

GeneralReport

2014

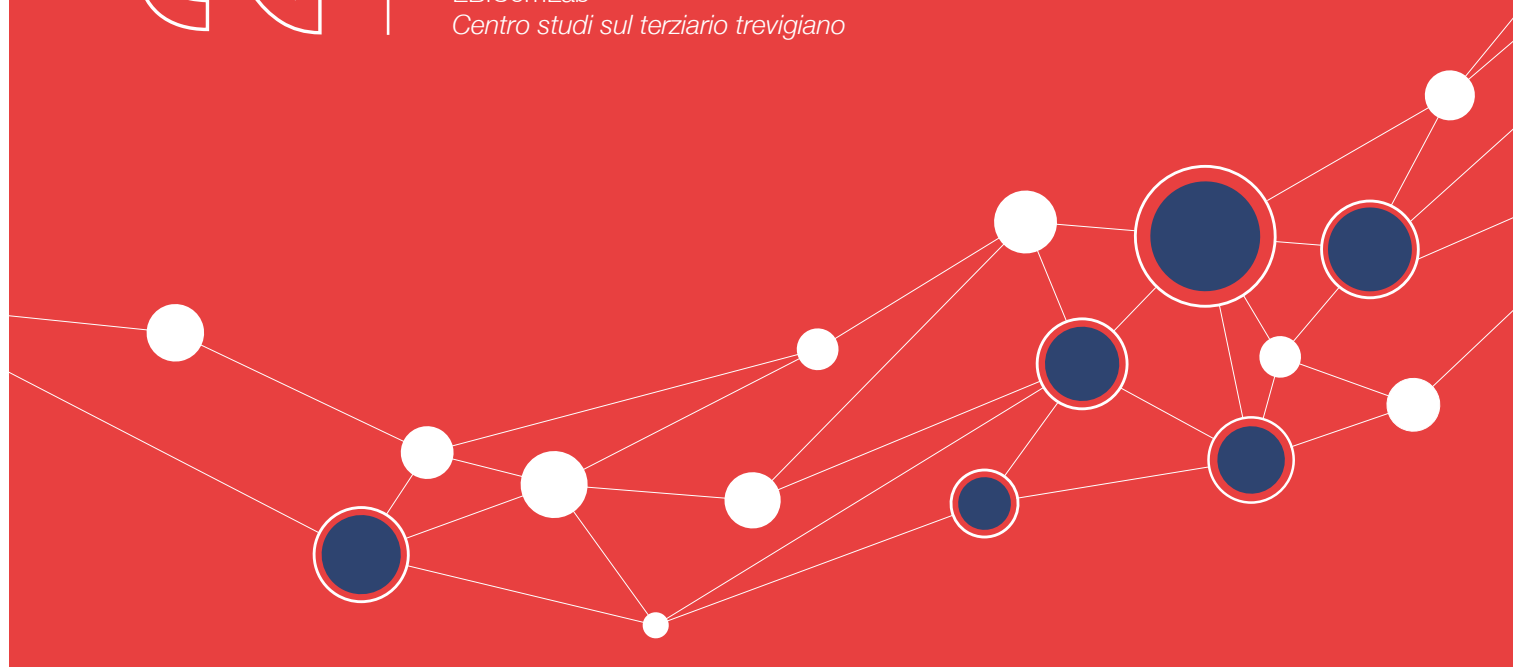
# IL TERZIARIO NELLA PROVINCIA DI TREVISO

## RAPPORTO ANNUALE

Crisi, trasformazioni e opportunità di sviluppo

a cura di

EBiComLab  
*Centro studi sul terziario trevigiano*





GeneralReport

2014

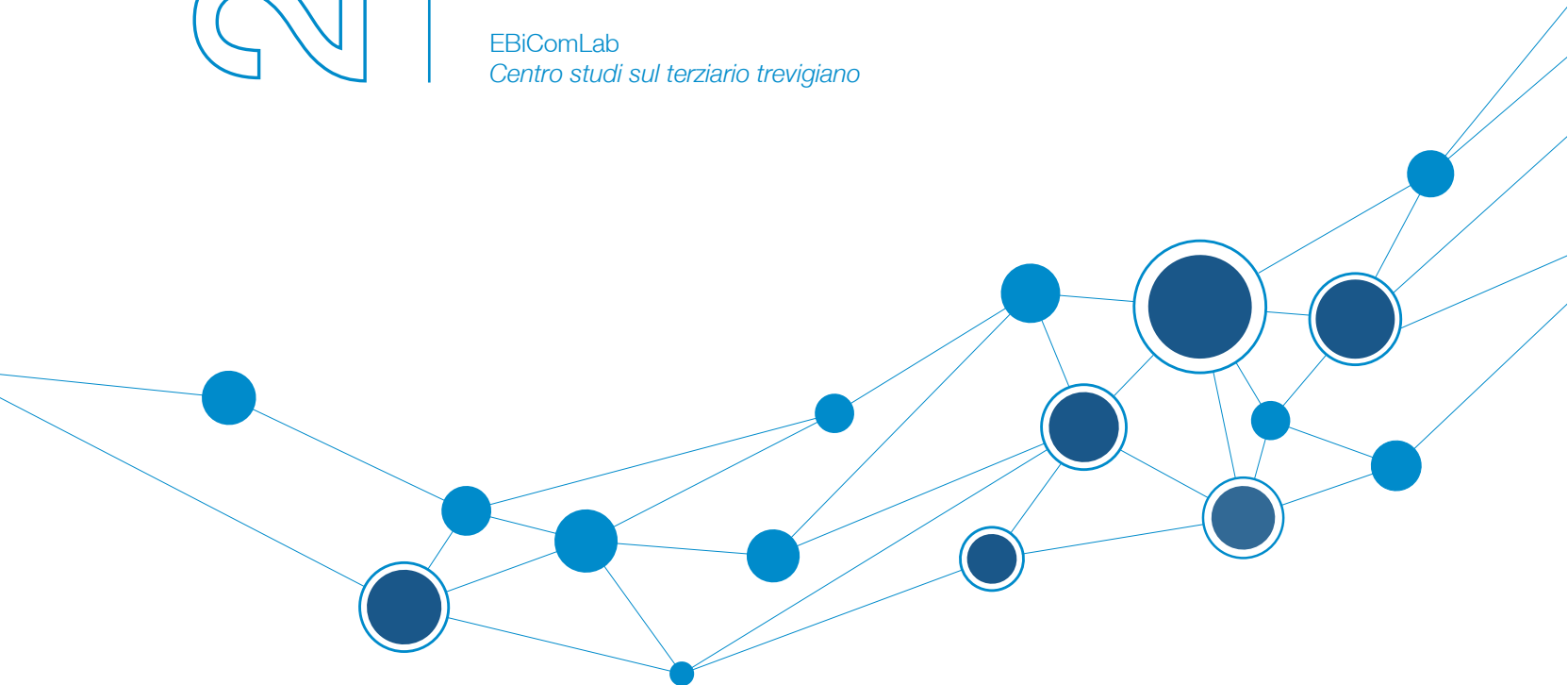
# IL TERZIARIO NELLA PROVINCIA DI TREVISO

## RAPPORTO ANNUALE

Crisi, trasformazioni e opportunità di sviluppo

a cura di

EBiComLab  
*Centro studi sul terziario trevigiano*



Si ringraziano il Centro Studi Unioncamere del Veneto, l'Osservatorio sul Mercato del Lavoro di Veneto Lavoro e l'Ufficio Studi e Statistica della CCIAA di Treviso per la collaborazione, la disponibilità e la fornitura dei dati necessari alla realizzazione della banca dati sul terziario alla base del presente lavoro di ricerca.

Numero 1

Treviso, maggio 2014

Realizzazione, redazione e progetto grafico

EconLab Research Network. Gruppo di ricerca: Alessia Bernardi, Emiliano Conte, Alessandra Grespan. Coordinamento scientifico: Alessandro Minello, Università Ca' Foscari Venezia e Responsabile EBiComLab, Centro studi sul terziario trevigiano.

Stampa

Grafiche Antiga Spa, Crocetta del Montello (TV)

©2014 by EBiCom e Unascom Confcommercio Treviso - ISBN 978-88-97784-58-6

RIPRODUZIONE RISERVATA

I contenuti del presente documento sono di proprietà di EBiCom e Unascom Confcommercio Treviso. Ogni duplicazione o riproduzione, anche parziale, deve avvenire con il preventivo consenso di EBiCom e Unascom Confcommercio Treviso.



“ La seconda edizione del General Report, che rappresenta, al momento attuale, il più autorevole studio dedicato al terziario nella provincia di Treviso, è il segno tangibile e concreto dell'impegno di Confcommercio (e dell'intero sistema associativo che ad esso fa capo), di voler affrontare il futuro della rappresentanza politica sindacale con nuovi approcci, trasformando le tradizionali azioni di lobby in proposte ed iniziative fondate su complete ed articolate analisi scientifiche, economiche e territoriali.

Il recente passato ci lascia in eredità una delle poche certezze sulla quale è d'obbligo lavorare sia come rappresentanza, ma ancor più come sistema di imprese: le idee e i progetti che da anni producevano valore aggiunto, nell'economia e nel lavoro, sono stati fortemente messi in discussione dalla crisi. Non solo, sono nate nuove abitudini di consumo, che hanno già dimostrato di avere un ciclo di vita molto più breve del passato. Potremmo, quindi, azzardare che tutto ciò che funzionava in precedenza potrebbe non essere più valido in futuro.

Ci troviamo di fronte a scenari nuovi, che chiedono anzitutto una comprensione immediata e delle adeguate politiche associative e di indirizzo, oltre che la costruzione di nuove relazioni ed alleanze strategiche.

É questa, infatti, la motivazione fondamentale per la quale Confcommercio, congiuntamente ad EBiCom (e grazie alla disponibilità di Veneto Banca), ha voluto far nascere, da qualche anno, il proprio Centro studi, con l'obiettivo di mettere a disposizione della Rappresentanza e della Politica un patrimonio di conoscenze importanti per l'attivazione di quei processi di crescita e di sviluppo necessari al nostro territorio.

Il terziario trevigiano potrà crescere e guardare al futuro solo se tutti i soggetti coinvolti nella programmazione territoriale – Enti Pubblici, Sindacati, Associazioni, Università, Scuole ed Imprese – sapranno fare sintesi della conoscenza, per poi attivare politiche innovative e strutturali di lungo periodo, superando d'un passo la logica dell'approccio congiunturale che ha pervaso le scelte dell'ultimo decennio.

Il General Report dimostra infatti che il terziario, per confermarsi come il settore trainante dell'economia, deve mettersi in gioco da subito, rivoluzionandosi nel profondo.

Occorre ragionare con nuove dimensioni, le reti, e nuovi progetti; intercettare le dinamiche del cambiamento del consumo, sia esso di prodotto che di servizio, per strutturare un comparto dinamico e moderno, in grado di agganciare la strada della ripresa e di competere ad armi pari con altri equivalenti territori europei.

É questa la sfida che Confcommercio assieme a tutte le imprese dell'economia terziaria vuole cogliere, passando da subito attraverso la strada obbligata della realizzazione di strumenti formativi e conoscitivi importanti come questo. ”

**Guido Pomini**

Presidente Confcommercio Treviso



“ EBiCom, come Ente che rappresenta pariteticamente imprese e lavoratori, ha voluto sostenere, anche per il 2014, il proficuo lavoro del Centro studi sul terziario trevigiano che trova, nel General Report, una eccellente sintesi annuale.

Se – con questo strumento di grande qualità scientifica ed economica che arricchisce il panorama statistico provinciale – imprese ed Associazioni possono disporre di una fotografia che consente di avere sottomano il ritratto aggiornato del comparto nel quale operano, EBiCom, in virtù del ruolo di sostegno sociale che riveste, intende utilizzarlo per comprendere in quali direzioni si debbano indirizzare gli aiuti e gli incentivi in un’ottica di welfare moderno, che trasforma la bilateralità in leva di crescita economica ed occupazionale.

Tre sono gli orientamenti salienti che caratterizzano, nel breve, medio e lungo termine, il lavoro di EBiCom in riferimento ai dati 2014. Il primo riguarda la formazione delle figure professionali del nuovo terziario e del turismo, un settore strategico che non dispone ancora di adeguati incentivi; il secondo concerne il contributo all’aumento della dimensionalità di impresa, con particolare riferimento alle start up ed ai giovani; il terzo interessa il sostegno all’occupazione, valorizzando i percorsi formativi ed individuando innovative formule contrattuali che restituiscano al mercato del lavoro flessibilità e dinamismo, riducendo la precarietà e la marginalità.

Senza progetti concreti in questi tre ambiti di attività, non si potrà parlare né di sviluppo, né di crescita, né di ripresa. Pertanto, sarà importante attivare le alleanze e potenziare le sinergie tra soggetti che non sempre dialogano in maniera coerente e costruttiva: la Scuola, l’Università, le Istituzioni e le Amministrazioni pubbliche. Sono queste le strade maestre che EBiCom percorrerà nei prossimi anni, per consentire alle imprese del terziario e del turismo di imboccare la strada della ripresa, con un sano e razionale ottimismo e con l’adeguata energia. ”

**Mario Piovesan**

Presidente EBiCom Treviso



“ Per tracciare nuove traiettorie ed accogliere le importanti sfide imposte prima dalla crisi ed ora da una possibile ed auspicabile ripresa, non bastano creatività, talento ed entusiasmo, ma servono informazioni corrette e dati scientifici. È questa una delle premesse di fondo che hanno spinto la nostra Organizzazione a credere fermamente, fin da subito, nell'importanza di poter contare su un proprio Centro studi, così da poter strutturare, con spirito analitico ed adeguata competenza, i progetti di sviluppo.

Grazie alle sinergie poste in campo con EBiCom ed al prezioso sostegno di Veneto Banca, possiamo ora disporre di un patrimonio statistico e conoscitivo sul terziario che, di anno in anno, cresce, fornisce confronti, dati, proiezioni ed indicatori fondamentali per programmare l'attività imprenditoriale, associativa e sindacale.

Lo sguardo ai dati annuali conferma che questo territorio sta vivendo forse la fase più critica della sua storia economica ed occupazionale, ma i grafici e le pagine del General Report 2014 ci “raccontano” anche di un nuovo terziario, che, pur con fatica, si sta profilando con nuove dinamiche. È il terziario che sa guardare all'internazionalizzazione, alla tecnologia, alle reti, che sa valorizzare le tipicità ed il Made in Italy, creando nuova cultura e nuova impresa, dando vita ad innovative forme di aggregazione e nuovi luoghi di commercio e di scambio.

Il General Report 2014 ci restituisce anche una mappatura delle imprese articolata e dinamica, con letture non sempre facili e di immediata comprensione, ma di sicuro importanti anche per interagire, nelle relazioni sindacali quotidiane, con le diverse Amministrazioni locali, al fine di ottenere quelle collaborazioni necessarie che agevolino le imprese nella tassazione, ma anche nella ricerca di nuovi ambiti e opportunità. A questo importante capitale, fatto di imprese, professioni, nuovi servizi, idee e progetti, occorre conferire adeguati spazi ed una rafforzata identità, cercando di individuare risposte adeguate ai bisogni della nuova economia, quella di un terziario che cresce e si sviluppa pur in un contesto sociale ed economico di grande cambiamento. ”

**Piero Tedesco**

Direttore Confcommercio Treviso



“Avere un ruolo attivo nel tessuto economico locale, per Veneto Banca, significa sostenere iniziative, associazioni e progetti che abbiano l’obiettivo di individuare e valorizzare le peculiarità e le migliori espressioni dei luoghi in cui l’istituto di credito è presente.

Il supporto al General Report 2014 è un esempio di quest’attività, che l’istituto di credito affianca al servizio quotidiano a famiglie e imprese, nel rispetto del ruolo di banca di territorio.

Il rapporto annuale sul terziario nella provincia di Treviso nasce dalla consapevolezza della necessità di fare il punto dopo anni di crisi e di grande incertezza.

Arrivano da più parti i primi segnali positivi per l’economia nazionale. È proprio questo il momento di intraprendere con maggiore decisione le vie della ripresa: un’azione possibile solo se si conoscono i punti di forza, le strade percorribili, le leve dello sviluppo sulle quali puntare.

In questo compito, il rapporto sul terziario è un buon alleato, perché analizza con puntualità la struttura del settore economico e ne evidenzia positività e criticità; rappresenta quindi la condizione di partenza per un percorso da indirizzare con più determinazione al consolidamento della posizione di traino che il terziario ricopre nell’economia trevigiana.

Sono numerosi i soggetti che possono attingere a questa importante analisi, ognuno per trarre le proprie riflessioni: il sistema imprenditoriale, le associazioni di categoria, le amministrazioni locali, il sistema bancario e anche quello formativo.

Ognuno di questi attori del territorio ha il compito di ricavare spunti per mettere in atto, ciascuno per le proprie competenze, un percorso di valorizzazione del settore fatto di attenzione, proposte, incentivi, prodotti e servizi su misura.

Se poi queste realtà uniscono le forze e le conoscenze, nell’ambito di progetti di ampio respiro che condividano gli stessi obiettivi, il risultato non può che essere un circolo virtuoso, che coinvolge tutti, economia provinciale e regionale comprese.

Veneto Banca, che è nata e cresciuta nella Marca Trevigiana e da qui è diventata un istituto nazionale anche con diramazioni nel vicino Est, è lieta di sostenere questa pubblicazione e di giocare un ruolo chiave in questo importante percorso di sviluppo. ”

**Francesco Favotto**

Presidente Veneto Banca

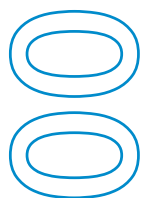




# SOMMARIO

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>13</b>
<b>1. IL SISTEMA IMPRENDITORIALE</b>	<b>25</b>
1.1 La Struttura del Tessuto Imprenditoriale	27
1.1.1 <i>La Consistenza e la Diffusione delle Imprese</i>	28
1.1.2 <i>Gli Indicatori Strutturali</i>	30
1.2 La Disaggregazione Settoriale e Territoriale	36
1.2.1 <i>Le Imprese del Commercio</i>	38
1.2.2 <i>Le Imprese del Turismo</i>	52
1.2.3 <i>Le Imprese dei Servizi</i>	63
1.3 Lo Sviluppo del Terziario	78
1.3.1 <i>La Dinamica Settoriale</i>	79
<b>2. IL MERCATO DEL LAVORO</b>	<b>99</b>
2.1 La Consistenza Occupazionale	101
2.2 La Consistenza e la Diffusione degli Imprenditori	104
2.2.1 <i>Gli Imprenditori del Commercio</i>	109
2.2.2 <i>Gli Imprenditori del Turismo</i>	112
2.2.3 <i>Gli Imprenditori dei Servizi</i>	115

2.3 I Lavoratori Dipendenti	119
2.3.1 I Lavoratori Dipendenti del Commercio	126
2.3.2 I Lavoratori Dipendenti del Turismo	133
2.3.3 I Lavoratori Dipendenti dei Servizi	140
2.3.4 I Saldi Occupazionali a confronto	147
<b>3. IL CICLO ECONOMICO, LA CONGIUNTURA E LA TENDENZA</b>	<b>151</b>
<b>4. FOCUS SUL TERZIARIO</b>	<b>171</b>
Focus 1 - Il Fatturato delle Imprese: analisi campionaria	173
Focus 2 - I Consumi come specchio del cambiamento socioculturale	187
<b>NOTA METODOLOGICA E INDICI</b>	<b>197</b>
<i>Nota metodologica</i>	199
<i>Indice delle figure</i>	205
<i>Indice delle tabelle</i>	211



# INTRODUZIONE







## L'Innovazione quale fattore per uscire dall'Economia della Stagnazione

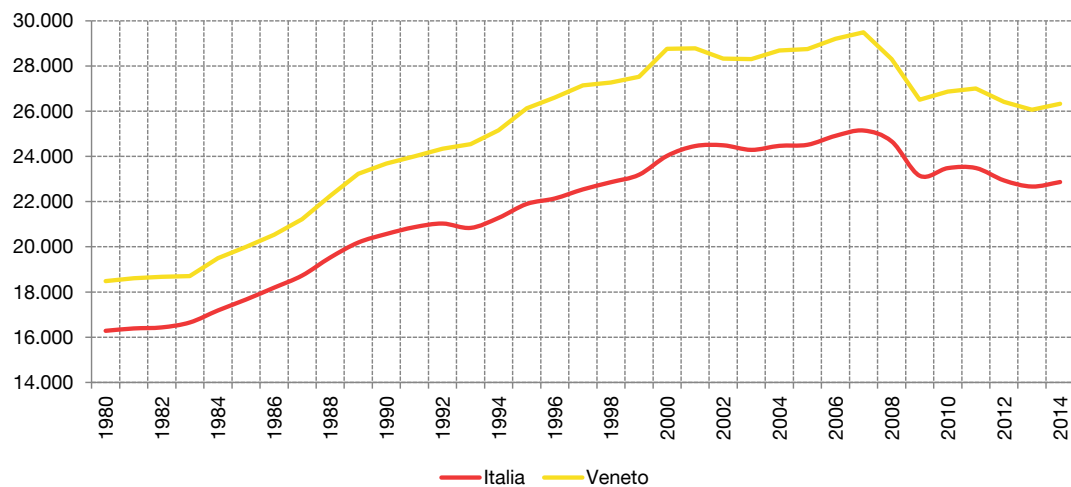
di Alessandro Minello - Responsabile EBiComLab, Centro studi sul terziario trevigiano

La lunga crisi economica che stiamo vivendo sta determinando un grande processo di selezione imprenditoriale ed occupazionale. La recessione, tipica di ogni andamento ciclico dello sviluppo, non sembra ancora lasciare spazio ad una ripresa che possa riportare le variabili macroeconomiche, se non ai valori di metà anni duemila (il periodo pre-crisi), almeno su un percorso, anche se lento, di sviluppo.

Si intravedono timidi segnali di rilancio, soprattutto grazie alla domanda estera, mentre ancora debole è la domanda interna, con consumi e investimenti che non riescono ad invertire il trend negativo degli ultimi anni. A tutto ciò si aggiunge la contrazione della spesa pubblica, conseguente alle politiche di risanamento finanziario. Il rimbalzo ancora non si vede.

Le previsioni per il 2014 e 2015 indicano, a livello regionale, una leggera crescita degli aggregati macroeconomici. Crescita che, tuttavia, non è ancora sufficiente a creare nuova occupazione, le cui proiezioni risultano ancora, seppure lievemente, negative. La stima del reddito procapite del Veneto al 2014 (Euro 26.236) ci fa tornare indietro al valore di quasi vent'anni fa, una caduta ancora maggiore rispetto al dato nazionale. Molti si chiedono se e quando finirà la discesa.

Figura I - Italia e Veneto. Dinamica del reddito procapite  
(valori assoluti in euro)



Fonte: elaborazioni Direzione statistica Regione del Veneto e Prometeia

Il quadro dipinto è certamente negativo e delinea un processo di impoverimento complessivo, imprenditoriale, economico, occupazionale e sociale. Solitamente, l'economia insegna che dopo ogni ribasso c'è una risalita, mentre in fase di stagnazione la ripresa rimane confinata alle aspettative e finisce per alimentare sfiducia negli attori economici prima, in quelli sociali poi. Il rischio è quello di passare da una economia la cui traiettoria di crescita è ciclica, che alterna ovvero fasi più o meno lunghe (cicli appunto) di crescita e fasi declino, ad una in cui non vi siano grandi oscillazioni, in aumento e diminuzione, attorno allo zero, descrivendo un andamento quasi piatto. È quello che sta succedendo da anni nel nostro paese, dove i tassi di variazione del PIL non presentano valori significativi, di certo inferiori a quelli degli altri paesi europei. In parte è tipico dei paesi maturi, di certo è correlato a situazioni di modesto tasso di innovazione.

Seguendo la logica di Shumpeter, i cicli economici sono legati al flusso delle innovazioni, siano esse frutto della concorrenza o, meglio, dell'agire del singolo imprenditore o della grande impresa più strutturata.

Esse non si manifestano con regolarità, ma si rivelano a grappoli, si concentrano, dando così origine a spinte propulsive improvvise cui seguono altrettante contrazioni. La stagnazione è la negazione di tutto ciò.

Ecco allora come dall'economia della stagnazione si possa uscire solo innovando, portando sul mercato prodotti e servizi nuovi, allargando i mercati di riferimento, riorganizzando le nostre formule imprenditoriali e recuperando competitività.

Il Veneto è un esempio emblematico di come la domanda estera sia quella componente, che consente alla nostra regione di contenere gli effetti negativi della crisi.

In quest'ottica si evidenziano i percorsi differenti tra le imprese che in questi anni hanno avviato un serio processo di internazionalizzazione e quelle che si sono concentrate più sui mercati locali. Le attività che si sono riposizionate sui mercati esteri più dinamici sono risultate meno esposte alla caduta della domanda interna.

Lo stesso vale per le imprese che sono riuscite ad effettuare investimenti in tecnologia, nuovi prodotti/servizi, ovvero che hanno reagito alla crisi azionando la leva dell'innovazione. È, se vogliamo, l'agire della famosa "distruzione creatrice", che opera una selezione radicale delle imprese innovative, di quelle che hanno capito che la competitività non è più sul prezzo, ma su altri elementi immateriali: qualità, design, forma, immagine e credibilità. Su questi elementi ci si dovrà sempre più differenziare dai competitors a tutti i livelli, nazionale, regionale, internazionale.

## La Crisi ed il Sistema Terziario Provinciale

L'economia della stagnazione è il rischio che intravediamo anche per la nostra provincia. Dopo sette anni, l'onda lunga della crisi ha investito anche il terziario della Marca Trevigiana, il quale ha rallentato nel complesso la sua corsa, alcuni comparti sono anche arretrati.

Se, da un lato, la crisi ha portato ad un assottigliamento della base imprenditoriale, soprattutto manifatturiera, dall'altro, il

terziario tra il 2012 e il 2013 registra ancora un saldo netto di oltre 100 nuove imprese, di cui 35 nell'ultimo anno. Considerando gli ultimi quattro anni, il settore ha registrato quasi 1.500 nuove imprese (al netto delle chiusure), creando quindi nuove opportunità imprenditoriali, pur nella crisi generale.

Un dato questo positivo che, tuttavia, è accompagnato da una forte contrazione nei fatturati e nei margini aziendali, rispetto a costi di produzione mediamente più alti che in passato. Dalle analisi sui fatturati emerge, infatti, una crescita rilevante del numero di imprese collocate nelle fasce di fatturato più basse, mentre si contrae l'ammontare di quelle con fatturati medi ed in parte anche medio alti.

Sotto l'aspetto occupazionale, è necessario distinguere ancora l'ottica di medio periodo da quella di breve. Così, nel primo caso, a partire dal 2009 il terziario provinciale ha creato 2.500 nuovi posti di lavoro (al netto delle cessazioni), testimoniando ancora una buona vitalità e dinamicità. Tuttavia, nel corso dell'ultimo anno, il saldo occupazionale è risultato per la prima volta negativo, con un crollo di oltre 3.500 posizioni. A livello congiunturale, dunque, si evidenziano le prime e pesanti difficoltà nel mercato del lavoro.

Dal lato dell'occupazione indipendente, si osserva il netto calo degli imprenditori, tanto che al 2013 si ritorna ai livelli di alcuni anni fa, dopo un breve aumento. Un arretramento preoccupante, in quanto un tasso negativo di variazione dell'orientamento imprenditoriale segnala i limiti di un sistema, che non riesce più a generare le condizioni ed un ambiente favorevoli alla creazione d'impresa.

Questi dati non sono visibili all'interno degli indicatori di specializzazione terziaria della provincia: se la crisi non ha ancora intaccato il processo di terziarizzazione dell'economia provinciale è solo in quanto le altre componenti, agricoltura ed industria (incluse le costruzioni), hanno subito contraccolpi maggiori. Il terziario rappresenta, ad oggi, più della metà delle attività provinciali, il doppio di quelle manifatturiere, e occupa oltre 200 mila lavoratori, il 60% in più di quelli del manifatturiero. La fotografia della provincia, soprattutto nell'ultimo anno, evidenzia le crescenti difficoltà di reazione del sistema imprenditoriale ad una crisi che, accanto alla caduta della domanda, sta evidenziando altresì alcuni deficit strutturali e culturali. Sotto il primo aspetto, si può ricordare il gap di capitalizzazione di gran parte delle imprese, un fatto questo che sta creando non poche difficoltà in un periodo in cui anche la leva finanziaria è sotto pressione, a causa dei vincoli a cui le stesse banche sono costrette a soggiacere. La crisi di liquidità, unita alla difficoltà di accedere a fonti esterne di finanziamento, genera un razionamento dell'attività di investimento e, quindi, l'adozione di strategie di brevissimo termine, a scapito della programmazione dell'attività su periodi più lunghi: ossia più tattica e meno strategia.

Sotto l'aspetto culturale, molti attori sono impreparati non tanto ad affrontare la crisi, quanto a gestire l'attività nello scenario di grande incertezza e sfiducia che essa sta creando. Non è la recessione che fa paura, ma la persistenza di un arretramento continuo, che rischia di trasformarsi in depressione economica e sociale. A contrastarlo non basta qualche segnale di ripresa in un trimestre o il cercare con la lente qualche messaggio in tal senso.

## Le Trasformazioni ed i Nodi da sciogliere

Uno degli aspetti salienti della crisi in corso è rappresentato dalle trasformazioni che si stanno verificando all'interno del sistema terziario della provincia. Gli anni della crisi economica hanno in parte indotto nuove tendenze e in parte accelerato tendenze già in atto all'interno del settore.

Una trasformazione causata dalla crisi è sicuramente quella che sta colpendo il modello terziario prevalente. Ovvero, nella misura in cui dovesse avere la meglio nei prossimi periodi l'effetto negativo congiunturale, assisteremo ad un cambio nell'ambito del "modello terziario", con il passaggio da un modello di "crescita con occupazione" ad uno di "crescita senza occupazione". Osservando la figura II, si nota infatti come negli ultimi quattro anni il terziario nel complesso e, al suo interno, i comparti del turismo e dei servizi si caratterizzano per la crescita tanto delle unità locali che dell'occupazione.

Uno scenario che invece diverge nel corso dell'ultimo anno, allorché continua (seppure largamente ridotta) la crescita delle unità locali, ma crolla il saldo occupazionale, avviando un processo di frammentazione e snellimento del tessuto produttivo, con attività via via più ridotte negli organici.

Vi sono poi alcune tendenze che erano già in atto, sulle quali la crisi ha imposto una accelerazione. La prima è sicuramente la difficoltà in cui versa il comparto del commercio, al cui interno soffre molto la componente legata all'automotive e, di recente, nonché più in generale, il comparto del commercio al dettaglio, dal tessile all'abbigliamento, dal mobile all'arredo per la casa. La tendenza è di una riduzione sia delle attività sia, soprattutto, dell'occupazione dipendente. Il declino del commercio va interpretato dunque alla luce della caduta della domanda, che sta imponendo un forte processo di selezione imprenditoriale e competitiva, a fronte di un probabile eccesso di offerta.

Una seconda trasformazione in corso concerne il processo di invecchiamento del mercato del lavoro dipendente e indipendente della provincia. Se, nel primo caso, la tendenza è nota da tempo e, in parte, è legata anche al processo di invecchiamento demografico, nel secondo caso i dati rivelano una realtà preoccupante non solo per il Veneto, ma anche per la Marca Trevigiana. Il fenomeno interessa più o meno tutti i settori dell'economia e la crisi lo ha accentuato. All'interno del terziario la percentuale di giovani imprenditori, con meno di trent'anni, è circa la metà degli ultrasessantenni. Non solo, ma negli ultimi anni la quota di giovani imprenditori è in diminuzione, mentre cresce la quota degli imprenditori più longevi. Da una recente ricerca di Datagiovani<sup>1</sup> emerge come il Veneto e il Nordest siano due delle aree italiane in cui è minore il tasso di imprenditorialità giovanile e dove è maggiore la crescita della componente di giovani che non sono occupati, non studiano e non si stanno formando (i cosiddetti NEET), fenomeno che nel Veneto coinvolge circa 100 mila persone.

Un altro elemento cruciale concerne la struttura delle politiche per il lavoro e, più in generale, gli ammortizzatori sociali. I dati

---

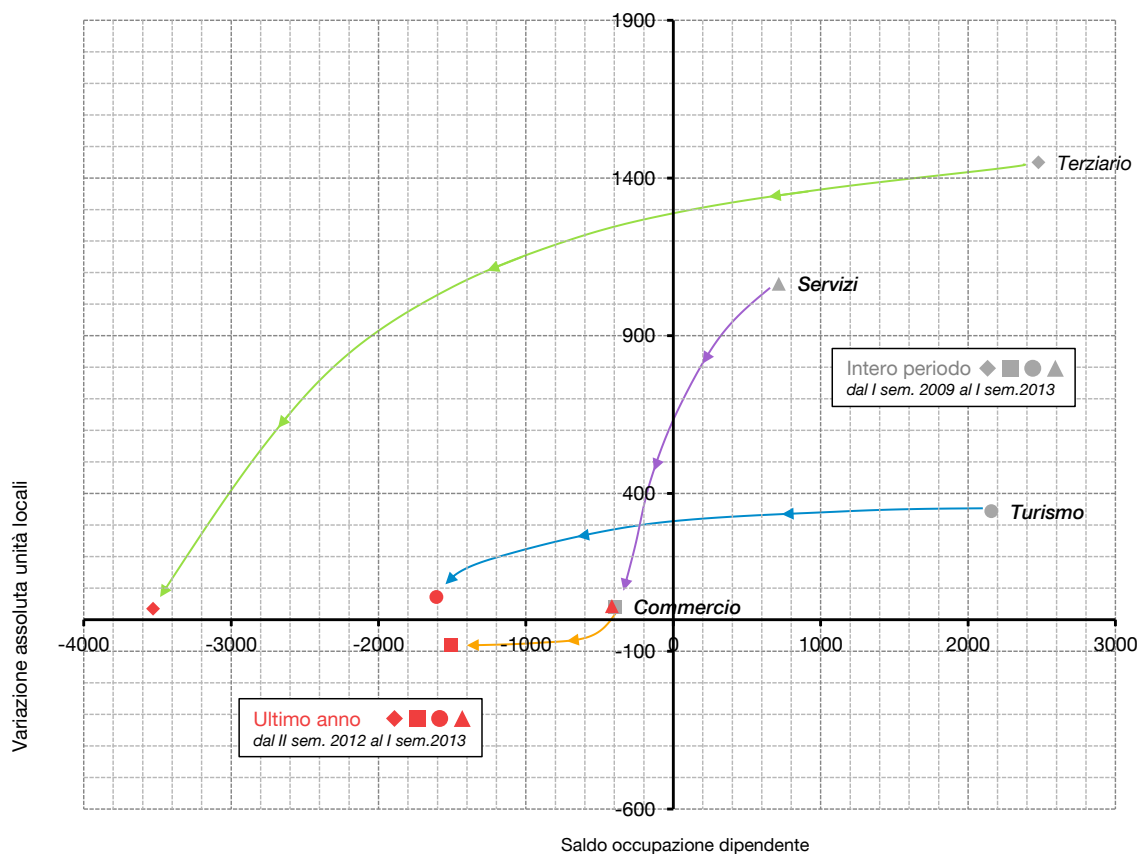
1. Consultare il sito [www.datagiovani.it](http://www.datagiovani.it)



testimoniamo come tutta la rete e gli strumenti delle politiche attive regionali e nazionali, così come le azioni di tutela sindacale, abbiano avuto un grande ruolo nell'evitare che le ricadute della crisi sul mercato del lavoro fossero ben peggiori di quanto accaduto.

Le statistiche, infatti, ci dicono come le cessazioni dei rapporti di lavoro nel Veneto ed in provincia di Treviso, negli anni recenti, siano aumentate, ma non di molto. Sono invece le nuove attivazioni ad essere state più colpite dalla crisi, tanto da segnare un netto calo e da determinare in larga parte il saldo occupazionale negativo del settore.

Figura II - Treviso. Cambiamento del modello di sviluppo del terziario



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e Veneto Lavoro

Altro elemento da sottolineare è quello relativo alla “solitudine” dei giovani imprenditori (“Working solo”). Dalle interviste condotte nel corso dell’evento “JOB festival di Treviso” è emerso come, in provincia di Treviso, l’ostacolo principale che i giovani incontrano nel momento in cui considerano l’auto-imprenditorialità sia quello della solitudine e dell’incertezza, prima ancora del capitale necessario per il finanziamento dell’impresa.

In Italia il tasso di giovani imprenditori senza dipendenti, pari al 15%, è doppio rispetto alla media europea (7,5%). Questo significa che nel nostro Paese abbiamo un’imprenditorialità giovanile non solo più contenuta numericamente, ma anche meno strutturata della media europea.

## L’Importanza della Componente Istituzionale

Gli scenari sul terziario, elaborati attraverso la proiezione di alcune variabili, dipingono per la provincia di Treviso un quadro complicato di sviluppo. In assenza di adeguati interventi di *policy* di sostegno e di rilancio, le stime sull’andamento delle unità locali e soprattutto delle figure imprenditoriali rivelano in generale un quadro tendente alla stagnazione, determinato soprattutto dal comparto del commercio, che neutralizza le stime leggermente positive previste per il settore dei servizi e del turismo.

Lo scenario futuro del settore terziario, ma più in generale dell’economia provinciale, dipenderà in parte rilevante dalla componente istituzionale, dalle azioni che gli enti amministrativi, le agenzie strumentali, i centri di ricerca, il mondo della scuola, le organizzazioni di rappresentanza, riusciranno ad attivare per organizzare un ambiente favorevole al rilancio della competitività del sistema della Marca Trevigiana.

Da tempo si è consapevoli che la competitività è sempre più di sistema, non di una singola componente, sia essa l’impresa, la scuola o altra istituzione. Sono i territori e tutti i soggetti presenti in essi che contribuiscono a formare un milieu particolare, innovativo e dinamico. La performance innovativa di una regione “dipende in larga misura da come ciascuna impresa utilizza l’esperienza e la conoscenza di altre imprese, organizzazioni di ricerca, agenzie governative, etc., in processi innovazione e come riesce ad integrarli con le capacità interne all’azienda stessa”<sup>II</sup>.

In questa prospettiva, nonché alla luce dei fenomeni rilevati e dei dati raccolti, alcune indicazioni di *policy* per la nostra provincia e per il terziario in particolare potrebbero essere le seguenti:

1. Aiutare e stimolare un percorso imprenditoriale che punti all’innovazione di prodotto/servizio, che nel caso del terziario significa sperimentare nuovi servizi, nuove modalità di erogazione degli stessi. Creare mondi (*world making*<sup>III</sup>), per

---

II. Traduzione dal testo di Philip Cooke e Andrea Piccaluga, (2006), *Regional Development in the knowledge Economy*, Regional Studies Association, New York.

III. Enzo Rullani (et al), (2012), *Innovazione e produttività*, Franco Angeli, Milano.

riprendere una recente definizione di Enzo Rullani, ovvero i nuovi servizi dovranno avere l'obiettivo di costruire e dare significato all'utente, che diventa co-protagonista nel processo di scambio, sempre più rappresentato dall'esperienza legata al compimento di una determinata azione. Questo tipo di innovazione tende ad aumentare le quote di mercato e i fatturati senza "risparmio di lavoro", mentre continuare a concentrarsi su innovazioni di processo riduce certamente i costi, risparmia lavoro, ma non aumenta l'estensione del mercato;

2. Spostare decisamente l'attenzione sui meccanismi di entrata nel mercato del lavoro, pur accanto all'azione di contrasto delle uscite. Oggi il vero problema è che una parte dell'offerta di lavoro non incontra quella parte di domanda che sarebbe disponibile ad assumerla. Nel terziario, in provincia di Treviso, i tassi di trasformazione dei contratti atipici in contratti a tempo indeterminato, pari al 40%, sottolineano che è necessario investire su un sistema di incentivazioni e strumenti che favorisca la sperimentazione di soluzioni innovative di incontro domanda-offerta, anche sfruttando, nonostante alcune rigidità, le opportunità offerte dai meccanismi previsti dal progetto "Garanzia giovani" in corso di attuazione in questi giorni;
3. Affrontare l'emergenza giovani, con servizi reali volti ad accompagnare i giovani in un serio percorso di creazione imprenditoriale. I vecchi distretti oggi non sono più in grado di assicurare un adeguato tasso di creazione di nuove imprese come in passato, tanto meno giovanili. Secondo i dati dell'ultimo rapporto GEM<sup>IV</sup>, l'Italia è in coda, in Europa, quanto a tasso di nuove imprese, sia esso misurato in termini espliciti, sia come possibile scelta futura dei ragazzi intervistati. Ecco allora come, oggi, l'incubatore deve essere viepiù il contesto istituzionale di riferimento, l'insieme di *stakeholder* sul territorio, che si mettono in rete e creano un cluster per lo start up giovanile. Ancora una volta, molte risorse sono spese per cercare di salvare il tessuto imprenditoriale presente, meno invece per innovarlo;
4. Individuare, contestualmente, spazi virtuali e fisici di condivisione, di confronto per i giovani che hanno idee ma non ancora progetti imprenditoriali, rafforzando quelli esistenti o creandone di nuovi. Nel terziario questi spazi dovrebbero supportare, almeno nelle prime fasi, i giovani che vogliono avviare nuove attività. Dovrebbero consentire processi di contaminazione creativa, di sperimentazione, di messa in rete di risorse ed energie oggi sparse. Investire su un'imprenditorialità giovanile e femminile, significa attivare un moltiplicatore per cui un giovane imprenditore oggi coinvolge nell'impresa altri giovani, con i quali condivide valori, obiettivi, linguaggi, "fame e follia" per riprendere una nota affermazione di Steve Jobs;
5. Affrontare seriamente il tema del ricambio generazionale. Osservando le classi di età e considerando solo il terziario della provincia, nei prossimi 10 anni cambieranno circa 30-35 mila imprenditori, oltre il 40% di quelli presenti oggi. Questo

---

IV. Consultare il Rapporto 2013 nel sito <http://www.gemconsortium.org>.

significa che in assenza di un'azione di supporto al ricambio generazionale ed applicando i tassi di ricambio attuali, solo una parte potrà essere sostituita. L'effetto di questo gap di ricambio si tradurrà in un ridimensionamento del tessuto imprenditoriale, quantitativo e qualitativo, nella misura in cui il patrimonio di conoscenza degli imprenditori uscenti non sarà sostituito da quello, in fase di formazione, delle nuove generazioni;

6. Favorire l'investimento in conoscenza, ovvero in capitale umano e tecnologia, ora diventa una condizione imprescindibile. Sono due fattori che consentiranno al terziario di sviluppare un nuovo ciclo di sviluppo. È necessario che le imprese adottino strategie congiunte di investimento in soluzioni tecnologiche avanzate e risorse umane formate e preparate, specializzate nell'utilizzo in chiave di business delle tecnologie ICT. Soprattutto nelle attività più tradizionali. La crisi economica e di alcune componenti del terziario è legata anche ad una modesta attività innovativa, ad una bassa creatività, ad uno scarso investimento in risorse umane specializzate, in professionalità elevate, in grado di assorbire le potenzialità offerte dalla tecnologia;
7. Favorire nuove formule imprenditoriali per il terziario, sviluppando soluzioni organizzative più orientate alla rete e alla cultura che essa crea e dalla quale poter attingere professionalità e competenze di frontiera, organizzare l'erogazione di servizi di qualità e condividere percorsi di innovazione. La rete è la soluzione ideale per condividere rischi, incertezze, ma anche per lavorare assieme, per integrare competenze cognitive e risorse materiali. L'ostacolo maggiore è sempre di natura strategico-culturale. La rete va costruita ed alimentata su basi comuni concrete, secondo determinate priorità, stabilendo prima obiettivi, mezzi e partecipanti, organizzando poi il *network* adatto;
8. Agganciare le opportunità offerte dalla nuova programmazione dei fondi comunitari 2014-2020. Le imprese del terziario dovranno essere guidate, orientate, supportate nella progettazione sia comunitaria sia di livello regionale, locale. Si potrà partecipare ai bandi su programmi volti allo sviluppo tecnologico e alla ricerca (horizon 2020, SME), alla promozione dell'arte, della creatività, dell'audiovisivo, alla musica (Creative Europe), oppure alla formazione (DGR361 Veneto; POR). È necessario però effettuare un salto di qualità in materia di cultura della progettazione e capacità di avviare partnership di progetto. Non è facile né immediato, ma il contesto istituzionale dovrà accompagnare le imprese in questo percorso di sviluppo di nuove idee e proposte progettuali;
9. Incentivare un maggior processo di internazionalizzazione dei servizi, siano essi commerciali, turistici, di consulenza, manageriali, informatici, etc.. Ovvero stimolare nelle imprese del terziario una maggiore consapevolezza delle opportunità di esplorare i mercati internazionali con servizi dedicati di formazione, informazione, accompagnamento, sviluppo di sistemi

e piattaforme di *e-commerce*, rafforzamento delle conoscenze linguistiche, organizzative. La dimensione internazionale non riguarda solo le imprese di produzione di beni, ma tutte le forme imprenditoriali, incluse quelle di servizi;

10. Favorire un rafforzamento del sistema terziario ed una integrazione maggiore lungo la filiera cognitiva delle produzioni di servizi e di beni, sia manifatturiere che agricole. Creare nuove sinergie su base progettuale e sistemica, puntando alla valorizzazione delle reti di collaborazione intersettoriale. Affrontare maggiormente le sfide competitive attraverso comportamenti più strategici che tattici. Questi ultimi hanno una logica di breve periodo, mentre i primi consentono uno sviluppo di lunga durata. Il terziario oggi presenta un nucleo di imprese nei servizi, soprattutto ad alto contenuto di conoscenza, la cui continuità d'impresa è la più alta rispetto al resto dei comparti, all'opposto troviamo il commercio. Da una ricerca di Datagiovani emerge come le imprese del terziario abbiano un tasso di sopravvivenza a cinque anni dalla loro fondazione del 56%, a fronte del 50% del commercio e del 48% delle costruzioni e del 50% del manifatturiero.

