

l'economia pugliese
ai tempi del covid 19

copertina

Che cosa	Indagini su alcuni comparti-chiave dell'economia pugliese.
Su che cosa	Le filiere regionali del turismo, food, commercio, meccanica, costruzioni, legno arredo, moda.
Perché	Scattare una foto dell'economia pugliese prima del meteorite COVID. Dopo l'emergenza, quindi, scattarne un'altra per capire se e come il fenomeno avrà impattato sulle prospettive di sviluppo del nostro territorio.
Come	Studi scientifici, rapidi e di facile lettura (imprese, dipendenti, bilanci, export, radicamento territoriale e tanto altro).
Quando	<p>Oggi analizziamo i dati annuali al 31/12/2019, gli ultimi disponibili. Li confrontiamo sistematicamente con quelli del 2014 (assunto come anno di benchmark della crisi 2007-13), per raccontare la ripartenza in atto, prima del meteorite.</p> <p>Nella seconda metà del 2020 studieremo invece l'impatto del COVID sul primo semestre dell'anno, assumendo come termine di paragone il corrispondente semestre del 2019 e osservando natimortalità e influenza sulla forza lavoro.</p>
Da chi	Dati e analisi a cura dell'Ufficio Studi di Unioncamere Puglia.
A chi	A chi deve decidere. A chi informa. A chi vuole capire.

3.il commercio

Quante imprese ci sono?

Sono **93.467** le imprese pugliesi che operano nel commercio a fine 2019, di cui 65.408 nel dettaglio e 28.059 nell'ingrosso. **Una azienda su quattro** dell'intera regione. **Rispetto al 2014 il settore si presenta molto più concentrato: vi lavorano più persone, ma in meno aziende.** Si contano infatti 3.910 imprese in meno nel dettaglio (-5,64%) e 158 in meno nell'ingrosso (-0,56%), ma questo a fronte di dinamiche occupazionali nettamente antitetiche.

Quanti addetti vi operano?

Nel comparto operano **200.306** addetti, 134.816 nel dettaglio e 65.490 nell'ingrosso. Si contano **7.120 addetti in più rispetto alla fotografia del 2014 (+3,69%**, andamento simile sia nel dettaglio che nell'ingrosso). In ogni impresa commerciale pugliese mediamente operano 2,14 dipendenti, dato inferiore alla tendenza nazionale (2,60).

Di quale tipologia di aziende si tratta?

Nel settore non alimentare, il primo posto va al **dettaglio moda**, con 6.648 negozi di abbigliamento e 1.337 di calzature. Segue **l'universo casa**, con 3.917 dettaglianti di mobili e 2.697 di arredo casa. Quindi, **negozi di ferramenta** (3.067), **tabaccherie** (2.036) e **cartolibrerie** (1.952). Oltre il migliaio farmacie (1.509), rivenditori di elettronica (1.478), profumerie (1.338), benzinai (1.247) e fiorai (1.236).

Il settore alimentare invece vede il primato del **dettaglio generico**, con ben 5.340 imprese registrate. **Seguono** gli specializzati, con 3.013 **macellerie** e 1.699 **fruttivendoli**.

Estremamente rilevante il numero di ambulanti in Puglia: 6.786 imprese di bigiotteria e attrezzature, 4.081 di articoli moda, 3.560 di food.

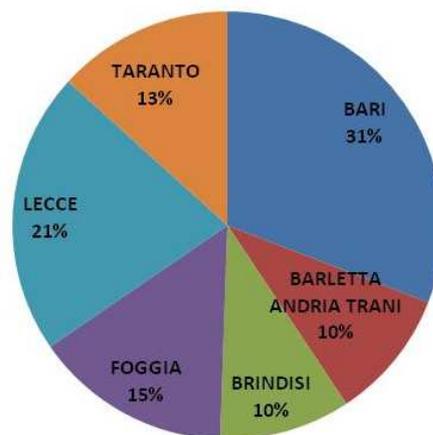
A parte 1.572 imprese che bypassano ogni intermediazione, operando in **e-commerce**, a monte della filiera il dettaglio conta

l'economia pugliese
ai tempi del **COVID 19**

su una **nutrita schiera di grossisti** (1.593 di frutta, 1.299 di arredo casa, 1.142 di abbigliamento, ecc.) e **agenti** (3.710 pluri-settore, 2.591 specializzati in alimentari).

