßig auf alle Kleinregionen des Landes.

Die Größe der Unternehmen und deren Umsatz

Betrachten man die **Größe der einzelnen Handelsunternehmen**, so handelt es sich bei dem überwiegenden Teil um Kleinbetriebe. Durchschnittlich beschäftigt ein Betrieb um die vier Personen.

Aufgrund der spezifischen Tätigkeit ist der **Umsatz** der Handelsunternehmen naturgemäß sehr hoch und der Anteil der Wertschöpfung dazu deutlich niedriger als in anderen Branchen. Trotzdem macht der Anteil der Wertschöpfung der Handelsunternehmen im Jahr 2007 mit 23,4% fast ein Viertel der von allen Unternehmen mit Erwerbzzweck (ohne Landwirtschaft) in Südtirol generierten Wertschöpfung aus.

La distribuzione dei punti vendita sul territorio è abbastanza omogenea, anche se è evidente che un turismo ad alta intensità costituisce un forte sostegno per il commercio al dettaglio. Si evidenzia inoltre che il commercio al dettaglio non si concentra in maniera troppo forte nei centri urbani principali, bensì resiste ancora in molti comuni periferici, soprattutto sotto forma di mini market che forniscono i prodotti d'uso quotidiano. Al contrario, nel commercio specializzato al dettaglio la concentrazione spaziale è molto più marcata. Rispetto al 2002, nel 2008 sono aumentati i punti vendita di articoli *Tessili* (+51,5%), *Bevande* (+34,8%) e *Frutta e verdura* (+4,3%), così come quelli di *Articoli di seconda mano* (+50,0%). Registrano i maggiori cali gli *Altri esercizi specializzati alimentari* (-62,8%), i punti vendita di *Pesci, crostacei e molluschi* (-54,5%) e quelli di *Pane, pasticceria e dolci* (-40,1%).

Il **commercio al di fuori dei negozi** tra il 2001 e il 2007 nel complesso risulta essere stabile:

- il commercio per corrispondenza ed elettronico registra un aumento, passando da 12 a 33 imprese e da 73 a 81 addetti;
- il commercio ambulante su superfici pubbliche con una postazione fissa è tendenzialmente immutato, passando da 348 a 331 imprese e da 532 a 588 addetti;
- il commercio ambulante senza sede fissa è aumentato, sia in termini di imprese (da 192 a 265) che di addetti (da 307 a 535).

Una parte del commercio al di fuori dei negozi si svolge nei **mercati**, il cui importante ruolo emerge già soltanto considerando la loro diffusione: nel 2009 si sono svolti, in Alto Adige, oltre 4.000 giorni di mercato, per lo più sottoforma di mercati settimanali. La metà di questi giorni di mercato ha avuto luogo in comuni periferici; inoltre i mercati sono distribuiti in maniera omogenea in tutte le aree della provincia.

La dimensione d'impresa e il fatturato

Per quanto concerne le **dimensioni delle imprese** commerciali, nella maggior parte dei casi si tratta di piccole aziende: il numero medio di dipendenti per azienda è circa 4 persone.

Il **fatturato** delle imprese commerciali è tendenzialmente elevato a causa della specificità dell'attività svolta, mentre la quota di valore aggiunto è di molto inferiore a quella negli altri settori. Tuttavia, nel 2007 la quota di valore aggiunto imputabile alle aziende operanti nel commercio rappresentava, con il 23,4%, quasi un quarto del valore aggiunto complessivo generato in Alto Adige dalle imprese a scopo di lucro (esclusa l'agricoltura).