Nel contesto finora delineato non mancano esempi e comportamenti di aziende più innovative, più aperte al mercato, più abili e capaci ad organizzare e governare reti di collaborazione, in grado di sopperire le carenze istituzionali. Queste imprese stanno guadagnando competitività e registrano buoni risultati in termini di fatturato. Ma si tratta pur sempre di una parte di un tutto che sta invece soffrendo, quasi incapace di reagire. La crisi che stiamo attraversando, come la competitività, si misura sulle aziende, ma è di sistema. Da qui è necessario ripartire.



5

# IL SISTEMA IMPRENDITORIALE









## Il Sistema Imprenditoriale

*Si può senza dubbio affermare che il 2013 non sia stato un anno facile per le imprese venete. I cambiamenti in atto nel tessuto imprenditoriale e nel mercato del lavoro hanno evidenziato una delle peggiori performance dall'inizio della crisi. Secondo gli ultimi dati diffusi da Unioncamere Veneto, il PIL regionale ha chiuso l'anno con un ulteriore peggioramento rispetto al 2012 (-1,6%), portandosi al di sotto dei livelli registrati ad inizio decennio. Nel corso del 2013, il numero di imprese attive ha subito un calo dell'1,8%, sono 8.700 le attività entrate in liquidazione (+8,6%) e 1.434 quelle che hanno aperto una procedura concorsuale (+17,4%).*

*Di fronte ad un mercato interno ancora in difficoltà, gli scambi internazionali sembrano offrire uno spiraglio di speranza. Secondo le rilevazioni periodiche dell'ISTAT, nell'ultimo anno le esportazioni venete registrano un incremento del 2,8% – continuando a dimostrarsi un'importante fonte di sostegno per l'economia regionale – e le importazioni mostrano un lieve recupero (+1,5%), con un saldo della bilancia commerciale di circa 15,3 miliardi di euro. Da questo risultato positivo, si intravede la possibilità di un rilancio della competitività imprenditoriale nei mercati internazionali e si intuisce quanto sia importante per le imprese, in questo momento storico di forte cambiamento, sapersi adattare alle dinamiche della globalizzazione e dell'internazionalizzazione. Le previsioni per il 2014 indicano un PIL regionale in crescita e segnali di ripresa anche per la domanda interna, alimentando la speranza di un prossimo miglioramento nelle condizioni del sistema economico regionale.*

*Le stesse dinamiche si rilevano anche nel contesto provinciale, dove nell'arco dell'ultimo biennio è stato proprio il terziario ad assumere sempre più un ruolo di traino per l'economia, registrando variazioni positive per le localizzazioni e rimanendo sempre su valori generalmente più positivi rispetto al settore primario e a quello secondario. Nell'anno appena conclusosi il terziario si conferma il primo settore per numerosità di unità locali, con oltre il doppio delle attività impiegate nell'industria. All'interno del comparto terziario sono le attività turistiche a crescere maggiormente, seguite dai servizi. Il commercio, invece, registra valori leggermente negativi.*

### 1.1 La Struttura del Tessuto Imprenditoriale

L'economia del Veneto conta un totale di 539.469 unità locali alla fine del 2013, in lieve diminuzione rispetto ai valori del 2011, anno di riferimento della prima edizione di questo report. Nel corso del biennio si assiste ad un parziale incremento nella consistenza del terziario all'interno della composizione regionale (+1 punto percentuale), a fronte di una pari diminuzione del secondario (-1 punto percentuale)

e di una sostanziale situazione di equilibrio nel settore primario. Nello specifico, al IV trimestre del 2013, il terziario costituisce il 58% dell'economia veneta (con 314.078 unità locali), l'industria il 27% (con 147.393 unità locali) e l'agricoltura il 14% (con 74.586 unità locali). Il restante 1% si riferisce ad attività di sostegno alle famiglie (ad esempio l'assistenza domiciliare).

## 1.1.1 La Consistenza e la Diffusione delle Imprese

In un contesto in cui l'intera economia nazionale sta subendo gli effetti della peggiore crisi dal secondo dopoguerra ad oggi, il terziario continua a confermarsi, anche a livello locale, il settore più rilevante in termini di unità locali.

Negli ultimi due anni, la regione del Veneto ha visto un aumento in termini assoluti di 1.685 imprese – un punto percentuale in più rispetto al 2011 – un trend positivo che si riscontra in quasi tutte le province, ad eccezione di quelle di Belluno e di Vicenza ove, seppur di poco, diminuisce il numero di aziende impiegate in questo settore. Treviso si presenta come quarta provincia veneta per numerosità, con un totale di 54.668 imprese attive nel terziario (Tab. 01) ed un incremento, dal IV trimestre del 2011, di 106 unità locali.

Dal 2011 al 2013 si assiste ad un duplice fenomeno per quel che concerne la presenza delle imprese terziarie nelle varie province del Veneto: se da un lato ne diminuisce la numerosità, dall'altro ne aumenta la consistenza – in media di 1,4 punti percentuali – rispetto agli altri settori dell'economia.

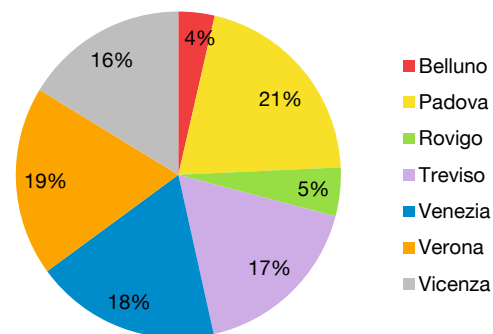
Da un punto di vista territoriale (Fig. 01), durante il biennio trascorso non varia la distribuzione delle 314.078 imprese venete del terziario fra le diverse province. Padova mantiene il maggior numero di unità locali (21%), seguita da Verona (19%) e Venezia (18%). Treviso e Vicenza, come anticipato, occupano rispettivamente il quarto (17%) e quinto (16%) posto all'interno della composizione regionale. In coda Rovigo (5%) e Belluno (4%), con percentuali ridotte rispetto alle altre province.

Tabella 01 - Veneto. Unità locali del terziario per provincia, 2013  
(valori assoluti e %)

	TOTALE ECONOMIA	di cui TERZIARIO	
		Val.ass.	Comp. %
Belluno	18.921	11.303	60%
Padova	108.583	64.950	60%
Rovigo	30.810	15.142	49%
<b>Treviso</b>	<b>98.519</b>	<b>54.668</b>	<b>56%</b>
Venezia	88.974	57.893	65%
Verona	104.158	58.973	57%
Vicenza	89.504	51.149	57%
<b>VENETO</b>	<b>539.469</b>	<b>314.078</b>	<b>58%</b>

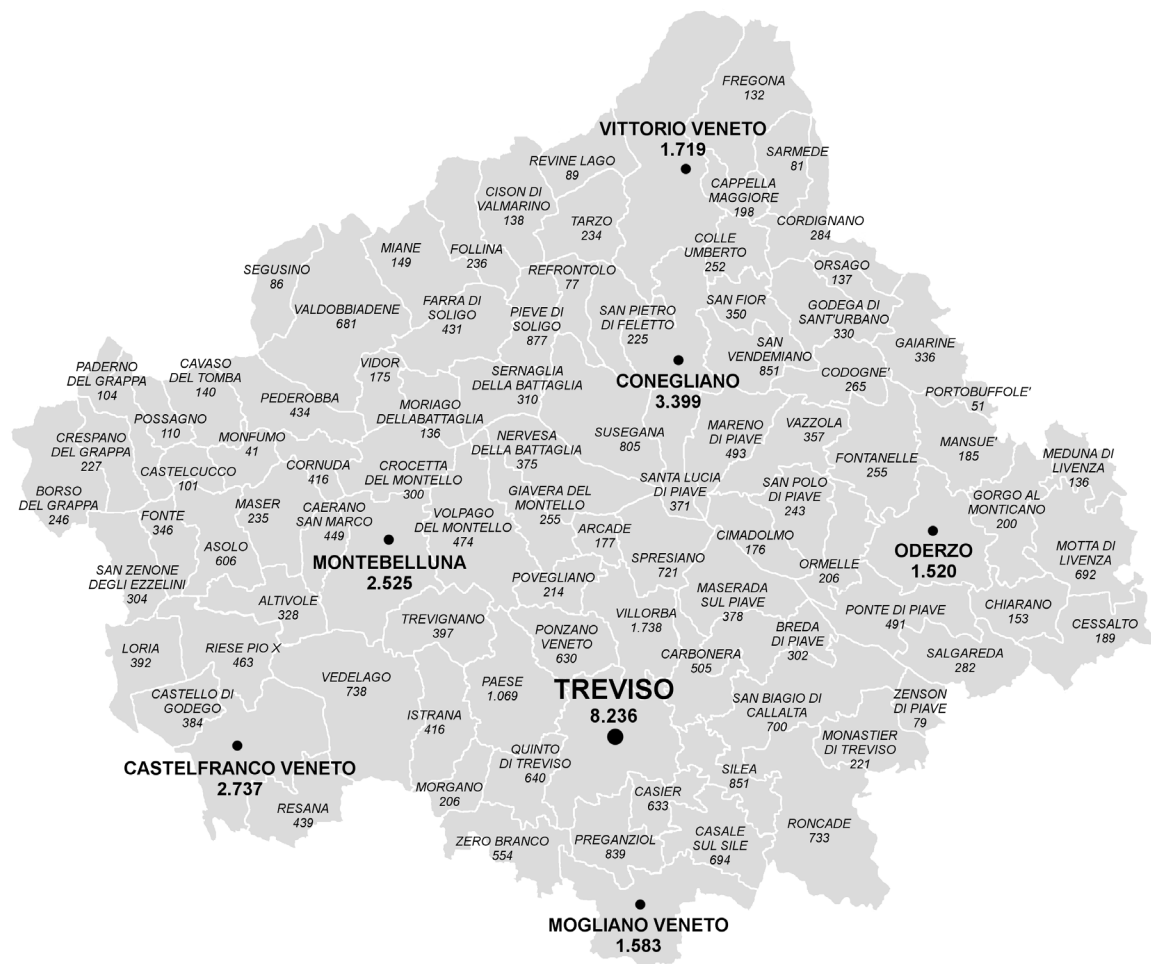
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 01 - Veneto. Unità locali del terziario per provincia, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 02 - Treviso. Unità locali del terziario per comune, 2013  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Con particolare riferimento alla Marca Trevigiana (Fig. 02), i comuni che registrano la maggior consistenza di aziende impiegate nel terziario sono Treviso (8.236 u.l.), Conegliano

(3.399 u.l.), Castelfranco Veneto (2.737 u.l.), Montebelluna (2.525 u.l.), Villorba (1.738 u.l.), Vittorio Veneto (1.719 u.l.), Mogliano Veneto (1.583 u.l.), Oderzo (1.520 u.l.) e Paese (1.069 u.l.).

## 1.1.2 Gli Indicatori Strutturali

Per meglio comprendere come il terziario possa influenzare l'economia del Veneto e, in particolare, della provincia di Treviso, si procede allo studio di alcuni *indici di struttura produttiva ed indicatori di specializzazione* specifici, in grado di fornire una quadro della distribuzione di tali imprese sul territorio.

### Tasso di imprenditorialità e Densità territoriale

Nell'analisi della struttura produttiva, si intuisce come in generale i livelli di concentrazione delle attività dipendano dalle dimensioni di un determinato territorio, in termini di "abitanti" e di "kmq". Nello specifico, il numero di "unità locali ogni 1.000 abitanti residenti" indica il grado di orientamento imprenditoriale di una determinata area, mentre il numero delle "unità locali per kmq" specifica la concentrazione/diffusione delle imprese all'interno del territorio.

Il *tasso di imprenditorialità*<sup>1</sup> del Veneto (Fig. 03) rileva una concentrazione di 64 unità locali del terziario ogni 1.000 abitanti, in lieve aumento rispetto ai livelli registrati nel 2011. Padova, Venezia e Verona si confermano le province con i valori più elevati del tasso, superiori alla media regionale. Treviso perde una posizione, pur presentando una concentrazione leggermente superiore al 2011 (61,9), scavalcata da Rovigo. Vicenza e Belluno si dimostrano nuovamente le aree con il minor tasso di imprenditorialità.

1. Tasso di imprenditorialità =  $\frac{\sum \text{unità locali}}{\text{popolazione residente}} \times 1.000 \text{ abitanti}$

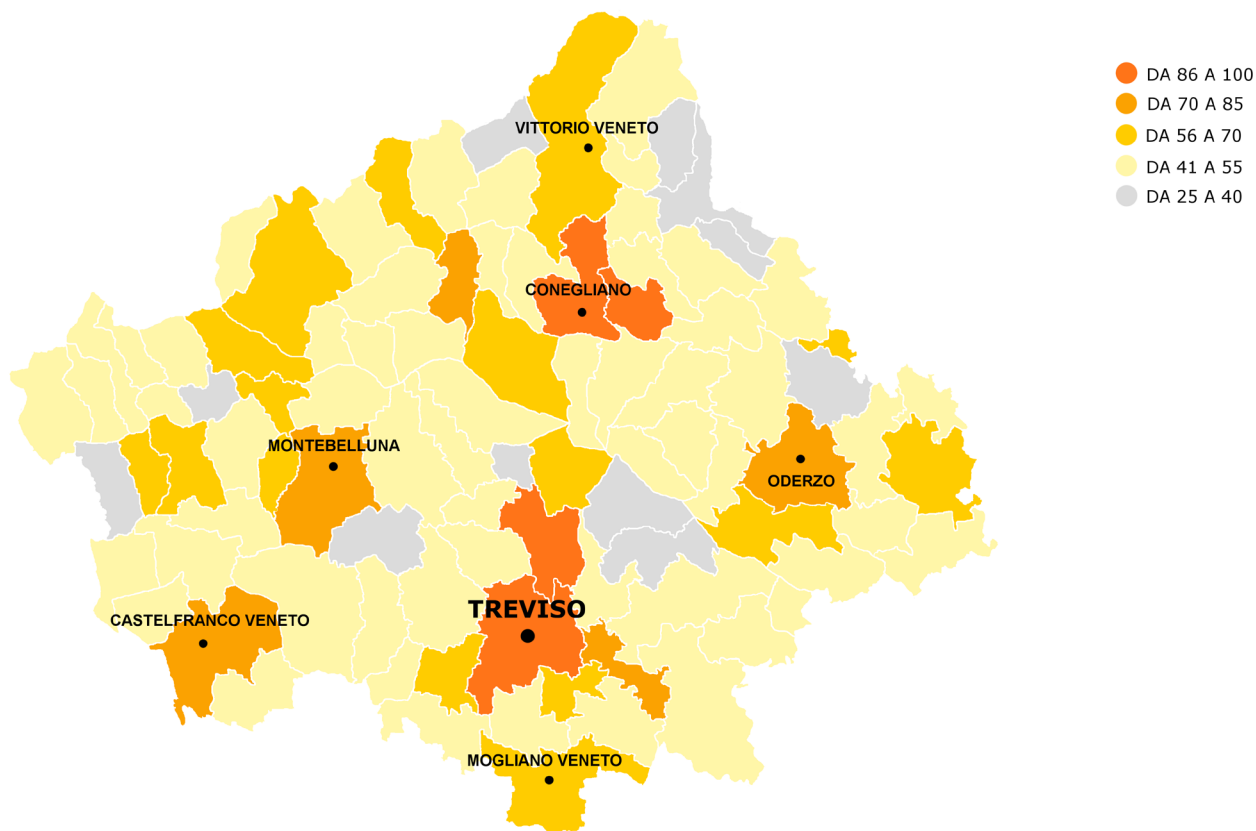
Figura 03 - Veneto. Tasso di imprenditorialità del terziario, 2013



Provincia	Tasso di imprenditorialità
Padova	69,6
Venezia	67,9
Verona	64,4
Rovigo	62,3
Treviso	61,9
Vicenza	59,0
Belluno	54,0

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e ISTAT

Figura 04 - Treviso. Tasso di imprenditorialità del terziario, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e ISTAT

Con particolare attenzione alla Marca Trevigiana (Fig. 04), si configura una maggior concentrazione di imprese terziarie in corrispondenza di un ideale asse territoriale, che attraversa la provincia da Vittorio Veneto a Mogliano Veneto. I comuni più virtuosi lungo questa direttrice si dimostrano quelli di Treviso, Conegliano, Villorba e San Vendemiano, con valori superiori

a 90 aziende ogni 1.000 abitanti. Nel resto della provincia sono i centri urbani maggiori (come ad esempio Castelfranco Veneto, Montebelluna e Oderzo) ad attrarre aziende di servizi. Questi, pur presentando valori del tasso elevati, non sembrano comunque produrre effetti positivi verso le zone circostanti, che rimangono per l'83% al di sotto del tasso provinciale.

La *densità territoriale*<sup>2</sup> del Veneto (Fig. 05) presenta una concentrazione di 17 unità locali del terziario per kmq. Il profilo provinciale rispecchia la classifica pervenuta dai dati rilevati al 2011: Padova e Venezia si confermano le aree più consistenti; Treviso occupa la terza posizione, con una densità territoriale di 22 imprese per kmq; seguono Verona e Vicenza, entrambe con 19 aziende di servizi per kmq; Rovigo e Belluno mantengono gli ultimi posti, con percentuali di densità di molto inferiori a quella regionale.

A livello locale (Fig. 06), solamente il 23% dei comuni della Marca Trevigiana supera il valore medio registrato dalla provincia. L'area di maggior interesse è costituita dal comprensorio che si sviluppa attorno al capoluogo di provincia. Treviso è l'unico comune a presentare una densità superiore a 100 imprese per kmq e a produrre un significativo effetto *spillover* verso le aree limitrofe.

Nel resto del territorio si rilevano valori al di sotto delle 25 aziende terziarie per kmq, ad eccezione dei centri urbani di Conegliano, Castelfranco Veneto, Montebelluna e Oderzo, non in grado in apparenza di influenzare positivamente i comuni adiacenti.

Figura 05 - Veneto. Densità territoriale del terziario, 2013

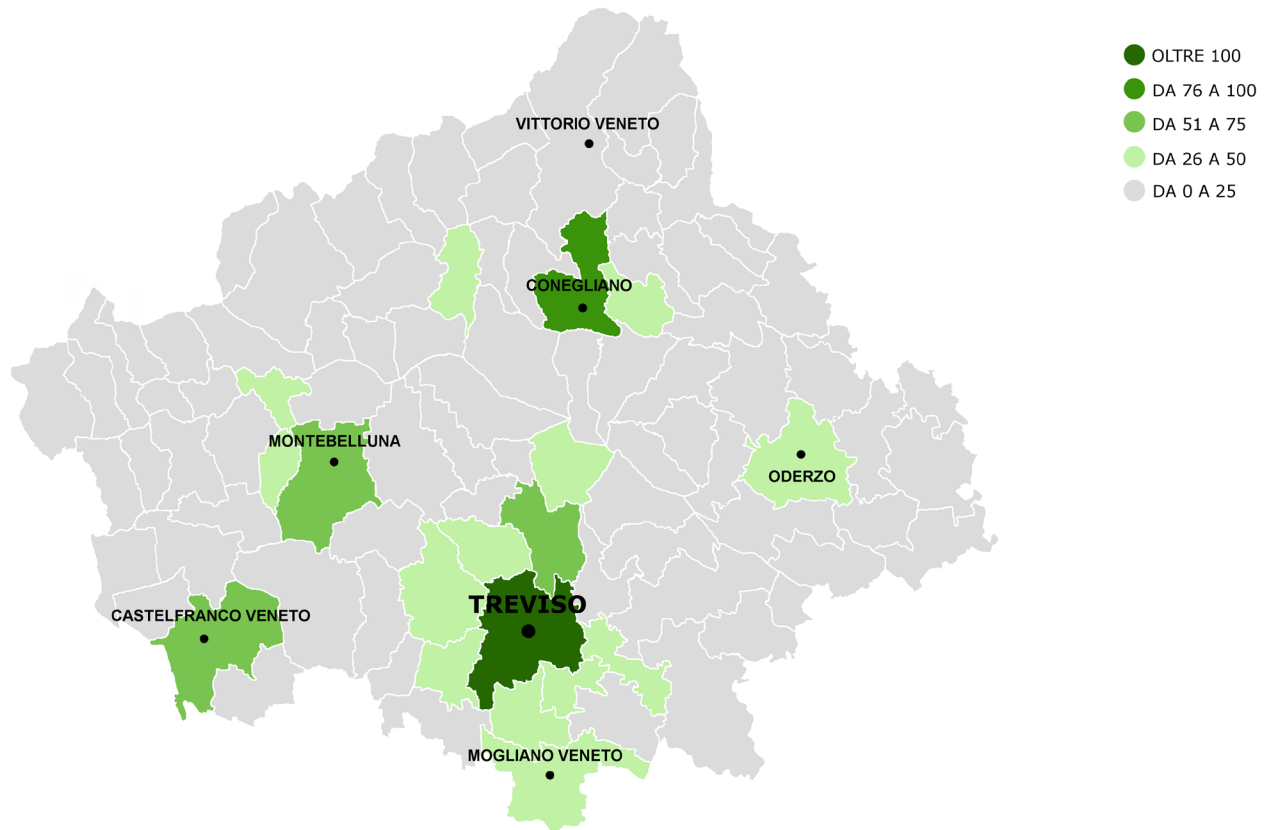


Provincia	Densità territoriale
Padova	30,33
Venezia	23,47
Treviso	22,07
Verona	18,90
Vicenza	18,77
Rovigo	8,46
Belluno	3,07

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e ISTAT

$$2. \text{Densità territoriale} = \frac{\sum \text{unità locali}}{\text{superficie in kmq}}$$

Figura 06 - Treviso. Densità territoriale del terziario, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e ISTAT

## Indice di specializzazione

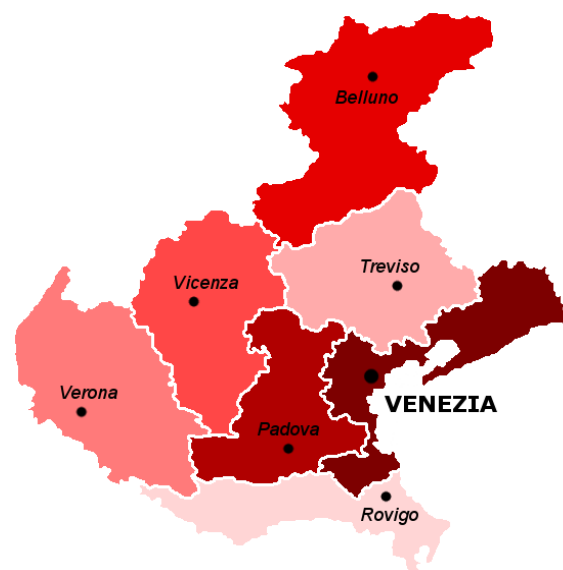
Nell'analisi della distribuzione territoriale delle imprese, l'*indice di specializzazione settoriale*<sup>3</sup> consente un confronto tra "il numero di unità locali del terziario sul totale economia" in relazione ad un determinato comune ed "il numero di unità locali del terziario sul totale economia" in relazione alla provincia.

Grazie a questo indicatore, è possibile stabilire il grado di specializzazione di un comune nel settore terziario e comprendere se questo sia in linea o meno con la media provinciale. In particolare, in assenza di specializzazione l'indice risulta pari a 0, quando la specializzazione del comune rispecchia quella della provincia l'indice è uguale a 1 e, nel caso in cui l'unità territoriale risulti più specializzata della provincia, l'indice assume valori superiori a 1.

Tendenzialmente le province del Veneto presentano un grado di specializzazione in linea con quello regionale (Fig. 07).

Si sottolinea, in particolare, come Belluno e Vicenza, nonostante la minor concentrazione di imprese di servizi, registrino degli indici vicini, se non superiori, a quelli di province come Verona e Treviso, con una maggior densità territoriale. Quest'ultima si colloca al quinto posto della classifica, con un indice di specializzazione pari a 0,95.

Figura 07 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del terziario, 2013



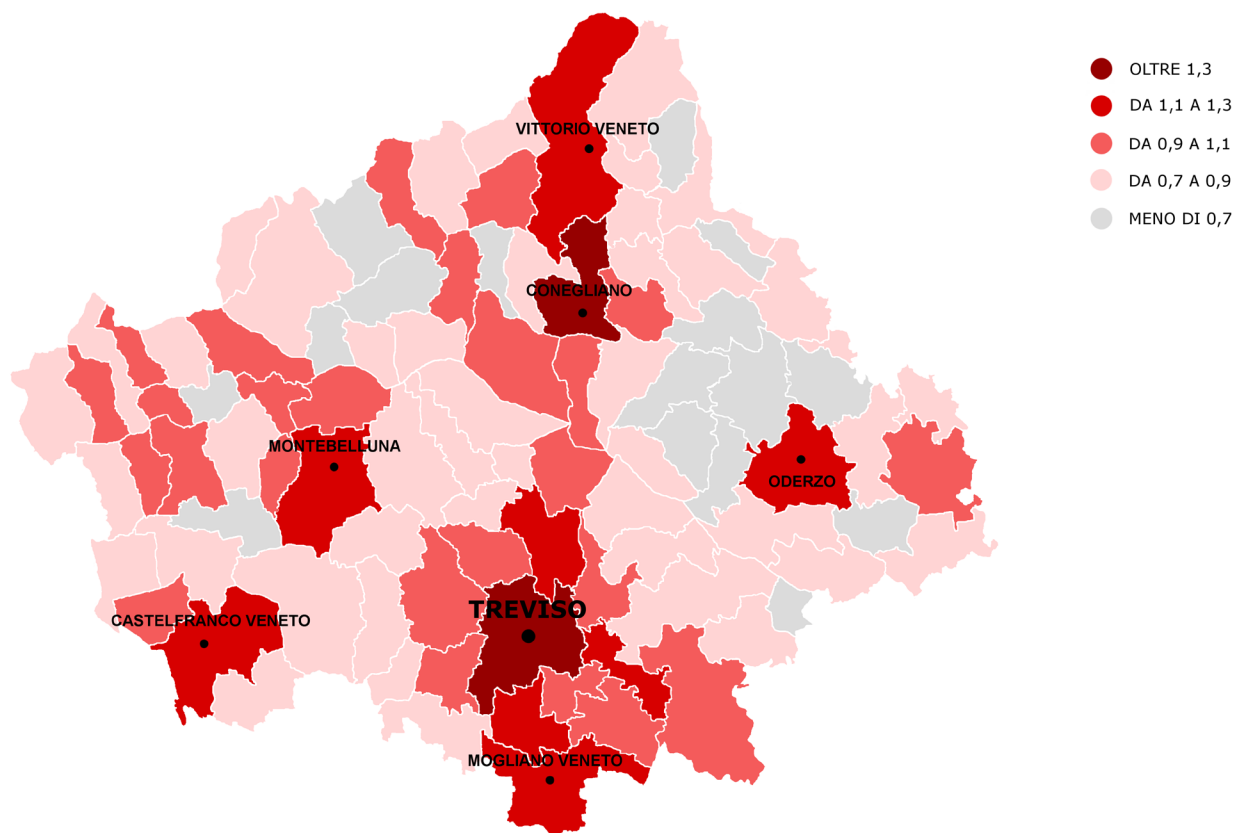
Provincia	Indice di specializzazione
Venezia	1,12
Padova	1,03
Belluno	1,03
Vicenza	0,98
Verona	0,97
Treviso	0,95
Rovigo	0,84

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

$$3. \text{Indice di specializzazione settoriale} = \frac{\frac{\text{unità locali terziario comune}}{\text{unità locali totale economia comune}}}{\frac{\text{unità locali terziario Treviso}}{\text{unità locali totale economia Treviso}}}$$



Figura 08 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del terziario, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Entrando nel dettaglio, l'indice di specializzazione nel settore terziario della Marca Trevigiana (Fig. 08), calcolato con i dati riferiti al 2013, presenta valori compresi tra 0,5 e 1,4. Risultano più specializzati i comuni con le quote maggiori di unità locali, ovvero il capoluogo di provincia (1,4) e Conegliano (1,3).

Nel complesso si osservano due fenomeni rilevanti: l'esistenza effettiva di un asse territoriale portante che si posiziona al centro della provincia, tagliandola da nord verso sud, in corrispondenza della statale Pontebbana e del Terraglio, ove si concentra la maggior parte dei comuni specializzati; la presenza di un effetto *spillover*, focalizzato

nei centri più urbanizzati, che produce esternalità positive verso le aree periferiche (in particolare nella zona Pedemontana).

Solamente il 18% dei comuni si posiziona al di sopra della media provinciale. L'area fra Oderzo e Conegliano risulta meno specializzata, con la più alta concentrazione di comuni che registrano valori dell'indice compresi fra 0,5 e 0,7.

## 1.2 La Disaggregazione Settoriale e Territoriale

L'analisi seguente si focalizza sullo studio delle tre grandi macroaree del terziario (commercio, turismo e servizi) in Veneto, al fine di fornire una panoramica

esauriente e completa del settore. Nello specifico, i dati rilevati si riferiscono alla dimensione territoriale del fenomeno (regionale, provinciale e comunale) e prevedono un approfondimento su due differenti livelli di disaggregazione: le "2 cifre" del codice ATECO, che offrono una prima valutazione d'insieme sulle principali divisioni del settore; le "4 cifre" del codice ATECO, che entrano nel dettaglio delle classi (v. nota metodologica).

Il processo di terziarizzazione ha cambiato profondamente le dinamiche economiche strutturali, spostando l'attenzione dei mercati da un'economia principalmente fondata sul manifatturiero ad un'economia più "flessibile" come quella dei servizi.

Tabella 02 - Veneto. Unità locali del terziario per settore e per provincia, 2013  
(valori assoluti e %)

	TERZIARIO	di cui	Valori assoluti			Composizione %		
			Commercio	Turismo	Servizi	Commercio	Turismo	Servizi
Belluno	11.303		4.756	2.363	4.184	42%	21%	37%
Padova	64.950		28.616	6.172	30.162	44%	10%	46%
Rovigo	15.142		6.834	1.951	6.357	45%	13%	42%
<b>Treviso</b>	<b>54.668</b>		<b>23.380</b>	<b>5.800</b>	<b>25.488</b>	<b>43%</b>	<b>11%</b>	<b>46%</b>
Venezia	57.893		24.691	10.222	22.980	42%	18%	40%
Verona	58.973		24.320	7.827	26.826	41%	13%	46%
Vicenza	51.149		22.067	5.499	23.583	43%	11%	46%
<b>VENETO</b>	<b>314.078</b>		<b>134.664</b>	<b>39.834</b>	<b>139.580</b>	<b>43%</b>	<b>13%</b>	<b>44%</b>

Ad oggi il terziario riveste un ruolo di rilievo nel sistema economico nazionale, facendo emergere alcune delle aziende che più di tutte hanno saputo interpretare la recente crisi.

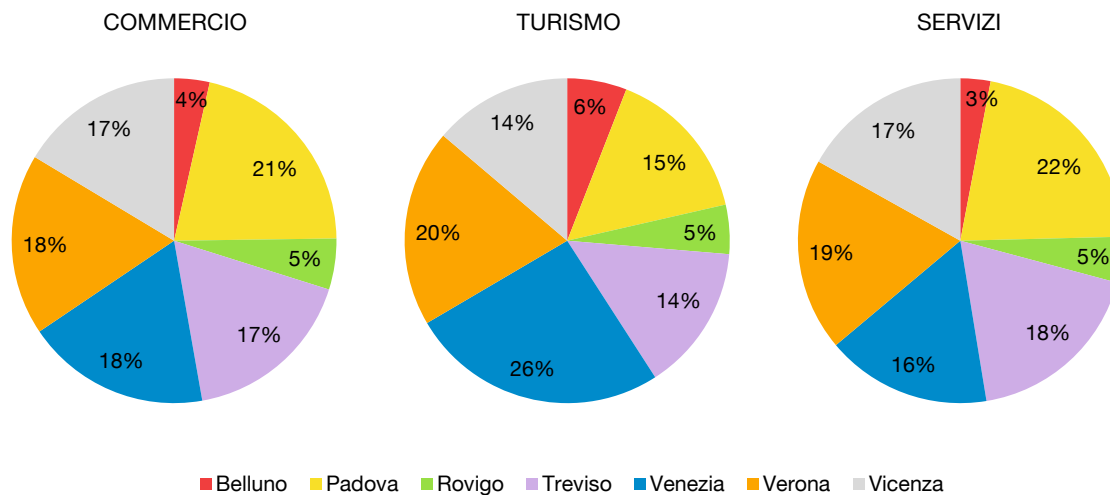
A livello regionale (Tab. 02), la struttura economica terziaria si dimostra invariata rispetto alla precedente rilevazione, riferita al 2011. Le imprese si collocano principalmente all'interno di due settori predominanti, quello dei servizi (44%) e quello del commercio (43%). La restante quota delle localizzazioni in esame (13%) è attiva nel turismo.

In termini assoluti, Padova è la provincia con più unità locali impiegate nei settori del commercio e dei servizi, mentre Venezia registra il maggior numero di imprese dedite al turismo.

In termini percentuali, tutte le province presentano una distribuzione simile a quella regionale: Belluno, Rovigo e Venezia evidenziano un maggior orientamento al commercio; Padova, Treviso, Verona e Vicenza mostrano una propensione più spiccata per i servizi. Le attività turistiche rappresentano ancora una quota residuale rispetto agli altri settori, anche se in province come Belluno e Venezia, che basano parte dei propri introiti sulle ricchezze culturali e paesaggistiche, i valori si attestano comunque attorno al 20%.

In questo contesto, la Marca Trevigiana mantiene una distribuzione percentuale invariata rispetto al 2011 e centrata principalmente sul settore dei servizi, che costituisce il 46% dell'economia terziaria provinciale.

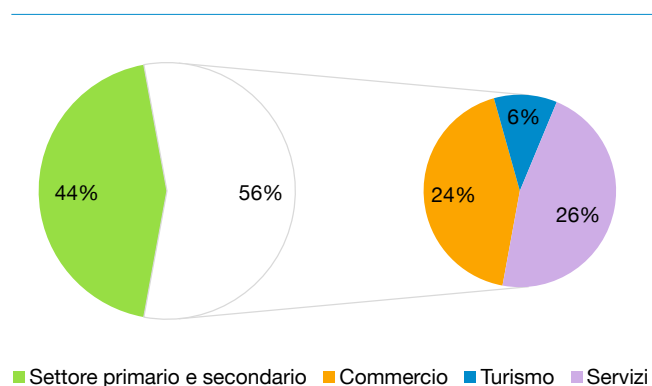
Figura 09 - Veneto. Unità locali del terziario per settore e per provincia, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

La composizione dei singoli settori suddivisi tra le province venete (Fig. 09) presenta situazioni simili. Come anticipato, Padova risulta la prima provincia nel commercio e nei servizi, rispettivamente con il 21% e il 22% delle unità locali regionali operanti in questi settori, mentre Venezia domina il turismo, con una quota di imprese attive pari al 26%. In tutti i settori Belluno e Rovigo costituiscono una bassa percentuale del totale.

Figura 10 - Treviso. Unità locali del terziario per settore, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Il terziario della Marca Trevigiana (Fig. 10) copre il 17,4% delle localizzazioni del settore nel Veneto, con il valore percentuale più alto in relazione ai servizi. Rispetto ai dati registrati al 2011, si sottolinea l'aumento di un punto percentuale nel peso della provincia sulla composizione regionale del turismo.

## 1.2.1 Le Imprese del Commercio

Nel corso del 2013, la spesa per consumi finali delle famiglie residenti in Italia subisce un ulteriore contenimento (-1,4%) rispetto alla contrazione dell'anno precedente (-4,4%). A livello nazionale, sia il commercio tradizionale che la grande distribuzione risentono degli effetti della lunga crisi che sta colpendo l'economia e le famiglie: le vendite al dettaglio sono dimuite nell'ultimo anno del 2,1% e anche il 2014 parte con un segnale negativo. I dati pubblicati dall'ISTAT, relativi al mese di gennaio 2014, indicano un calo nazionale delle vendite al dettaglio (-0,9%) rispetto a gennaio 2013, con l'alimentare al -0,1% ed il non alimentare al -1,3%. Nonostante i timidi segnali di ripresa in alcuni comparti, siamo ancora lontani da una ripresa stabile dei consumi. I dati confermano una situazione estremamente critica e la necessità di interventi di rilancio della domanda interna.

Anche il Veneto risente fortemente degli effetti derivanti da questo fenomeno. Secondo l'ultimo rapporto di Unioncamere Veneto, nel 2013 l'economia regionale ha accusato una caduta della domanda interna del 2,5% (al netto delle scorte), riconducibile alla flessione dei consumi delle famiglie (-2,3%), ma soprattutto al cedimento degli investimenti fissi lordi (-5,2%).

Si comprende, in tal senso, il momento di difficoltà che si trovano a dover affrontare le aziende del settore. I dati Infocamere del 2013 evidenziano la chiusura di 1.166 aziende del commercio dal 2011, con una variazione percentuale negativa dello 0,9%.

Figura 11 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del commercio, 2013



Provincia	Indice di specializzazione
Venezia	1,11
Padova	1,06
Belluno	1,01
Vicenza	0,99
Treviso	0,95
Verona	0,94
Rovigo	0,89

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

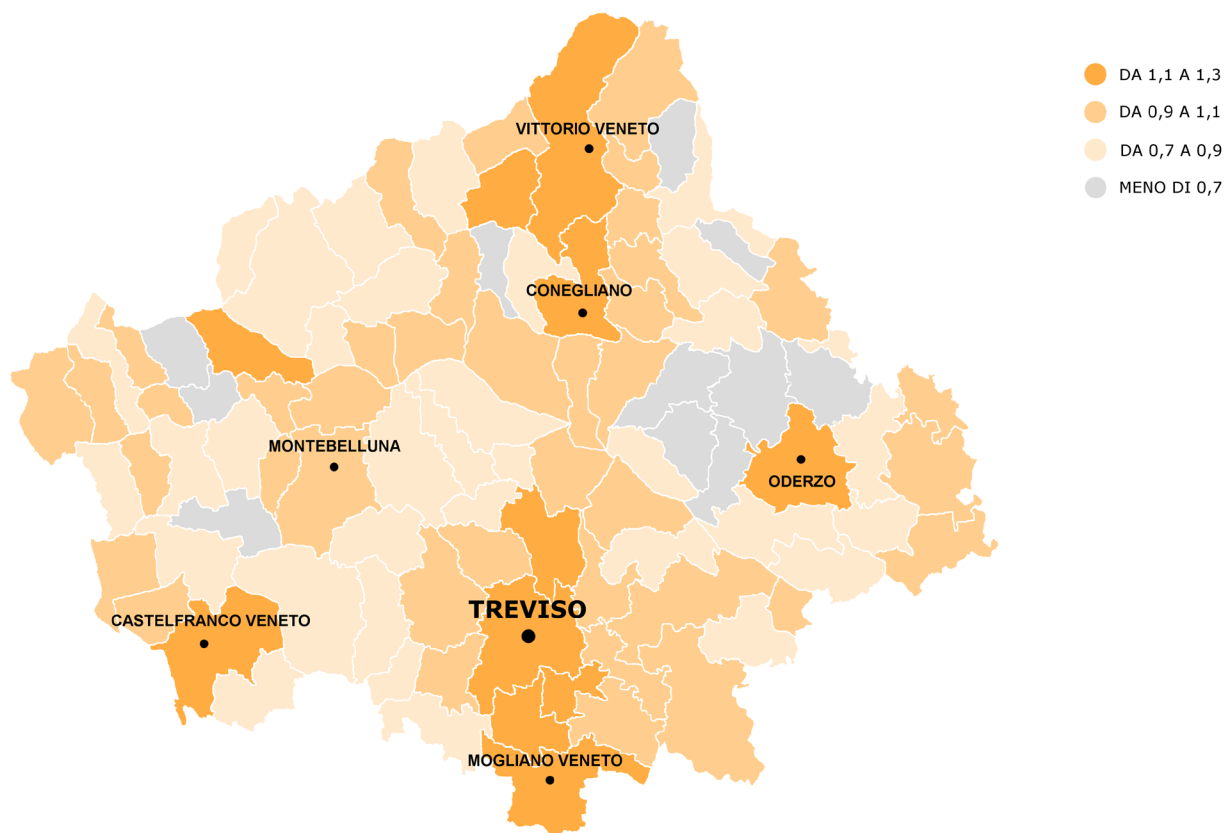
Dal calcolo dell'indice di specializzazione del Veneto nel settore del commercio (Fig. 11), si riscontra una certa uniformità territoriale. Le province più specializzate risultano quelle con il maggior numero di unità locali in questo settore, ovvero Venezia (24.691 u.l.) e Padova (28.616 u.l.). Quelle più distanti dalla media regionale sono invece Verona, che nonostante la forte presenza di attività rileva un indice pari a 0,94, e Rovigo.

La provincia di Treviso si colloca al quinto posto della classifica, con un indicatore di specializzazione pari a 0,95.

I comuni della Marca Trevigiana (Fig. 12) con i valori più elevati dell'indice sono Pederobba, Villorba, Preganziol e Mogliano Veneto. Si sottolinea, nel caso specifico, che nella rappresentazione comunale in figura non è presente in legenda la fascia superiore "oltre a 1,3" – ad indicare l'assenza di zone particolarmente specializzate in questo settore – e che solo il 28% dei comuni si posiziona al di sopra della media provinciale.

Da un punto di vista geografico emergono due centri principali di sviluppo, che producono effetti *spillover*

Figura 12 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

positivi nei territori limitrofi: l'area compresa tra i comuni di Treviso e Mogliano Veneto e quella tra Vittorio Veneto e Conegliano.

Nel resto del territorio si registrano rapporti dell'indice piuttosto contenuti, salvo per i comuni di Pederobba, Castelfranco Veneto e Oderzo – casi isolati e privi di una

significativa influenza verso l'esterno – e per alcune aree situate ai confini della provincia.

La specializzazione meno elevata nel settore del commercio risulta quella della zona compresa tra Oderzo e Conegliano, dove la maggior parte dei comuni analizzati presenta valori compresi fra 0,5 e 0,7.

## DIVISIONI

Nella classificazione ATECO 2007, il settore del commercio è contraddistinto dalla "lettera G" ed è composto da tre divisioni:

- G45, *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli*;
- G46, *commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)*;
- G47, *commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)*.

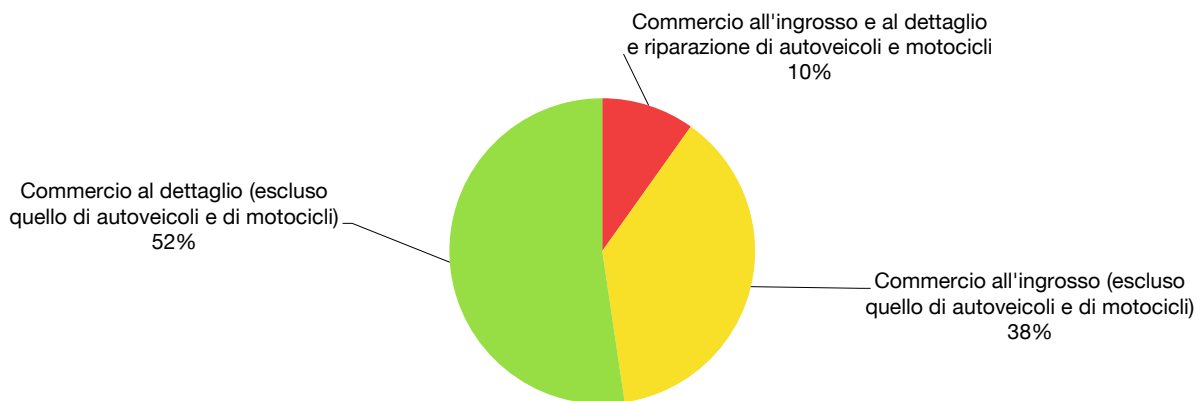
Delle 134.664 imprese venete che operano nel settore, il 52% appartiene al *commercio al dettaglio*, il 38% al *commercio*

*all'ingrosso* e solo il 10% al *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* (Fig. 13). Nel complesso, rispetto all'ultimo dato rilevato nel 2011, il settore perde un totale di 1.166 unità locali, il 60% delle quali è costituito dal *commercio all'ingrosso*.