Dove sono radicate le imprese?

Fra le province, Bari traina il dato delle aziende registrate, quasi una su tre, seguita a ruota da Lecce (una su cinque). Seguono nell'ordine Foggia, Taranto, Brindisi e BAT.



Escludendo le città-capoluogo, che dominano le classifiche, i **comuni pugliesi più vivaci** per presenza di imprese commerciali sono nell'ordine Cerignola, San Severo, Martina Franca, Monopoli, Altamura, Bisceglie, Francavilla Fontana, Manfredonia, Corato, Molfetta, Bitonto e Modugno.

Vi sono big player?

Incrociando i dati del fatturato con quelli del numero di dipendenti e adottando le definizioni dell'UE in materia di micro, piccola, media e grande impresa, il sistema commerciale pugliese si presenta a scaglioni, via via meno ampi, ma più ricchi:

l'economia pugliese
ai tempi del **COVID 19**

		fatturato									
		società non di capitali*	fino a 250 m E.	250 - 500 m E.	500 m - 1 ml E.	1 - 2,5 ml E.	2,5 - 5 ml E.	5 - 10 ml E.	10 - 25 ml E.	25 - 50 ml E.	più di 50 ml E.
addetti	0 add.	4.013	439	23	9	6	2	-	2	1	-
	1 add.	37.736	1.255	223	85	39	12	2	2	1	-
	2-5 add.	15.742	1.073	687	528	208	53	12	4	-	-
	6-9 add.	1.261	104	94	197	283	50	12	3	-	-
	10-19 add.	403	20	26	49	230	148	31	8	2	1
	20-49 add.	65	6	3	7	21	63	73	10	2	1
	50-99 add.	10	-	-	-	-	2	9	20	2	1
	100-249 add.	3	-	-	-	-	-	2	3	7	-
	250-499 add.	1	-	-	-	-	-	-	-	2	4
	più di 500 add.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5

* per le società non di capitali ai fini della classificazione rileva solo il dato degli addetti

micro
64.005

piccole
1.288

medie
93

grandi
15

In tutte le città pugliesi opera **una moltitudine di commercianti di vicinato, con 64.005 microimprese** (meno di 2,5 mln di €, meno di 10 dipendenti in giallo). Le più strutturate salgono di un gradino, con fatturati che arrivano a 10 mln e meno di 50 dipendenti, divenendo così **piccole aziende commerciali (1.288, in verde)**.

Ciò che avviene dopo rappresenta verosimilmente il territorio in cui si muovono i grandi player dell'intermediazione/distribuzione e anche la GDO propriamente detta: **93 medie imprese**, con meno di 250 addetti e meno di 50 mln di € di fatturato (cluster azzurro), ma soprattutto **15 grandi aziende di distribuzione** (in arancione), che sfondano i 50 mln di fatturato e i 250 dipendenti. La GDO pugliese, che è dunque parte dei cluster arancione e azzurro, è un mondo articolato e con molte facce, che complessivamente conta **1.528 punti vendita e una superficie pari a più di 110 campi di calcio (1.254.630 mq)**.

Molto forte la presenza di ipermercati e minimarket, che hanno superfici per abitante più alte delle medie nazionali. **Nella regione c'è quindi una GDO molto polarizzata, o più grande o più piccola rispetto al modello nazionale, con un "medio" che ha meno successo.** Di seguito un focus sulle principali tipologie di Grande Distribuzione.

l'economia pugliese
ai tempi del covid 19

Ipermercati

(definizione: alimentari e non, superficie > 2.500 mq)

23 punti vendita, 181.172 mq totali

- la loro **superficie media** (7.877 mq) è **doppia del dato medio nazionale** (3.234 mq); il 57% delle aree sono dedicate agli alimentari, il 43% al non alimentare;
- se in Italia mediamente un ipermercato dà **lavoro** a 120 dipendenti, in Puglia il dato scende a 111; vi operano **1.41 addetti ogni 100 mq, contro una media nazionale di 3,71**, numeri da commercio classico che dalle vie della città si è trasferito nei centri commerciali, ma spesso mantenendo intatta la propria fisionomia tradizionale.