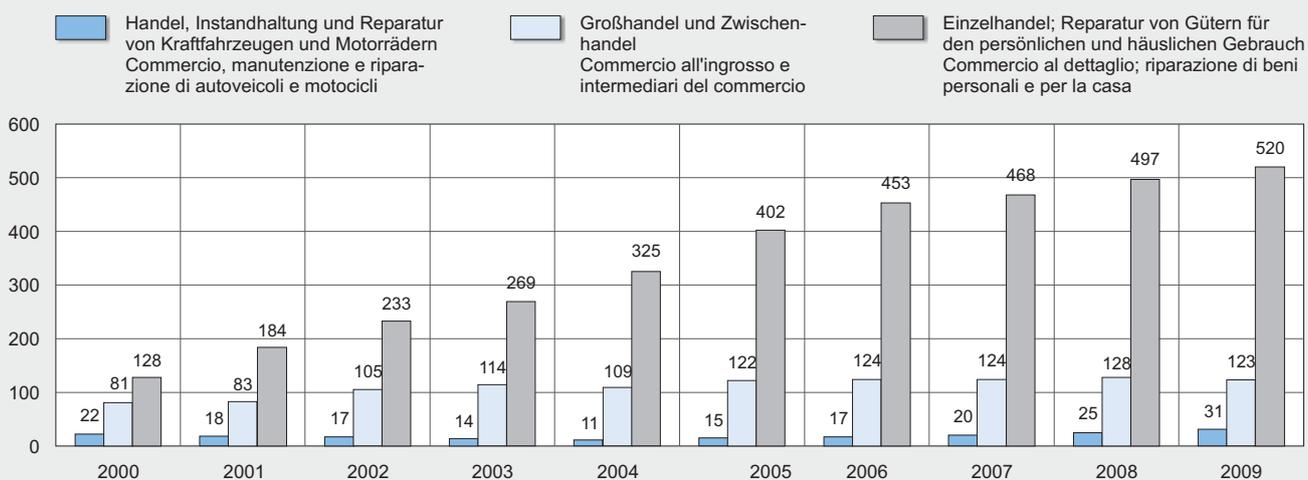
Zuwanderer spielen im Handel - und hier in erster Linie im Einzelhandel - eine zunehmende Rolle, sei es als Beschäftigte in den Betrieben, aber auch als Unternehmer. Im Einzelhandel stellen die Nicht-EU-Bürger 8,3% der Personen mit Rechtstitel. Dieser Anteil ist höher als jener in der Baubranche (6,4%).

Gli immigrati svolgono nel commercio - soprattutto nel settore del commercio al dettaglio - un ruolo sempre più importante, come dipendenti nelle aziende, ma anche come imprenditori. Nel settore del commercio al dettaglio, i cittadini non comunitari rappresentano l'8,3% di tutte le persone con titolo legale, una quota superiore all'equivalente nel settore delle costruzioni (6,4%).

Graf. 3

Nicht-EU-Ausländer mit Rechtstitel in Handelsunternehmen nach Abteilung der Wirtschaftstätigkeit - 2000-2009

Cittadini non-UE aventi titolo giuridico nelle imprese del commercio per divisione economica - 2000-2009



© astat 2011 - lr 

Handel und Konsumenten

Der Strukturwandel im Einzelhandel wird von einer Veränderung der Konsumentengewohnheiten begleitet. In den letzten 15 Jahren hat sich die Verteilung der Ausgaben auf die einzelnen Ausgabenkapitel signifikant verändert. An Bedeutung eingebüßt haben die Ausgaben für *Lebensmittel und Getränke* (-2,1 Prozentpunkte), *Bekleidung und Schuhe* (-1,8 Prozentpunkte) und *Möbel, Elektrogeräte, Dienstleistungen für den Haushalt* (-1,2 Prozentpunkte). Die Ausgaben für *Verkehrsmittel* (+3,0 Prozentpunkte), *Kommunikation* und *Beherbergungs- und Restaurationsbetriebe* (jeweils +1,2 Prozentpunkte) sind hingegen gestiegen. Die italienische Familie gibt im Schnitt mehr für Mobilität und Kommunikation als für Lebensmittel und Getränke aus.

Commercio e consumatori

Il cambiamento strutturale nel commercio al dettaglio si accompagna alle variazioni nelle abitudini di consumo. Negli ultimi 15 anni la distribuzione dei consumi delle famiglie per capitolo di spesa è cambiata in modo significativo. In questo senso hanno perso d'importanza categorie di prodotto quali *Alimentari e bevande analcoliche* (-2,1 punti percentuali), *Abbigliamento e calzature* (-1,8 punti percentuali) e *Mobili, elettrodomestici, servizi per la casa* (-1,2 punti percentuali), mentre i consumi nelle categorie *Trasporti* (+3,0 punti percentuali), *Comunicazioni* e *Alberghi e ristoranti* (entrambi +1,2 punti percentuali) sono aumentati. Le famiglie italiane spendono in media più per mobilità e comunicazione che per generi alimentari e bevande.

Hinweis für die Redaktion: Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Dr. Anna Scuttari, Tel. 0471 41 84 43.

Nachdruck, Verwendung von Tabellen und Grafiken, fotomechanische Wiedergabe - auch auszugsweise - nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Indicazioni per la redazione: per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi alla dott.ssa Anna Scuttari, tel. 0471 41 84 43.

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).