Il panorama provinciale (Fig. 14) presenta un quadro uniforme e simile a quello regionale: è evidente la predominanza delle divisioni del *commercio al dettaglio* e del *commercio all'ingrosso* sulla composizione totale, anche se per Padova, Treviso e Vicenza la distanza fra le due è minima.

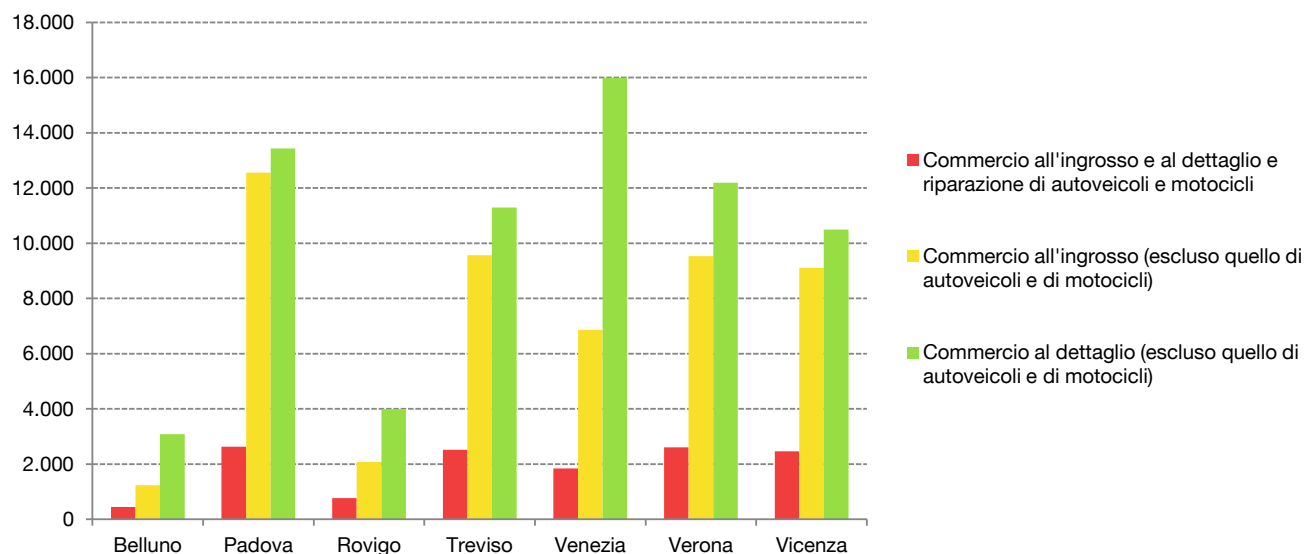
All'interno di questo scenario, Padova registra il maggior

Figura 13 - Veneto. Unità locali del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 14 - Veneto. Unità locali del commercio per provincia, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

numero di imprese impiegate nel *commercio all'ingrosso* (12.554 u.l.) e nel *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* (2.631 u.l.), superando Verona che, nel 2011, occupava la prima posizione in quest'ultima divisione. Venezia, invece, mantiene il suo primato nel *commercio al dettaglio*, con un totale di 15.995 unità locali attive.

Nello specifico della Marca Trevigiana (Tab. 03), le aziende del commercio costituiscono il 17% di quelle regionali. Treviso si presenta come la quarta provincia del Veneto per numerosità di unità locali in questo settore, con un totale

di 23.380 aziende attive, l'1% in meno rispetto al 2011. Non variano, invece, le proporzioni nella composizione del settore (Fig. 15). Anche in questo caso, le divisioni predominanti si confermano quelle del *commercio al dettaglio*, con ben 11.299 unità locali (48%), e del *commercio all'ingrosso*, con 9.567 unità locali (41%). Il *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* rimane quella meno consistente, con 2.514 unità locali (11%). Si precisa che in quest'ultima divisione solamente Padova e Verona superano (di circa un centinaio di attività) la numerosità registrata nella provincia di Treviso.

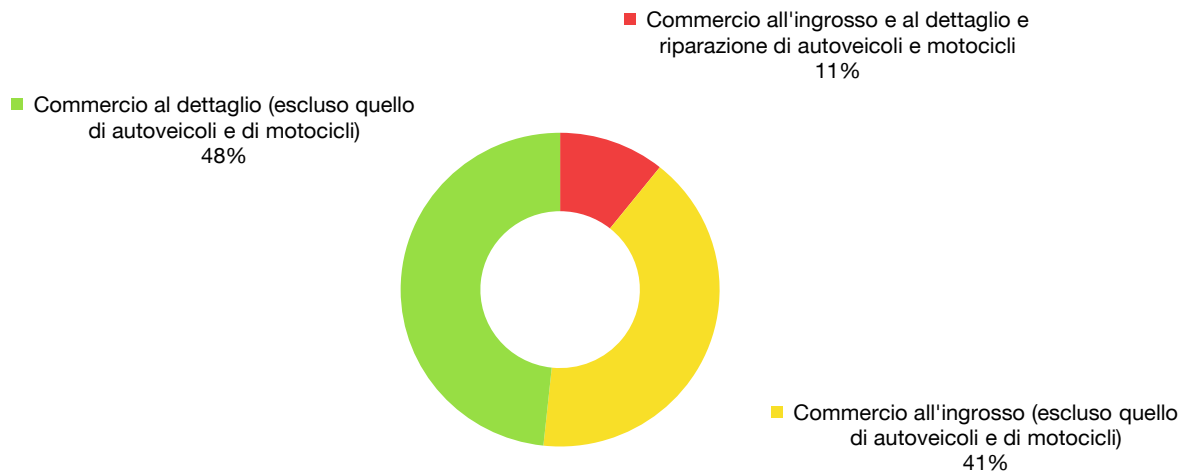


Tabella 03 - Veneto e Treviso. Unità locali del commercio, 2013  
(valori assoluti e %)

	VENETO	di cui TREVISO	
		Val.ass.	Comp. %
G 45 – Commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli	13.258	2.514	19%
G 46 – Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)	50.912	9.567	19%
G 47 – Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)	70.494	11.299	16%
<b>TOTALE COMMERCIO</b>	<b>134.664</b>	<b>23.380</b>	<b>17%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 15 - Treviso. Unità locali del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## CLASSI

Come anticipato, lo studio nel dettaglio delle classi che compongono le tre divisioni del commercio, può fornire un'idea più chiara e particolareggiata del panorama aziendale rappresentativo del settore. Questo tipo di analisi non coinvolge lo stesso numero di unità locali presenti nella suddivisione a 2 cifre: i dati attualmente disponibili non forniscono informazioni sulla classificazione di alcune imprese all'interno della 4<sup>a</sup> cifra (v. nota metodologica).

### G45 - COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO E RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI

La divisione del *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* è costituita da 6 classi.

La composizione regionale (Fig. 16) evidenzia le due più consistenti: *manutenzione e riparazione di autoveicoli* e *commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri*, rispettivamente con il 57,3% e il 23% sul totale delle imprese venete.

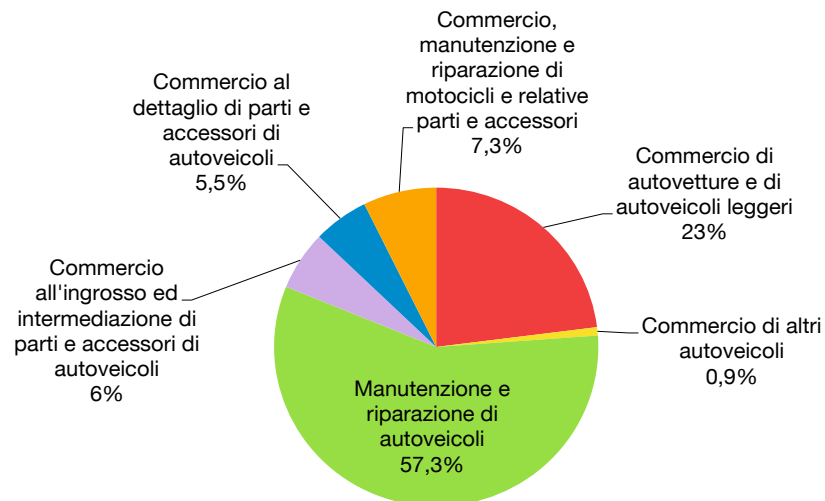
Dal 2011 al 2013, tre delle classi analizzate registrano un aumento di quota, ovvero il *commercio all'ingrosso ed intermediazione di parti e accessori di autoveicoli* (+0,3 punti percentuali), il *commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri* (+0,7 punti percentuali) ed il *commercio di altri autoveicoli* (+0,4 punti percentuali). Subiscono, invece, una riduzione nel peso regionale la *manutenzione e riparazione*

*di autoveicoli* (-0,7 punti percentuali), il *commercio, manutenzione e riparazione di motocicli e relative parti e accessori* (-0,3 punti percentuali) ed il *commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli* (-0,5 punti percentuali).

A livello provinciale, Verona presenta il maggior numero di unità in termini assoluti nella *manutenzione e riparazione di autoveicoli* (1.546 u.l.), nel *commercio, manutenzione e riparazione di motocicli e relative parti e accessori* (205 u.l.) e nel *commercio di altri autoveicoli* (26 u.l.). Padova primeggia nel *commercio al dettaglio di parti e accessori di autoveicoli* (188 u.l.) e nel *commercio all'ingrosso ed intermediazione di parti e accessori di autoveicoli* (250 u.l.), mentre Treviso nel *commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri* (655 u.l.), ossia nella seconda classe più numerosa della regione.

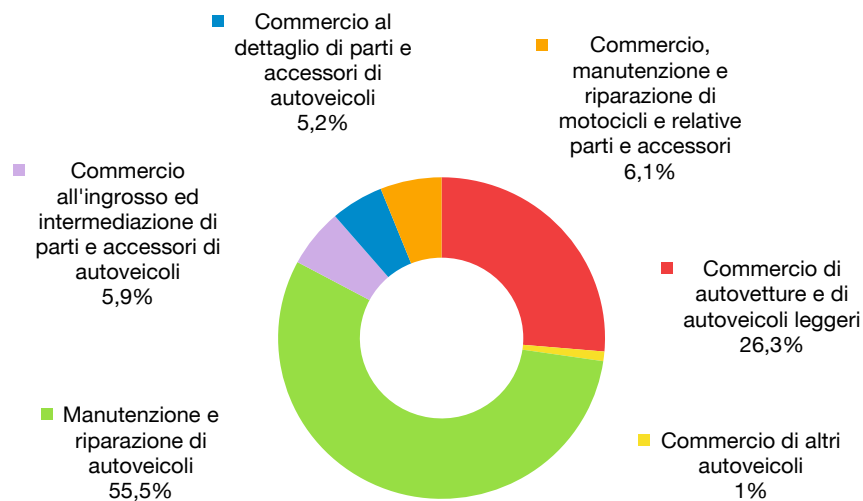
Anche nella Marca Trevigiana (Fig. 17) si verificano alcune variazioni nella composizione fra le classi rispetto al 2011. Aumentano le quote del *commercio di altri autoveicoli* (+0,4 punti percentuali) e del *commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri* (+0,4 punti percentuali). Si evidenzia come il peso di quest'ultimo nella ripartizione trevigiana sia superiore a quello rilevato all'interno della regione di 3,3 punti percentuali. Rimane invariata, invece, la classe del *commercio all'ingrosso ed intermediazione di parti e accessori di autoveicoli*, mentre diminuiscono in proporzione le altre quote.

Figura 16 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G45 del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 17 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G45 del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

G46 - COMMERCIO ALL'INGROSSO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)

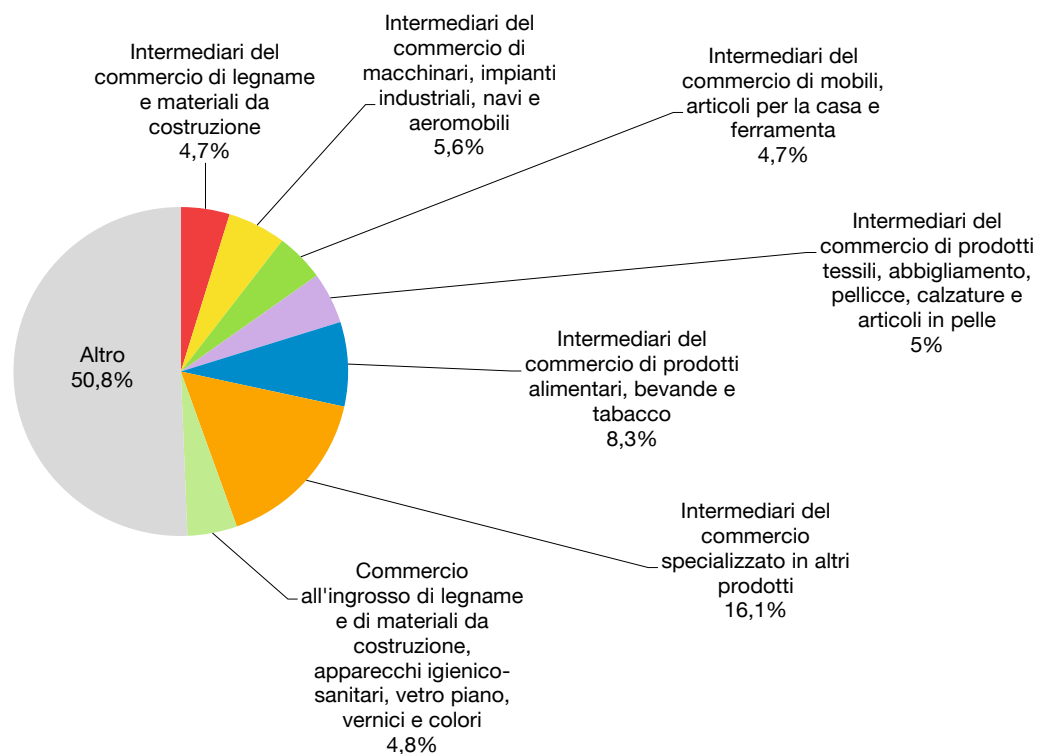
La divisione del *commercio all'ingrosso* (escluso quello di autoveicoli e di motocicli) è costituita da 48 classi. Dato il loro numero elevato, si è scelto di prendere in considerazione solo quelle che costituiscono più del 4% del totale, inglobando le restanti nella categoria "altro".

La composizione regionale (Fig. 18) evidenzia le due classi

più consistenti: gli *intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco* e gli *intermediari del commercio specializzato in altri prodotti* (ad esempio prodotti di carta, cancelleria, libri, elettrodomestici, prodotti farmaceutici, cosmetici, attrezzature sportive, biciclette), rispettivamente con l'8,3% ed il 16,1% sul totale delle unità locali del Veneto.

Rispetto al 2011, le classi con più del 4% rimangono le stesse. Nel complesso, si assiste ad una diminuzione in

Figura 18 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G46 del commercio, 2013

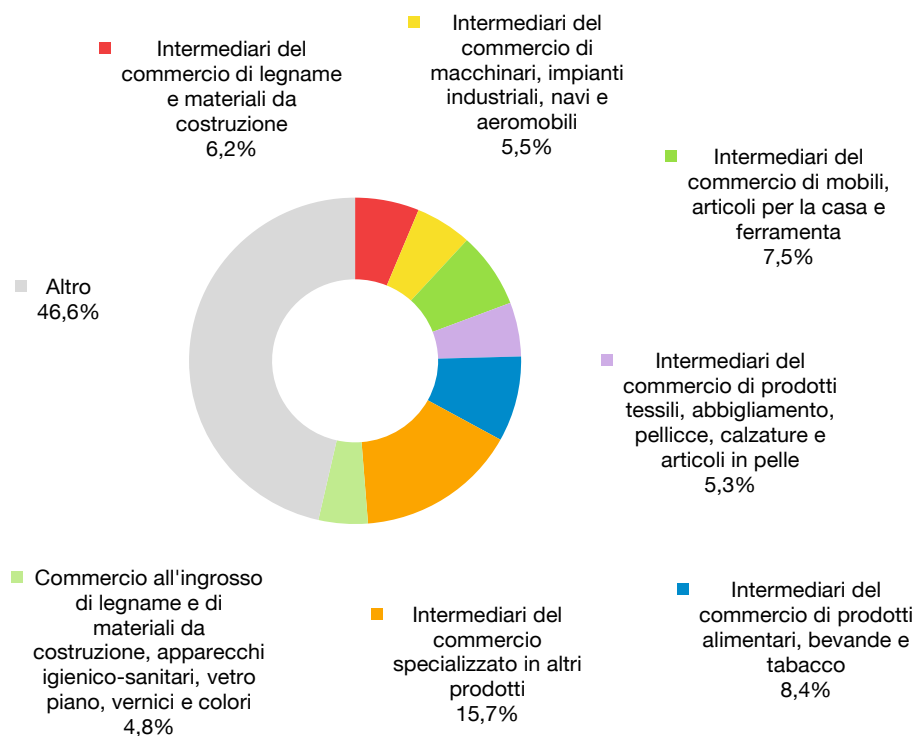


termini percentuali nel peso di ciascuna classe all'interno della regione, ad esclusione di quella degli *intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco*, che non subisce variazioni.

A livello provinciale, Padova presenta il maggior numero di unità locali in termini assoluti negli *intermediari del commercio di macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili* (775 u.l.), negli *intermediari del commercio di prodotti tessili,*

*abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle* (744 u.l.) e negli *intermediari del commercio specializzato in altri prodotti* (2.209 u.l.). Venezia vanta la numerosità maggiore negli *intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco* (821 u.l.), mentre Verona nel *commercio all'ingrosso di legname e di materiali da costruzione, apparecchi igienico-sanitari, vetro piano, vernici e colori* (593 u.l.). Treviso, invece, è la provincia che registra più attività di *intermediari del commercio di legname e materiali da costruzione* (591 u.l.) e

Figura 19 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G46 del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

di intermediari del commercio di mobili, articoli per la casa e ferramenta (706 u.l.).

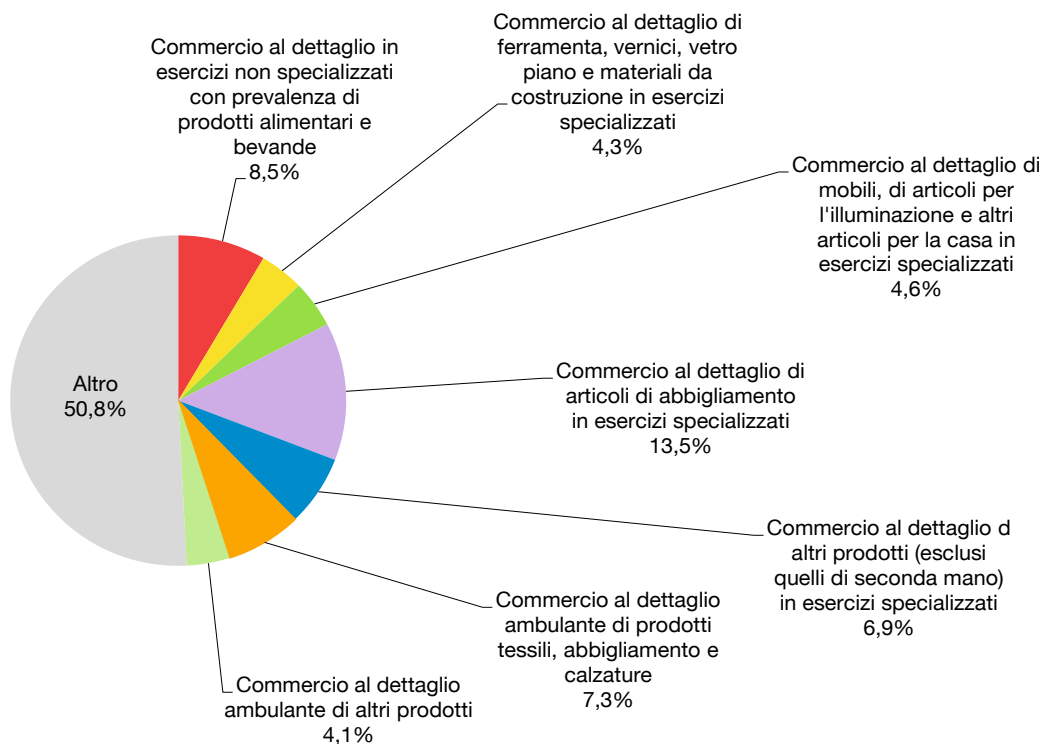
Nella Marca Trevigiana (Fig. 19), le classi che superano il 4% sono sette, le stesse riscontrate nel contesto regionale. Rispetto a questo, non variano le proporzioni nella composizione percentuale: le due più consistenti rimangono quelle degli *intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco* (8,4%) e degli *intermediari del commercio specializzato in altri prodotti* (15,7%). Nell'ultimo biennio si registra una diminuzione nella quota di tutte le classi, ad

eccezione del *commercio all'ingrosso di legname e di materiali da costruzione, apparecchi igienico-sanitari, vetro piano, vernici e colori*, che mantiene le stesse percentuali del 2011.

G47 - COMMERCIO AL DETTAGLIO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)

La divisione del *commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)* è costituita da 37 classi. Anche in questo caso si è scelto di considerare solo quelle che

Figura 20 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G47 del commercio, 2013



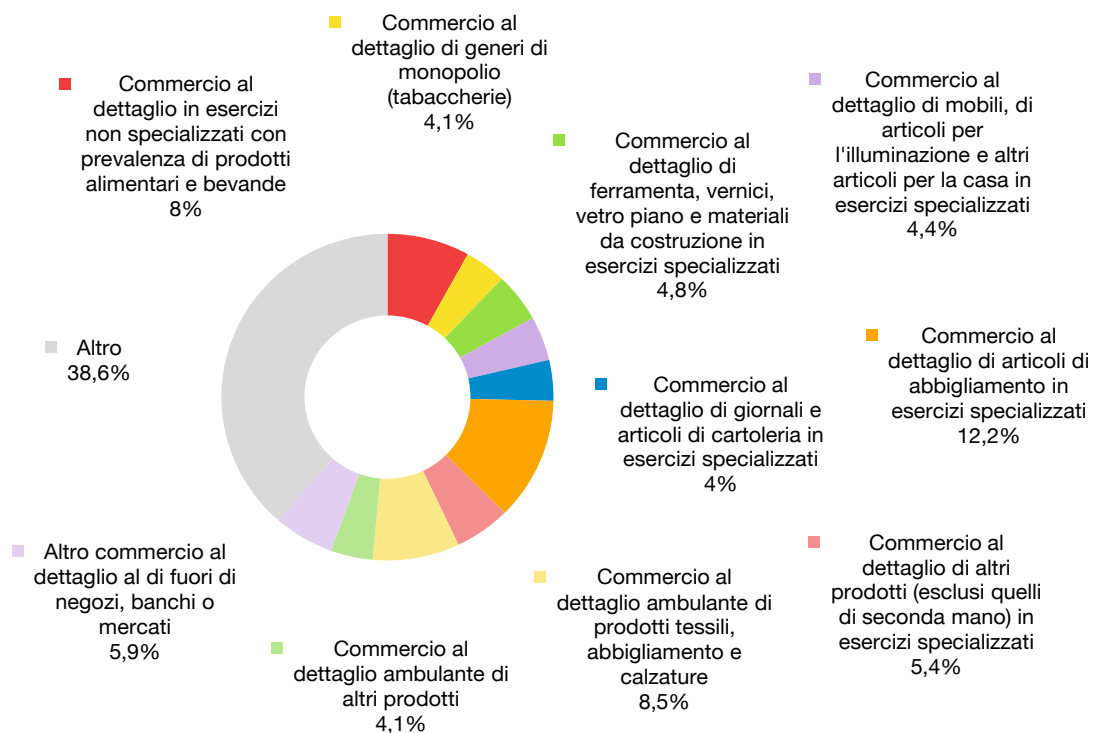
costituiscono più del 4% del totale, raccogliendo le restanti nella categoria "altro".

La composizione regionale (Fig. 20) evidenzia le due classi più consistenti: il *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati* (biancheria, maglieria, camice, abbigliamento in pelle) ed il *commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande* (ipermercati, supermercati, *discount*), rispettivamente con il 13,5% e l'8,5% sul totale delle unità locali del Veneto.

Nel confronto con i dati rilevati nel 2011, le classi che superano il 4% non cambiano. Si verifica una diminuzione generalizzata delle quote, tranne nel *commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti* (diversi da quelli alimentari e di abbigliamento o calzature), che aumenta in controtendenza di 0,1 punti percentuali.

A livello provinciale, Padova presenta il maggior numero di unità locali in termini assoluti nel *commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature*

Figura 21 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G47 del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

(1.114 u.l.) e Vicenza nel *commercio al dettaglio di ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione in esercizi specializzati* (545 u.l.). Nel resto delle classi emerge su tutte Venezia, in particolare nel *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati* (2.460 u.l.).

Nella Marca Trevigiana (Fig. 21) le classi che superano il 4% sono ben dieci, tre in più rispetto alla regione, denotando un maggior equilibrio all'interno di questa divisione. Si rileva, dunque, una differente collocazione delle imprese in termini percentuali, la maggior parte delle quali è impiegata nel *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati* (12,2%) e nel *commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature* (8,5%).

Da questo punto di vista, il settore del commercio trevigiano sembra orientato ad una delle produzioni più diffuse nel territorio, specializzato in particolare nell'abbigliamento e nel calzaturiero.

Dal 2011 al 2013, si riscontra un aumento nel peso del *commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati* (+0,2 punti percentuali), del *commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature* (+0,1 punti percentuali) e soprattutto dell'*altro commercio al dettaglio al di fuori di negozi, banche o mercati*, come dimostrazioni a domicilio, vendite porta a porta, distributori automatici (+1 punti percentuali).

Emergono due nuove classi, che superano il limite del 4%, quella del *commercio al dettaglio di generi di monopolio (tabaccherie)* e quella del *commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti*, entrambe con il 4,1% delle unità locali totali della provincia. Diminuiscono o rimangono invariate, invece, le quote delle altre classi.

Si intuisce come questi cambiamenti possano essere considerati l'effetto della profonda crisi, che sta modificando le necessità primarie della popolazione in relazione ai generi di consumo e, di conseguenza, l'assetto economico fra i vari settori.

Si presenta, infine, un confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, prendendo in considerazione le prime cinque classi del settore – nel complesso delle tre divisioni di cui è composto – selezionate per numerosità di unità locali (Tab. 04).

A livello regionale non vi sono differenze rispetto al 2011. Il primo posto è occupato dal *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati*, con un totale di 9.320 attività. Quasi tutte le classi subiscono una diminuzione di unità locali, ad eccezione del *commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature*, che registra un incremento del 2,3%.

Nella Marca Trevigiana, a differenza del Veneto, sono gli *intermediari del commercio specializzato in altri prodotti*, come carta, articoli di cancelleria, libri, elettrodomestici, farmaci, cosmetici, attrezzature sportive, biciclette (1.489 u.l.) a contare il maggior numero di imprese nel territorio. Ai primi



Tabella 04 - Veneto e Treviso. Prime 5 classi del commercio per numerosità delle unità locali, 2013  
(valori assoluti e %)

TREVISO	Val. ass.	Comp. %
Intermediari del commercio specializzato in altri prodotti	1.489	6,5%
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	1.381	6,0%
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	1.356	5,9%
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature	942	4,1%
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	896	3,9%
<b>Totale commercio Treviso (*)</b>	<b>23.084</b>	<b>100%</b>

VENETO	Val. ass.	Comp. %
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	9.320	7,0%
Intermediari del commercio specializzato in altri prodotti	8.097	6,1%
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	7.525	5,7%
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	5.861	4,4%
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature	5.063	3,8%
<b>Totale commercio Veneto (*)</b>	<b>132.494</b>	<b>100%</b>

(\*) I totali delle classi non corrispondono ai totali delle divisioni

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

cinque posti, dal 2011 al 2013, si sono mantenute le stesse classi, con uno scambio di posizioni fra la *manutenzione e riparazione di autoveicoli* (che in precedenza occupava

il terzo posto) ed il *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati* (che in precedenza occupava il secondo posto).

## 1.2.2 Le Imprese del Turismo

La grande capacità di attrazione del territorio italiano è confermata puntualmente dalle rilevazioni periodiche dell'ISTAT dei flussi turistici, che mostrano una realtà di ben 99,2 milioni di arrivi e di 364,5 milioni di presenze nel corso del 2013.

Il Veneto – forte di un'offerta turistica ricca di storia e cultura, di bellezze architettoniche e paesaggistiche, di inestimabili opere d'arte e, non per ultima, di una lunga tradizione enogastronomica – conta in quest'ultimo anno il 16,1% degli arrivi e il 16,9% delle presenze nazionali. L'abilità imprenditoriale degli operatori, nel soddisfare le richieste della domanda, ha permesso di mantenere e superare le già elevate movimentazioni turistiche registrate nel 2011, garantendo l'arrivo nel 2013 di circa 16 milioni di visitatori da tutto il mondo (+1,4%). Nonostante la riduzione dei giorni di permanenza nelle strutture (-2,9%), fenomeno in crescita negli ultimi anni di crisi, le presenze ammontano a circa 61,5 milioni. Il Veneto si conferma, dunque, una delle regioni con la più alta potenzialità di offerta turistica del Paese. Questo trend positivo si concretizza nella nascita di 835 nuove imprese del settore, il 2,1% in più rispetto al 2011.

Dal calcolo dell'indice di specializzazione del Veneto nel turismo (Fig. 22), emergono principalmente due province con valori superiori alla media regionale: Venezia, che presenta il maggior numero di unità locali nel settore (10.222 u.l.) e Belluno, che nonostante l'esigua consistenza di imprese (2.363 u.l.), riesce a valorizzare al meglio le attrazioni offerte dal territorio. L'indicatore registrato a Verona è in linea con quello regionale, mentre il resto delle province si situa al di sotto di tale livello.

Fra queste, la provincia di Treviso si colloca al sesto posto della classifica, con un indice di specializzazione pari a 0,80.

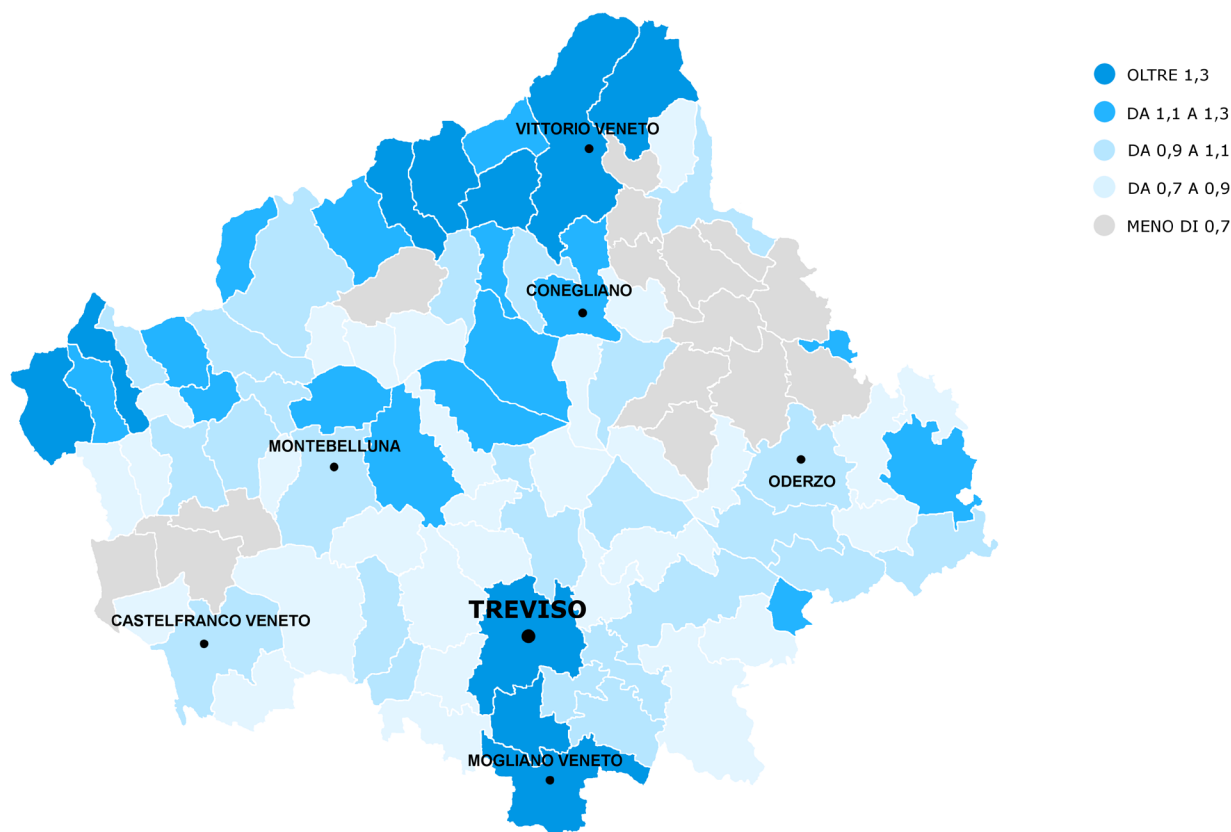
Figura 22 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del turismo, 2013



Provincia	Indice di specializzazione
Belluno	1,69
Venezia	1,56
Verona	1,02
Rovigo	0,86
Vicenza	0,83
Treviso	0,80
Padova	0,77

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 23 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

I comuni della Marca Trevigiana (Fig. 23) con i valori più elevati dell'indice sono Cison di Valmarino, Paderno del Grappa, Fregona e Borso del Grappa. Sotto il profilo geografico, si evidenziano principalmente tre aree di sviluppo: il comprensorio di Vittorio Veneto e Conegliano, quello più consistente e in grado di produrre effetti positivi

verso i comuni limitrofi; la zona Pedemontana, che presenta una certa continuità territoriale con la precedente; la fascia che da Mogliano Veneto arriva al capoluogo, altamente specializzata, ma priva di un effetto *spillover* nelle località vicine. Nel complesso della provincia, il 37% dei comuni registra un indice in linea o superiore a quello provinciale.

Anche in questo settore, l'area che risulta meno specializzata è quella che si colloca fra Oderzo e Conegliano, con la più alta concentrazione di comuni che registrano valori dell'indice compresi fra 0,5 e 0,7.

#### DIVISIONI

Nella classificazione ATECO 2007, il settore del turismo è contraddistinto dalla "lettera I" e dal codice "N79" ed è composto da tre divisioni:

- I55, *alloggio*;
- I56, *attività dei servizi di ristorazione*;
- N79, *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse*.

Delle 39.834 imprese venete che operano nel settore, l'83% si concentra nelle *attività dei servizi di ristorazione*, il 13% offre un servizio di *alloggio* e solo il 4% è impiegato nelle *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* (Fig. 24).

Nel complesso, rispetto all'ultimo dato rilevato nel 2011, il settore guadagna un totale di 835 unità locali, più del 70% delle quali è costituito da *attività dei servizi di ristorazione*.

La composizione provinciale (Fig. 25) presenta un quadro uniforme e simile a quello regionale: è evidente la predominanza delle *attività dei servizi di ristorazione* sulle altre divisioni, in ciascuna delle province. Il peso

Figura 24 - Veneto. Unità locali del turismo, 2013

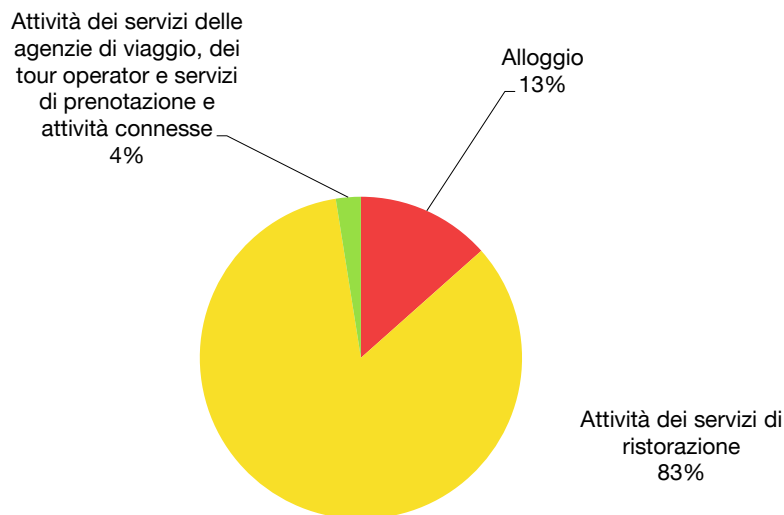
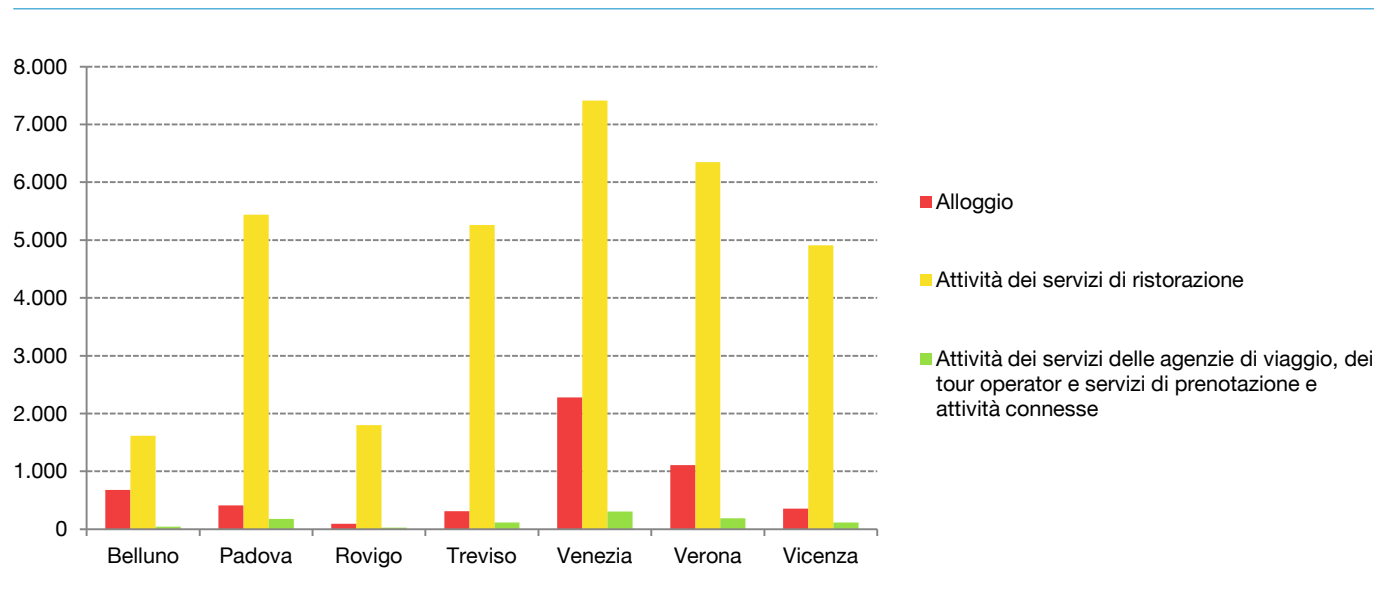


Figura 25 - Veneto. Unità locali del turismo per provincia, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

delle attività di *alloggio* è maggiore nelle province a forte vocazione turistica, come Venezia e Belluno. Inferiore, nel complesso, la percentuale di *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* presenti nel territorio.

In questo contesto, Venezia e Verona registrano il maggior numero di imprese in tutte le divisioni prese in considerazione: *alloggio* (2.291 u.l. e 1.112 u.l.); *attività dei servizi di ristorazione* (7.480 u.l. e 6.364 u.l.); *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* (451 u.l. e 351 u.l.).

Nello specifico della Marca Trevigiana (Tab. 05), le aziende del turismo costituiscono il 15% di quelle regionali. Treviso si presenta come quarta provincia del Veneto per numerosità di unità locali in questo settore, con un totale di 5.800 aziende attive, il 2% in più rispetto al 2011.

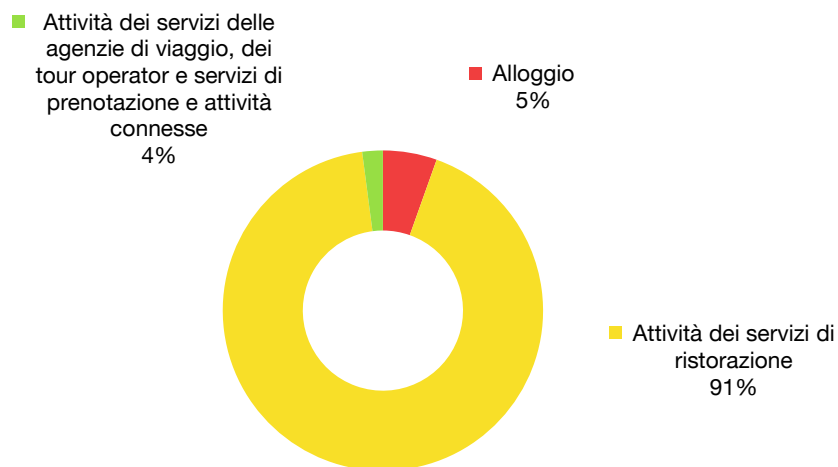
Nella composizione interna (Fig. 26) aumenta di 2 punti percentuali il peso delle *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* e diminuisce proporzionalmente quello delle *attività dei servizi di ristorazione*, che rimane comunque la divisione predominante, con ben 5.273 unità locali (91%).

Tabella 05 - Veneto e Treviso. Unità locali del turismo, 2013  
(valori assoluti e %)

	VENETO	di cui TREVISO	
		Val.ass.	Comp. %
I 55 - Alloggio	5.250	310	6%
I 56 - Attività dei servizi di ristorazione	32.943	5.273	16%
N 79 - Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	1.641	217	13%
<b>TOTALE TURISMO</b>	<b>39.834</b>	<b>5.800</b>	<b>15%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 26 - Treviso. Unità locali del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## CLASSI

Il dettaglio delle classi che compongono le tre divisioni del turismo può fornire un quadro più preciso del panorama imprenditoriale rappresentativo del territorio. Come per il commercio, l'analisi in questione non coinvolge lo stesso numero di unità locali presenti nella suddivisione a 2 cifre (v. nota metodologica).

### I55 - ALLOGGIO

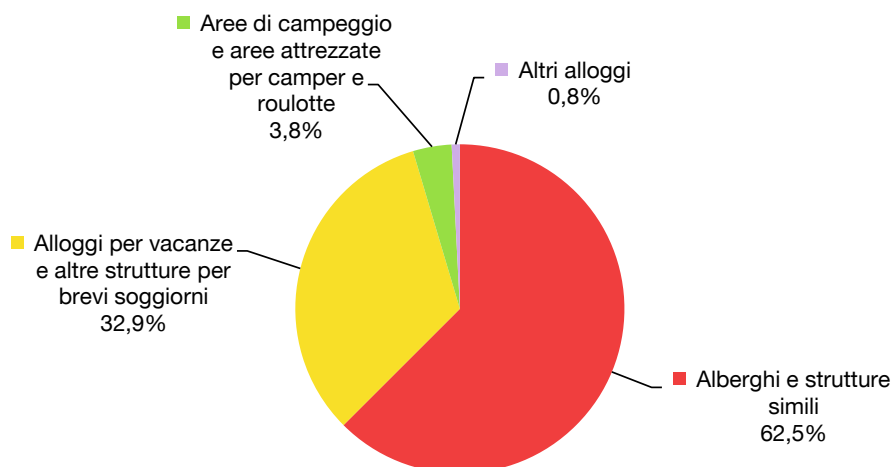
La divisione in cui rientrano le attività di *alloggio* è costituita da 4 classi.

La composizione regionale (Fig. 27) evidenzia le due più consistenti: *alberghi e strutture simili* ed *alloggi per vacanze*

*e altre strutture per brevi soggiorni*, rispettivamente con il 62,5% e il 32,9% sul totale delle imprese venete.

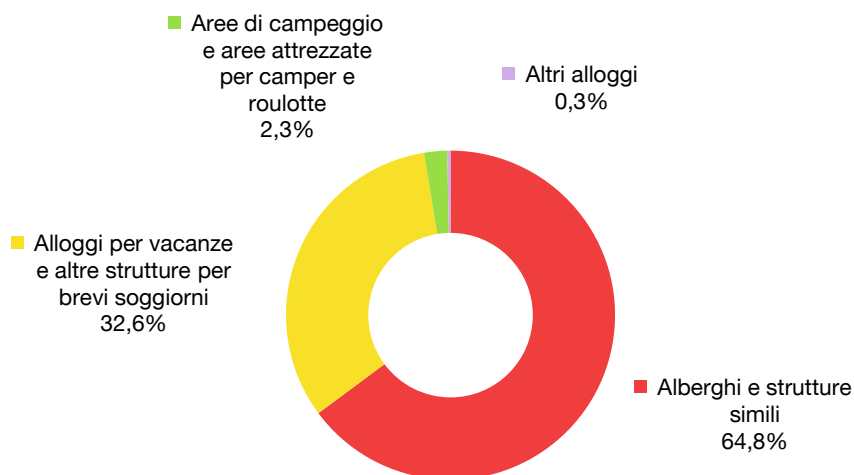
Dal 2011 al 2013, registrano un incremento le quote relative agli *alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni* (+3,1 punti percentuale) e agli *altri alloggi* (+0,1 punti percentuale), come vagoni letto e alloggi per studenti. Diminuisce in proporzione il peso degli *alberghi e strutture simili* (-3 punti percentuale) e delle *aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte* (-0,2 punti percentuale). È facilmente intuibile come il perdurare della crisi induca parte dei turisti a preferire soluzioni di viaggio più economiche e di breve durata, rispetto ad altre più onerose in termini di struttura ricettiva e di tempo, anche se confortevoli

Figura 27 - Veneto. Unità locali del codice ATECO I55 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 28 - Treviso. Unità locali del codice ATECO I55 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

in termini di servizi. Questo ha certamente indotto una pressione negativa sul comparto alberghiero.