Grandi superfici specializzate

(definizione: non alimentari, specializzati in una categoria produttiva, > 2.500 mq)

79 punti vendita, 244.521 mq totali

- il gradino più alto spetta ai “category killer” di **mobili e arredo casa (25)**; seguono **moda (18)**, **elettronica (13)**, **bricolage (12)** e **sport (9)**;
- **leggermente maggiore rispetto al dato nazionale l'aspettativa occupazionale** per unità di superficie (1,13 contro 1,01 per mq).

Supermercati

(definizione: alimentari, > 400 mq)

623 punti vendita, 489.723 mq totali

- **sono parecchio più piccoli in Puglia rispetto alle medie italiane** (786 mq contro 939 mq); di conseguenza, danno lavoro mediamente a 13 persone, contro il dato nazionale medio di 19;
- **riducono le loro superfici in una sorta di strategia adattiva**, reagendo in tal modo alla pressione dei due concorrenti del settore alimentare, ipermercati e minimarket, molto radicati in regione.

l'economia pugliese
ai tempi del covid 19

Grandi magazzini

(definizione: non alimentari, > 400 mq)

154 punti vendita, 159.081 mq totali

- **meno diffusi e meno ampi che nel resto d'Italia** (intorno al 40% in meno);
- **il loro mercato viene parzialmente coperto dai reparti non alimentari degli ipermercati oppure dal dettaglio tradizionale.**

Minimarket

(definizione: alimentari, fra 200 e 400 mq)

649 punti vendita, 180.132 mq totali

- **per numero e superficie, la Puglia è la 2^a regione d'Italia dopo la Campania;**
- **importante il loro ruolo sociale, sono molto più diffusi che nelle medie del Paese** e rispetto al dato nazionale danno lavoro a più persone per l'unità di superficie;

Si tratta di una impresa giovane o storica?

Le classi di età (per anno di iscrizione al Registro Imprese) rivelano una significativa **tendenza a tramandare l'impresa commerciale di generazione in generazione**. Le aziende con più di 20 anni di attività sono quasi 27mila, segno di una interessante continuità, al di là del turnover, che comunque non manca. E' uno zoccolo duro in cui spiccano anche 23 imprese che operano da più di 80 anni, 47 da più di 70, 173 da oltre mezzo secolo.

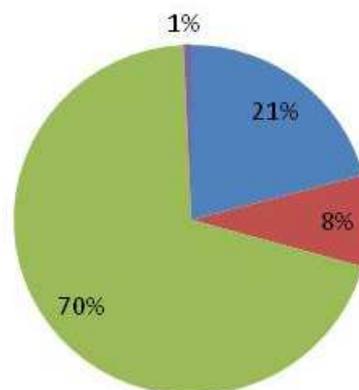
più di 80 anni	23
più di 70 anni	47
più di 60 anni	173
più di 50 anni	627
più di 40 anni	2.475
più di 30 anni	9.290
più di 20 anni	14.296
più di 10 anni	24.482
meno di 10 anni	42.048

l'economia pugliese
ai tempi del **COVID 19**

Chi è l'imprenditore ?

Nel **70%** dei casi il commerciante pugliese sceglie la forma societaria dell'**impresa individuale**, nell'**8%** invece iscrive una **società di persone**. Il dato delle **società di capitali (21%)**, ancorché in crescita ininterrotta da anni, è inferiore a quello di altri settori dell'economia pugliese. Ciò significa che la metamorfosi verso forme societarie più strutturate e mature esiste, ma -GDO a parte, ovviamente- è più lenta che in altri comparti, ma assolutamente in linea con le medie italiane.

■ SOCIETÀ DI CAPITALE ■ SOCIETÀ DI PERSONE
■ IMPRESE INDIVIDUALI ■ ALTRE FORME



Ragguardevole la presenza dell'imprenditoria straniera nel commercio, con ben 11mila aziende, trainate dagli **ambulanti** (per lo più di origine marocchina, senegalese e pakistana), ma anche da buoni numeri nel **commercio a sede fissa** (cinese in larga parte). Vi è una netta prevalenza degli imprenditori di provenienza extra UE rispetto a quelli comunitari (dieci volte tanto). Il settore ha poi un **discreto radicamento dell'impresa femminile**, più di una su quattro. Il 12,44% delle aziende commerciali sono **imprese giovanili, un risultato non eclatante**.