A livello provinciale, Venezia presenta il maggior numero di unità in quasi tutte le classi: negli *alberghi e strutture simili* (1.394 u.l.), negli *alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni* (783 u.l.) e nelle *aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte* (95 u.l.). Padova è l'unica provincia a superare il capoluogo di regione nella classe degli *altri alloggi* (23 u.l.).

La composizione della provincia di Treviso (Fig. 28) rispecchia quella del Veneto, con un'espansione rispetto alla realtà regionale nella quota di *alberghi e strutture simili*, che raggiunge il 64,8% del totale, ed una diminuzione delle *aree di campeggio*

*e aree attrezzate per camper e roulotte*, che si fermano al 2,3% del totale. Nonostante ciò, anche in questo caso si assiste allo stesso fenomeno riscontrato a livello regionale: rispetto al 2011, le classi della Marca Trevigiana subiscono delle variazioni importanti, dovute fondamentalmente alla riduzione della capacità di spesa dei nuclei familiari colpiti dalla crisi. Aumenta così il peso degli *alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni* (+5,3 punti percentuali) e, in misura minore, quello degli *altri alloggi* (+0,3 punti percentuali). Si specifica che nel 2011, in quest'ultima classe, non erano presenti unità locali. Diminuisce allo stesso tempo la quota degli *alberghi e strutture simili* (-4,8 punti percentuali) e delle *aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte* (-0,8 punti percentuali) all'interno della provincia.



## I56 - ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

La divisione in cui rientrano le *attività dei servizi di ristorazione* è costituita da 4 classi.

La composizione regionale (Fig. 29) evidenzia le due predominanti: *ristoranti e attività di ristorazione mobile e bar e altri esercizi simili senza cucina*, rispettivamente con il 49% e il 48,8% sul totale delle imprese venete.

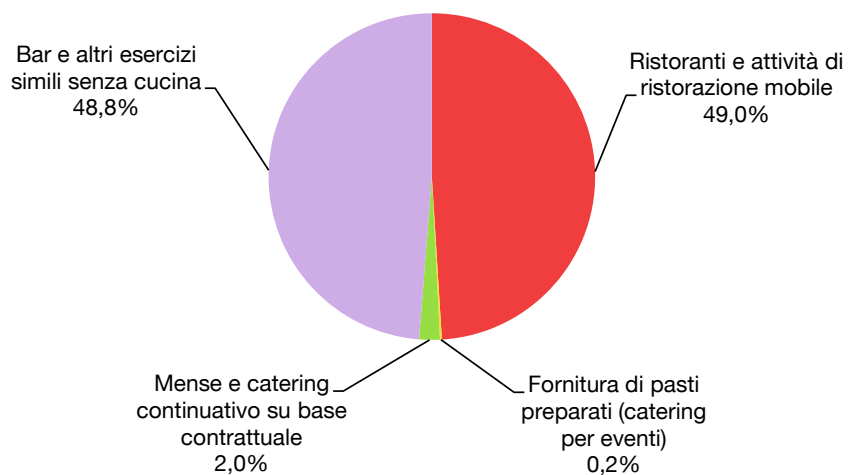
Dal 2011 al 2013, non si assiste a cambiamenti importanti all'interno delle classi. Aumenta leggermente la quota dei *bar e altri esercizi simili senza cucina* (+0,3%) e diminuisce quella dei *ristoranti e attività di ristorazione mobile* (-0,3%). Restano invariate le altre classi.

A livello provinciale, Venezia presenta il maggior numero di unità locali attive nei *ristoranti e attività di ristorazione*

*mobile* (3.933 u.l.) e nei *bar e altri esercizi simili senza cucina* (3.353 u.l.). Padova è la provincia con più esercizi di *mense e catering continuativo su base contrattuale* (225 u.l.) e *fornitura di pasti preparati (catering per eventi)* (14 u.l.), in quest'ultima classe a pari merito con Treviso.

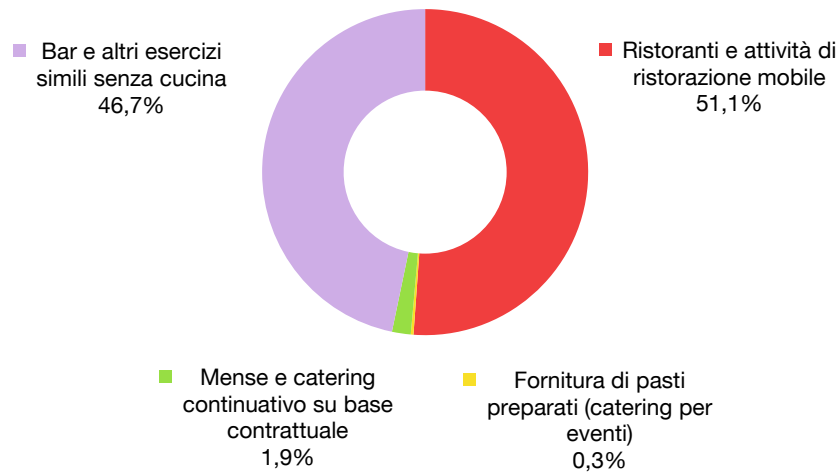
Non si discosta di molto la composizione percentuale della Marca Trevigiana (Fig. 30) rispetto a quella del Veneto, se non per un'ulteriore espansione delle classi più consistenti. Durante l'ultimo biennio, cresce il peso delle attività impiegate nella *fornitura di pasti preparati (catering per eventi)* (+0,1 punti percentuali), oltre a quello dei *bar e altri esercizi simili senza cucina* (+1,4 punti percentuali) e delle *mense e catering continuativo su base contrattuale* (+0,2 punti percentuali). Subisce un contenimento, invece, la classe dei *ristoranti e attività di ristorazione mobile* (-1,7 punti percentuali).

Figura 29 - Veneto. Unità locali del codice ATECO I56 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 30 - Treviso. Unità locali del codice ATECO I56 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

#### N79 - ATTIVITÀ DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CONNESSE

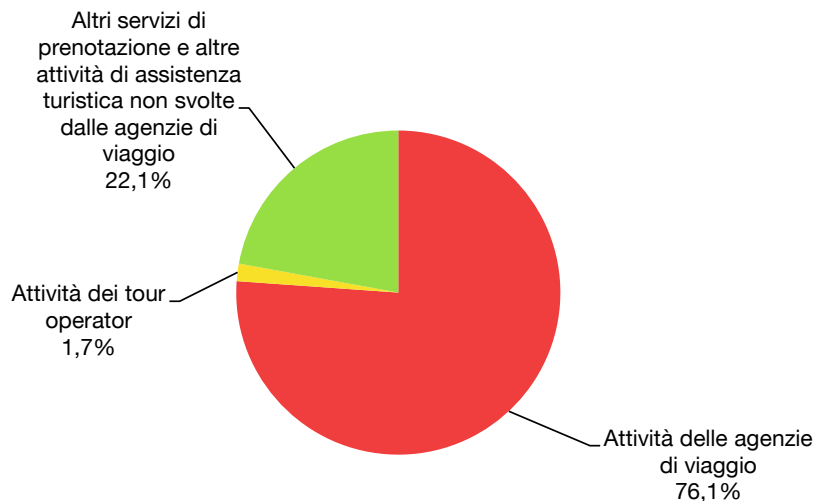
La divisione in cui rientrano le *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* è costituita da 3 classi.

La composizione regionale (Fig. 31) evidenzia la più consistente, ovvero quella delle *agenzie di viaggio*, con il 76,1% delle attività presenti in questa classe. Delle tre considerate, è l'unica a vedere aumentare dal 2011 ad oggi la propria quota (+1,2 punti percentuali). Diminuisce, infatti, sia il peso delle *attività dei tour operator* (-0,2 punti percentuali), che quello degli *altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio* (-1,1 punti percentuali).

Da un punto di vista territoriale, Venezia registra il maggior numero di imprese impiegate nelle *attività delle agenzie di viaggio* (223 u.l.) e negli *altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio* (81 u.l.). Le restanti *attività dei tour operator* si distribuiscono abbastanza uniformemente in tutte le province, senza superare comunque le 4 unità locali ciascuna, ad eccezione di Treviso che risulta al 2013 totalmente priva di queste attività.

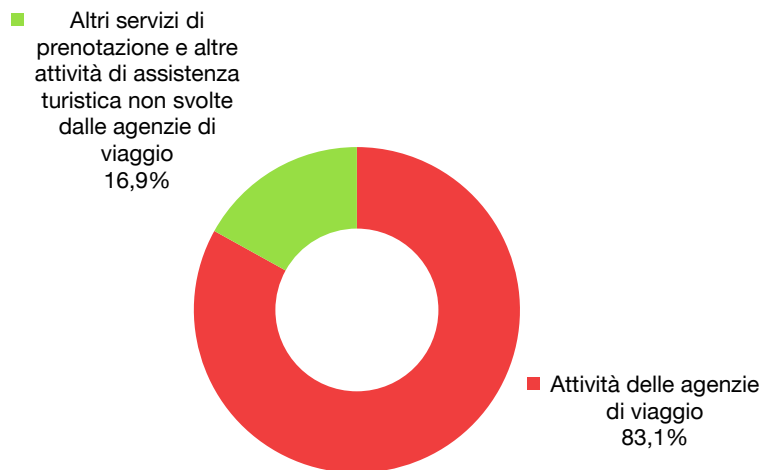
La Marca Trevigiana (Fig. 32) presenta un quadro conforme a quello regionale e delle altre province, caratterizzato dalla

Figura 31 - Veneto. Unità locali del codice ATECO N79 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 32 - Treviso. Unità locali del codice ATECO N79 del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

predominanza delle *attività delle agenzie di viaggio*, che raggiungono l'83,1% degli esercizi complessivi.

Dal 2011 a 2013, si assiste ad un abbattimento sostanziale del peso delle *attività dei tour operator* (-1,9 punti percentuali), che scompaiono dal panorama provinciale, a favore di un incremento di quota nelle restanti classi: le *attività delle*

*agenzie di viaggio* (+0,9 punti percentuali) e gli *altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio* (+1 punti percentuali).

In ultima analisi, si presenta un confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, prendendo in considerazione

**Tabella 06 - Veneto e Treviso. Primi 5 classi del turismo per numerosità delle unità locali, 2013**  
(valori assoluti e %)

TREVISO	Val. ass.	Comp. %
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	2.691	47,3%
Bar e altri esercizi simili senza cucina	2.459	43,2%
Alberghi e strutture simili	201	3,5%
Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	101	1,8%
Mense e catering continuativo su base contrattuale	98	1,7%
Attività delle agenzie di viaggio	98	1,7%
<b>Totale turismo Treviso (*)</b>	<b>5.690</b>	<b>100%</b>
<b>VENETO</b>	<b>Val. ass.</b>	<b>Comp. %</b>
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	16.068	41,2%
Bar e altri esercizi simili senza cucina	15.981	41,0%
Alberghi e strutture simili	3.274	8,4%
Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	1.723	4,4%
Attività delle agenzie di viaggio	743	1,9%
<b>Totale turismo Veneto (*)</b>	<b>38.994</b>	<b>100%</b>

(\*) i totali delle classi non corrispondono ai totali delle divisioni

le prime cinque classi del settore – nel complesso delle tre divisioni di cui è composto – selezionate per numerosità di unità locali (Tab. 06).

A livello regionale non vi sono sostanziali differenze rispetto al 2011. I primi posti sono occupati dai *ristoranti e attività di ristorazione mobile*, con un totale di 16.068 attività, e dai *bar e altri esercizi simili senza cucina*, con la presenza di 2.459 unità locali. La classe delle *mense e catering continuativo su base contrattuale*, che in precedenza occupava l'ultima posizione, esce dalla classifica, lasciando il posto alle *attività delle agenzie di viaggio*. Le restanti classi registrano un aumento più o meno significativo di unità locali.

La Marca Trevigiana è in linea con il trend regionale. Sono sempre i *ristoranti e attività di ristorazione mobile* (2.691 u.l.) ed i *bar e altri esercizi simili senza cucina* (2.459 u.l.) a contare il maggior numero di imprese nel territorio. Rispetto al 2011, entra in classifica la classe degli *alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni*, posizionandosi direttamente al quarto posto. Mantengono l'ultimo posto, con lo stesso numero di unità locali, le attività delle *mense e catering continuativo su base contrattuale* e le *attività delle agenzie di viaggio*.

### 1.2.3 Le Imprese dei Servizi

La competitività del tessuto imprenditoriale si sta sempre più centrando sul concetto di mobilità. In un contesto economico caratterizzato dalla forte crisi dei mercati internazionali e da un processo di globalizzazione ormai consolidato, diventa essenziale essere in grado di cogliere le opportunità di crescita offerte da un ambiente dinamico, flessibile e in continuo cambiamento.

Uno dei punti di forza dell'economia veneta è senz'altro

rappresentato dalle imprese dei servizi, quelle che più di tutte hanno dimostrato una discreta flessibilità nell'adattarsi rapidamente ai mutamenti in atto e una buona tenuta anche nei momenti congiunturali più difficili.

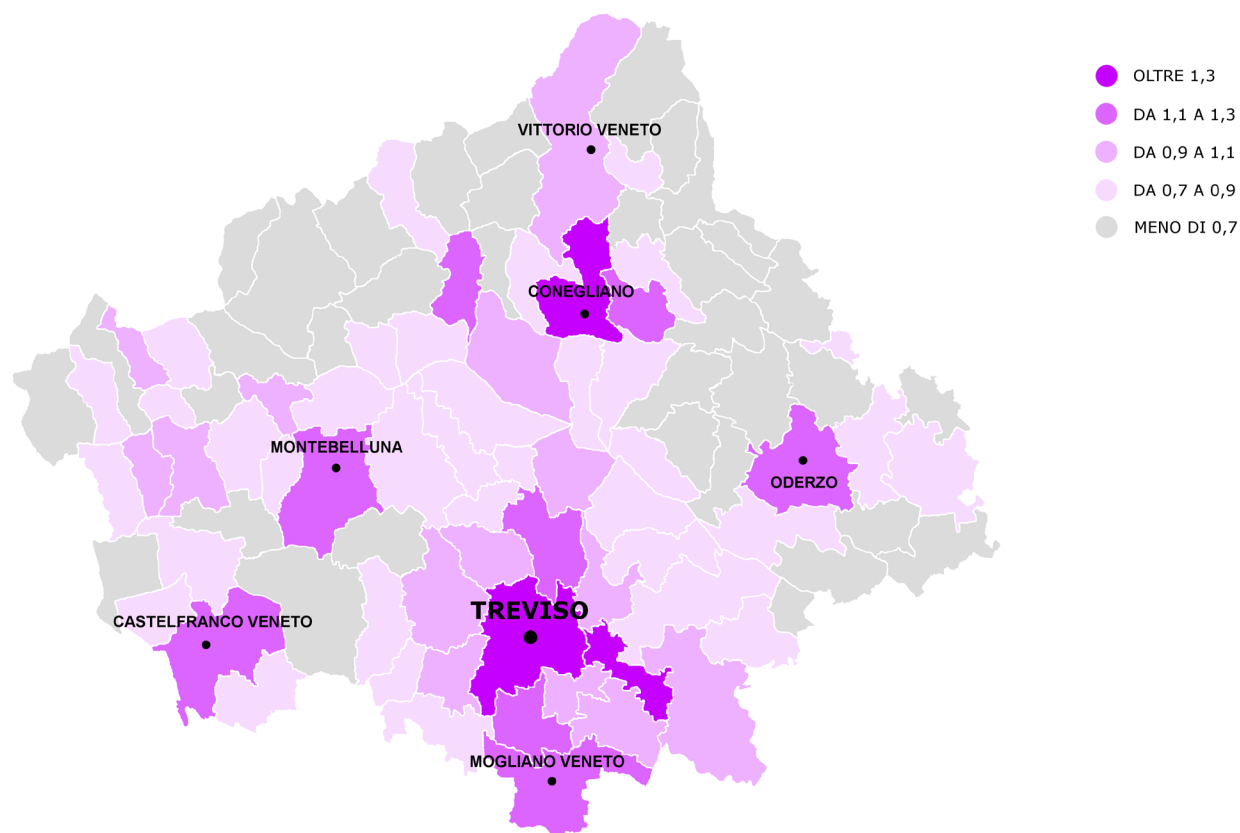
Figura 33 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali dei servizi, 2013



Provincia	Indice di specializzazione
Padova	1,074
Vicenza	1,018
Treviso	1,000
Venezia	0,998
Verona	0,995
Belluno	0,855
Rovigo	0,797

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 34 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali dei servizi, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

In questi ultimi anni hanno rivestito un ruolo fondamentale di traino per l'intera economia terziaria con un totale di 2.016 nuove imprese, costituite dal 2011 al 2013, ed una variazione positiva prossima all'1,5%.

Dal calcolo dell'indice di specializzazione nei servizi del Veneto (Fig. 33) si denota un quadro provinciale mediamente

in linea con quello regionale. Padova, che presenta il maggior numero di unità locali (30.162 u.l.), si conferma la provincia più specializzata nel settore, mentre Belluno e Rovigo rilevano i valori più bassi dell'indice. Si sottolinea come Verona, che in termini assoluti registra la consistenza più elevata di imprese dopo Padova, si riveli di fatto meno specializzata di altre province.

Treviso si colloca al terzo posto della classifica, con un indicatore di specializzazione pari a 1.

Nello specifico della Marca Trevigiana (Fig. 34), i comuni con i valori più elevati dell'indice sono il capoluogo di provincia, Conegliano e Silea. Da un punto di vista territoriale, l'area maggiormente sviluppata in questo settore risulta quella metropolitana della "Grande Treviso", l'unica a presentare un sostanziale effetto *spillover* dal centro verso le zone periferiche. Si rilevano buoni livelli di specializzazione anche nei comuni più urbanizzati della provincia, quali Conegliano, Montebelluna, Castelfranco Veneto e Oderzo.

Nel complesso della Marca Trevigiana, solamente il 16% dei comuni registra un indice in linea o superiore a quello provinciale.

A differenza degli altri settori analizzati, sono più diffuse all'interno del territorio le aree con un basso grado di specializzazione. Si riscontrano concentrazioni di comuni con valori dell'indice compresi fra 0,5 e 0,7 nelle zone più esterne della provincia, in particolar modo in quelle settentrionali, come ad esempio la fascia compresa tra Vittorio Veneto e Oderzo o tra Vittorio Veneto e le località della Pedemontana.

## DIVISIONI

Nella classificazione ATECO 2007, il settore dei servizi è contraddistinto dalle "lettere H, J, K, L, M, N (escluso il codice 79), O, P, Q, R, S" ed è composto da un numero complessivo di 39 divisioni. Al fine di fornire un quadro esemplificativo del vasto panorama trattato, sono state individuate alcune categorie generiche<sup>4</sup>, che raggruppano le specifiche divisioni sulla base delle attività presenti al loro interno<sup>5</sup>:

- Logistica, *lettere H e N (escluso il codice 79)*;
- Comunicazione, *lettera J*;
- Finanza, *lettera K*;
- Attività immobiliari, *lettera L*;
- Attività professionali, *lettera M*;
- Sociale, *lettere O, P, Q, R e S*.

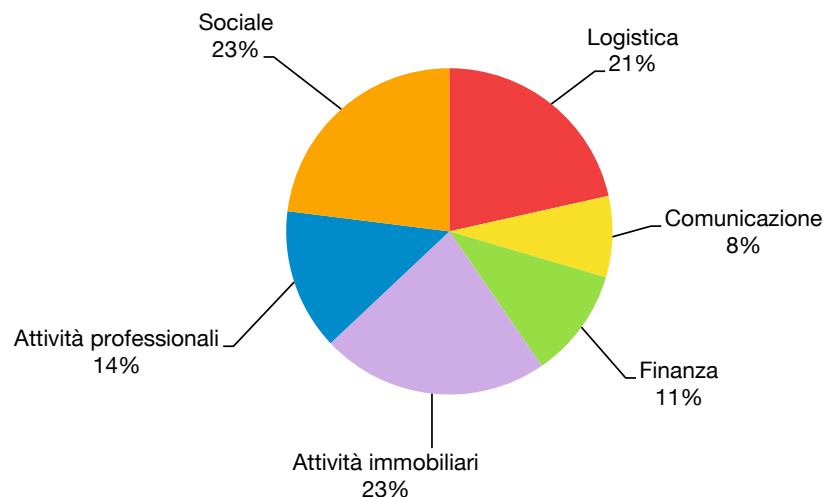
Delle 139.580 imprese venete che operano nel settore dei servizi (Fig. 35), il 23% è impiegato in Attività immobiliari e nel Sociale, mentre il 21% offre servizi legati alla Logistica. Percentuali minori si riscontrano nelle categorie delle Attività professionali (14%), nella Finanza (11%), e in quella della Comunicazione (8%).

---

4. Il riferimento alle "categorie dei servizi" non si riconduce alla classificazione ATECO, nella quale il termine "categoria" è associato alla 6<sup>a</sup> cifra. In questo contesto si intende una classificazione costruita *ad hoc*, al fine di raggruppare le numerose e differenti attività dei servizi.

5. Nello specifico: la *logistica* comprende le attività di trasporto e magazzinaggio, di noleggio e servizi di supporto alle imprese; la *comunicazione* comprende i servizi di informazione e comunicazione; la *finanza* comprende le attività finanziarie ed assicurative; le *attività immobiliari* comprendono la compravendita, l'affitto e la gestione di immobili; le *attività professionali* comprendono le professioni scientifiche e tecniche; il *sociale* comprende le attività di amministrazione pubblica e difesa, l'istruzione, la sanità e l'assistenza sociale, le attività ricreative (artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento) e altre attività di servizi.

Figura 35 - Veneto. Unità locali dei servizi, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Nel complesso, rispetto all'ultimo dato rilevato nel 2011, il settore guadagna un totale di 2.016 unità locali, più della metà delle quali collocate nella categoria del Sociale. La divisione con la quota più elevata di imprese è quella delle *altre attività di servizi alla persona* (16.529 u.l.), al cui interno si possono trovare servizi di lavanderia industriale, di trattamento estetico (centri benessere e terme) o di pompe funebri.

La composizione provinciale (Fig. 36) presenta un quadro variegato. In generale, la categoria del Sociale e quella delle Attività immobiliari predominano sulle altre: la prima, in particolar modo, nelle province di Belluno, Rovigo e Verona; la seconda in quelle di Treviso, Vicenza e Padova. Fa eccezione Venezia, nella quale il peso percentuale maggiore è rappresentato dalla componente Logistica.

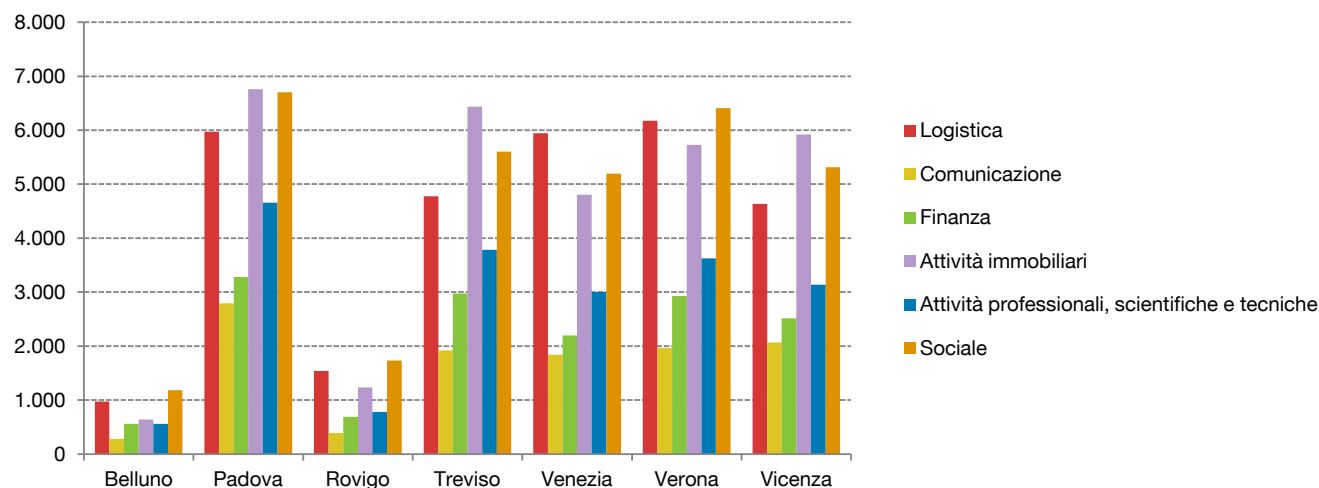
In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di imprese legate ai servizi in quasi tutte le categorie: Comunicazione (2.791 u.l.), Finanza (3.281 u.l.), Attività immobiliari (6.760 u.l.), Attività professionali (4.654 u.l.) e Sociale (6.705 u.l.). Fra le altre province, Verona è l'unica a superare Padova nella Logistica (6.178 u.l.).

Nello specifico della Marca Trevigiana (Tab. 07), le aziende dei servizi costituiscono il 18% di quelle regionali. Treviso si presenta come terza provincia del Veneto per numerosità di unità locali in questo settore, con un totale di 25.488 aziende attive, lo 0,9% in più rispetto al 2011.

La composizione fra le varie categorie (Fig. 37) rispecchia tendenzialmente quella regionale, con una predominanza di Attività immobiliari, ben 6.434 unità locali (25%), su quelle



Figura 36 - Veneto. Unità locali dei servizi per provincia, 2013



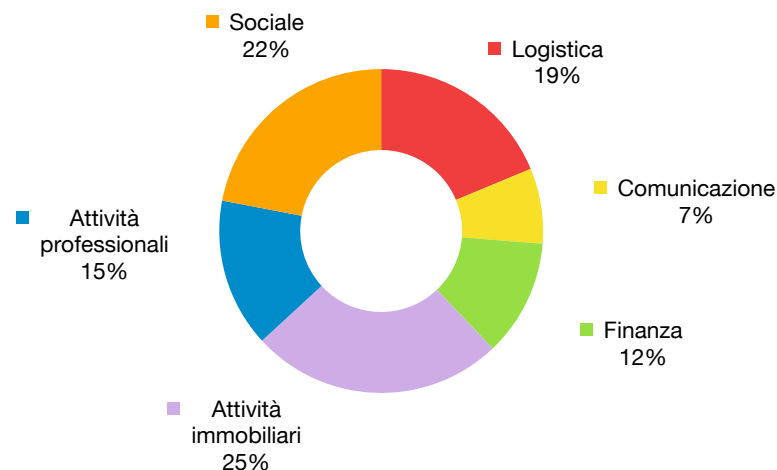
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Tabella 07 - Veneto e Treviso. Unità locali dei servizi, 2013  
(valori assoluti e %)

	VENETO	di cui TREVISO	
		Val.ass.	Comp. %
Logistica (H-N)	30.008	4.774	16%
Comunicazione (J)	11.242	1.917	17%
Finanza (K)	15.142	2.974	20%
Attività immobiliari (L)	31.516	6.434	20%
Attività professionali, scientifiche e tecniche (M)	19.537	3.785	19%
Sociale (O-P-Q-R-S)	32.135	5.604	17%
<b>TOTALE SERVIZI</b>	<b>139.580</b>	<b>25.488</b>	<b>18%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 37 - Treviso. Unità locali dei servizi, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

impiegate nel Sociale, 5.604 unità locali (22%). Durante l'ultimo biennio, il settore vede diminuire di un punto percentuale la quota delle Attività immobiliari e aumentare, in proporzione, quella delle attività impiegate nella Finanza. La divisione con il maggior numero di unità locali è, anche in questo caso, quella delle *altre attività di servizi alla persona* (2.899 u.l.), seguita dal *trasporto terrestre e mediante condotte* (2.268 u.l.).

#### CLASSI

Il dettaglio delle classi che compongono le divisioni dei servizi, raggruppate nelle sei categorie di cui sopra, può fornire un'indicazione più precisa del quadro imprenditoriale rappresentativo del territorio. Dato il loro numero elevato, si è

scelto di prendere in considerazione solo le prime cinque classi di ogni categoria per numerosità di unità locali (ove non fosse possibile rappresentarle tutte), raggruppando le restanti sotto la denominazione "altro". Si precisa che, come per gli altri settori, l'analisi in questione non coinvolge lo stesso numero di unità locali presenti nella suddivisione a 2 cifre: i dati attualmente disponibili non forniscono informazioni sulla classificazione di alcune imprese all'interno della 4ª cifra (v. nota metodologica).

#### LOGISTICA - LETTERE H E N (ESCLUSO IL CODICE 79)

La categoria "Logistica" comprende le attività di trasporto e magazzinaggio (lettera H) e quelle di noleggio e servizi di supporto alle imprese (lettera N, escluse le agenzie di viaggio). È costituita da 10 divisioni e 53 classi.

La composizione regionale (Fig. 38) mette in evidenza le cinque più consistenti, con una visibile predominanza del *trasporto di merci su strada*, che registra un totale di 10.601 unità locali (38,1%).

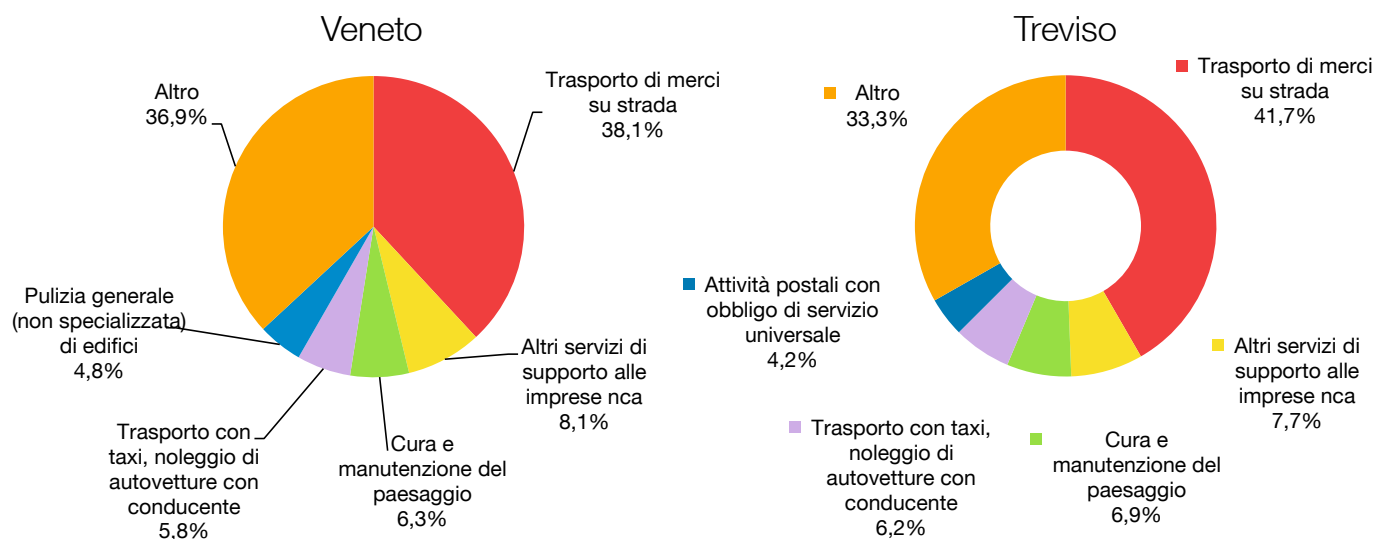
Nel complesso, durante l'ultimo biennio, si assiste ad una crescita nel peso di tutte le classi considerate: *trasporto di merci su strada* (+1,1 punti percentuali), *cura e manutenzione del paesaggio* (+1,3 punti percentuali); *trasporto con taxi, noleggio di autovetture con conducente* (+0,8 punti percentuali); *imprese di pulizia generale (non specializzata) di edifici* (+1,3 punti percentuali); *altri servizi di supporto alle imprese nca* (gestione esattoriale, agenzie di distribuzione libri) (+2,1 punti percentuali). Diminuiscono in modo considerevole le quote delle imprese comprese

nella voce "altro" (-5,1 punti percentuali). Si evidenzia l'esclusione dalla classifica, rispetto al 2011, delle altre *attività di supporto connesse ai trasporti*.

In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di aziende attive nel *trasporto di merci su strada* (2.360 u.l.), nelle *imprese di pulizia generale (non specializzata) di edifici* (321 u.l.) e negli *altri servizi di supporto alle imprese nca* (474 u.l.). Verona primeggia, invece, nel *trasporto con taxi, noleggio di autovetture con conducente* (386 u.l.) e nella *cura e manutenzione del paesaggio* (363 u.l.).

La Marca Trevigiana presenta una composizione percentuale simile a quella del Veneto, ove il *trasporto di merci su strada*

Figura 38 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Logistica, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

si conferma nuovamente la categoria più consistente, con 1.896 imprese attive (41,7%). Diversamente dalla regione, non figurano in classifica le imprese di *pulizia generale (non specializzata) di edifici*, che lasciano il posto alle *attività postali con obbligo di servizio universale*.

Dal 2011 al 2013, si verifica un fenomeno opposto a quello regionale per quanto riguarda il *trasporto di merci su strada*, che vede diminuire il suo peso rispetto alle altre classi (-1,3 punti percentuali). Aumenta, invece, quello della *cura e manutenzione del paesaggio* (+1,9 punti percentuali), del *trasporto con taxi, noleggio di autovetture con conducente* (+1,2 punti percentuali), delle *attività postali con obbligo di servizio universale* (+0,2 punti percentuali) e degli *altri servizi di supporto alle imprese nca* (+1,7 punti percentuali).

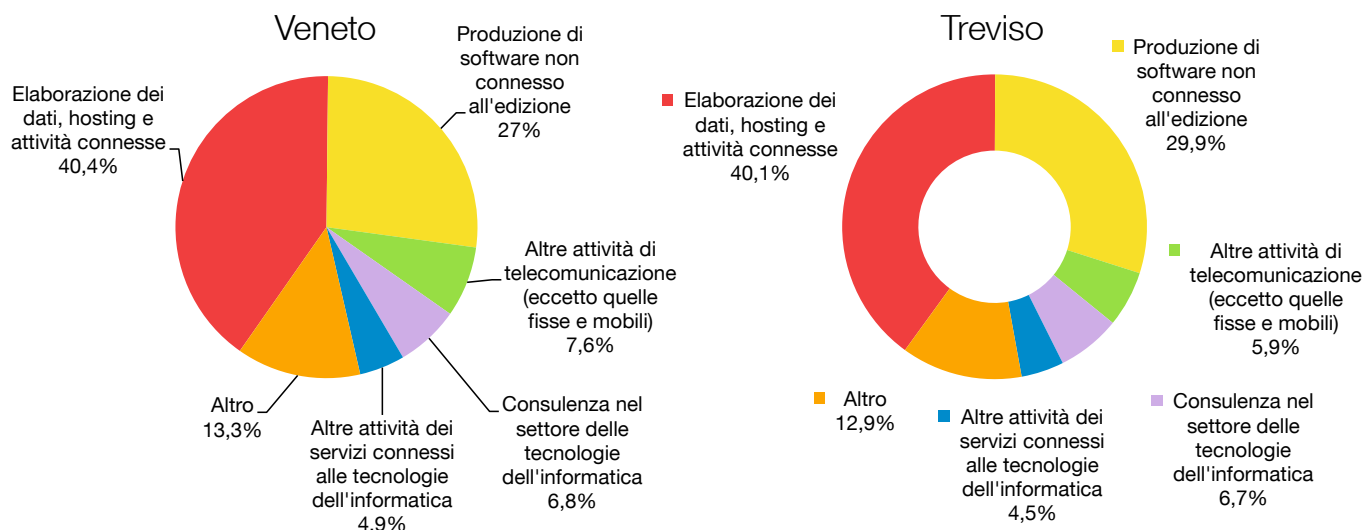
## COMUNICAZIONE - LETTERA J

La categoria “Comunicazione” comprende tutti i servizi di informazione e comunicazione (lettera J). É costituita da 6 divisioni e 26 classi.

La composizione regionale (Fig. 39) mette in evidenza le cinque più consistenti, con una predominanza di aziende di *elaborazione dati, hosting e attività connesse*, che registrano un totale di 4.352 unità locali (40,4%).

Nel complesso, durante l'ultimo biennio, la *consulenza nel settore delle tecnologie dell'informatica* è la classe con l'incremento di quota più elevato (+1,8 punti percentuali). Cresce anche il peso dell'*elaborazione dati, hosting e*

Figura 39 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Comunicazione, 2013



*attività connesse* (+0,4 punti percentuali), delle *altre attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica*, come il recupero dati da pc danneggiati (+0,9 punti percentuali), e delle *altre attività di telecomunicazione (eccetto quelle fisse e mobili)*, come il servizio ISP e l'Internet Point (+0,6 punti percentuali). Stabile, invece, la *produzione di software non connesso all'edizione*, mentre si riduce anche in questa divisione la quota di imprese comprese nella voce "altro" (-3,7 punti percentuali).

In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di aziende attive in tutte le classi considerate: *consulenza nel settore delle tecnologie dell'informatica* (201 u.l.); *elaborazione dati, hosting e attività connesse* (1.005 u.l.); *altre attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica* (135 u.l.); *altre attività di telecomunicazione (eccetto quelle fisse e mobili)* (203 u.l.); *produzione di software non connesso all'edizione* (754 u.l.). Si segnala che, in quest'ultima classe, Treviso è la seconda provincia per numerosità di imprese, con un totale di 553 unità locali.

La composizione della Marca Trevigiana rispecchia quella veneta. Coincidono le prime cinque categorie e le aziende di *elaborazione dati, hosting e attività connesse* si confermano quelle più consistenti, con 742 unità locali attive (40,1%). A partire dal 2011, si assiste ad un discreto aumento nella quota della *consulenza nel settore delle tecnologie dell'informatica* (+1,7 punti percentuali) e ad uno più modesto in quelle dell'*elaborazione dati, hosting e attività connesse* (+0,1 punti percentuali) e delle *altre attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica* (+0,5 punti percentuali). Si riduce, invece, il peso della *produzione di*

*software non connesso all'edizione* (-0,1 punti percentuali) e, in misura maggiore, delle *altre attività di telecomunicazione (eccetto quelle fisse e mobili)* (-1,1 punti percentuali).

#### FINANZA - LETTERA K

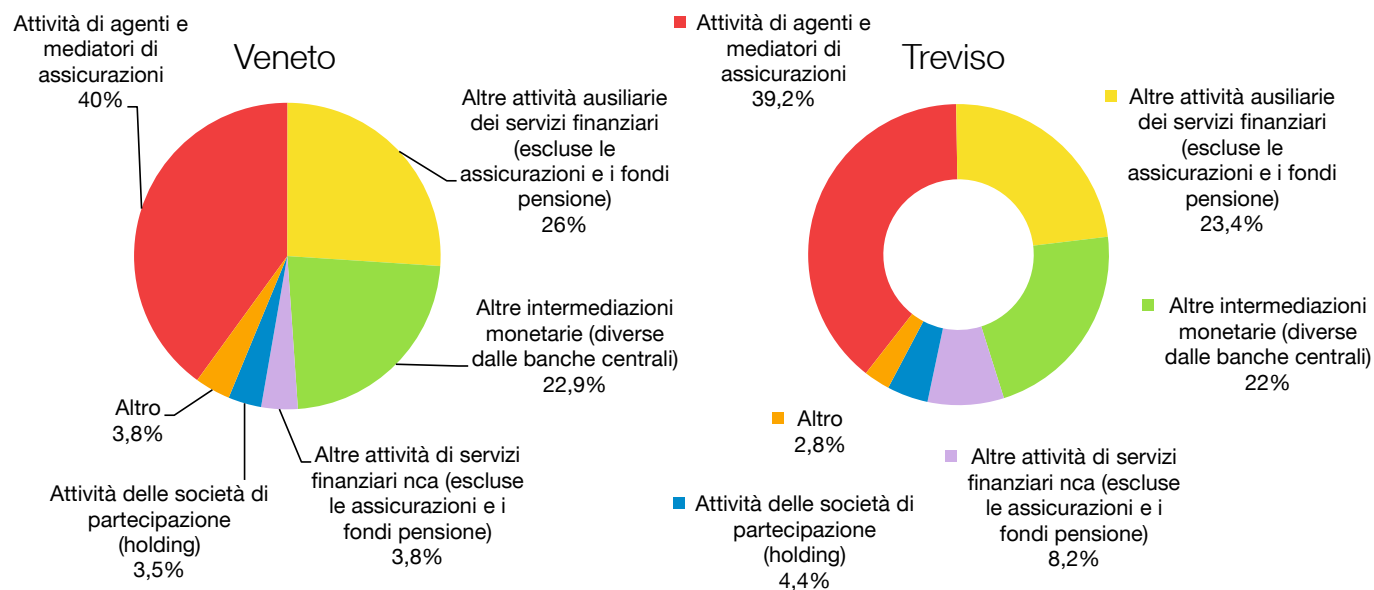
La categoria "Finanza" comprende l'insieme delle attività finanziarie e assicurative (lettera K). É costituita da 3 divisioni e 18 classi.

La composizione regionale (Fig. 40) mette in evidenza le cinque più consistenti. Predomina la classe inerente alle *attività di agenti e mediatori di assicurazioni*, che conta un numero di 5.963 unità locali (40%).

Nel complesso, dal 2011 al 2013, aumenta il peso delle *attività di agenti e mediatori di assicurazioni* (+2 punti percentuali) e delle *attività delle società di partecipazione (holding)* (+1,5 punti percentuali). Fra le classi restanti, diminuiscono invece le quote delle *altre attività ausiliarie dei servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)*, come la gestione di pagamenti tramite carta di credito e le mediazioni finanziarie (-1 punti percentuali), delle *altre intermediazioni monetarie (diverse dalle banche centrali)*, come i fondi monetari e la Cassa Depositi e Prestiti (-0,1 punti percentuali), e delle *altre attività di servizi finanziari nca (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)*, come l'intermediazione mobiliare, il factoring e il merchant bank (-0,2 punti percentuali).

In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di aziende attive nelle *altre attività ausiliarie dei servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)* (1.017 u.l.) e

Figura 40 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Finanza, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

nelle attività di agenti e mediatori di assicurazioni (1.251 u.l.), Treviso nelle altre attività di servizi finanziari nca (escluse le assicurazioni e i fondi pensione) (241 u.l.). La provincia di Verona primeggia nelle altre intermediazioni monetarie (diverse dalle banche centrali) (706 u.l.), mentre Vicenza conta più attività delle società di partecipazione (holding) (136 u.l.).

La composizione della Marca Trevigiana è simile a quella veneta, con un peso molto più consistente delle altre attività di servizi finanziari nca (escluse le assicurazioni e i fondi pensione), di ben 4,4 punti percentuali superiori al valore regionale.

Le prime cinque categorie rimangono invariate e le attività

di agenti e mediatori di assicurazioni si confermano le più presenti, con 1.153 unità locali attive (39,2%). Durante gli ultimi due anni, si verifica un incremento nelle quote delle attività delle società di partecipazione (holding) (+1,4 punti percentuali), delle attività di agenti e mediatori di assicurazioni (+2,2 punti percentuali) e delle altre attività di servizi finanziari nca (escluse le assicurazioni e i fondi pensione) (+1,2 punti percentuali). Subisce un ridimensionamento il peso delle altre attività ausiliarie dei servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione) (-1,6 punti percentuali) e delle altre intermediazioni monetarie (diverse dalle banche centrali) (-1 punto percentuale).

## ATTIVITÀ IMMOBILIARI - LETTERA L

La categoria “Attività immobiliari” comprende l’insieme delle attività di compravendita, affitto e gestione di immobili (lettera L). È costituita da 1 divisione e 4 classi.

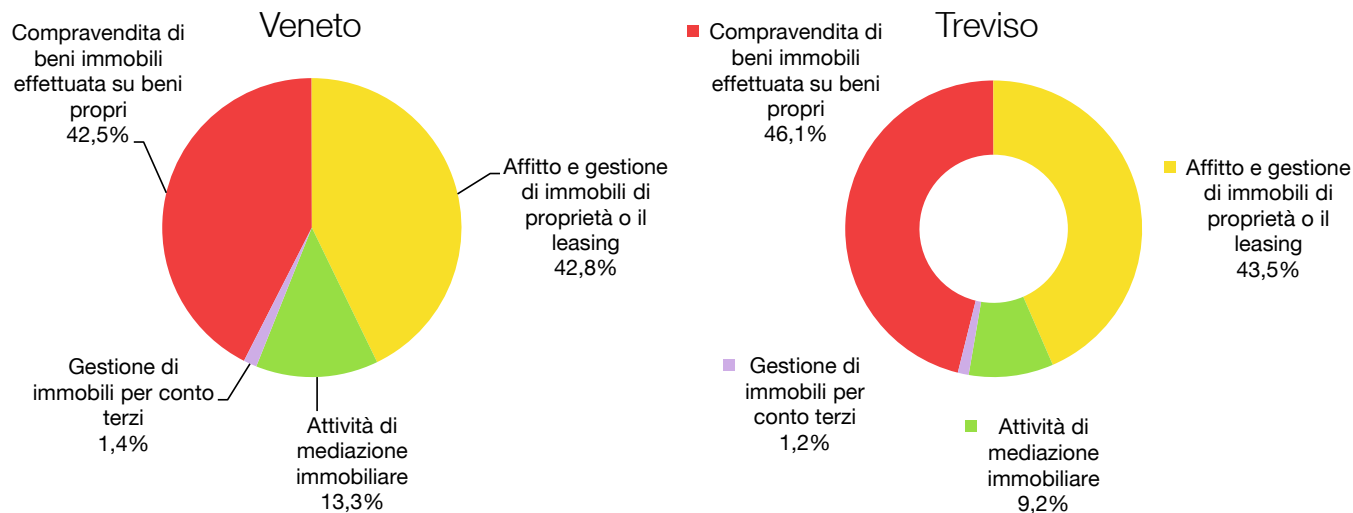
Nella composizione regionale (Fig. 41) emerge la prevalenza di due categorie: le *attività di compravendita di beni immobili effettuata su beni propri*, con un numero di 13.277 unità locali (42,5%), e quelle di *affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing*, che raccolgono 13.389 imprese (42,8%).

Nel complesso, dal 2011 ad oggi, aumenta considerevolmente il peso delle *attività di affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing* (+4,4 punti percentuali) e, in misura molto più

modesta, quello delle *attività di gestione di immobili per conto terzi* (+0,1 punti percentuali). Diminuiscono, invece, le quote della *compravendita di beni immobili effettuata su beni propri* (-3,1 punti percentuali) e delle *attività di mediazione immobiliare* (-0,6 punti percentuali).

In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di attività impiegate nell’*affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing* (2.845 u.l.). Treviso primeggia nella *compravendita di beni immobili effettuata su beni propri* (2.950 u.l.), Venezia nella gestione di *immobili per conto terzi* (109 u.l.) e, infine, Vicenza nelle *attività di mediazione immobiliare* (849 u.l.).

Figura 41 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO delle Attività immobiliari, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

La composizione della Marca Trevigiana rispecchia fondamentalmente quella della regione, con un peso maggiore nella *compravendita di beni immobili effettuata su beni propri* (46,1%).

Durante il biennio trascorso, come per la regione, si verifica un incremento importante nelle quote delle *attività di affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing* (+4,8 punti percentuali) e, in misura ridotta, delle *attività di gestione di immobili per conto terzi* (+0,2 punti percentuali). Per contro, cala il peso delle imprese impiegate nella *compravendita di beni immobili effettuata su beni propri* (-4,1 punti percentuali) e nelle *attività di mediazione immobiliare* (-0,5 punti percentuali).

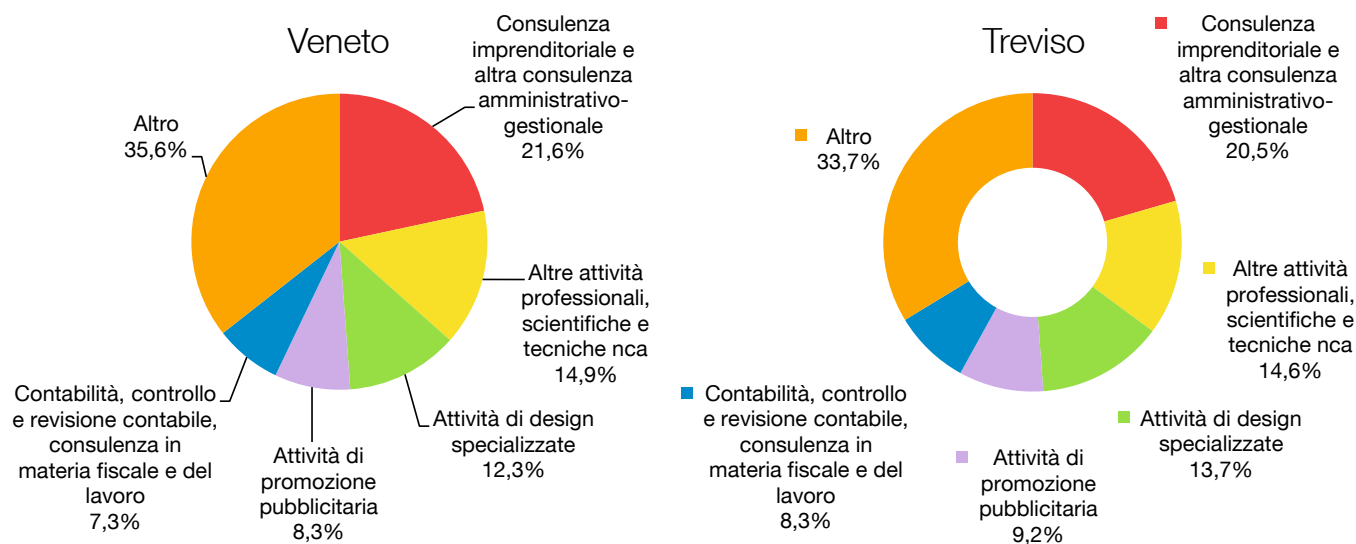
#### ATTIVITÀ PROFESSIONALI - LETTERA M

La categoria “Attività professionali” comprende tutte le attività professionali, scientifiche e tecniche (lettera M). È costituita da 7 divisioni e 19 classi.

La composizione regionale (Fig. 42) mette in evidenza le cinque più consistenti, con una predominanza di aziende specializzate nella *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale*, che registrano un totale di 3.801 unità locali (21,6%).

Nel corso degli ultimi due anni, la quota della *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale*

Figura 42 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO delle Attività professionali, 2013





manifesta la crescita maggiore (+3,5 punti percentuali). Aumenta anche il peso delle *attività di design specializzate* (+2,7 punti percentuali), delle *altre attività professionali, scientifiche e tecniche nca*, come la consulenza agraria e quella in materia di sicurezza (+1,6 punti percentuali), e delle *attività di promozione pubblicitaria* (+0,3 punti percentuali). Si evidenzia l'uscita dalla classifica delle aziende operanti nelle *ricerche di mercato e sondaggi di opinione* (-0,3 punti percentuali), sorpassate da quelle di *contabilità, controllo e revisione contabile, consulenza in materia fiscale e del lavoro* (+1,3 punti percentuali), che guadagnano la quinta posizione.

In termini assoluti, Padova registra il maggior numero di aziende attive in tutte le classi considerate: *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale* (947 u.l.); *attività di design specializzate* (475 u.l.); *altre attività professionali, scientifiche e tecniche nca* (650 u.l.); *attività di promozione pubblicitaria* (325 u.l.); *contabilità, controllo e revisione contabile, consulenza in materia fiscale e del lavoro* (293 u.l.). Si segnala che Treviso è la seconda provincia per numerosità di imprese nelle medesime classi, ad esclusione dell'ultima, in cui viene superata da Verona.

La composizione della Marca Trevigiana rispecchia quella regionale. Le prime cinque categorie coincidono e le aziende di *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale* si confermano quelle più consistenti, con 704 unità locali attive (20,5%).

A partire dal 2011, si assiste ad un discreto aumento nel peso della *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale* (+3,5 punti percentuali) e in

generale di tutte le classi rappresentate. Crescono, dunque, in proporzione le *attività di design specializzate* (+1,7 punti percentuali), le *altre attività professionali, scientifiche e tecniche nca* (+2,6 punti percentuali), le *attività di promozione pubblicitaria* (+0,2 punti percentuali) e le imprese operanti nella *contabilità, controllo e revisione contabile, consulenza in materia fiscale e del lavoro* (+0,3 punti percentuali).

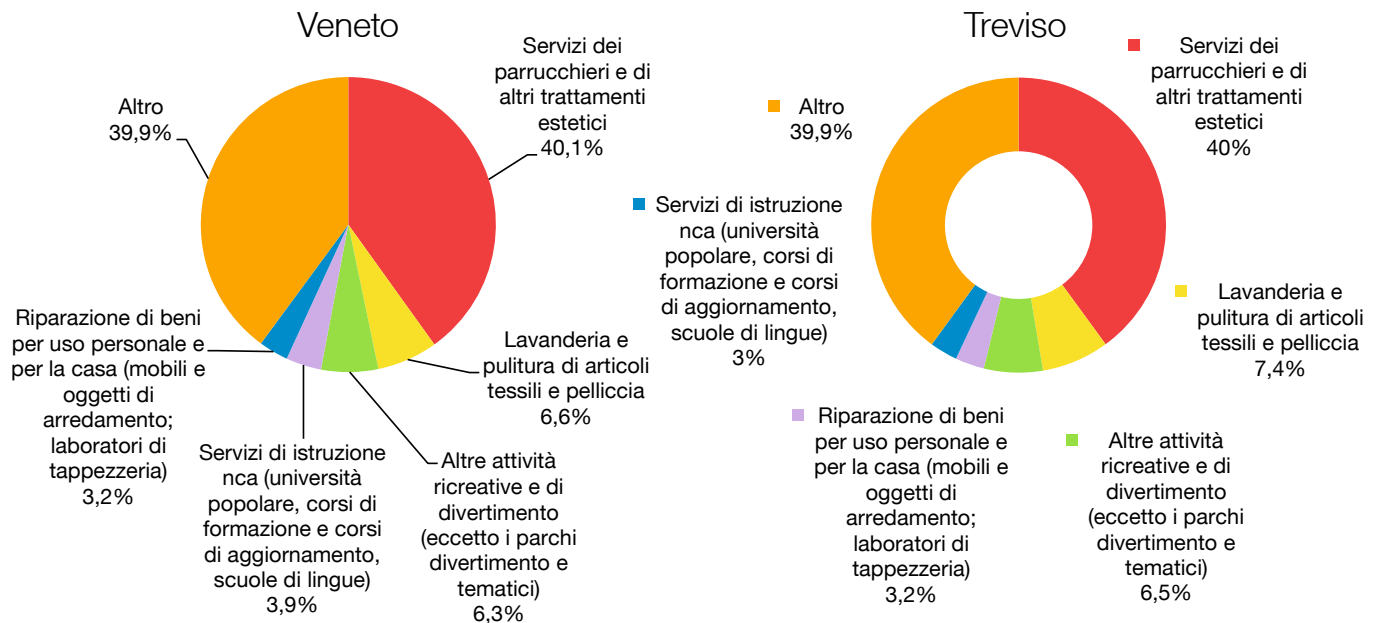
#### SOCIALE - LETTERE O, P, Q, R E S

La categoria "Sociale" comprende le attività di amministrazione pubblica e difesa (lettera O), l'istruzione (lettera P), la sanità e assistenza sociale (lettera Q), le attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento (lettera R) ed altre attività di servizi (lettera S). È costituita da 12 divisioni e 66 classi.

La composizione regionale (Fig. 43) mette in evidenza le cinque più consistenti, con una predominanza di *servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici*, che contano un totale di 12.479 unità locali (40,1%).

Dal 2010 al 2013, si mantiene una generale stabilità nelle quote. Crescono, in misura ridotta, quelle dei *servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici* (+0,1 punti percentuali), delle *altre attività ricreative e di divertimento (eccetto i parchi divertimento e tematici)*, come discoteche, sale giochi e stabilimenti balneari (+0,3 punti percentuali), e della *riparazione di beni per uso personale e per la casa (mobili e oggetti di arredamento; laboratori di tappezzeria)* (+0,2 punti percentuali). Diminuisce in proporzione il peso delle altre classi: *lavanderie e pulitura di articoli tessili e pelliccia* (-0,4 punti percentuali); *servizi di istruzione nca (università popolare, corsi di formazione e corsi di aggiornamento, scuole di lingue)* (-0,1 punti percentuali).

Figura 43 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO del Sociale, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

In termini assoluti, Padova si conferma una delle province con il maggior numero di attività, in particolare nei *servizi di istruzione nca (università popolare, corsi di formazione e corsi di aggiornamento, scuole di lingue)* (350 u.l.), nella *riparazione di beni per uso personale e per la casa (mobili e oggetti di arredamento; laboratori di tappezzeria)* (252 u.l.) e nelle imprese di *lavanderie e pulitura di articoli tessili e pelliccia* (441 u.l.). Nelle classi rimanenti, Venezia primeggia nelle *altre attività ricreative e di divertimento (eccetto i parchi divertimento e tematici)* (500 u.l.), mentre Verona nei *servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici* (2.628 u.l.).

La composizione della Marca Trevigiana è simile a quella veneta. Le prime cinque categorie coincidono, con un'inversione di classifica fra la quarta e la quinta classe, ovvero quelle della *riparazione di beni per uso personale e per la casa (mobili e oggetti di arredamento; laboratori di tappezzeria)* e dei *servizi di istruzione nca (università popolare, corsi di formazione e corsi di aggiornamento, scuole di lingue)*. I *servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici* rimangono la classe più consistente, con 2.167 unità locali attive (40%).

Negli ultimi due anni, si conferma il fenomeno di stabilità osservato nel contesto regionale. Cresce la *riparazione di beni per uso*

personale e per la casa (mobili e oggetti di arredamento; laboratori di tapezzeria) (+0,2 punti percentuali), mentre diminuiscono le quote di lavanderie e pulitura di articoli tessili e pelliccia (-0,6 punti percentuali) e delle altre attività ricreative e di divertimento (eccetto i parchi divertimento e tematici) (-0,5 punti percentuali). Non subiscono variazioni i pesi dei servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici

e dei servizi di istruzione nca (università popolare, corsi di formazione e corsi di aggiornamento, scuole di lingue).

In ultima analisi, come per gli altri comparti, si presenta un confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, considerando le prime cinque classi del settore – nel complesso delle divisioni di cui è composto – selezionate

Tabella 08 - Veneto e Treviso. Prime 5 classi dei servizi per numerosità delle unità locali, 2013  
(valori assoluti e %)

	Val. ass.	Comp. %
<b>TREVISO</b>		
Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri	2.950	12,0%
Affitto a gestione di immobili di proprietà o in leasing	2.786	11,3%
Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici	2.167	8,8%
Trasporto di merci su strada	1.896	7,7%
Attività di agenti e mediatori di assicurazioni	1.153	4,7%
<b>Totale servizi Treviso (*)</b>	<b>24.603</b>	<b>100%</b>
<b>VENETO</b>		
Affitto a gestione di immobili di proprietà o in leasing	13.389	10,0%
Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri	13.277	9,9%
Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici	12.479	9,4%
Trasporto di merci su strada	10.601	7,9%
Attività di agenti e mediatori di assicurazioni	5.963	4,5%
<b>Totale servizi Veneto (*)</b>	<b>133.441</b>	<b>100%</b>

(\*) i totali delle classi non corrispondono ai totali delle divisioni

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

per numerosità di unità locali (Tab.08). A livello regionale le classi che si posizionano ai primi cinque posti sono le stesse rispetto al 2011. Si evidenzia, in particolare, come l'affitto di immobili di proprietà o in leasing, che in precedenza occupava il terzo posto della classifica, nel 2013 guadagni la prima posizione, con un totale di 13.389 attività.

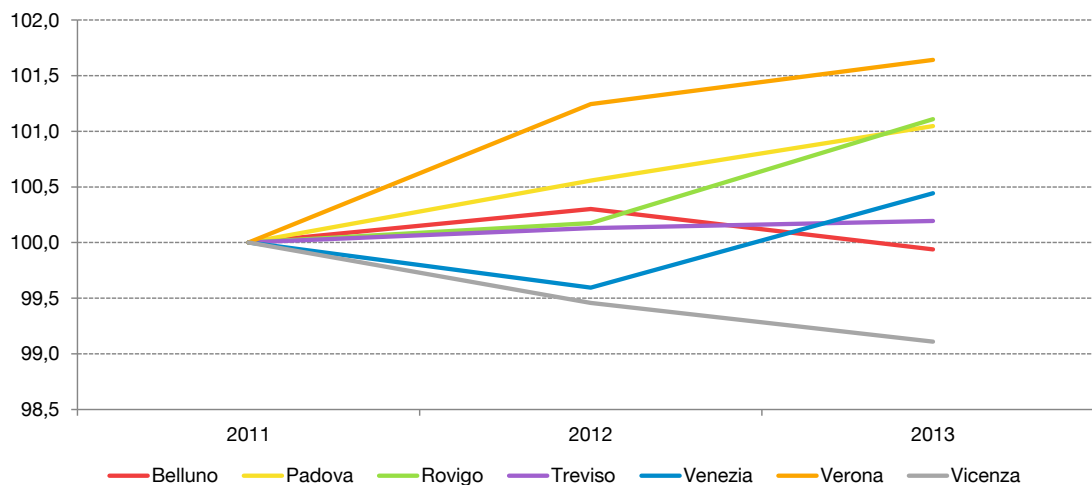
La classifica della Marca Trevigiana presenta le stesse voci di quella regionale. A differenza di quest'ultima, al primo posto si posizionano le attività di compravendita di beni immobili effettuata su beni propri, con 2.950 imprese operanti sul territorio. Rispetto al 2011, non si evidenziano

particolari differenze. L'aumento più importante in termini percentuali è relativo, anche in questo caso, alla quota delle attività di affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing (+1,3 punti percentuali).

### 1.3 Lo Sviluppo del Terziario

Gli effetti della contrazione economica che, a partire dal 2007, ha colpito il territorio nazionale, continuano ad influenzare le dinamiche strutturali delle principali variabili economiche. Il Veneto, in particolare, ha subito una flessione nel numero delle imprese attive del 2,1%, nel corso dell'ultimo biennio.

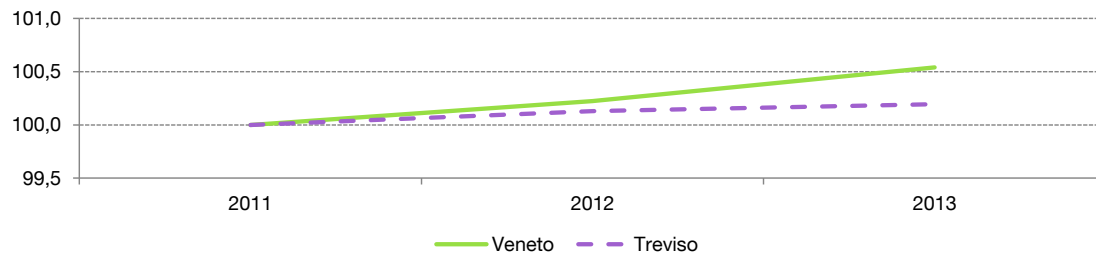
Figura 44 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del terziario per provincia  
(numero indice<sup>6</sup> 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

6. Il numero indice considerato in questo rapporto esprime la variazione percentuale dei dati riferiti al 2012 e al 2013 rispetto al 2011.

Figura 45 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle unità locali del terziario  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

All'interno del sistema economico in esame, il terziario conferma una buona solidità, nonostante il permanere della crisi: dal 2011 al 2013 registra una variazione percentuale positiva dello 0,5%, con un incremento di 1.685 unità locali.

La maggior parte delle province venete presenta una crescita, per quanto contenuta, del tessuto imprenditoriale (Fig. 44).

Fanno eccezione quelle di Vicenza, il cui trend in costante discesa è in netto contrasto con il biennio precedente (che la vedeva la provincia con la crescita più sostenuta) e di Belluno, che a partire dal 2012 manifesta un nuovo calo nel numero di imprese. Verona è la provincia più virtuosa, con un incremento percentuale dell'1,6% ed un totale di 58.973 imprese attive al 2013.

All'interno di questo quadro, Treviso si distingue dalle altre province per una lenta, ma costante crescita, con un saldo complessivo di 106 nuove aziende del settore negli ultimi due anni (Fig. 45).

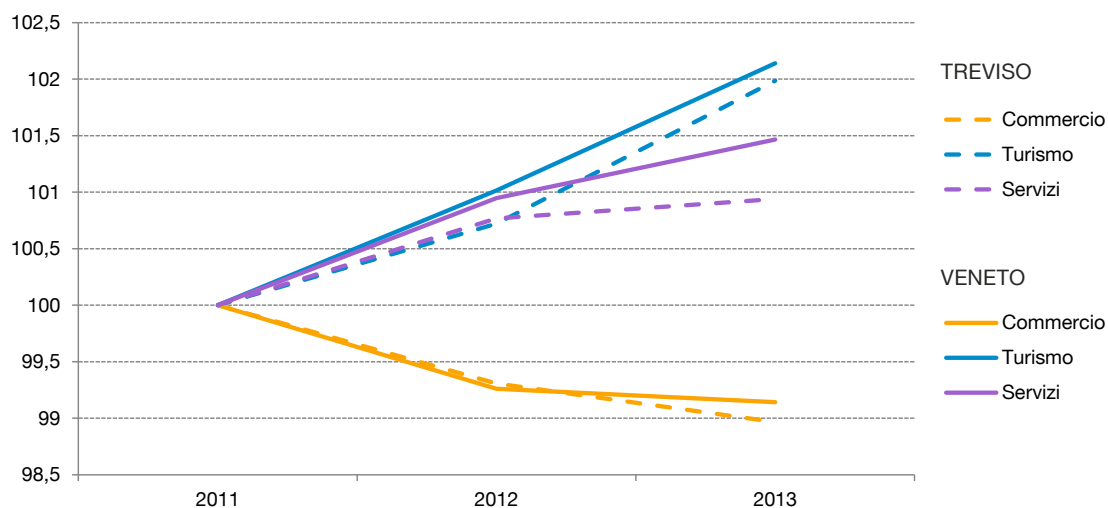
L'andamento della Marca Trevigiana è in linea con quello regionale, con un lieve aumento del divario a partire dal 2012.

### 1.3.1 La Dinamica Settoriale

L'andamento dei tre principali settori che compongono il terziario (Fig. 46), nel corso dell'ultimo biennio, evidenzia una crescita del turismo e dei servizi, in contrapposizione alla caduta del commercio, sia a livello regionale che nella provincia di Treviso.

Nello specifico della Marca Trevigiana, il turismo registra una variazione positiva del 2%, con un incremento di 113 unità locali, mentre i servizi aumentano dello 0,9%, con la nascita di 237 nuove attività. Risente maggiormente degli effetti della crisi il commercio, con la perdita di ben 244 esercizi ed una flessione complessiva dell'1%. In riferimento a questo settore, si sottolinea come, nel corso del 2013, il trend della provincia sia peggiorato rispetto a quello della regione.

Figura 46 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle unità locali del terziario per settore  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## COMMERCIO

Dopo una prima decrescita del settore avvenuta nel corso del 2012 (-0,7%), durante l'ultimo anno si assiste ad un contenimento delle perdite.

Nel complesso, le imprese uscite dal mercato regionale durante l'intero periodo considerato sono 1.116, a conferma delle difficoltà di reazione del settore all'attuale contrazione economica (Tab. 09).

La provincia che subisce la perdita maggiore in termini assoluti e percentuali è Vicenza, con un calo del 2,6% rispetto al 2011, derivante dalla cessazione netta di 582 attività. Delle restanti, solamente Padova presenta una situazione di stabilità.

Le dinamiche settoriali (Fig. 47) mostrano trend lineari decrescenti, lungo l'intero periodo, per le province di Verona, Treviso, Belluno e Vicenza. Evidenziano, invece, un picco negativo in corrispondenza del 2012 ed una successiva ripresa le province di Padova, Rovigo e Venezia.

G45 - COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO; RIPARAZIONE DI AUTOVEICOLI E MOTOCICLI

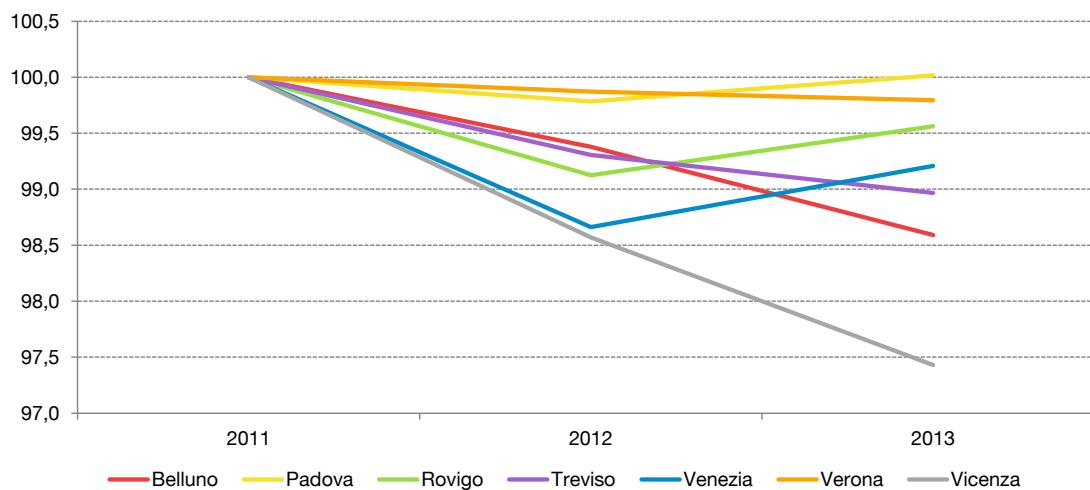
L'andamento del *commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli* (Fig. 48) registra una

Tabella 09 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del commercio per provincia  
(valori assoluti e %)

	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Belluno	4.824	4.794	4.756	-68	-1,4%
Padova	28.611	28.549	28.616	5	0,0%
Rovigo	6.864	6.804	6.834	-30	-0,4%
<b>Treviso</b>	<b>23.624</b>	<b>23.460</b>	<b>23.380</b>	<b>-244</b>	<b>-1,0%</b>
Venezia	24.888	24.555	24.691	-197	-0,8%
Verona	24.370	24.339	24.320	-50	-0,2%
Vicenza	22.649	22.325	22.067	-582	-2,6%
<b>VENETO</b>	<b>135.830</b>	<b>134.826</b>	<b>134.664</b>	<b>-1.166</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 47 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del commercio per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

flessione della divisione (-0,9%) in linea con la variazione media dell'intero settore (-0,9%).

Le province di Belluno e di Padova sono le uniche a manifestare una ripresa nell'ultimo anno, dopo il calo subito nel corso del 2012: la prima chiude il periodo con una variazione positiva dello 0,5%; la seconda, invece, torna ai valori iniziali, mantenendo una situazione di stabilità.

Venezia mostra un andamento costante fino al 2012, inoltrandosi in seguito in una fase di discesa, mentre le restanti province presentano dinamiche più o meno costanti in diminuzione.

In questo contesto, la Marca Trevigiana registra una contrazione (-1,1%) superiore a quella regionale.

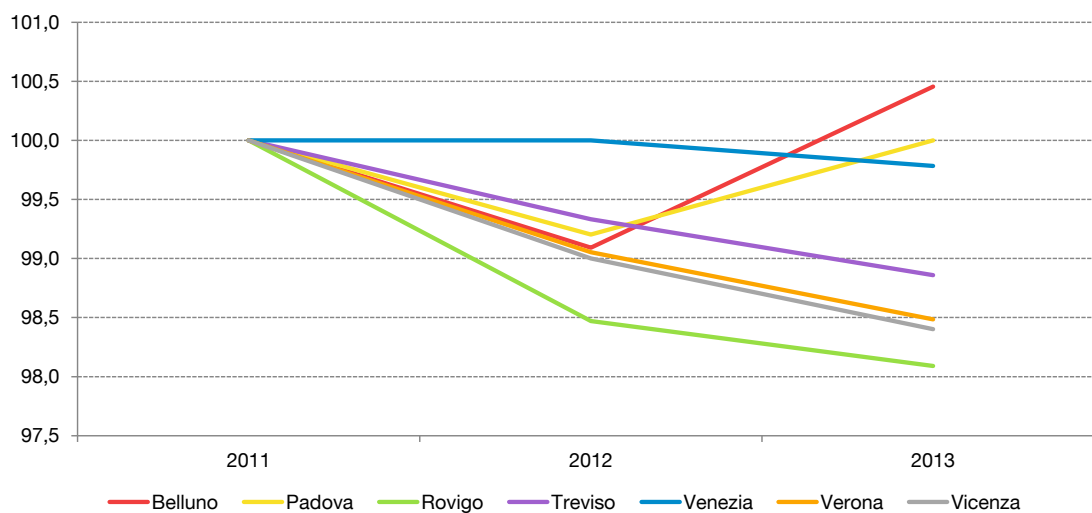
G46 - COMMERCIO ALL'INGROSSO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)

L'andamento del *commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)* (Fig. 49) registra una flessione della divisione (-1,4%) superiore alla variazione media dell'intero settore (-0,9%).

Le province di Venezia e di Rovigo manifestano una ripresa nell'ultimo anno, dopo il calo subito durante il 2012. Fra le due, la seconda è l'unica all'interno del quadro regionale a concludere il periodo con valori positivi (+1,4%). Le restanti mostrano andamenti più o meno lineari, ma comunque negativi.

In questo contesto, la Marca Trevigiana presenta una contrazione (-1,4%) in linea con quella regionale.

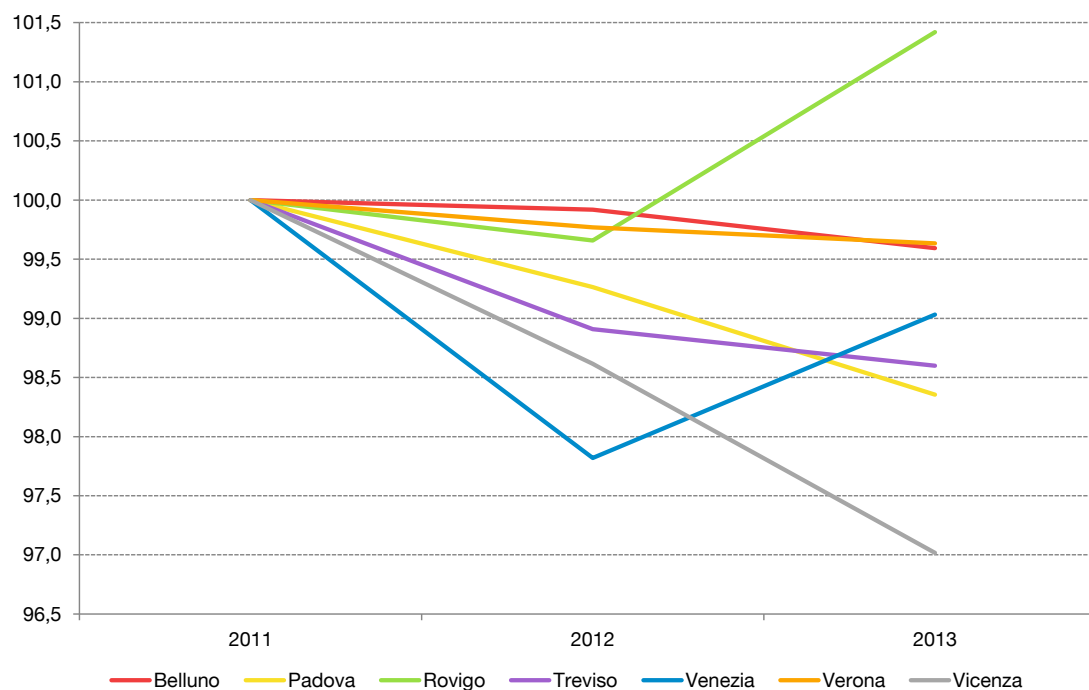
Figura 48 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G45 del commercio per provincia (numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere



Figura 49 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G46 del commercio per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

G47 - COMMERCIO AL DETTAGLIO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI)

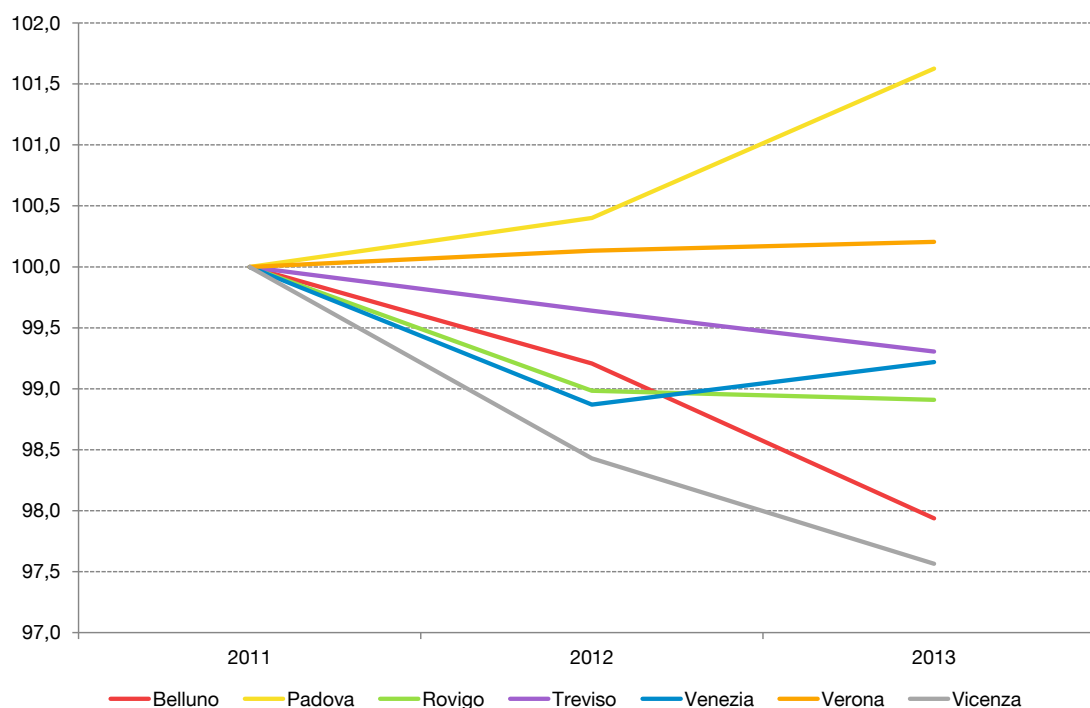
L'andamento del *commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)* (Fig. 50) registra una flessione della divisione (-0,5%) superiore alla variazione media dell'intero settore (-0,9%).

Le uniche province a manifestare una crescita durante l'intero periodo sono Padova (+1,6%) e Verona (+0,2%), la

prima con un'accelerazione a partire dal 2012, la seconda con un trend piuttosto lineare. Il resto delle province mostra andamenti eterogenei, ma comunque negativi. Solamente Venezia presenta segni di ripresa nell'ultimo anno.

In questo contesto, la Marca Trevigiana subisce una contrazione (-0,7%) inferiore a quella regionale.

Figura 50 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G47 del commercio per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Per un maggior dettaglio, viene di seguito riproposto il confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, in relazione alle dinamiche delle prime cinque classi del settore – nel complesso delle tre divisioni da cui è composto – selezionate per numerosità di unità locali (Tab. 10).

A livello regionale, solo la classe del *commercio ambulante*

*di prodotti tessili, abbigliamento e calzature* registra una variazione positiva (+2,3%).

A livello provinciale tutte subiscono diminuzioni più o meno consistenti. In entrambi, il *commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati* si dimostra l'attività più colpita dalla crisi.

Tabella 10 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle prime 5 classi del commercio  
(valori assoluti e %)

TREVISO	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Intermediari del commercio specializzato in altri prodotti	1.518	1.509	1.489	-29	-1,9%
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	1.402	1.376	1.381	-21	-1,5%
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	1.459	1.416	1.356	-103	-7,1%
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature	943	963	942	-1	-0,1%
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	932	912	896	-36	-3,9%

VENETO	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	9.853	9.546	9.320	-533	-5,4%
Intermediari del commercio specializzato in altri prodotti	8.297	8.216	8.097	-200	-2,4%
Manutenzione e riparazione di autoveicoli	7.657	7.552	7.525	-132	-1,7%
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	5.993	5.891	5.861	-132	-2,2%
Commercio al dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature	4.948	5.074	5.063	115	2,3%

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## TURISMO

Durante l'ultimo biennio, il settore del turismo in Veneto mostra un andamento lineare crescente. Alla fine del 2013 si registra un totale di 39.834 aziende turistiche, 835 in più rispetto al 2011 (Tab. 11). Un aumento contenuto, ma costante negli anni, a conferma delle potenzialità di sviluppo del settore in questo momento storico.

La provincia che registra la variazione assoluta maggiore è quella di Verona, con 235 unità locali all'attivo (+3,1%), anche se in termini percentuali l'incremento più consistente si manifesta a Padova (+3,4%).

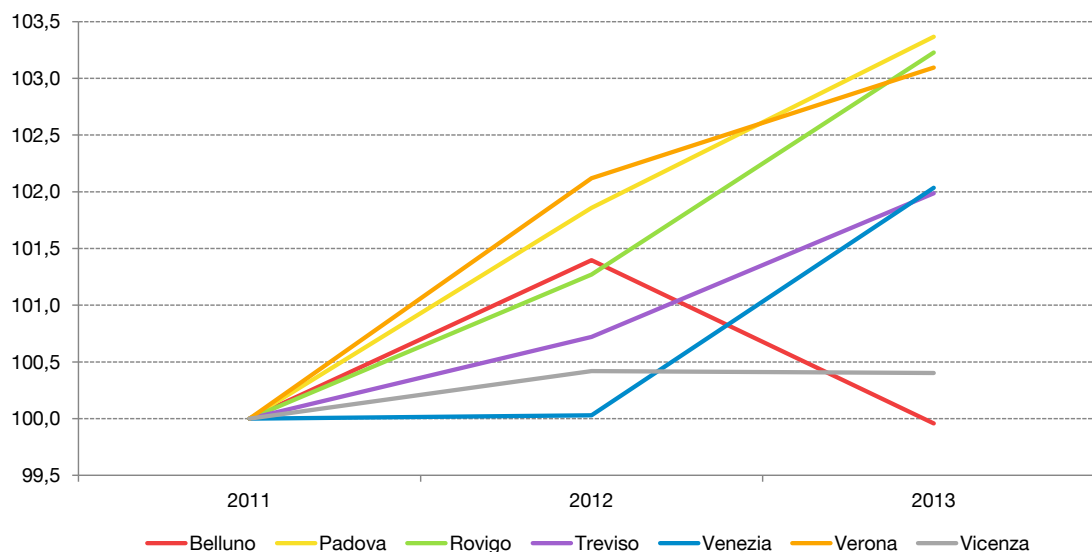
Nel complesso, quasi tutte le province presentano valori positivi. Fanno eccezione Vicenza e Belluno, che risultano piuttosto stabili per l'intera durata del periodo.

Dal 2011 al 2013, le dinamiche settoriali (Fig. 51) assumono trend positivi, più o meno lineari, per le province di Padova, Verona, Rovigo e Treviso. Quest'ultima, in particolare, registra un aumento complessivo di 113 unità locali (+2%). Venezia è la provincia che sembra aver colto maggiormente le opportunità offerte dal settore durante l'ultimo anno, iniziando il periodo in condizioni di stabilità ed evidenziando una crescita del 2% solo nel corso del 2013. Vicenza e Belluno, come anticipato, mostrano dinamiche in contrasto con le altre province: la prima, con un aumento di unità locali fino al 2012 ed una successiva diminuzione, piuttosto contenuta; la seconda, con un discreto incremento fino a metà periodo ed una altrettanto importante riduzione nel corso dell'anno seguente.

Tabella 11 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del turismo per provincia  
(valori assoluti e %)

	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Belluno	2.364	2.397	2.363	-1	0,0%
Padova	5.971	6.082	6.172	201	3,4%
Rovigo	1.890	1.914	1.951	61	3,2%
Treviso	5.687	5.728	5.800	113	2,0%
Venezia	10.018	10.021	10.222	204	2,0%
Verona	7.592	7.753	7.827	235	3,1%
Vicenza	5.477	5.500	5.499	22	0,4%
<b>VENETO</b>	<b>38.999</b>	<b>39.395</b>	<b>39.834</b>	<b>835</b>	<b>2,1%</b>

Figura 51 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del turismo per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

#### I 55 - ALLOGGIO

L'andamento delle attività di *alloggio* (Fig. 52) mette in luce una crescita della divisione (+4,2%) superiore alla variazione media registrata dall'intero settore (+2,1%).

Le province di Treviso, Verona e Venezia manifestano un incremento percentuale costante durante l'intero periodo, mentre Vicenza e Belluno rilevano variazioni considerevoli. Padova e Rovigo chiudono il 2013 in perdita, nonostante la ripresa di quest'ultima nel corso dell'ultimo anno.

In questo contesto, la Marca Trevigiana registra la maggior crescita (+8,4%), il doppio di quella regionale. Si sottolinea che, in termini assoluti, tale aumento coinvolge un numero di 24 unità locali.

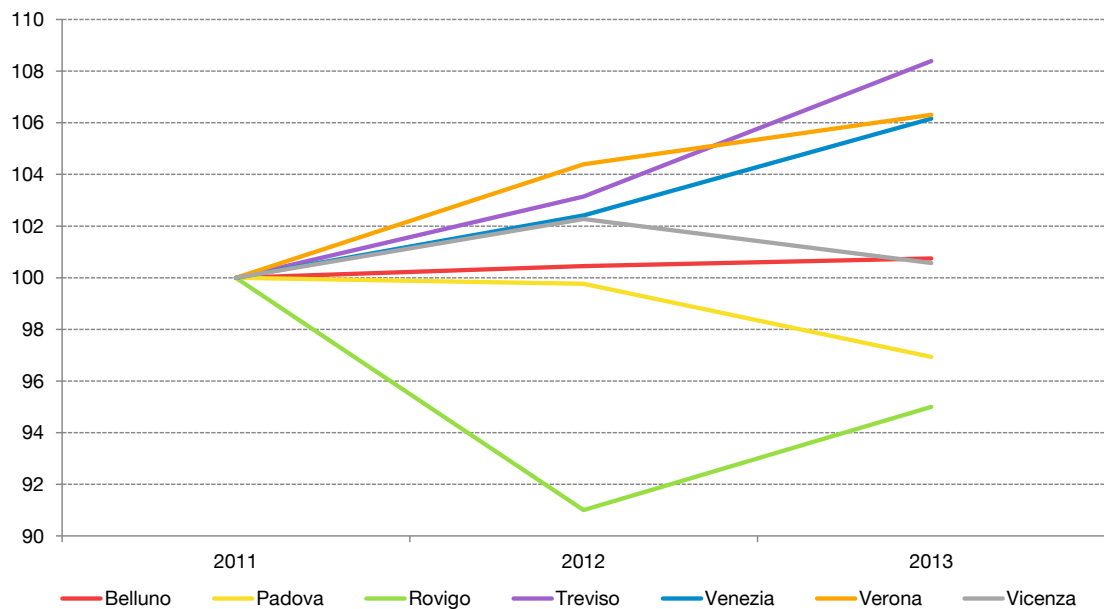
#### I 56 - ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

L'andamento delle *attività dei servizi di ristorazione* (Fig. 53) registra una crescita della divisione (+2%) in linea con la variazione media dell'intero settore (+2,1%).

L'unica provincia a manifestare una flessione durante il 2013 è Belluno, che chiude il periodo con valori inferiori a quelli registrati nel 2011 (-0,6%). Tutte le altre presentano incrementi lineari delle unità locali, con variazioni positive che oscillano dallo 0,7% di Vicenza al 4,3% di Rovigo.

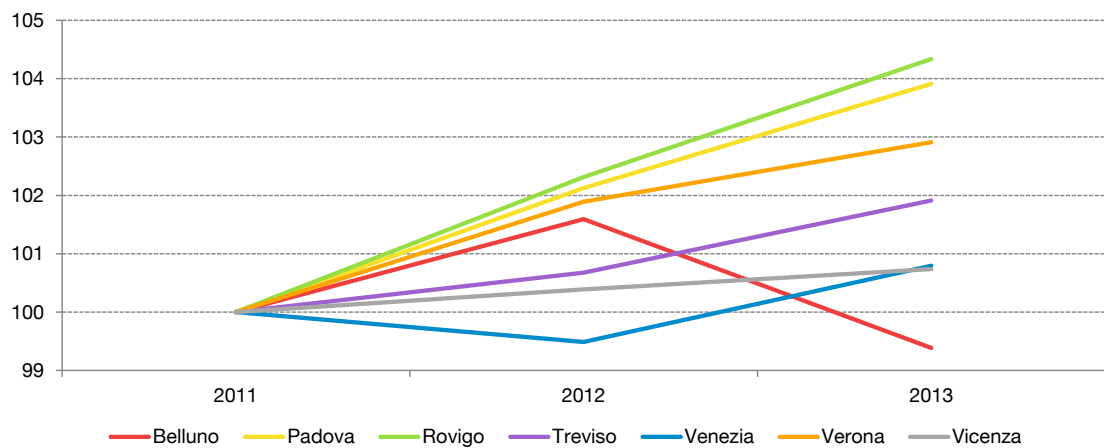
In questo contesto, la Marca Trevigiana presenta una crescita complessiva dell'1,9%, leggermente inferiore alla media regionale.