E' un settore in difficoltà?

Assumendo come benchmark 2019 la Lombardia e considerando le imprese in difficoltà, si notano **numeri in chiaroscuro**. In Puglia nel 2019 vi è stato il **2,46% di procedure concorsuali sul totale e**

l'economia pugliese
ai tempi del covid 19

il 3,63% di scioglimento o liquidazione. Sono numeri più alti di quelli di altri comparti (ad esempio turismo, agricoltura, industria alimentare), ma lo sono anche a livello nazionale, quindi si tratta di un dato strutturale e relativo verosimilmente più al dettaglio tradizionale che non alla GDO.

	Puglia	Lombardia
Attive	91,76%	90,59%
Sospese	0,07%	0,11%
Inattive	2,08%	3,22%
con Procedure concorsuali	2,46%	1,92%
in Scioglimento o Liquidazione	3,63%	4,16%

E' una dinamica che va letta anche alla luce del calo di lungo periodo del numero di imprese del piccolo dettaglio.

Cosa ci raccontano i bilanci?

L'analisi aggregata degli ultimi due bilanci depositati da 7.013 imprese del settore commerciale consente di rivelare **negli ultimi due anni parecchie dinamiche positive**: i dati che seguono sono quelli del comparto nel suo insieme, ossia includendo la Grande Distribuzione e il dettaglio tradizionale¹:

- **forte crescita degli investimenti** (+1 miliardo in più, 1/3 da parte del dettaglio tradizionale) anche attraverso il ricorso ad un maggiore debito (+848 mln, 1/4 da parte del piccolo commercio);
- parallelamente, poderoso **aumento dei costi della produzione** (+2 miliardi e 457 mln, 1/5 del quale da parte del commercio tradizionale). **La maggior parte** di questi

¹ Non è agevole separare i due mondi in maniera scientifica nell'analisi di bilancio, per un motivo tecnico: a differenza di quanto avviene col commercio alimentare, gli ATECO del commercio non alimentare comprendono sia la GDO (ossia grandi superfici specializzate e grandi magazzini) che il dettaglio tradizionale, rendendo molto arduo discernere i dati finanziari di una da quelli dell'altra realtà. Per dare uno spaccato comunque indicativo del dettaglio tradizionale o "di vicinato" in maniera del tutto empirica si è isolato il dato dei bilanci del dettaglio con meno di 5 dipendenti (4.904 società di capitali su 7.013 totali di cui possediamo gli ultimi tre bilanci). E' un punto di vista statisticamente interessante e verosimile. Va corretto ulteriormente alla luce di un altro dato: il dettaglio tradizionale ha ancora una alta percentuale di società di persone e società individuali, che non sono quindi tenute a presentare il bilancio ed escono fatalmente dal radar della nostra osservazione.

l'economia pugliese
ai tempi del **COVID 19**

costi vanno in **acquisti di beni (da rivendere), ma aumentano anche i costi per il personale** (+188 mln, quasi tutti nella distribuzione più strutturata);

- **aumento apprezzabile della spesa** nei fattori durevoli di produzione, con +293 mln in immobilizzazioni, di cui +164 in **terreni e fabbricati** (immobilizzazioni materiali), e +41 mln in **licenze, marchi, ricerca e sviluppo** (immobilizzazioni immateriali); anche questa dinamica, come quella dei costi di produzione, è sensibilmente più blanda nel commercio di vicinato;
- conseguentemente, **migliori risultati di fatturato** (+2 miliardi e mezzo di valore della produzione in due anni), **di valore aggiunto** (+265 mln) e **di redditività** (risultato ante imposte +20 mln). Al netto di ottime performance della GDO, un quinto di questi incrementi sono registrati dalle società di capitali del piccolo dettaglio, che quindi, pur in uno scenario fortemente competitivo, riescono nei casi migliori a districarsi onorevolmente.