Figura 52 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO I55 del turismo per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 53 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO I56 del turismo per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



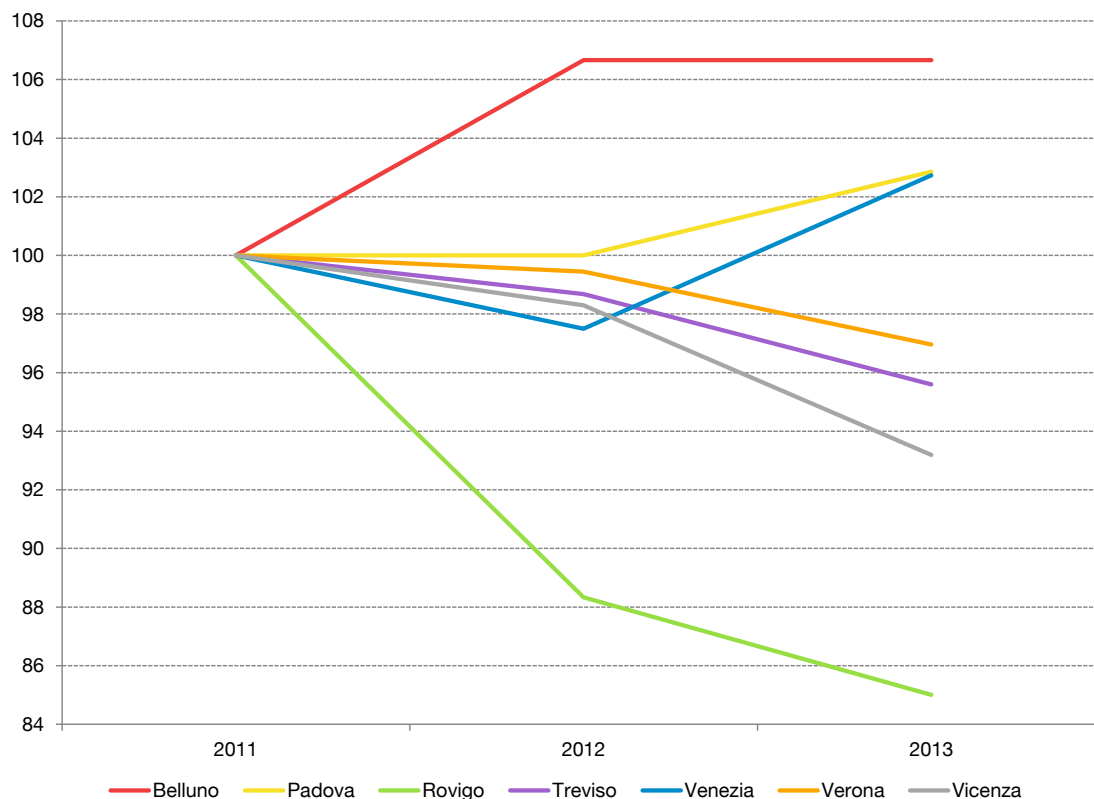
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

N 79 - ATTIVITÀ DEI SERVIZI DELLE AGENZIE DI VIAGGIO, DEI TOUR OPERATOR E SERVIZI DI PRENOTAZIONE E ATTIVITÀ CONNESSE

L'andamento delle attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse (Fig. 54) registra una flessione della divisione (-1,3%), in contrasto con il valore di crescita media dell'intero settore (+2,1%).

Il dettaglio provinciale rileva un andamento disomogeneo. Belluno vanta il maggiore incremento percentuale (+6,7%), manifestando una crescita consistente durante il 2012 e mantenendosi costante nel corso del 2013. Padova e Venezia chiudono positivamente il periodo,

Figura 54 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO N79 del turismo per provincia (numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Tabella 12 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle prime 5 classi del turismo  
(valori assoluti e %)

TREVISO	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	2.723	2.687	2.691	-32	-1,2%
Bar e altri esercizi simili senza cucina	2.337	2.397	2.459	122	5,2%
Alberghi e strutture simili	199	202	201	2	1,0%
Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	78	85	101	23	29,5%
Mense e catering continuativo su base contrattuale	90	98	98	8	8,9%
Attività delle agenzie di viaggio	88	96	98	10	11,4%

VENETO	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	15.828	15.866	16.068	240	1,5%
Bar e altri esercizi simili senza cucina	15.572	15.843	15.981	409	2,6%
Alberghi e strutture simili	3.291	3.279	3.274	-17	-0,5%
Alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni	1.500	1.620	1.723	223	14,9%
Attività delle agenzie di viaggio	604	692	743	139	23,0%

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere



rispettivamente dopo la stagnazione e la leggera flessione rilevate nel 2012. Il resto delle province evidenzia andamenti negativi, in particolare Rovigo (-15%), che subisce un'importante contrazione nel corso del primo anno ed una più contenuta durante il 2013. Si sottolinea il fatto che, in termini assoluti, le variazioni inerenti le *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse* coinvolgono un numero esiguo di unità locali rispetto alle altre divisioni del settore.

In questo contesto, la Marca Trevigiana presenta una decrescita complessiva del 4,4%, superiore alla media regionale.

Per un maggior dettaglio, viene di seguito riproposto il confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, in relazione alle dinamiche delle prime cinque classi del settore – nel complesso delle tre divisioni da cui è composto – selezionate per numerosità di unità locali (Tab. 12).

A livello regionale, solo la classe degli *alberghi e strutture simili* registra una variazione negativa (-0,5%), con la perdita di 17 unità locali. Sono, invece, le *attività delle agenzie di viaggio* a presentare la crescita maggiore (+23%), con un incremento di 139 imprese. Importante evidenziare tale dato nel contesto della flessione registrata proprio nella divisione delle *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse*.

A livello provinciale, solo la classe dei *ristoranti e attività di ristorazione mobile* manifesta una decrescita (-1,2%), con l'uscita dal mercato di 32 aziende. La variazione positiva maggiore si rileva negli *alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni* (+29,5%), con l'ingresso di 23 nuove attività.

### SERVIZI

Anche il settore dei servizi, durante il biennio considerato, registra un andamento lineare crescente. Rispetto al 2011, le imprese entrate a far parte del mercato sono 2.016 (Tab. 13). Un aumento contenuto (+1,9%), ma costante negli anni, a conferma della solidità del settore e della capacità intrinseca delle aziende che vi appartengono di reagire alla crisi.

Nel complesso, tutte le province venete presentano valori in aumento. Verona evidenzia le variazioni più importanti, sia in termini assoluti (con l'aumento di 767 unità locali) che in termini percentuali (+2,9%), mentre Vicenza e Treviso quelle meno consistenti, rispettivamente dello 0,4% e dello 0,9%.

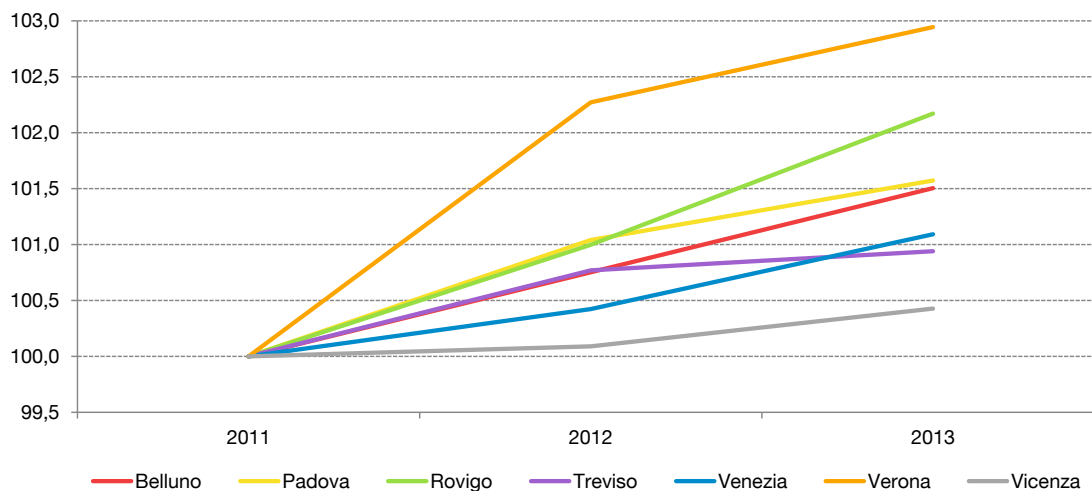
Le dinamiche settoriali dal 2011 al 2013 (Fig. 55) mostrano trend lineari positivi lungo l'intero periodo per Rovigo, Belluno Venezia e Vicenza. Nelle altre province la crescita risulta più sostenuta durante il 2012 e in lieve contenimento nel corso del 2013.

Tabella 13 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei servizi per provincia  
(valori assoluti e %)

	2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
				Var. ass.	Var. %
Belluno	4.122	4.153	4.184	62	1,5%
Padova	29.695	30.004	30.162	467	1,6%
Rovigo	6.222	6.284	6.357	135	2,2%
<b>Treviso</b>	<b>25.251</b>	<b>25.445</b>	<b>25.488</b>	<b>237</b>	<b>0,9%</b>
Venezia	22.732	22.828	22.980	248	1,1%
Verona	26.059	26.651	26.826	767	2,9%
Vicenza	23.483	23.504	23.583	100	0,4%
<b>VENETO</b>	<b>137.564</b>	<b>138.869</b>	<b>139.580</b>	<b>2.016</b>	<b>1,5%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 55 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei servizi per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## LOGISTICA - LETTERE H E N (ESCLUSO IL CODICE 79)

L'andamento delle *attività di trasporto e magazzinaggio e di noleggio e i servizi di supporto alle imprese* (Fig. 56) registra una minima flessione della divisione (-0,3%), in controtendenza rispetto alla variazione media positiva dell'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali evidenziano andamenti eterogenei fra le varie province. Di quelle in crescita tra il 2011 e il 2012, Rovigo e Padova continuano a seguire trend positivi, mentre Verona e Treviso vedono ridursi nel 2013 il margine acquisito in precedenza. Quest'ultima, in particolare, subisce un calo dell'1,8% solo nel corso dell'ultimo anno.

Nel corso del biennio, la contrazione della Marca Trevigiana (-1,2%) è superiore alla media regionale.

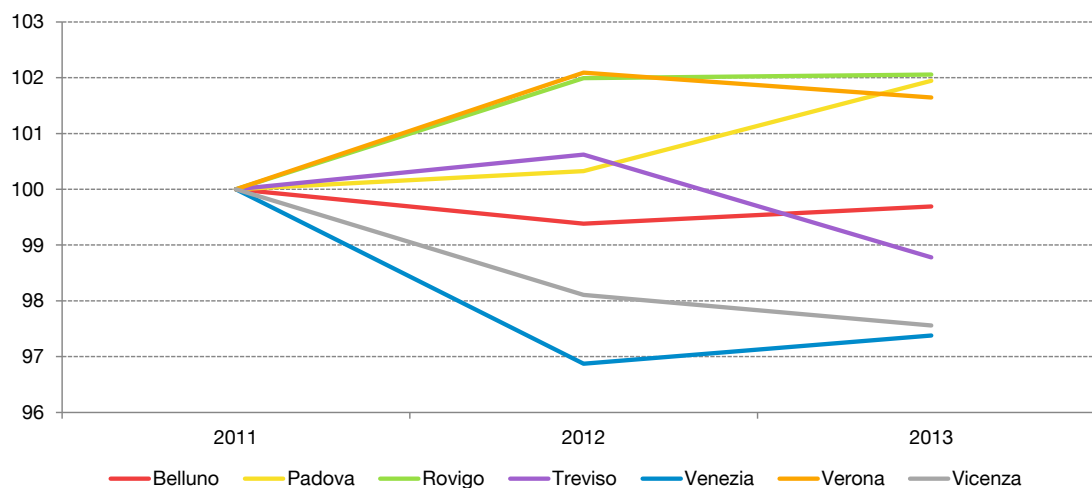
## COMUNICAZIONE - LETTERA J

L'andamento dei *servizi di informazione e comunicazione* (Fig. 57) registra una crescita della divisione (+1,3%), in linea con la variazione media dell'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali evidenziano, anche in questo caso, andamenti eterogenei fra le varie province. Padova e Verona presentano trend lineari crescenti lungo tutto il periodo, mentre Vicenza e Belluno subiscono una flessione nel corso del 2013. Quest'ultima, in particolare, perde il doppio delle unità locali acquisite durante l'anno precedente. Il resto delle province inizia il periodo con un calo, per poi manifestare un incremento dal 2012 al 2013.

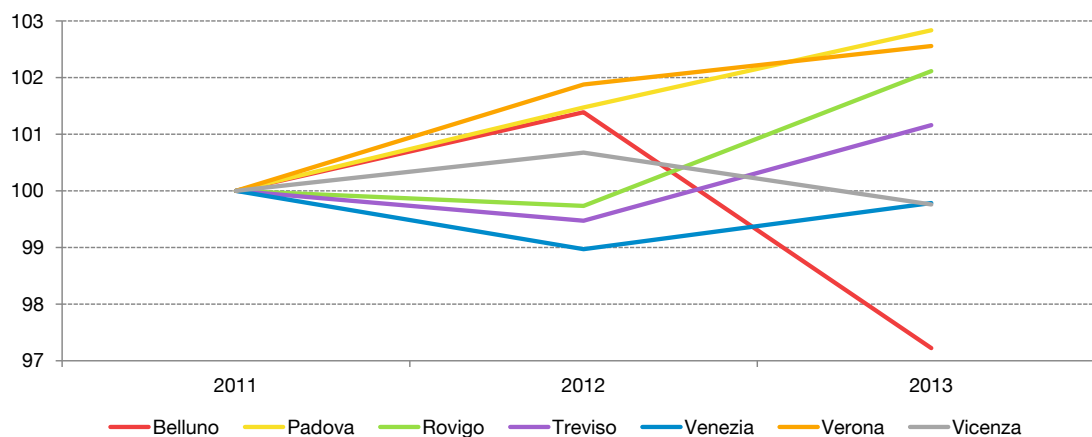
In questo contesto, la Marca Trevigiana presenta una crescita complessiva (+1,2%) in media con quella regionale.

Figura 56 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Logistica per provincia (numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 57 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Comunicazione per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

#### FINANZA - LETTERA K

L'andamento delle *attività finanziarie e assicurative* (Fig. 58) registra una crescita importante nella divisione (+4,3%), nettamente superiore alla variazione media registrata dall'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali (Fig. 56) evidenziano, in generale, andamenti omogenei e crescenti in tutte le province ad eccezione di Rovigo, in perdita lungo l'intero periodo (-4,7%). Delle restanti, Verona, Padova e Treviso mantengono trend positivi costanti, Venezia e Vicenza subiscono un contenimento nel corso dell'ultimo anno, mentre Belluno da una situazione iniziale negativa conclude con un incremento di unità locali rispetto al 2011.

Nel complesso, la Marca Trevigiana presenta una crescita (+3,9%) inferiore a quella media regionale.

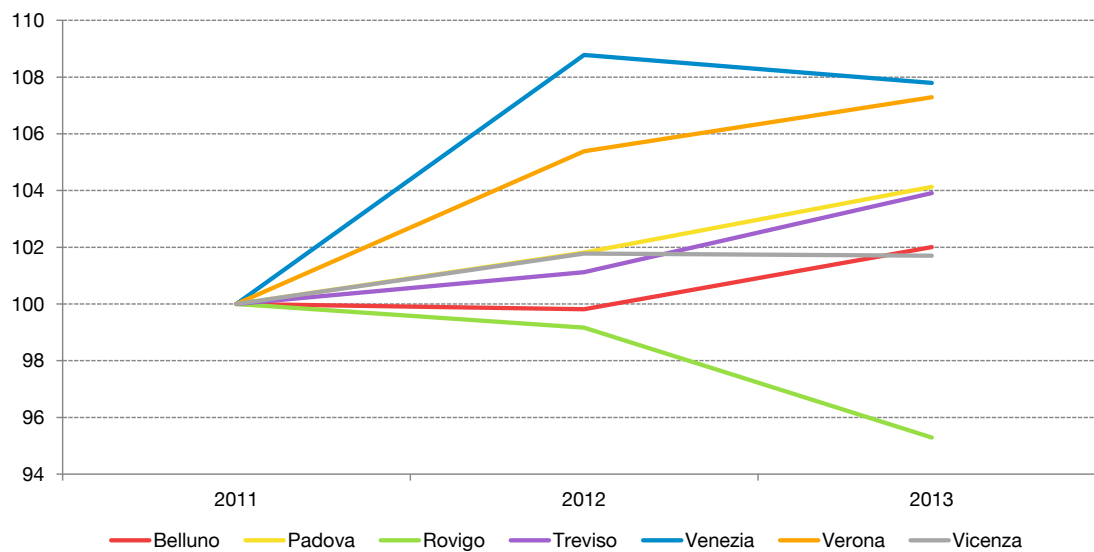
#### ATTIVITÀ IMMOBILIARI - LETTERA L

L'andamento delle *attività di compravendita, affitto e gestione di immobili* (Fig. 59) registra una crescita limitata della divisione (+0,3%), inferiore alla variazione media dell'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali (Fig. 57) evidenziano, in generale, andamenti annuali più regolari. Belluno e Rovigo presentano la crescita più alta, rispettivamente del 7,4% e del 5,7%. Delle restanti province, Venezia e Verona mantengono trend lineari positivi, mentre Treviso, Vicenza e Padova chiudono il periodo con una perdita di unità locali rispetto al 2011.

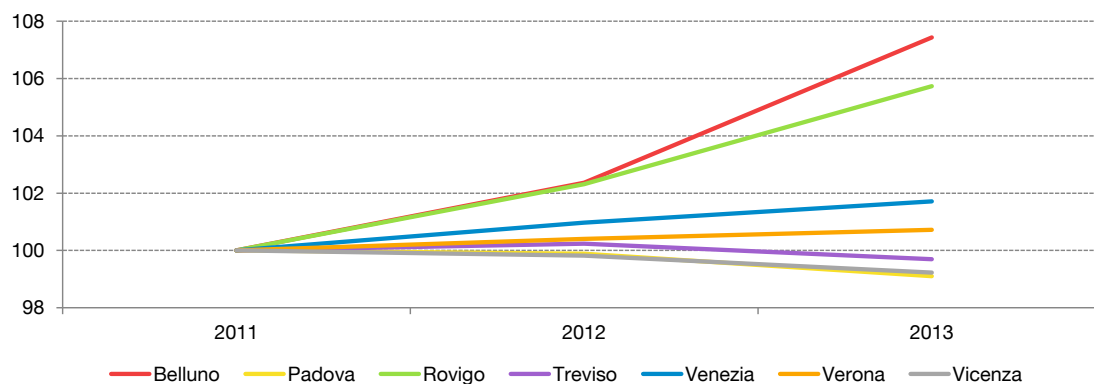
Nel complesso, la Marca Trevigiana presenta una flessione (-0,3%) in contrasto con la seppur esigua crescita media regionale.

Figura 58 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Finanza per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 59 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO delle Attività immobiliari per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

## ATTIVITÀ PROFESSIONALI - LETTERA M

L'andamento delle *attività professionali, scientifiche e tecniche* (Fig. 60) registra una modesta crescita della divisione (+0,4%), inferiore alla variazione media dell'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali evidenziano andamenti piuttosto eterogenei fra le varie province. La maggior parte di esse presenta dinamiche positive nel corso del 2012, ad eccezione di Belluno (che si mantiene costante) e di Rovigo (che subisce un calo di 1,1 punti percentuali). Nel corso del 2013, Vicenza e Belluno rilevano un leggero rialzo mentre Verona si stabilizza ai livelli del 2012. Treviso, Venezia e Padova evidenziano un calo di tendenza, mentre Rovigo compensa la precedente perdita, con un incremento del 3,3%.

Nel complesso, la Marca Trevigiana consegue una crescita (+0,5%) in linea con la media regionale.

## SOCIALE - LETTERE O, P, Q, R E S

L'andamento delle *attività di amministrazione pubblica e difesa, di istruzione, di sanità e assistenza sociale, le attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento e le altre attività di servizi* (Fig. 61) registra un discreto aumento della divisione (+3,8%), superiore alla variazione media dell'intero settore (+1,5%).

Le dinamiche settoriali evidenziano andamenti abbastanza omogenei. Tutte le province venete presentano trend lineari crescenti lungo l'intero periodo considerato, ad eccezione di Belluno, che nel corso del 2013 subisce una flessione, concludendo comunque il biennio in positivo rispetto al 2011.

Nel complesso, la Marca Trevigiana evidenzia una tendenza crescente delle unità locali (+3%), leggermente inferiore alla media regionale.

Figura 60 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO delle Attività professionali per provincia (numero indice 2011 = 100)

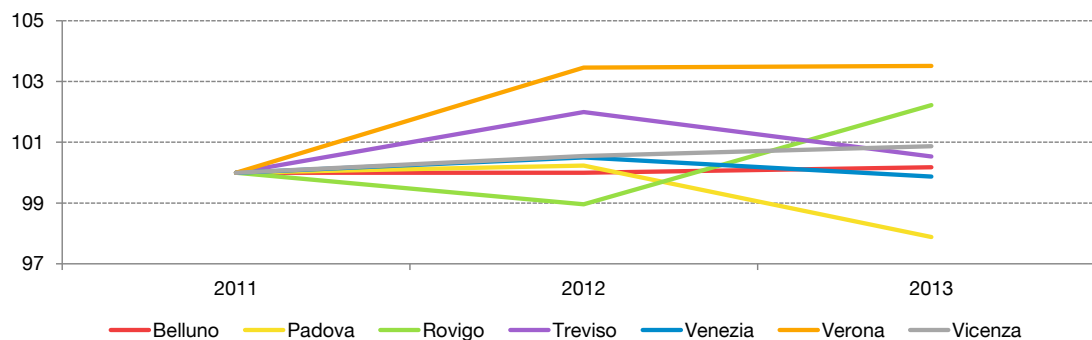
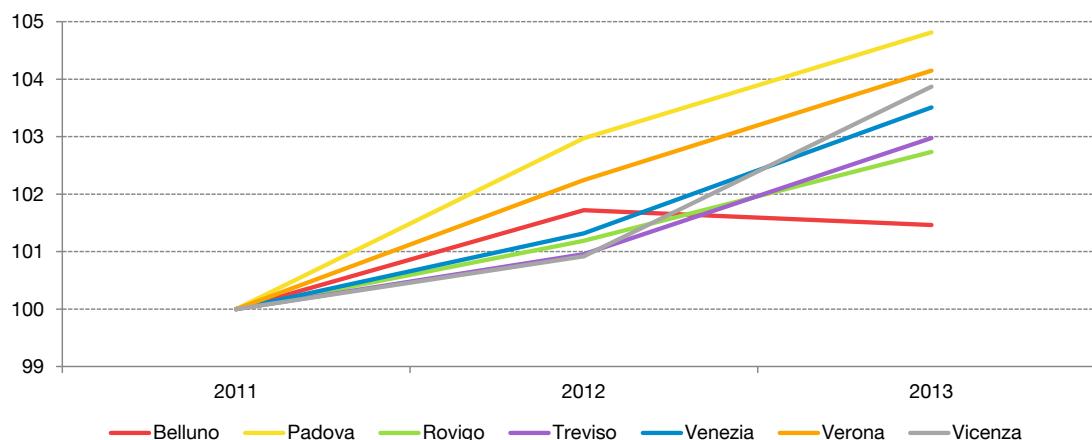


Figura 61 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO del Sociale per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Per un maggior dettaglio, viene di seguito riproposto il confronto fra la regione del Veneto e la provincia di Treviso, in relazione alle dinamiche delle prime classi di ogni categoria componente il settore, selezionate per numerosità di unità locali (Tab. 14).

A livello regionale, sono solamente due le classi che subiscono una flessione rispetto al 2011: il *trasporto di merci su strada* (-5,5%) nella Logistica, con la perdita di 618 unità locali, e *l'elaborazione dei dati, hosting e attività connesse* (-2,3%) nella Comunicazione.

Registrano, invece, incrementi importanti dall'inizio del periodo *l'affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing* (+11%) nelle Attività immobiliari (comparto che durante il biennio precedente non occupava il primo

posto di questa categoria), con l'apertura di 1.330 nuovi esercizi, e la *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale* (+12%) nelle Attività professionali.

A livello provinciale, presentano variazioni negative significative la *compravendita di beni immobili effettuata su beni propri* (-9%) nelle Attività immobiliari, con la chiusura di 291 imprese, e il *trasporto di merci su strada* (-9,1%) nella Logistica.

Viceversa, si evidenziano crescite consistenti nelle *attività di agenti e mediatori di assicurazioni* (+9,5) della Finanza, con l'aumento di 100 unità, e nella *consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale* (+7,6%) delle Attività professionali.

Tabella 14 - Veneto. Dinamica recente della prima classe di ogni categoria di servizi  
(valori assoluti e %)

TREVISO		2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
					Var. ass.	Var. %
LOGISTICA	Trasporto di merci su strada	2.086	2.048	1.896	-190	-9,1%
COMUNICAZIONE	Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	745	741	742	-3	-0,4%
FINANZA	Attività di agenti e mediatori di assicurazioni	1.053	1.074	1.153	100	9,5%
A. IMMOBILIARI	Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri	3.241	3.106	2.950	-291	-9,0%
A. PROFESSIONALI	Consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale	654	715	704	50	7,6%
SOCIALE	Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici	2.156	2.164	2.167	11	0,5%
VENETO		2011	2012	2013	Variazione 2011-2013	
					Var. ass.	Var. %
LOGISTICA	Trasporto di merci su strada	11.219	10.935	10.601	-618	-5,5%
COMUNICAZIONE	Elaborazione dei dati, hosting e attività connesse	4.455	4.397	4.352	-103	-2,3%
FINANZA	Attività di agenti e mediatori di assicurazioni	5.564	5.734	5.963	399	7,2%
A. IMMOBILIARI	Affitto e gestione di immobili di proprietà o in leasing	12.059	12.804	13.389	1.330	11,0%
A. PROFESSIONALI	Consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale	3.394	3.619	3.801	407	12,0%
SOCIALE	Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici	12.425	12.450	12.479	54	0,4%

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere



02

# IL MERCATO DEL LAVORO





*La contrazione dell'attività produttiva, dall'avvio della crisi, ha segnato profondamente il tessuto economico e ha limitato le opportunità di lavoro, portando negli ultimi anni ad una profonda caduta occupazionale. In questo contesto, l'anno appena trascorso non si è rivelato più semplice dei precedenti, tardando l'arrivo di forti segnali di ripresa economica. Secondo i dati diffusi dall'ISTAT, nel corso del 2013 l'occupazione italiana è diminuita, in media, di 478 mila unità (-2,1% rispetto all'anno precedente), principalmente nelle fasce di età 15-34 anni (-482 mila unità) e 35-49 anni (-235 mila unità). A fronte delle problematiche lavorative riscontrate dai più giovani, si registra la crescita degli occupati con almeno 50 anni di età (+239 mila). Permane, inoltre, l'aumento dei lavoratori part-time rispetto a quelli impiegati a tempo pieno. Se da un lato il tasso di occupazione nazionale si attesta al 55,6% (1,1 punti percentuali al di sotto del 2012), dall'altro il tasso di disoccupazione raggiunge il 12,2%, in crescita rispetto all'anno precedente (10,7%). Le difficoltà nel trovare e mantenere una posizione lavorativa o nell'assumere lo status di lavoratore indipendente non sembrano presentare discriminazioni di sorta: la fase recessiva in atto colpisce indistintamente maschi e femmine, italiani e stranieri e tutti i settori dell'economia. In particolare, nel terziario la diminuzione degli occupati fa registrare 191 mila lavoratori in meno rispetto al 2012, pari a -1,2%. All'interno di questo sono i servizi – nello specifico alle imprese e alle famiglie – a mantenere una tendenza crescente.*

## 2.1 La Consistenza Occupazionale

Le difficoltà del mercato di lavoro rilevate a livello nazionale si manifestano anche nel contesto regionale.

Nel 2013, in Veneto, l'occupazione è diminuita del 2,5%, per un totale indicativo di 54 mila lavoratori in meno rispetto all'anno precedente (Tab. 15). Allo stesso modo, nella provincia di Treviso, si è registrato un calo occupazionale del 2%, corrispondente ad una perdita complessiva di circa 8 mila unità.

La correlazione fra il quadro regionale e quello provinciale si riscontra anche nel tasso di disoccupazione, che si attesta al 7,6% in Veneto e al 7,3% nella Marca Trevigiana. In entrambi i casi, ad essere maggiormente colpita è la componente

femminile, che registra un tasso di disoccupazione pari al 9,5% in regione e all'8,1% in provincia.

La distribuzione degli occupati per settore di attività nella Marca Trevigiana rispecchia quella regionale (Tab. 16): il maggior numero di lavoratori è impiegato nel settore terziario, che assorbe circa il 62% dell'occupazione totale in Veneto e il 56% in provincia di Treviso, rispettivamente con 1,3 milioni e 214 mila occupati. Seguono il secondario, con il 35% e il 41% (724 mila occupati in Veneto e 157 mila in provincia di Treviso) ed il primario, con il 3% ad entrambi i livelli (66 mila occupati in Veneto e 12 mila in provincia di Treviso).

Tabella 15 - Veneto e Treviso. Variabili occupazionali per sesso, 2013  
(valori in migliaia, assoluti e %)

	VENETO		TREVISO	
	Val. ass.	Comp. %	Val. ass.	Comp. %
<b>OCCUPATI</b>				
<i>Maschi</i>	1.220	58,6%	220	57,4%
<i>Femmine</i>	862	41,4%	163	42,6%
Totale occupati	2.082	100%	383	100%
<b>PERSONE IN CERCA DI OCCUPAZIONE</b>				
<i>Maschi</i>	80	46,8%	16	53,3%
<i>Femmine</i>	91	53,2%	14	46,7%
Totale disoccupati	171	100%	30	100%
<b>TASSO DI DISOCCUPAZIONE</b>				
<i>Maschi</i>	6,2%		6,7%	
<i>Femmine</i>	9,5%		8,1%	
Totale	7,6%		7,3%	

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati ISTAT

Si nota come, nella ripartizione fra i tre grandi macrosettori economici, il peso dell'industria risulti superiore nella Marca Trevigiana rispetto al contesto regionale. Il terziario si conferma il settore predominante per quanto attiene all'occupazione, sia in Veneto che in provincia di Treviso.

Si evidenzia, in modo particolare, all'interno del terziario

la prevalenza di posizioni lavorative dipendenti (970 mila in Veneto e 156 mila in provincia di Treviso) su quelle indipendenti (322 mila in Veneto e 58 mila in provincia di Treviso). Il quadro provinciale presenta una percentuale maggiore di occupati indipendenti (27%), superando di due punti il dato regionale.

Tabella 16 - Veneto e Treviso. Occupati per settore di attività economica e posizione, 2013  
(valori in migliaia)

		VENETO	di cui TREVISO	
			Val.ass.	Comp. %
AGRICOLTURA	<i>Dipendenti</i>	21	6	28,6%
	<i>Indipendenti</i>	45	6	13,3%
	Totale occupati	66	12	18,2%
INDUSTRIA	<i>Dipendenti</i>	593	136	22,9%
	<i>Indipendenti</i>	131	21	16,0%
	Totale occupati	724	157	21,7%
di cui: in senso stretto	<i>Dipendenti</i>	505	119	23,6%
	<i>Indipendenti</i>	71	14	19,7%
	Totale occupati	576	133	23,1%
TERZIARIO	<i>Dipendenti</i>	970	156	16,1%
	<i>Indipendenti</i>	322	58	18,0%
	Totale occupati	1.292	214	16,6%
TOTALE ECONOMIA	<i>Dipendenti</i>	1.584	298	18,8%
	<i>Indipendenti</i>	498	85	17,1%
	Totale occupati	2.082	383	18,4%

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati ISTAT

## 2.2 La Consistenza e la Diffusione degli Imprenditori

Nel 2013 in Veneto gli imprenditori attivi nel terziario sono 408.081, in calo dell'1,8% rispetto ai valori registrati al 2011<sup>7</sup>. Di questi, il 18% è presente nella provincia di Treviso, per un ammontare pari a 73.155 imprenditori (-1,5% rispetto al 2011 e -0,7% rispetto al 2012).

La ripartizione settoriale (Tab. 17) evidenzia che, sia all'interno della regione che della provincia, circa la metà degli imprenditori del terziario opera nei servizi (rispettivamente il 49% e il 52%). Dei restanti, buona parte è attiva nel commercio (circa il 37% degli imprenditori sul totale in entrambe le dimensioni territoriali) e in misura minore nel turismo (rispettivamente il 13% e l'11%).

L'incidenza per settore economico della provincia di Treviso sul totale regionale rimane pressoché invariata rispetto ai dati forniti nel report precedente.

Anche rispetto alle classi di età, la Marca Trevigiana presenta una distribuzione conforme a quella regionale (Fig. 62).

Nel 2013 la classe predominante all'interno del terziario è quella compresa *tra i 30 e i 49 anni*, che copre circa il 47,4% delle posizioni venete attive e il 46,8% di quelle provinciali. Segue quella *tra i 50 e i 69 anni*, che si attesta intorno al 40,2% in Veneto e sale al 41,3% a Treviso. L'imprenditoria giovanile, individuata nella classe d'età *tra i 18 e i 29 anni*,

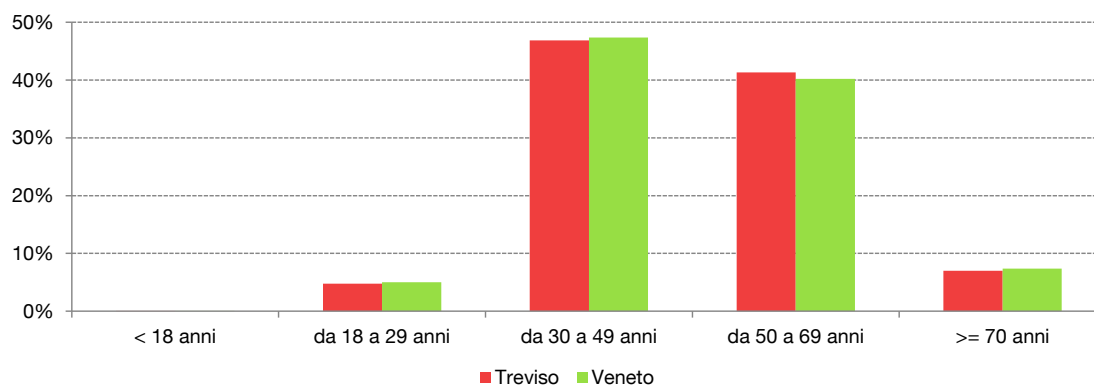
Tabella 17 - Veneto e Treviso. Imprenditori del terziario per settore, 2013  
(valori assoluti e %)

	VENETO	di cui TREVISO	
		Val.ass.	Comp. %
Commercio	152.670	27.104	18%
Turismo	54.470	7.905	15%
Servizi	200.941	38.146	19%
<b>TERZIARIO</b>	<b>408.081</b>	<b>73.155</b>	<b>18%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

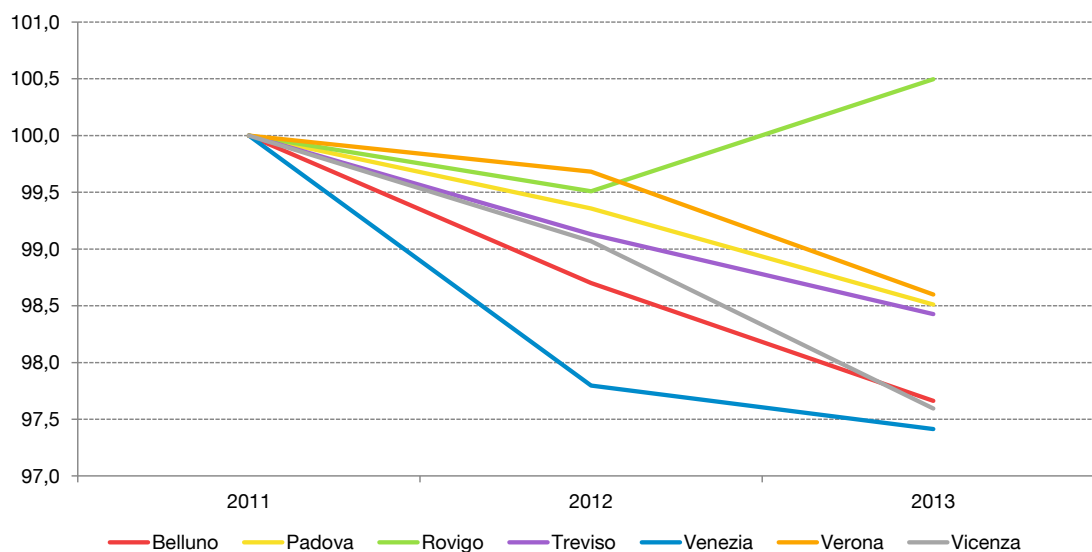
7. I dati presentati nel General Report 2013 non comprendevano gli imprenditori "non classificati" che, invece, sono inclusi nelle elaborazioni del General Report 2014.

Figura 62 - Veneto e Treviso. Imprenditori del terziario per classe d'età, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 63 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del terziario per provincia (numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

costituisce in media il 4,9% del totale degli imprenditori. Significativa anche la quota degli *ultrasettantenni*, che continua a presidiare l'attività imprenditoriale e che rappresenta, in media, il 7,2% dei lavoratori in entrambi i contesti.

Rispetto al 2011, sia nella provincia che nella regione, si evidenzia una variazione in aumento per le classi d'età *tra i 50 e i 69 anni* (+2,1%) e gli *ultra settantenni* (+0,8%), mentre risultano in calo, sebbene di poco, i *giovani imprenditori* (-0,2%) e la classe d'età *tra i 30 e i 49 anni* (-0,7%). Nell'arco del periodo considerato, si può notare un lieve, ma costante, invecchiamento della classe imprenditoriale.

Dall'analisi della dinamica recente degli imprenditori del terziario (Fig. 63), emerge nell'arco dell'ultimo biennio un trend decrescente che coinvolge pressoché tutte le province, sebbene con variazioni annuali differenti: nelle province di Belluno, Padova e Treviso la flessione è stata progressiva nel corso dei tre anni; nella provincia di Venezia si è assistito ad un repentino calo nel 2012, che è andato attenuandosi nel corso dell'anno seguente; nelle province di Verona e Vicenza la contrazione è stata più acuta nell'ultimo anno considerato. Sola eccezione è Rovigo, che presenta un trend negativo fino al 2012, per poi delineare una dinamica positiva nel corso del 2013, registrando un aumento degli imprenditori rispetto a inizio periodo.

Per approfondire l'analisi della struttura del tessuto imprenditoriale del terziario all'interno del territorio regionale, è utile ricorrere ad alcuni indicatori, che permettono di ottenere una fotografia più dettagliata del panorama di riferimento.

Figura 64 - Veneto. Indice di orientamento imprenditoriale del terziario, 2013



Provincia	Indice di orientamento
Padova	90,8
Verona	84,4
Venezia	83,6
Treviso	82,8
Vicenza	79,9
Rovigo	73,3
Belluno	69,2

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere e ISTAT

#### Indice di orientamento imprenditoriale

L'indice di orientamento imprenditoriale del terziario in Veneto (Fig. 64) è calcolato come il numero di imprenditori



ogni 1.000 abitanti residenti. Il valore medio regionale al 2013 si attesta all'83,2‰ e solo tre province superano tale soglia: la maggior concentrazione di figure imprenditoriali si osserva nella provincia di Padova (90,8‰), seguita da Verona (84,4‰) e Venezia (83,6‰). Treviso si colloca al quarto posto, con un indice di orientamento imprenditoriale dell'82,8‰. Le concentrazioni minori si rilevano nelle province di Rovigo (73,3‰) e di Belluno (69,2‰).

Dal confronto con i dati rilevati al 2011, si evince come i valori relativi alla concentrazione imprenditoriale siano diminuiti nel corso del biennio in tutte le province venete. Treviso, in particolare, perde una posizione, con una riduzione dell'indice di 0,6 punti.

#### Indice di ricambio generazionale

L'indice di ricambio generazionale (Fig. 65) è calcolato come il rapporto tra gli imprenditori di età compresa tra i 18 e i 29 anni<sup>8</sup> e gli imprenditori con più di 70 anni. Assume valore 1 nel caso di equilibrio, valori inferiori a 1 nel caso di ricambio difficoltoso e superiori a 1 nel caso in cui la prospettiva di ricambio sia buona.

I valori rilevati sul territorio regionale al 2013 oscillano tra 0,57 e 0,97, indicando un certo grado di difficoltà per i giovani imprenditori a subentrare a quelli più anziani. L'indice medio regionale si attesta a 0,68 e solo tre province eguagliano o superano tale soglia: Rovigo è quella che registra la migliore

Figura 65 - Veneto. Indice di ricambio generazionale degli imprenditori del terziario, 2013

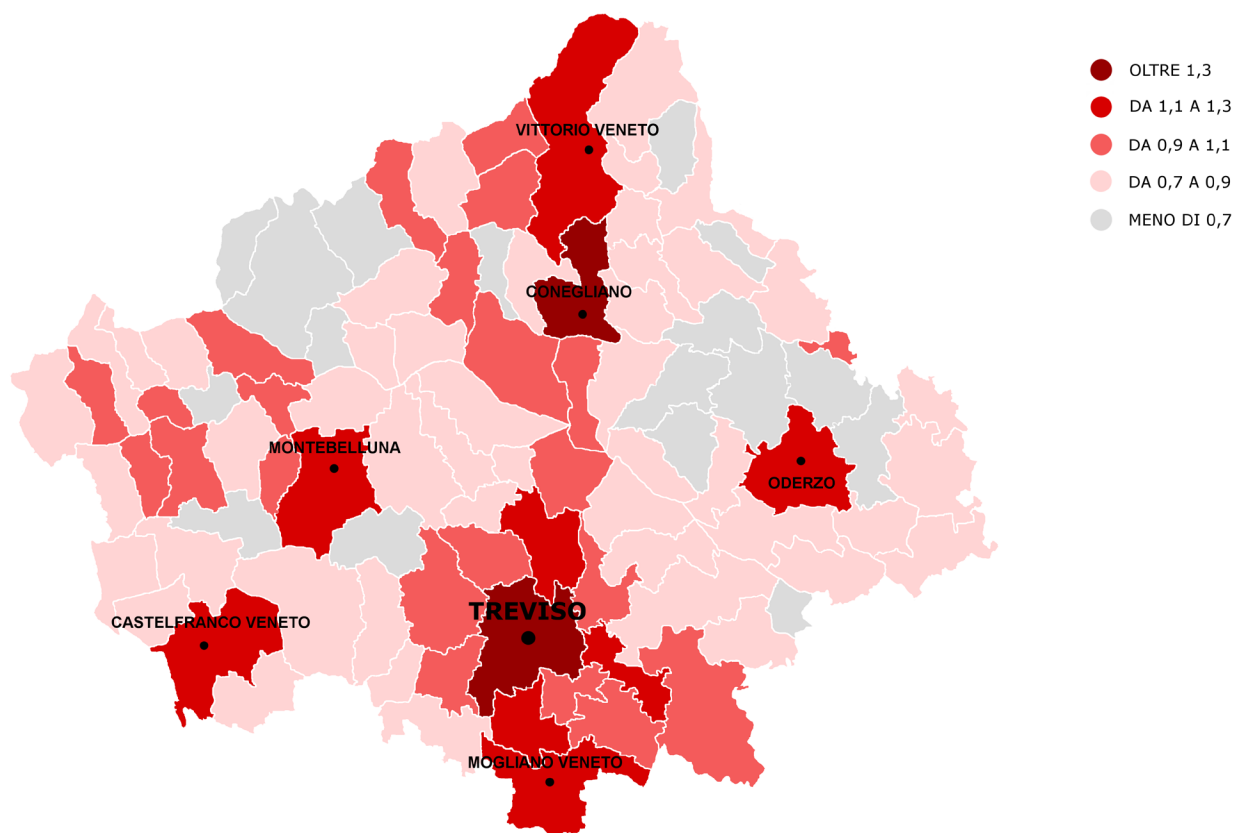


Provincia	Indice di ricambio
Rovigo	0,97
Verona	0,75
Treviso	0,68
Vicenza	0,67
Venezia	0,63
Padova	0,63
Belluno	0,57

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

8. La fascia d'età tra i 18 e i 29 anni, considerata per il calcolo dell'indice, rappresenta una delle classi estreme. Si presume, infatti, che parte degli individui sia ancora in fase di formazione. Allo stesso modo, per la classe degli ultrasettantenni, si presume che parte di essi sia in pensione.

Figura 66 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del terziario, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

*performance*, avvicinandosi ad un punteggio di perfetto equilibrio (0,97); seguono Verona (0,75) e Treviso (0,68), quest'ultima in linea con il livello regionale. Assumono valori inferiori alla media Vicenza (0,67), Venezia (0,63) e Padova (0,63). Belluno è la provincia con la maggior criticità per quel che riguarda il ricambio generazionale (0,57).

In tutte le province i valori dell'indice risultano inferiori a quelli registrati nel corso del 2011. In particolare la Marca Trevigiana perde una posizione all'interno della classifica provinciale, con una variazione negativa di 0,11 punti. Verona e Rovigo mantengono, invece, un indice superiore al livello medio regionale, che rimane invariato dal 2011.

## Indice di specializzazione settoriale

L'indice di specializzazione settoriale<sup>9</sup> permette il confronto tra “il numero degli imprenditori attivi in un settore sul totale economia di uno specifico territorio” e “il numero degli imprenditori dello stesso settore sul totale economia di un territorio più vasto”. In questo caso, esprime il grado di vocazione all'imprenditoria terziaria di un comune, evidenziandone la corrispondenza o meno con quello registrato dalla provincia. In particolare, se assume valori maggiori di 1 l'area risulta altamente specializzata, viceversa se assume valori minori di 1 risulta despecializzata.

L'indice di specializzazione degli imprenditori del terziario della Marca Trevigiana (Fig.66) presenta, al 2013, valori compresi tra 0,4 e 1,4. La media della provincia, calcolata in riferimento alla dimensione regionale, si attesta a 0,96 e solamente il 24% dei comuni supera tale soglia.

I più specializzati nel settore sono Treviso, Conegliano e, in generale, quelli situati in corrispondenza dell'asse nord-sud della provincia, che va da Mogliano Veneto fino a Vittorio Veneto. In particolare, l'area attorno al capoluogo sembra quella più interessata ad un effetto *spillover* positivo. Al di fuori dell'asse, la specializzazione del terziario risulta particolarmente raccolta nei grandi centri abitati, come Montebelluna, Castelfranco Veneto e Oderzo. Il resto del territorio registra valori dell'indice molto bassi.

## 2.2.1 Gli Imprenditori del Commercio

Il numero degli imprenditori attivi al 2013, nel settore del commercio della Marca Trevigiana, è di 27.104, pari al 37% del totale del terziario provinciale. Tale proporzione rispetta quella registrata a livello regionale dove, nello stesso periodo di riferimento, si contano 152.670 imprenditori, corrispondenti ad oltre un terzo del totale terziario del Veneto.

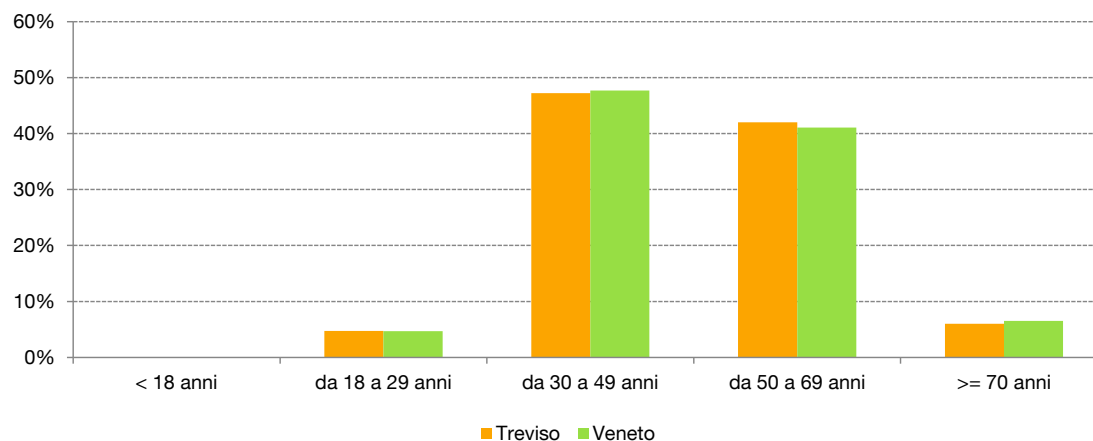
Quasi la metà degli imprenditori trevigiani impegnati nel comparto commerciale, ovvero il 47,2%, rientra nella classe di età compresa *tra i 30 e i 49 anni*, mentre il 42% appartiene a quella *tra i 50 e i 69 anni* (Fig. 67). La rimanente quota si divide fra il 4,7% dei *giovani imprenditori* e il 6% degli *ultrasessantenni*. La distribuzione provinciale degli imprenditori del commercio per classe di età rispecchia quella regionale.

Rispetto ai dati rilevati nel 2011, sia in provincia di Treviso che in Veneto, si evidenzia una variazione in aumento per la classe d'età *tra i 50 e i 69 anni* (+2,8%) e per gli *ultrasessantenni* (+0,6%), mentre risultano in diminuzione la classe d'età *tra i 30 e i 49 anni* (-3,3%) e, sebbene di poco, i *giovani imprenditori* (-0,1%). Ciò sembrerebbe indicare un quadro caratterizzato da una mancanza di nuovi ingressi e da un progressivo invecchiamento della classe imprenditoriale esistente.

---

$$9. \text{Indice di specializzazione settoriale} = \frac{\frac{\text{imprenditori terziario comune}}{\text{imprenditori totale economia comune}}}{\frac{\text{imprenditori terziario Treviso}}{\text{imprenditori totale economia Treviso}}}$$

Figura 67 - Veneto e Treviso. Imprenditori del commercio per classe d'età, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Osservando la dinamica degli imprenditori attivi, dal 2011 al 2013, è possibile notare un andamento decrescente in tutte le province (Fig. 68).

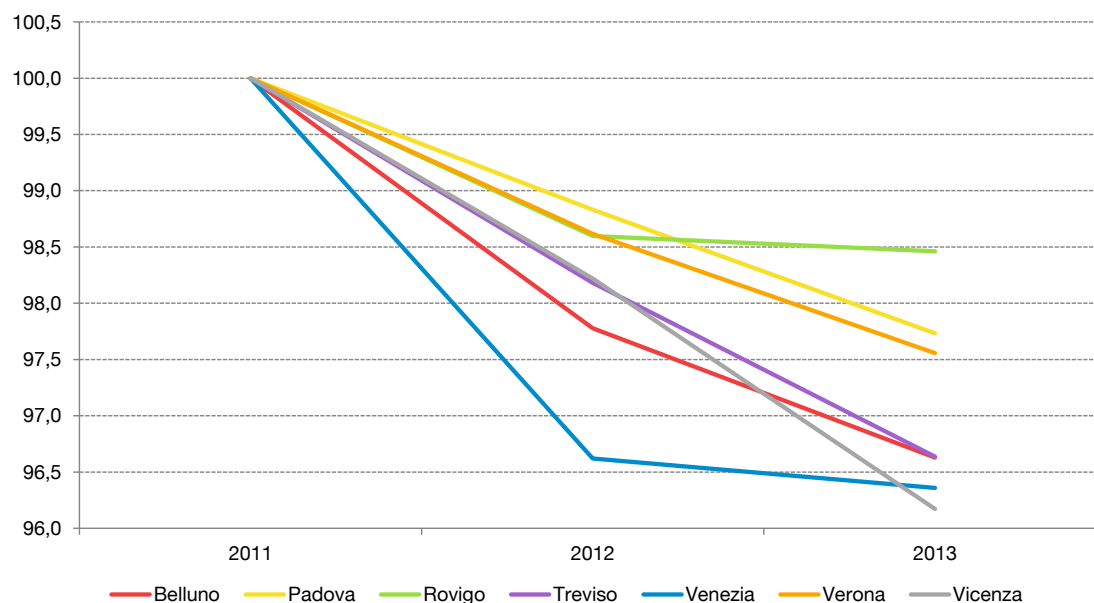
Dall'inizio del biennio in esame, a risentire maggiormente dell'attuale congiuntura economica è stata la provincia di Vicenza, che ha registrato una variazione tendenziale negativa del -3,8%, seguita in successione da Venezia, con un calo del -3,6%, Treviso e Belluno, entrambe in diminuzione del -3,4%. Verona e Padova hanno accusato contrazioni leggermente più contenute, rispettivamente pari al -2,4% e -2,3%, inferiori alla variazione media regionale (-3%). Rovigo è la provincia che, rispetto al

2011, ha subito la flessione più modesta (-1,5%), con un andamento in caduta fino al 2012 e una maggiore stabilità nel corso del 2013.

Per quanto riguarda l'indice di specializzazione degli imprenditori del commercio (Fig. 68), elaborato su base comunale al 2013, il territorio della Marca Trevigiana presenta valori compresi tra 0,54 e 1,37.

La media provinciale, calcolata in riferimento alla dimensione regionale, si attesta a 0,95 e il 46% dei comuni supera tale soglia. Pederobba (1,37) è quello che raggiunge la specializzazione più elevata, seguito

Figura 68 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del commercio per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



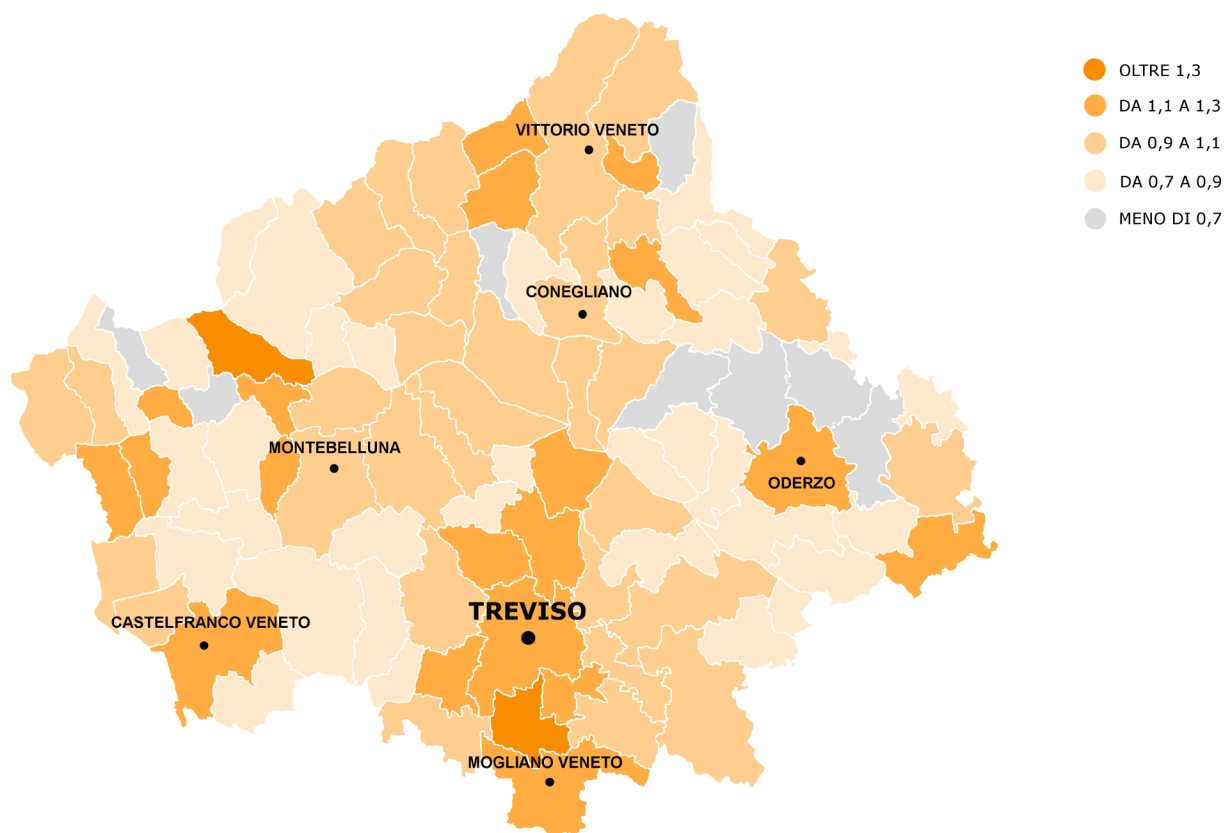
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

da Preganziol (1,31) e Villorba (1,30). Considerando i centri maggiori della provincia, quelli che segnano un valore dell'indice superiore a 1 sono Oderzo, Spresiano, Quinto di Treviso, Castelfranco Veneto, Ponzano Veneto, Casier, Caerano di San Marco, Mogliano Veneto e Treviso.

Osservando la mappa si può notare come l'imprenditoria del commercio sia per lo più diffusa lungo l'asse nord-sud

del territorio, in particolare attorno all'area della "Grande Treviso", permeata da un evidente effetto *spillover* profuso dal capoluogo verso i comuni limitrofi. Buoni valori dell'indice si registrano anche in corrispondenza della zona circostante Montebelluna e in alcune zone ai confini della provincia, anche se la maggior parte dei comuni che si collocano al di fuori dell'asse risultano meno specializzati.

Figura 69 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del commercio, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

### 2.2.2 Gli Imprenditori del Turismo

Nel 2013 la provincia di Treviso conta 7.905 imprenditori attivi nel turismo, una quota che rappresenta l'11% del totale del terziario della Marca Trevigiana. Anche in questo comparto, la proporzione registrata a livello provinciale

rispecchia quella rilevata in regione, dove gli imprenditori impegnati nel turismo sono pari a 54.470 unità, circa il 13% sul totale del terziario del Veneto.

Rispetto a quanto osservato nel commercio, sale la

quota degli imprenditori operanti nel turismo con un'età compresa *tra i 30 e i 49 anni*, rappresentanti oltre la metà del totale (52,7%) di questo settore (Fig. 70). Circa un terzo (34,1%), invece, ha *tra i 50 e i 69 anni*. L'8,7% è costituito da *giovani imprenditori* e solamente il 4,4% da *ultrasessantenni*. Anche nel turismo, la composizione degli imprenditori per età osservata a Treviso segue quella rilevata in Veneto.

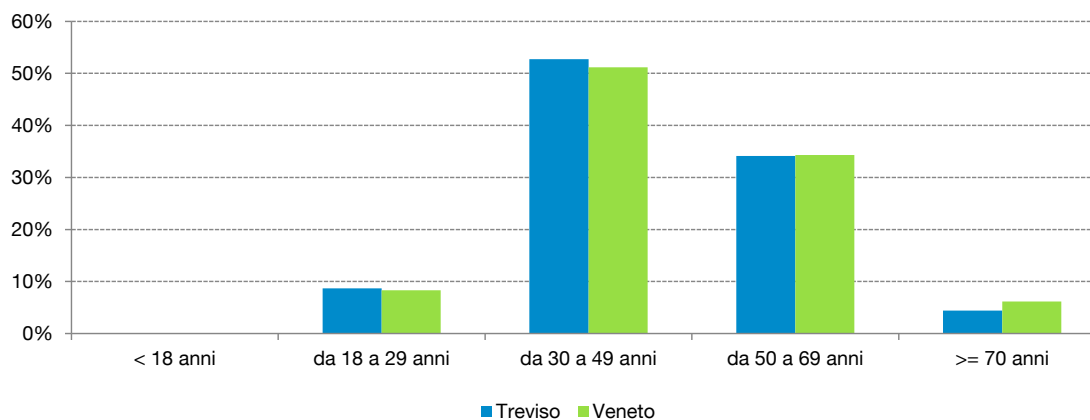
Rispetto al 2011, sia nella provincia che nella regione, si evidenzia una variazione in aumento per la classe d'età *tra i 50 e i 69 anni* (+2,4%) e per gli *ultrasessantenni* (+0,3%), mentre risulta in calo la classe d'età *tra i 30 e i 49 anni* (-2,7%). I *giovani imprenditori* non subiscono, invece, nessuna variazione, mantenendo la medesima quota sul totale provinciale. Anche questo settore sembra essere

caratterizzato da uno slittamento dell'età lavorativa delle fasce intermedie verso l'alto, pur restando quello con la quota più elevata di nuove leve.

Analizzandone la dinamica provinciale degli ultimi anni, il trend emergente non risulta omogeneo (fig. 71).

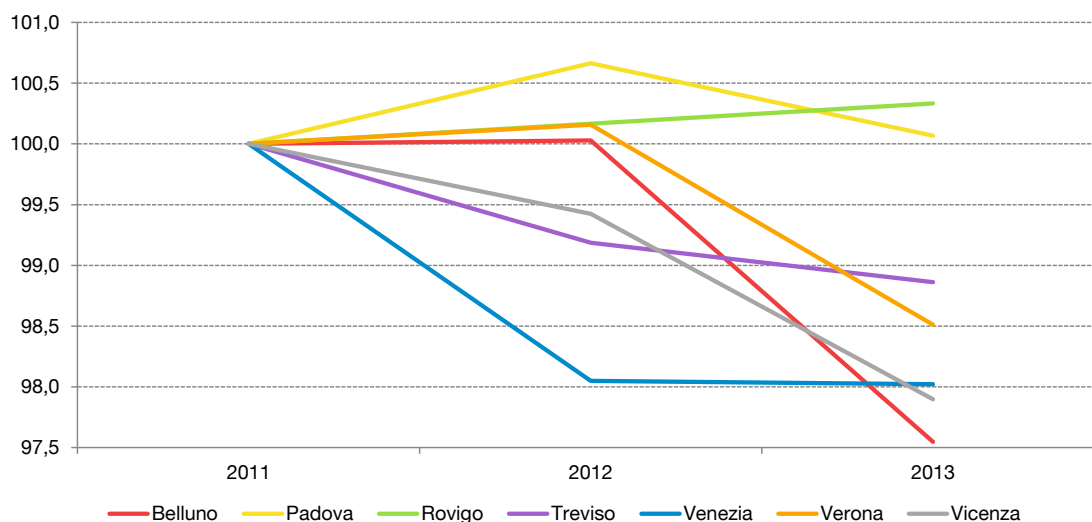
Nel confronto con il 2011, il primo anno del biennio considerato, Belluno (-2,5%), Vicenza (-2,1%), Venezia (-2%) e Verona (-1,5%) registrano le variazioni tendenziali negative maggiormente accentuate e superiori al livello medio regionale (-1,4%). Belluno e Verona, dopo una situazione di stabilità durante il 2012, subiscono un crollo importante nel corso dell'anno successivo; Vicenza presenta un calo costante, più marcato nel 2013; Venezia denota un andamento opposto alle prime due, iniziando

Figura 70 - Veneto e Treviso. Imprenditori del turismo per classe d'età, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 71 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del turismo per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

il periodo con una forte caduta, per poi stabilizzarsi ai livelli del 2012. Anche Treviso mostra un trend negativo simile a quello veneziano, sebbene meno marcato (-1,1%). Risultati opposti si registrano a Rovigo e Padova: la prima segna una crescita costante nei tre anni (+0,3%), mentre la seconda risulta più altalenante, assumendo inizialmente un trend positivo per poi tornare ai livelli di inizio periodo (+0,1%).

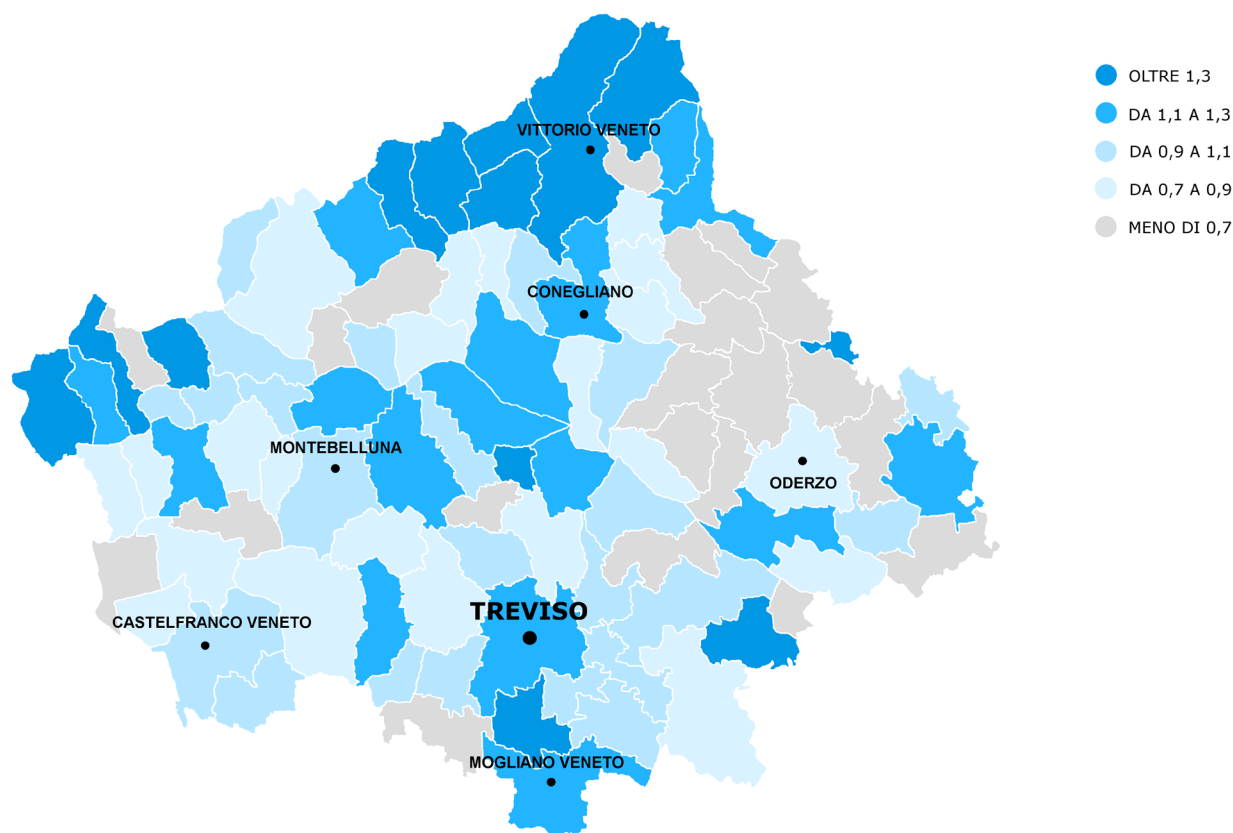
L'indice di specializzazione degli imprenditori del turismo (Fig.72), elaborato su base comunale al 2013, presenta valori compresi tra 0,31 e 2,21. La media provinciale, calcolata in

riferimento alla dimensione regionale, si attesta a 0,78 e ben il 73% dei comuni supera tale soglia, a testimonianza della crescita della vocazione turistica della Marca Trevigiana.

Dalla mappa emerge chiaramente come i comuni maggiormente specializzati in questo settore siano quelli situati nella parte settentrionale del territorio provinciale, in corrispondenza della zona Pedemontana e collinare ricca di offerte enogastronomiche tipiche, come ad esempio Conegliano, Cison di Val Marino, Revine Lago, Borso del Grappa e Tarzo. Oltre a questi, spiccano l'area tra Treviso e Mogliano Veneto che, al di là della vicinanza con Venezia, richiamano ospitalità sia *business* che *leisure*.



Figura 72 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del turismo, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

### 2.2.3 Gli Imprenditori dei Servizi

Nel 2013 in provincia di Treviso si contano 38.146 imprenditori attivi nel comparto dei servizi, impiegati in una vasta gamma di attività che spaziano dal settore del credito a quello assicurativo, dai servizi alla persona alla

comunicazione, dal design all'architettura, dalla formazione alla logistica.

Considerata la molteplicità delle realtà coinvolte, gli imprenditori che operano nel comparto dei servizi

rappresentano una quota consistente che supera la metà del totale del terziario (52%).

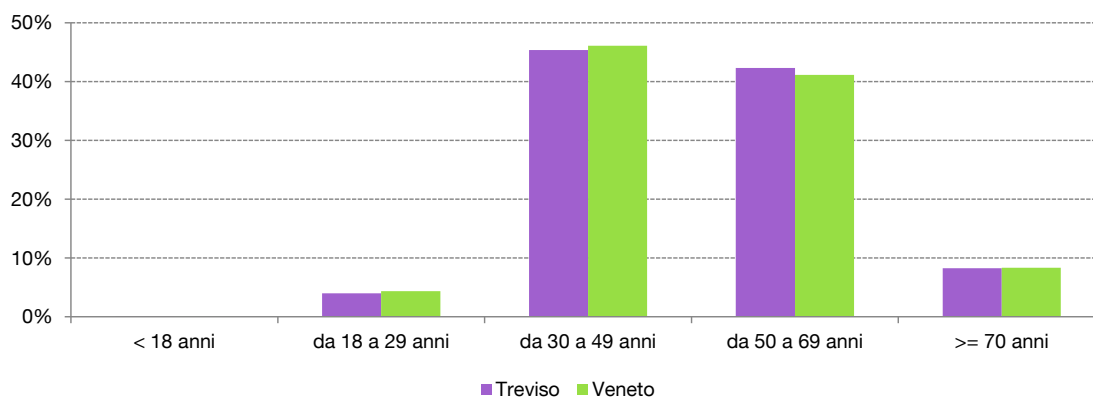
Similarmente a quanto riscontrato negli altri settori del terziario, gli imprenditori dei servizi sono composti per circa il 45,3% da individui rientranti nella classe di età *tra i 30 e i 49 anni* e per il 42,3% nella classe *tra i 50 e i 69 anni* (Fig. 73). Il rimanete 8,3% è rappresentato dagli *ultrasettantenni* e solamente il 4% da *giovani imprenditori*. La composizione degli imprenditori dei servizi della provincia di Treviso non si distanzia da quella regionale. Rispetto al 2011, sia nella provincia che nella regione, si evidenzia una variazione in aumento per la classe d'età *tra i 50 e i 69 anni* (+1,8%) e per gli *ultrasettantenni* (+1,1%), mentre risultano in calo la classe d'età *tra i 30 e i 49 anni* (-2,7%) e, seppur di poco, quella dei *giovani imprenditori* (-0,2%).

Come per il settore del commercio, anche in questo contesto sembra delinarsi una stagnazione del tessuto imprenditoriale, caratterizzato da un ricambio generazionale modesto e da uno slittamento dell'età lavorativa verso l'alto.

La dinamica provinciale recente degli imprenditori dei servizi, durante l'arco di tempo che va dal 2011 al 2013, presenta andamenti eterogenei (Fig. 74).

Venezia mostra un chiaro trend di contrazione lungo l'intero periodo, con un calo del -2% rispetto al 2011. Subiscono perdite meno consistenti Vicenza, Padova e Belluno (quest'ultima più stabile nel corso del 2013), con una variazione percentuale rispetto al primo anno del biennio considerato, che oscilla tra il -1,4% e il -1,2%. Verona, dopo una modesta crescita nel 2012, conclude il periodo

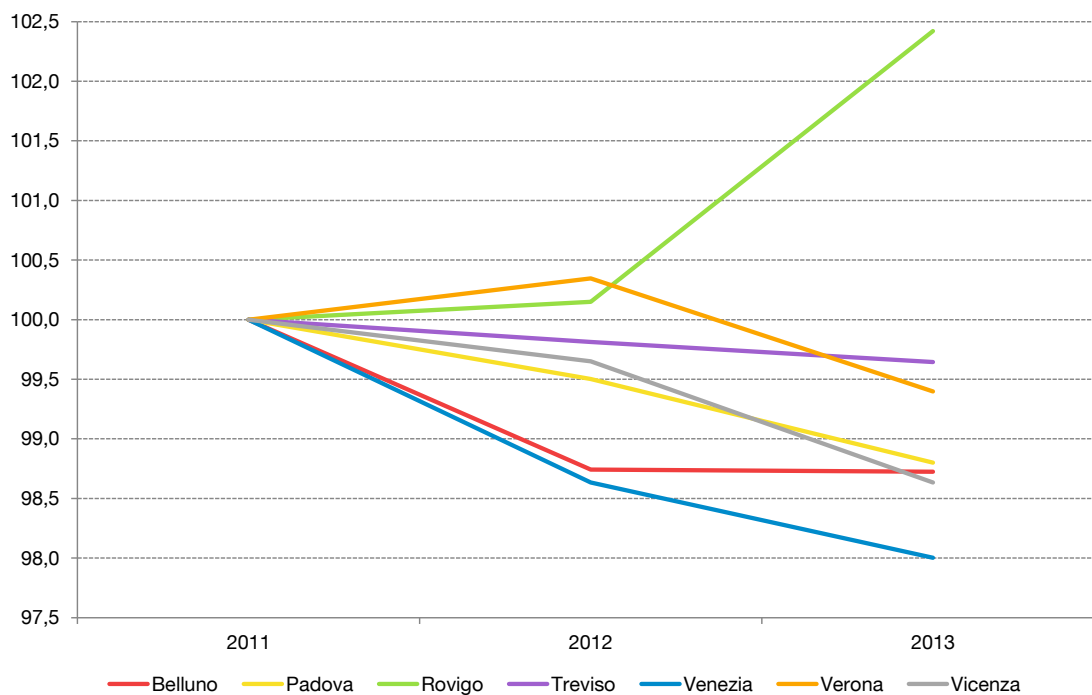
Figura 73 - Veneto e Treviso. Imprenditori dei servizi per classe d'età, 2013



in caduta, con una diminuzione complessiva del -0,6%. Nella Marca Trevigiana la dinamica risulta più lineare, ma comunque leggermente rivolta al ribasso (la variazione tendenziale nel 2013 rispetto al 2011 è del -0,4%). L'unica provincia con un andamento positivo è quella di Rovigo che, nel periodo considerato e in particolare nel corso dell'ultimo anno, segna un aumento degli imprenditori dei servizi pari al 2,4%.

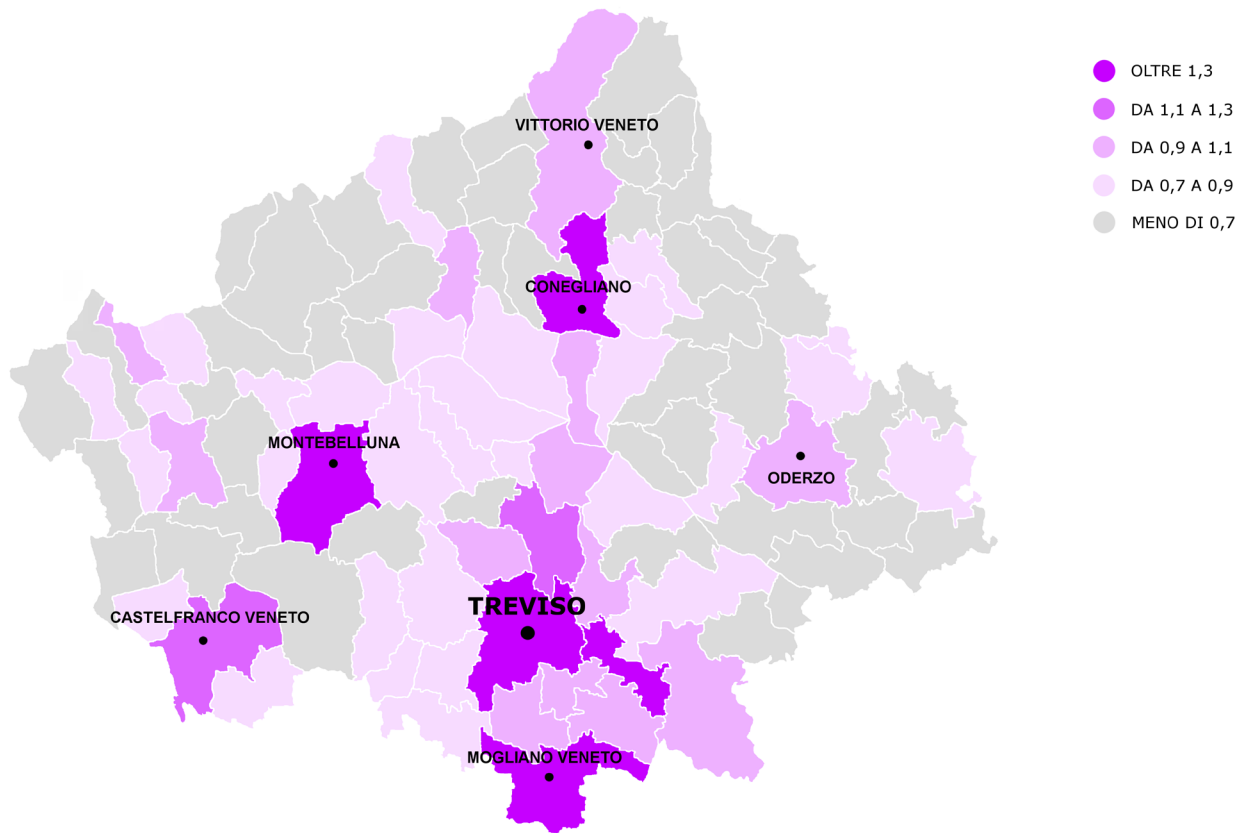
Secondo l'indice di specializzazione degli imprenditori dei servizi, elaborato su base comunale al 2013, la vocazione imprenditoriale della Marca Trevigiana in questo comparto presenta valori che oscillano tra lo 0,24 e l'1,67 (Fig. 75). La media provinciale, calcolata in riferimento alla dimensione regionale, si attesta a 1,02 e solamente il 14% dei comuni supera tale soglia, rilevando una specializzazione concentrata in zone ben delimitate.

Figura 74 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori dei servizi per provincia  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 75 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori dei servizi, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Il capoluogo di provincia è il comune maggiormente specializzato e sembra produrre effetti positivi verso le località limitrofe: attorno ad esso si osserva un discreto effetto spillover, che genera un'area ad alta concentrazione di imprenditori specializzati nel settore.

Valori elevati dell'indice si registrano anche lungo l'asse nord-sud del territorio, in particolare a Conegliano, e nei centri maggiori come Montebelluna, Castelfranco Veneto e Oderzo. Il resto dei comuni della provincia presenta una scarsa specializzazione, in particolare nelle zone di confine.

## 2.3 I Lavoratori Dipendenti

Le rilevazioni sui flussi di assunzioni e cessazioni dei lavoratori dipendenti, provenienti dal database di Veneto Lavoro e raccolte tramite le comunicazioni obbligatorie che le imprese devono fornire in sede di assunzione o licenziamento, consentono di delineare il quadro del mercato del lavoro subordinato.

Considerando l'intero periodo di riferimento<sup>10</sup>, dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013, le assunzioni e le cessazioni dei lavoratori dipendenti, in Veneto nel settore terziario, sono state pari rispettivamente a 2,4 e 2,3 milioni di lavoratori, per un saldo occupazionale positivo di oltre 59 mila nuovi posti di lavoro (Tab. 18). Nonostante, nel corso degli ultimi anni, le cessazioni abbiano evidenziato un trend di progressiva crescita, la dinamica delle assunzioni è riuscita a compensare tale tendenza, generando nuove possibilità occupazionali.

È importante osservare, tuttavia, come il trend positivo delle assunzioni segni a partire dal 2012 una netta flessione, registrando una variazione tendenziale negativa rispetto al 2011 pari a 3,3%. I dati relativi al I semestre del 2013 indicano un saldo positivo (inferiore a quello dei primi semestri degli anni precedenti) per le province di Verona, Padova, Rovigo e, in particolare, per quella di Venezia, con più di 25 mila nuove posizioni occupazionali. Presentano, invece, un saldo negativo (superiore a quello rilevato nei

primi semestri degli anni precedenti) le province di Belluno, Treviso e Vicenza.

L'andamento nei flussi regionali delle assunzioni e delle cessazioni si riscontra approssimativamente anche nelle province. In provincia di Treviso, nell'intero arco temporale considerato, si assiste alla creazione di 2.447 nuovi posti di lavoro all'interno del settore terziario, risultanti dalla differenza tra 302.156 entrate e 299.679 uscite (entrambe pari al 13% sul totale regionale). Le province con la maggior presenza di nuove posizioni occupazionali sono Venezia (quasi 32 mila nuovi posti di lavoro) e Verona (circa 16 mila nuovi posti di lavoro). In ordine, seguono Padova (circa 5,4 mila nuovi posti di lavoro), Vicenza (circa 4,3 mila nuovi posti di lavoro) e Rovigo (circa 1,6 mila nuovi posti di lavoro). Belluno è l'unica provincia che nell'intero periodo di osservazione riporta un saldo occupazionale negativo (-2,3 mila posti di lavoro).

Prendendo in esame la dinamica recente dei flussi occupazionali semestrali dal 2009 al 2013 (Fig. 76), si osserva come per il Veneto la curva delle cessazioni risulti molto altalenante, causando una costante alternanza di saldi positivi e negativi. A partire dal II semestre del 2012 si assiste ad un calo significativo delle cessazioni e ad una ripresa nei flussi di assunzioni.

---

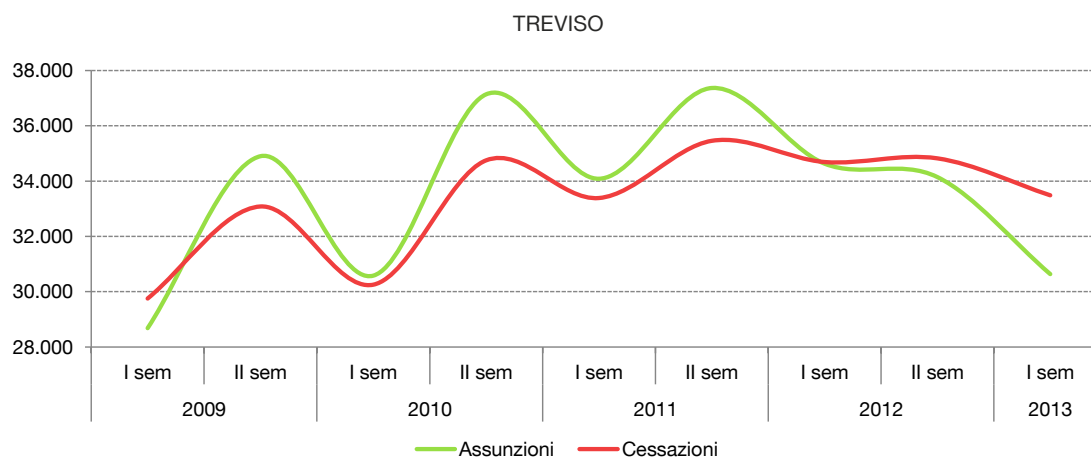
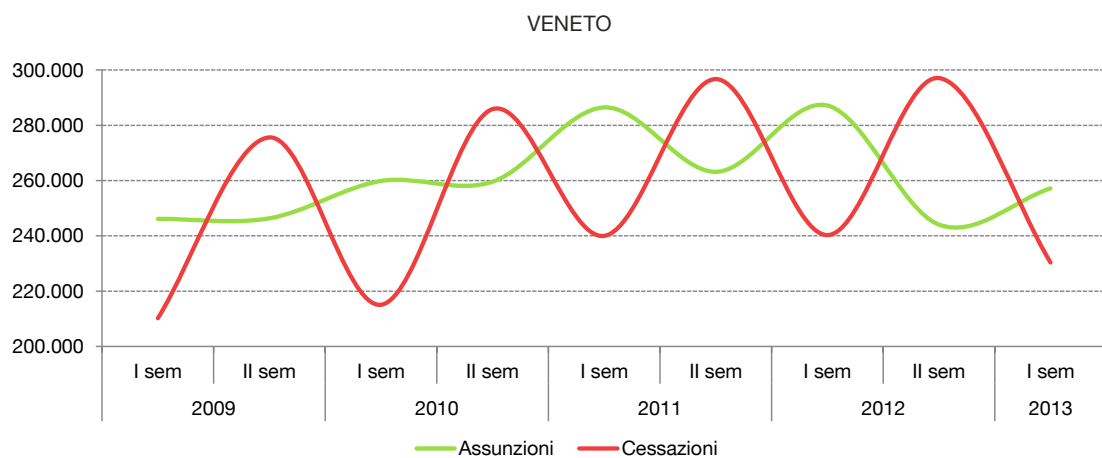
10. Si precisa che i dati presentati in questo capitolo si basano sulle rilevazioni effettuate dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013. Non è possibile effettuare confronti diretti con i valori del General Report 2013, in quanto la base di dati è aggiornata e corretta annualmente da Veneto Lavoro. Ciò comporta l'aggiustamento dei valori in tutti i periodi precedenti.

Tabella 18 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del terziario per provincia  
(valori in migliaia)

	2009		2010		2011		2012		2013	Totale periodo (2009-2013)
	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	
<b>ASSUNZIONI</b>										
Belluno	8,5	15,0	9,3	16,1	10,1	18,0	9,9	15,2	9,6	111,8
Padova	40,2	39,8	40,1	42,7	43,4	43,3	44,2	39,0	40,1	372,6
Rovigo	11,5	10,8	11,8	11,2	12,9	11,7	13,8	11,6	12,1	107,5
<b>Treviso</b>	<b>28,7</b>	<b>34,9</b>	<b>30,6</b>	<b>37,1</b>	<b>34,1</b>	<b>37,4</b>	<b>34,6</b>	<b>34,1</b>	<b>30,6</b>	<b>302,2</b>
Venezia	77,7	64,0	82,5	67,1	93,9	67,2	91,6	63,7	83,7	691,4
Verona	51,6	48,5	55,7	51,3	60,7	51,8	62,3	48,7	53,4	484,1
Vicenza	28,0	33,4	29,8	34,1	31,4	33,9	30,6	31,8	27,6	280,6
<b>VENETO</b>	<b>246,2</b>	<b>246,4</b>	<b>259,9</b>	<b>259,6</b>	<b>286,5</b>	<b>263,2</b>	<b>287,2</b>	<b>244,1</b>	<b>257,2</b>	<b>2.350,2</b>
<b>CESSAZIONI</b>										
Belluno	11,3	11,7	12,0	12,8	12,9	14,8	13,0	13,1	12,7	114,2
Padova	36,8	42,4	35,9	42,4	39,9	45,0	40,0	45,9	38,9	367,2
Rovigo	9,7	12,4	9,7	12,6	11,0	13,2	11,8	14,4	11,0	105,9
<b>Treviso</b>	<b>29,8</b>	<b>33,1</b>	<b>30,3</b>	<b>34,7</b>	<b>33,4</b>	<b>35,5</b>	<b>34,7</b>	<b>34,8</b>	<b>33,5</b>	<b>299,7</b>
Venezia	52,3	88,3	55,1	91,7	64,1	94,4	61,2	94,2	58,6	659,8
Verona	42,1	56,6	43,4	59,4	48,0	61,7	49,4	61,9	45,6	468,1
Vicenza	28,3	31,1	28,8	32,1	30,7	32,1	30,2	32,8	30,1	276,3
<b>VENETO</b>	<b>210,2</b>	<b>275,6</b>	<b>215,1</b>	<b>285,9</b>	<b>240,0</b>	<b>296,7</b>	<b>240,3</b>	<b>297,1</b>	<b>230,4</b>	<b>2.291,1</b>
<b>SALDO (*)</b>										
Belluno	-2,7	3,3	-2,6	3,4	-2,8	3,1	-3,1	2,1	-3,0	-2,3
Padova	3,4	-2,7	4,2	0,2	3,5	-1,7	4,2	-6,9	1,1	5,4
Rovigo	1,8	-1,6	2,2	-1,4	1,9	-1,5	2,0	-2,8	1,1	1,6
<b>Treviso</b>	<b>-1,1</b>	<b>1,8</b>	<b>0,3</b>	<b>2,4</b>	<b>0,7</b>	<b>1,9</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,9</b>	<b>2,5</b>
Venezia	25,5	-24,2	27,5	-24,6	29,8	-27,2	30,4	-30,5	25,1	31,6
Verona	9,5	-8,1	12,4	-8,1	12,7	-9,9	12,9	-13,2	7,9	16,0
Vicenza	-0,3	2,3	1,0	1,9	0,7	1,8	0,4	-1,0	-2,5	4,3
<b>VENETO</b>	<b>36,0</b>	<b>-29,2</b>	<b>44,8</b>	<b>-26,2</b>	<b>46,5</b>	<b>-33,5</b>	<b>46,9</b>	<b>-53,0</b>	<b>26,8</b>	<b>59,1</b>

(\*) I valori dei saldi possono non coincidere con la differenza tra assunzioni e cessazioni per motivi di approssimazione

Figura 76 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del terziario  
(valori assoluti)

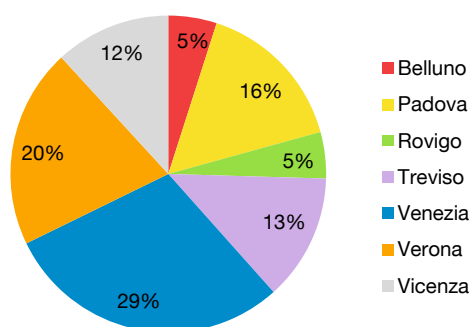


Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Nella Marca Trevigiana la curva delle assunzioni si mantiene al di sopra di quella delle cessazioni per quasi l'intero periodo considerato, dando vita ad un saldo positivo. In corrispondenza del I semestre del 2012 si denota un cambio di tendenza dovuto, in modo particolare, alla contrazione delle assunzioni (già iniziata durante il semestre precedente) più che all'aumento delle cessazioni. Al I semestre del 2013 le assunzioni nella Marca Trevigiana diminuiscono dell'11,5% rispetto al I semestre del 2012, mentre le cessazioni subiscono un calo più contenuto del 3,5%.

La composizione dei flussi di assunzioni nel Veneto (Fig. 77), rilevata da giugno 2012 a giugno 2013, evidenzia come la provincia che registra il maggior numero di ingressi nel mercato del lavoro sia Venezia, con oltre 147 mila

Figura 77 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

lavoratori occupati, il 29% del totale delle assunzioni regionali. Seguono in ordine le province di Verona (20%), Padova (16%), Treviso (13%), Vicenza (12%), Belluno e Rovigo (entrambe 5%).

Si sottolinea che le province di Venezia e di Verona assorbono circa la metà delle assunzioni regionali, attestando la loro elevata capacità di reclutamento. Le cessazioni sono distribuite tra le province pressoché con le medesime proporzioni rilevate nelle assunzioni.

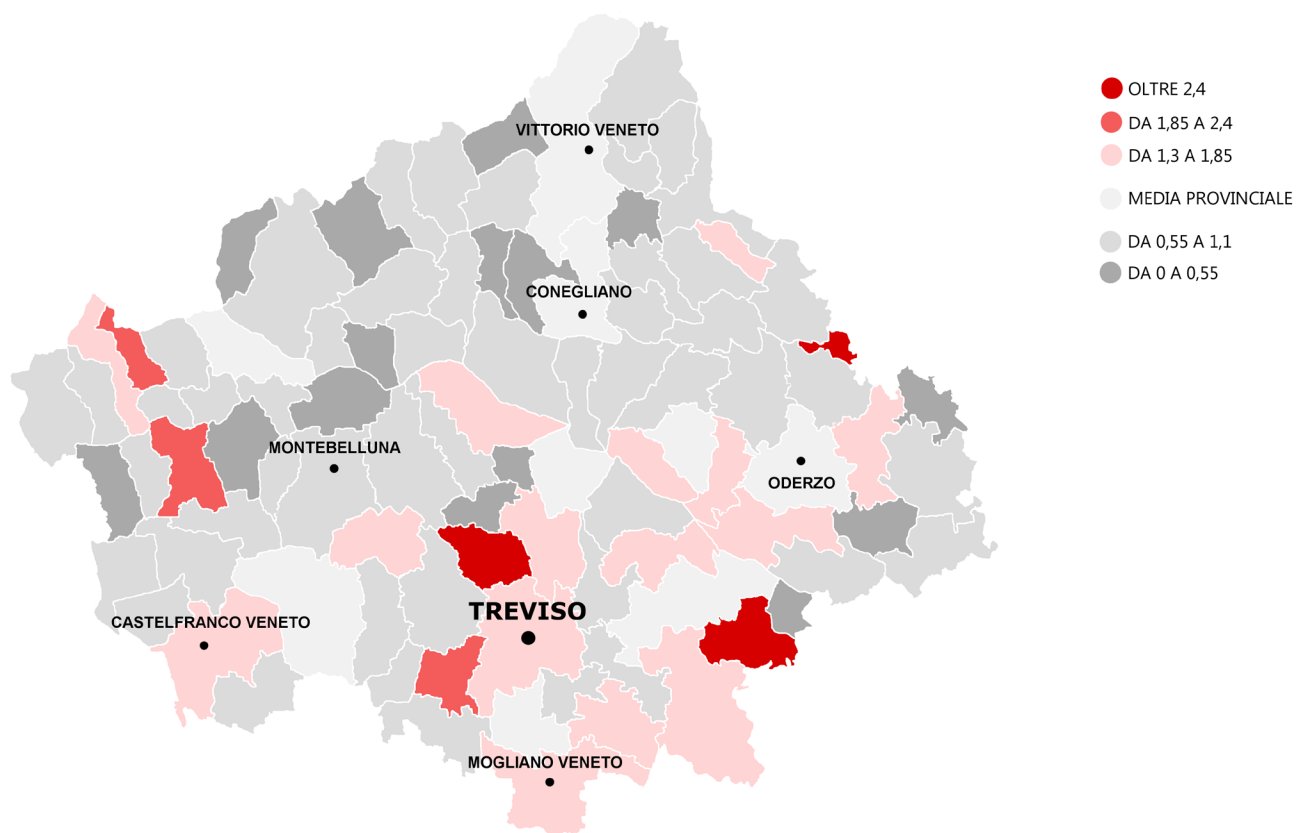
Per una migliore comprensione della dinamica del mercato del lavoro nella Marca Trevigiana, si ritiene utile ricorrere al calcolo della propensione media dei flussi. L'indice consiste nella sommatoria delle assunzioni e delle cessazioni, da giugno 2012 a giugno 2013, ponderata sulla media delle unità locali attive nel settore nel medesimo arco temporale, e può fornire un'indicazione più precisa sulla vocazione delle imprese ad assumere e licenziare personale all'interno di un determinato settore.

Gli indicatori della propensione media alle assunzioni (Fig. 78) e alle cessazioni nel terziario rilevano valori compresi prevalentemente tra 0,3 e 5,5, un range abbastanza ampio che mostra come le entrate e le uscite medie in un'impresa varino da 0 a 5 lavoratori, nell'arco di 12 mesi.

La media provinciale si attesta a 1,2 (1,3 per le cessazioni) e circa il 22% dei comuni, situati prevalentemente nella zona meridionale della provincia e in prossimità del capoluogo, presenta valori superiori. Nello specifico, Monastier di Treviso, Portobuffolè e Ponzano Veneto registrano quelli



Figura 78 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel terziario, da giugno 2012 a giugno 2013



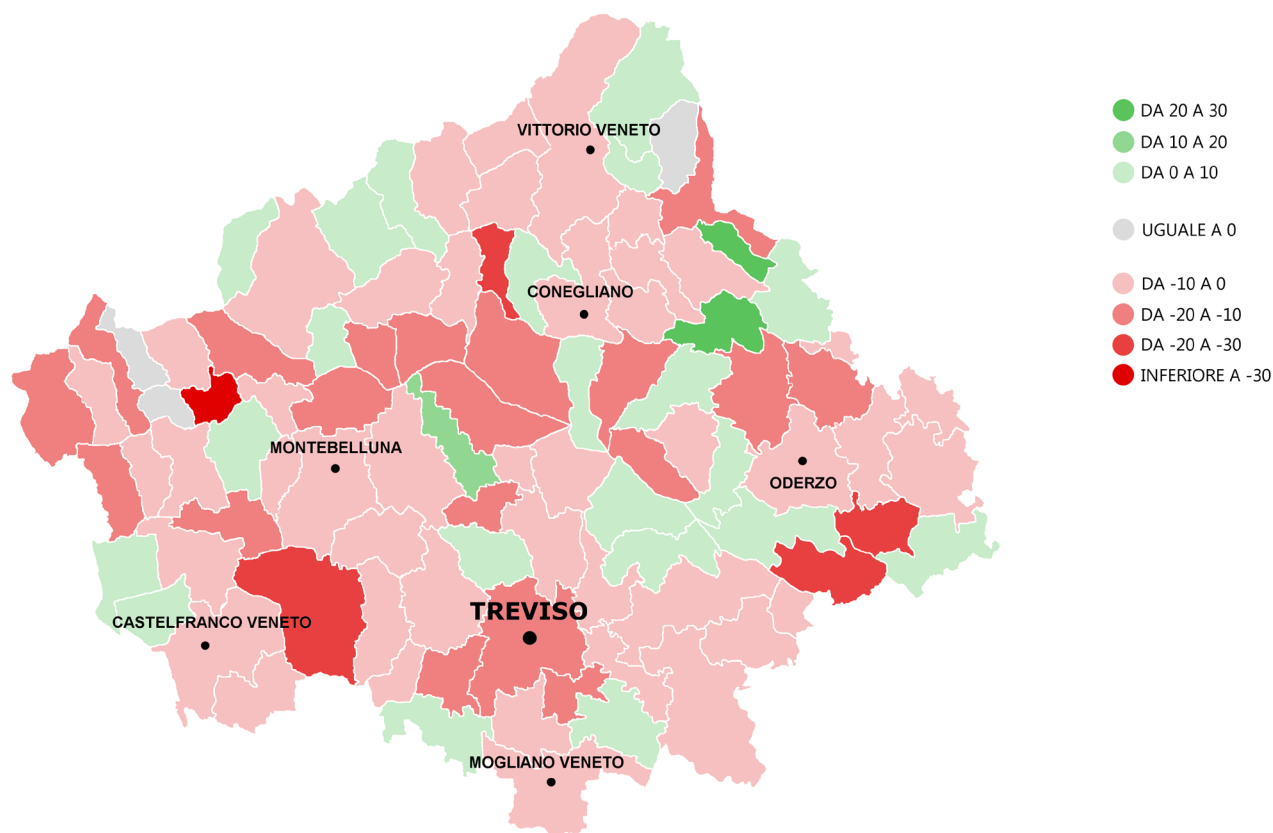
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

più elevati, assumendo una propensione media alle assunzioni rispettivamente di 5,5, di 3,6 e di 3,4.

Ben il 68% dei comuni della Marca Trevigiana, in particolare quelli settentrionali e circostanti l'area di Vittorio Veneto

e Conegliano, non supera la media provinciale, mentre il restante 10% si attesta su tale valore. La propensione media alle cessazioni rispecchia la distribuzione geografica delle assunzioni.

Figura 79 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

Il calcolo del saldo (Fig. 79), ponderato sulla numerosità media delle unità locali attive nel settore, fornisce l'indicazione di quanti contratti di lavoro siano attivati ogni 100 unità locali, al netto delle cessazioni.

Le dinamiche dei flussi in entrata si confermano inferiori a quelle di uscita: il dato provinciale è di 6,5 cessazioni nette

ogni 100 unità locali. Valori negativi sono registrati dal 72% dei comuni, situati prevalentemente in corrispondenza dei grandi centri urbani e dei territori limitrofi, mentre il 25% vanta un saldo positivo. In soli 3 comuni le entrate e le uscite coincidono, determinando un saldo nullo e una conseguente stabilità dei livelli occupazionali.

In riferimento alle tipologie contrattuali principalmente adottate nella Marca Trevigiana (Fig. 80), la maggior parte dei lavoratori nel settore terziario viene assunta con contratti di lavoro a *tempo determinato* (31%).

Altre forme molto utilizzate sono il contratto *interinale* (13% del totale assunzioni del terziario), il *tempo indeterminato* (12% del totale assunzioni del terziario), il *tempo determinato per sostituzione* (11% del totale assunzioni del terziario) e il *lavoro a progetto* (5% del totale assunzioni del terziario). Quote più marginali di lavoratori sono reclutati con altre modalità che vanno dal tirocinio, ai contratti di formazione, al lavoro a domicilio.

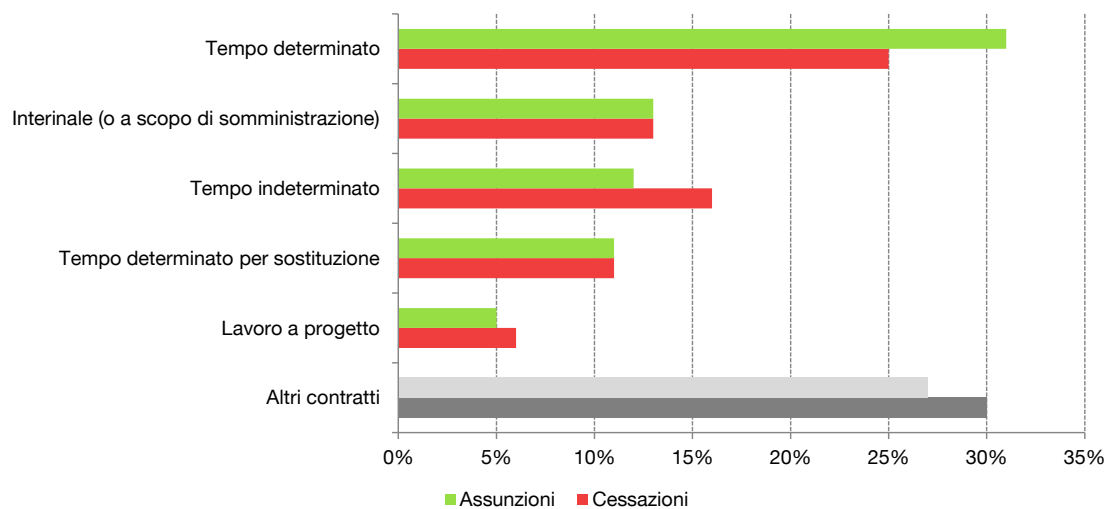
Anche le interruzioni dei rapporti di lavoro riguardano

principalmente i lavoratori a *tempo determinato* e *indeterminato*. Con riferimento a quest'ultima tipologia, è importante sottolineare come il saldo tra le entrate e le uscite sia negativo.

Analizzando la composizione dei contratti a tempo indeterminato del terziario, rilevata in provincia di Treviso da giugno 2012 a giugno 2013, emerge come il 61% di questi provenga da assunzioni dirette, mentre il restante 39% da trasformazioni di altre tipologie contrattuali in essere (Fig. 80).

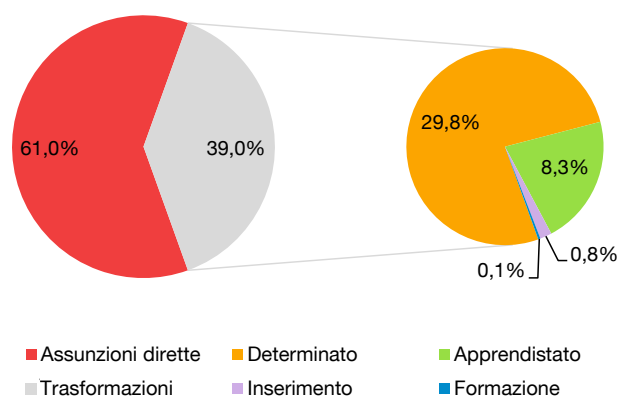
Sono principalmente i contratti a *tempo determinato* (30%) ad essere stabilizzati nella forma indeterminata. Un'altra

Figura 80 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Figura 81 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

quota importante di trasformazioni riguarda i contratti di *apprendistato* (8% dei contratti a tempo indeterminato). Il fatto che quasi la metà dei contratti a tempo indeterminato sia frutto di trasformazioni di tipologie contrattuali a termine è un fattore importante, perché sta ad indicare come i contratti atipici non sempre siano sinonimo di precarietà bensì di condizione favorevole, intensa come possibilità di ingresso nel mercato del lavoro proiettato verso un inserimento futuro stabile.

### 2.3.1 I Lavoratori Dipendenti del Commercio

Dalle rilevazioni effettuate sul commercio regionale (Tab. 19), nell'arco temporale dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013, risultano 348.260 i lavoratori dipendenti assunti all'interno delle imprese del settore, impiegati in numerosi

comparti che vanno dal commercio al dettaglio alla grande distribuzione, dall'ingrosso alle vendite per corrispondenza e al commercio di autoveicoli e motocicli. Nello stesso periodo, le chiusure di contratti di lavoro hanno riguardato 342.998 lavoratori dipendenti. Il saldo tra le entrate e le uscite è pari, quindi, a 5.262 nuovi posti di lavoro.

I dati relativi al I semestre del 2013, indicano un saldo positivo (inferiore a quello registrato nei primi semestri degli anni precedenti) per le province di Venezia, con più di 2.800 nuove posizioni occupazionali, Verona, Padova e Rovigo. Per le province di Belluno, Treviso e Vicenza, invece, le chiusure dei contratti di lavoro superano di qualche centinaia le aperture.

Confrontando i valori assoluti dei flussi semestrali in entrata e in uscita, nell'intero periodo, si osserva come tutti le circoscrizioni seguano per lo più i medesimi trend, sia nelle assunzioni che nelle cessazioni: dal 2009 al 2011, si osserva una crescita mantenuta per lo più in tutte le province, a cui segue una diminuzione che inizia nella maggior parte delle aree nel 2012. Con riferimento al I semestre del 2013, pressoché sull'intero territorio regionale, la diminuzione registrata dalle assunzioni rispetto all'anno precedente è maggiore di quella segnata dalle cessazioni.

In particolare, Treviso è la provincia che nel 2013 presenta il calo più consistente delle assunzioni rispetto all'anno precedente (-24%) e altamente superiore a quello rilevato nelle cessazioni (-13%). Oltre a Treviso, le altre province della regione che presentano saldi occupazionali negativi sono Belluno e Rovigo.

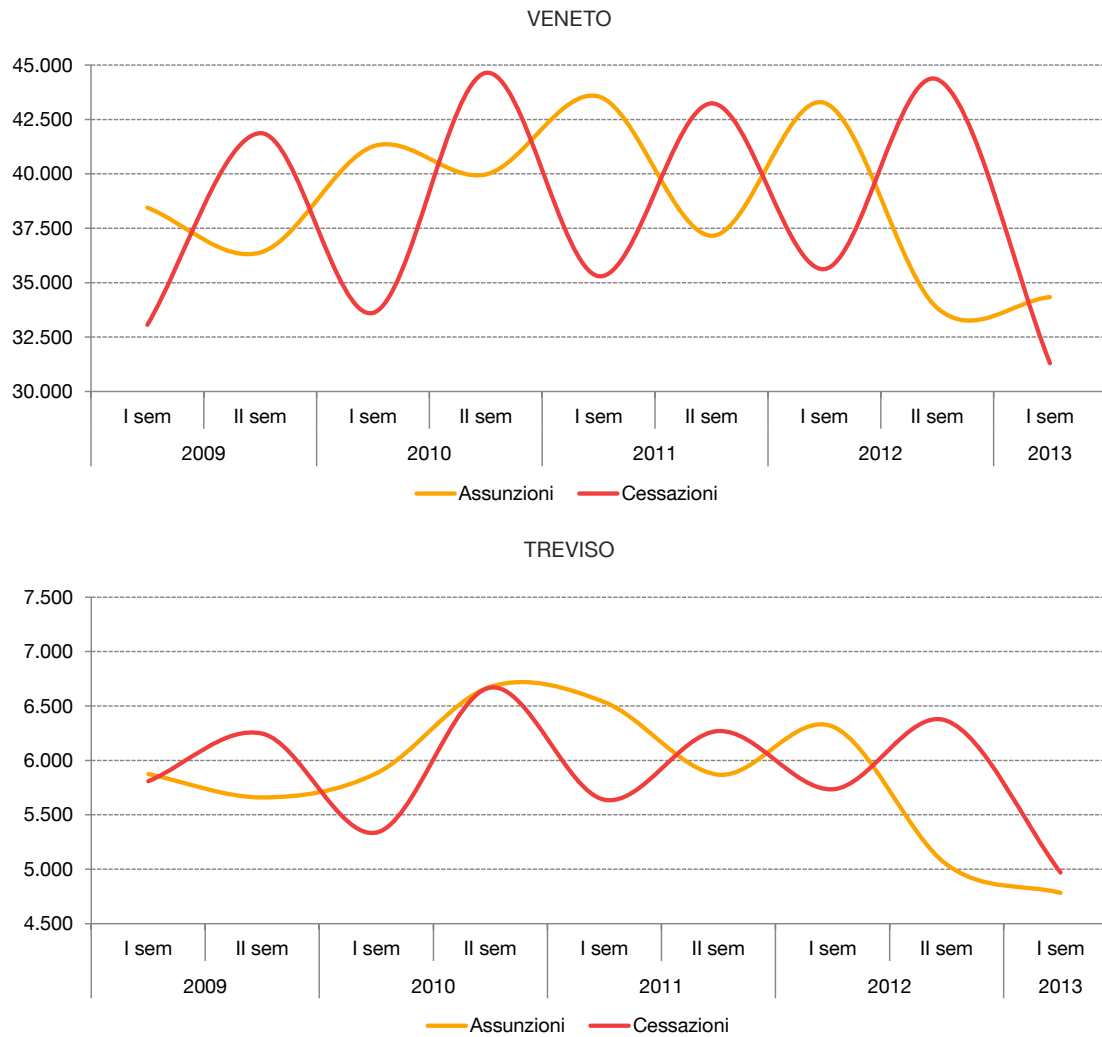
Nello specifico della Marca Trevigiana, dal 2009 al 2013 si contano un totale di 52.639 assunzioni (pari al 15% del

Tabella 19 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del commercio per provincia  
(valori in migliaia)

	2009		2010		2011		2012		2013	Totale periodo (2009-2013)
	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	
<b>ASSUNZIONI</b>										
Belluno	1,2	1,9	1,1	2,0	1,3	1,9	1,2	1,7	1,1	13,3
Padova	6,3	6,4	6,8	7,0	7,2	6,7	6,9	5,7	5,7	58,8
Rovigo	1,5	1,5	1,8	1,7	1,9	1,7	1,9	1,5	1,6	15,1
Treviso	5,9	5,7	5,9	6,7	6,5	5,9	6,3	5,0	4,8	52,6
Venezia	10,3	7,6	10,8	8,8	11,1	7,1	12,1	7,6	9,2	84,6
Verona	7,9	7,8	8,9	8,3	9,4	7,9	8,8	6,9	7,4	73,2
Vicenza	5,3	5,5	6,1	5,6	6,0	6,0	6,0	5,4	4,7	50,6
<b>VENETO</b>	<b>38,5</b>	<b>36,4</b>	<b>41,3</b>	<b>40,0</b>	<b>43,6</b>	<b>37,2</b>	<b>43,3</b>	<b>33,8</b>	<b>34,3</b>	<b>348,3</b>
<b>CESSAZIONI</b>										
Belluno	1,3	1,6	1,3	1,7	1,5	1,7	1,4	1,7	1,3	13,6
Padova	5,8	6,7	5,8	7,3	6,3	7,0	6,1	7,0	5,4	57,5
Rovigo	1,4	1,7	1,5	1,9	1,6	2,0	1,6	2,0	1,5	15,2
Treviso	5,8	6,2	5,3	6,7	5,6	6,3	5,7	6,4	5,0	53,0
Venezia	7,0	11,0	7,0	11,8	7,1	10,9	8,0	11,7	6,3	80,9
Verona	6,7	8,8	7,2	9,3	7,9	9,2	7,2	9,3	7,0	72,6
Vicenza	5,1	5,7	5,5	5,9	5,3	6,1	5,5	6,2	4,9	50,3
<b>VENETO</b>	<b>33,1</b>	<b>41,9</b>	<b>33,6</b>	<b>44,6</b>	<b>35,3</b>	<b>43,2</b>	<b>35,6</b>	<b>44,3</b>	<b>31,3</b>	<b>343,0</b>
<b>SALDO (*)</b>										
Belluno	-0,1	0,2	-0,2	0,2	-0,2	0,2	-0,3	0,0	-0,2	-0,3
Padova	0,6	-0,3	1,0	-0,3	0,9	-0,3	0,9	-1,3	0,2	1,3
Rovigo	0,2	-0,2	0,3	-0,2	0,3	-0,4	0,3	-0,5	0,1	-0,1
Treviso	0,1	-0,6	0,5	0,0	0,9	-0,4	0,6	-1,3	-0,2	-0,4
Venezia	3,3	-3,4	3,8	-3,0	4,0	-3,7	4,0	-4,1	2,9	3,8
Verona	1,2	-1,0	1,6	-1,0	1,5	-1,4	1,6	-2,4	0,4	0,6
Vicenza	0,2	-0,2	0,6	-0,3	0,7	-0,1	0,5	-0,8	-0,2	0,3
<b>VENETO</b>	<b>5,4</b>	<b>-5,5</b>	<b>7,7</b>	<b>-4,7</b>	<b>8,3</b>	<b>-6,1</b>	<b>7,6</b>	<b>-10,5</b>	<b>3,0</b>	<b>5,3</b>

(\*) I valori dei saldi possono non coincidere con la differenza tra assunzioni e cessazioni per motivi di approssimazione

Figura 82 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del commercio  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

totale regionale) e 53.035 cessazioni (pari al 15% del totale regionale), per un saldo occupazionale complessivo negativo, pari a 396 posti di lavoro in meno. Un risultato che può essere imputato al calo delle assunzioni iniziato nel 2011 e accentuatosi nel corso degli anni successivi.

La dinamica recente dei flussi occupazionali semestrali dal 2009 al 2013 (Fig. 82) evidenzia andamenti altalenanti sia per la regione che per la provincia, con un'alternanza di saldi positivi e negativi. In Veneto, a partire dal II semestre del 2012, si assiste ad un calo significativo delle cessazioni e ad una ripresa dei flussi di assunzioni. Nello stesso periodo, a livello provinciale, si denota una flessione delle cessazioni e una maggiore contrazione delle assunzioni (già iniziata nel corso del semestre precedente).

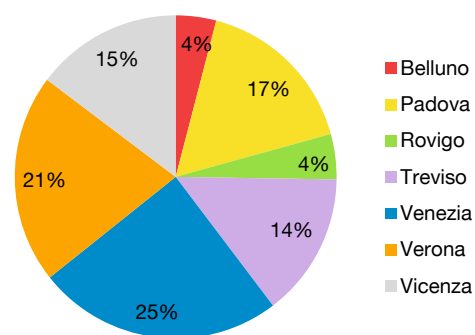
In particolare, per quel che concerne la Marca Trevigiana, a giugno 2013 le assunzioni diminuiscono del 5% rispetto a giugno 2012. Da sottolineare che il trend negativo registrato nei dodici mesi precedenti a tale periodo era del 20%. Anche le cessazioni subiscono un calo, nel medesimo arco temporale (-22%), superiore rispetto alle assunzioni. Il saldo negativo è dunque imputabile alla caduta delle assunzioni.

Considerando la composizione dei flussi di assunzioni dei dipendenti nelle imprese del commercio per provincia (Fig. 83), il più alto numero di entrate si registra a Venezia (16.794 assunzioni, 25% del totale regionale) e Verona (14.295 assunzioni, 21% del totale regionale), che da sole coprono il 46% delle assunzioni regionali del commercio.

Seguono la provincia di Padova (11.359 assunzioni, 17% del totale regionale), Vicenza (10.048 assunzioni, 15% del totale regionale), Treviso (9.828 assunzioni, 14% del totale regionale), Rovigo (3.091 assunzioni, 4% del totale regionale) e Belluno (2.768 assunzioni, 4% del totale regionale).

La distribuzione delle cessazioni a livello provinciale mantiene le medesime proporzioni di quella delle assunzioni.

Figura 83 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013

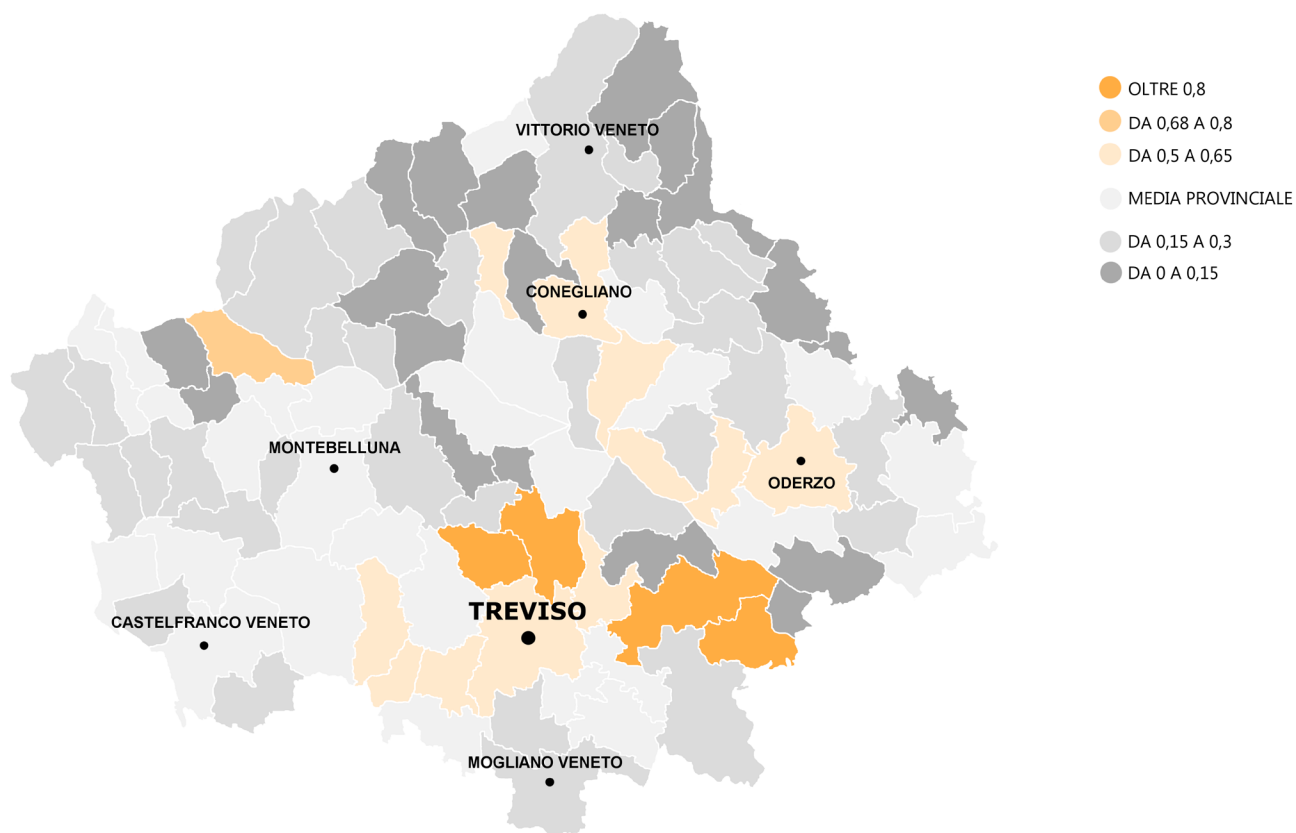


Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Gli indicatori della propensione media alle assunzioni (Fig. 84) e alle cessazioni (vedi nota metodologica) rilevano valori compresi prevalentemente tra 0 e 1,7. Un range molto ristretto, che indica come le entrate e le uscite medie in un'impresa del commercio varino da 0 ad un massimo di uno o due lavoratori all'anno.

La media provinciale si attesta a 0,4 (0,5 per le cessazioni) e circa il 17% dei comuni, situati prevalentemente nella zona

Figura 84 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel commercio, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

circostante il capoluogo e tra Oderzo e Conegliano, presenta valori superiori. In particolare, Monastier di Treviso e Villorba registrano la maggiore propensione alle assunzioni, con un valore dell'indice pari rispettivamente a 1,7 e 1.

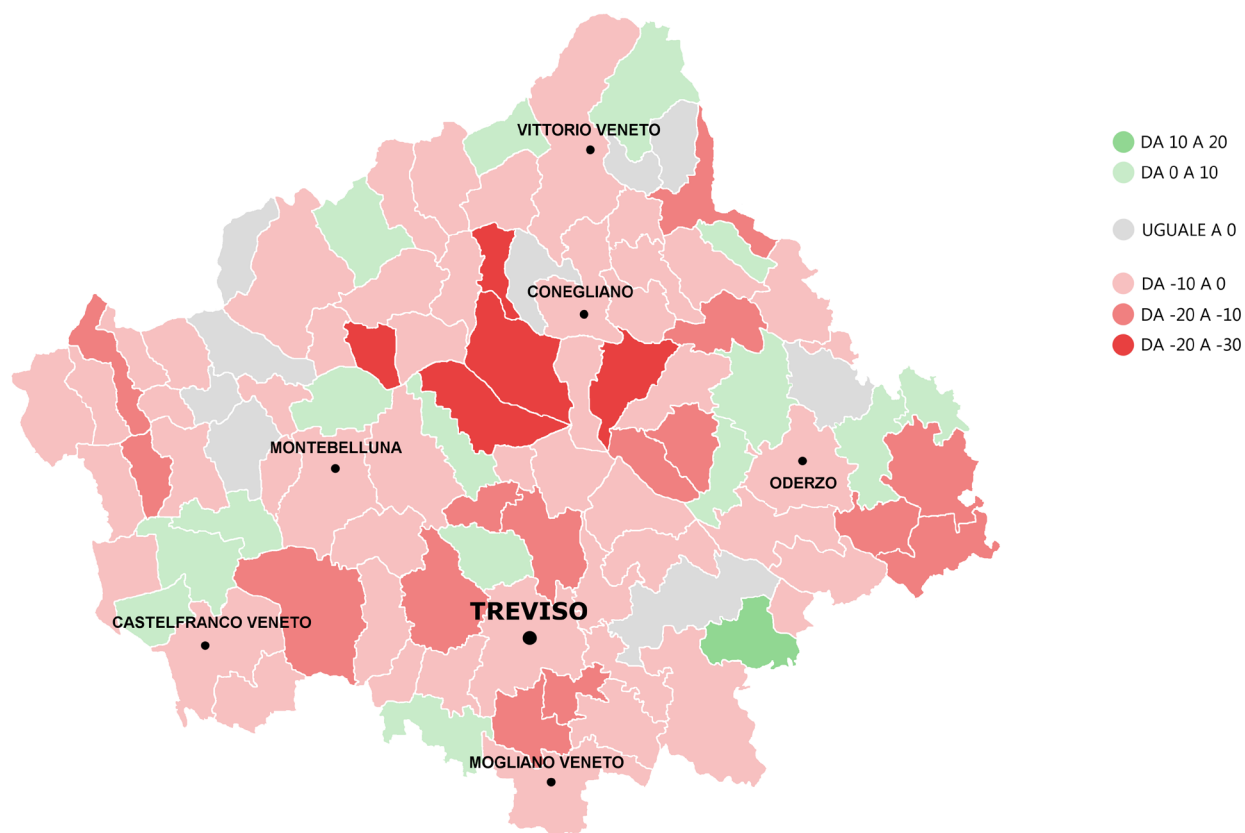
Ben il 55% dei comuni della Marca Trevigiana, in particolare nella zona a nord-ovest della provincia, non supera la media

provinciale, mentre il restante 28% si attesta su tale valore. La propensione media alle cessazioni rispecchia la distribuzione geografica delle assunzioni.

Dal calcolo del saldo ponderato sulla numerosità media delle unità locali attive nel settore (Fig. 85), si rileva come a



Figura 85 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

livello provinciale siano attivati un massimo di 18 contratti ogni 100 unità locali, al netto delle cessazioni. Tale valore, il più elevato, è registrato dal comune di Monastier di Treviso. Il dato medio provinciale è di -6,4 nuovi contratti attivi ogni 100 unità locali al netto delle cessazioni. Valori negativi sono registrati dal 74% dei comuni.

Solamente il 17% vanta, invece, un saldo positivo e 9 sono quelli in cui le entrate e le uscite coincidono, determinando quindi un saldo nullo e una conseguente stabilità dei livelli occupazionali.

Il quadro delineato assume una specifica rilevanza in una fase ancora negativa del ciclo economico, soprattutto

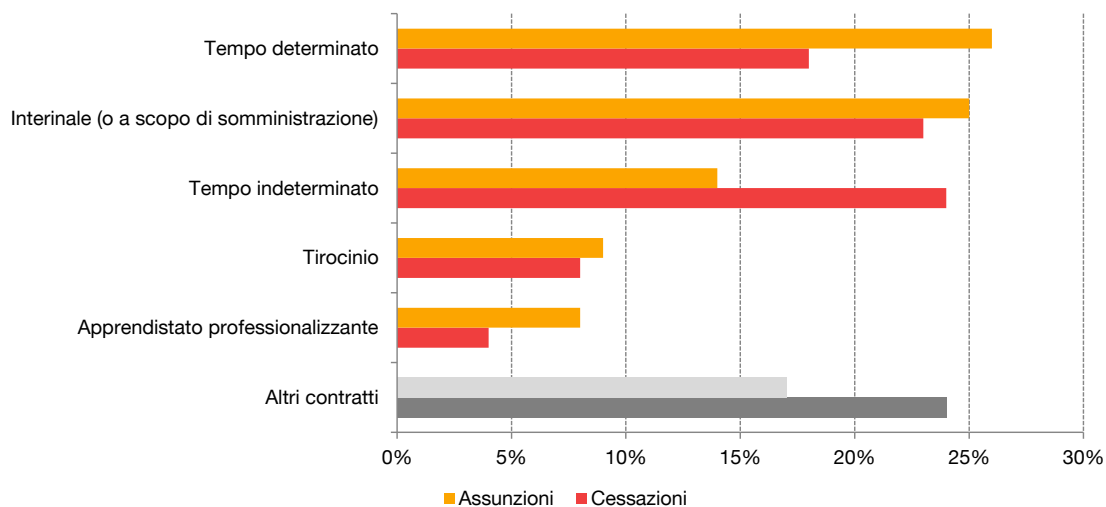
per le numerose imprese commerciali del territorio, che sovente si trovano costrette a dover ridurre l'organico, a modificare le politiche e la gestione del personale o, in alcuni casi, a cessare l'attività.

Analizzando i flussi a partire dal 2009, si evince come, nell'intero periodo recessivo, il commercio sia stato il settore che più ha sofferto. Nell'arco di cinque anni i posti di lavoro persi sono stati 396, e i saldi sono risultati positivi solamente dal I semestre del 2010 al I semestre del 2011. Dai risultati congiunti delle propensioni alle assunzioni e alle cessazioni, nel periodo da giugno 2012 a giugno 2013, si rileva come all'incirca un quarto dei

comuni (24%) della Marca Trevigiana registri un turnover superiore alla media provinciale mentre la maggior parte (76%), si attesti al di sotto di tale valore. In media si registra, quindi, una bassa dinamicità nel mercato del lavoro del commercio, evidente sia nelle aperture sia nelle chiusure di contratti di lavoro, che risultano essere strettamente correlate tra loro.

Considerando la composizione delle tipologie contrattuali maggiormente utilizzate nel commercio (Fig. 86), si nota che più della metà delle assunzioni e delle cessazioni di questo comparto, nella provincia di Treviso, sono riferite a contratti a *tempo indeterminato* e *determinato*. Nello

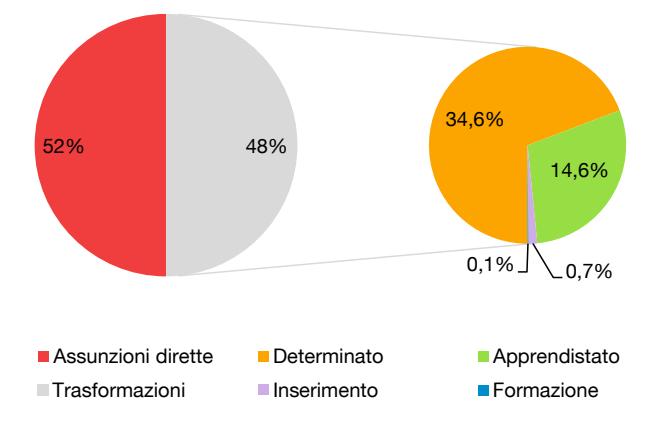
Figura 86 - Treviso. Flussi di dipendenti del commercio per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013



specifico, le assunzioni riguardano per la metà i contratti a *tempo determinato* e il *lavoro interinale* (rispettivamente il 26% e il 25%) e per il 14% i contratti a *tempo indeterminato*, mentre le cessazioni si ripartiscono per il 24% nei contratti a *tempo indeterminato*, per il 23% nel *lavoro interinale* (o a scopo di somministrazione) e per il 18% nei contratti a *tempo determinato*.

In particolare, è interessante notare come il saldo tra entrate e uscite nei contratti a *tempo indeterminato* sia particolarmente negativo.

Figura 87 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Circa la metà dei contratti a tempo indeterminato (52%) sono stipulati attraverso assunzioni dirette (Fig. 87), mentre la quota rimanente (48%) deriva da trasformazioni di altre tipologie contrattuali, seguendo la ripartizione vista nel settore terziario. In particolare, sono i contratti a

*tempo determinato* (35% del totale dei contratti a tempo indeterminato) e i contratti di *apprendistato* (15% dei contratti a tempo indeterminato) che in misura maggiore sono convertiti in contratti a tempo indeterminato.

Percentuali molto inferiori sono associate, invece, alle trasformazioni di contratti di *inserimento* e di *formazione* in tempo indeterminato, rispettivamente lo 0,7% e lo 0,1%.

### 2.3.2 I Lavoratori Dipendenti del Turismo

Complessivamente in Veneto, dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013, sono stati assunti 677.754 lavoratori dipendenti dalle imprese che operano nel turismo (Tab. 20). Questo settore, specialmente nelle aree di maggiore rilevanza turistica, assorbe una parte rilevante dei lavoratori in entrata nel terziario e comprende due grandi tipologie di attività: da un lato, le attività del *core business*, vale a dire alberghi e altre strutture ricettive, tour operator, agenzie di viaggio e, dall'altro, le attività dei pubblici esercizi e della ristorazione, non esclusivamente orientate ai turisti. Considerando anche l'ammontare delle cessazioni nel medesimo periodo osservato, che corrisponde a 640.778 uscite, il saldo occupazionale risulta positivo e pari a 36.976 nuovi posti di lavoro.

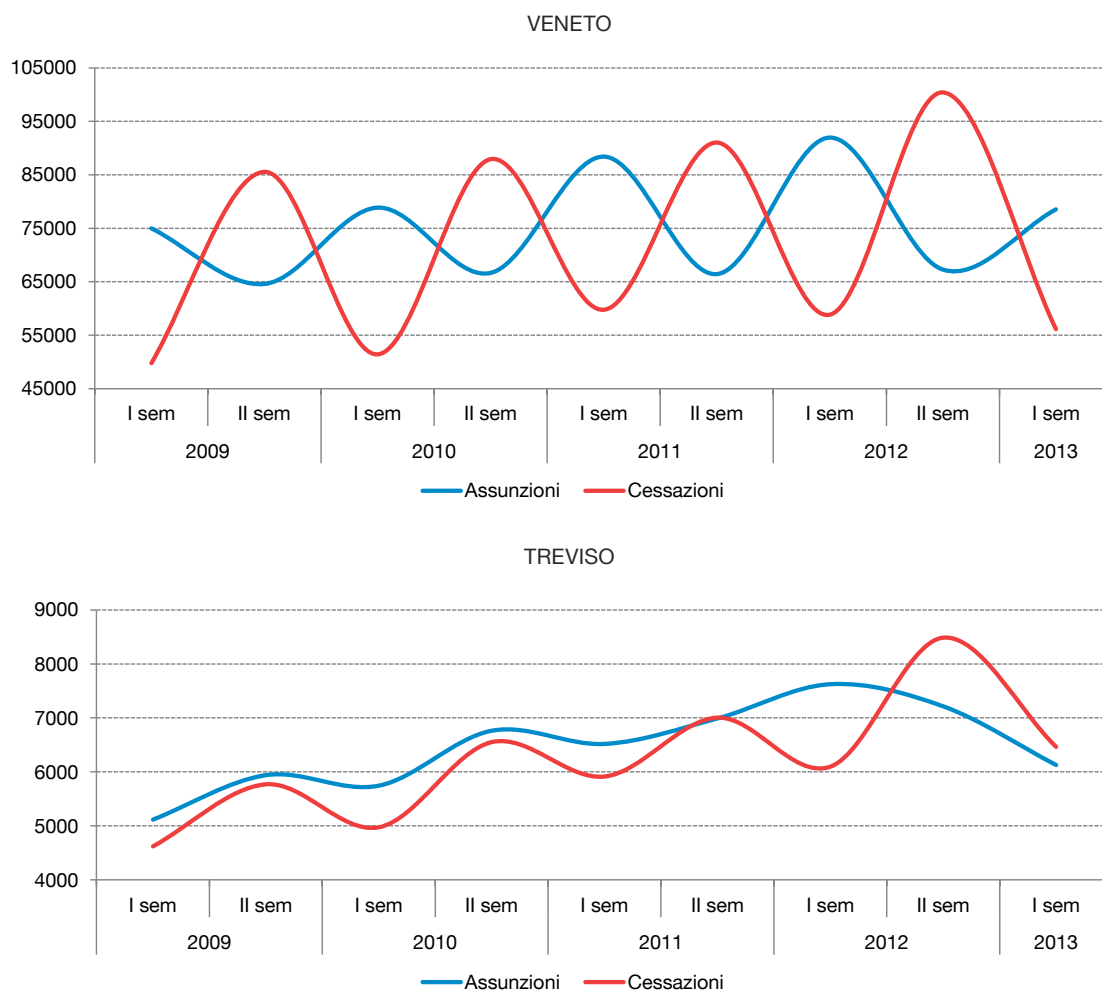
Le rilevazioni effettuate al I semestre del 2013 indicano un saldo particolarmente positivo (anche se comunque inferiore a quello registrato nei primi semestri degli anni precedenti) per la provincia di Venezia, con più di 17.000 nuove posizioni occupazionali. Anche Verona, Padova e Rovigo vedono i flussi delle assunzioni superare le cessazioni, rispecchiando la situazione del terziario. Per le province di Treviso e Vicenza, invece, le chiusure dei

Tabella 20 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del turismo per provincia  
(valori in migliaia)

	2009		2010		2011		2012		2013	Totale periodo (2009-2013)
	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	
<b>ASSUNZIONI</b>										
Belluno	3,3	6,9	3,7	7,4	3,8	7,4	4,0	7,2	3,5	47,3
Padova	6,4	6,3	6,6	6,7	7,0	7,0	7,7	6,6	6,4	60,7
Rovigo	2,3	1,8	2,3	1,9	2,3	1,8	2,5	1,9	2,2	19,1
Treviso	5,1	5,9	5,7	6,8	6,5	7,0	7,6	7,2	6,1	58,0
Venezia	40,3	29,6	41,3	28,4	47,5	27,9	45,3	27,8	40,7	328,7
Verona	12,8	8,0	14,1	9,4	16,1	9,6	18,5	10,1	15,2	113,7
Vicenza	4,9	6,1	5,1	6,1	5,1	5,8	6,2	6,5	4,5	50,2
<b>VENETO</b>	<b>75,0</b>	<b>64,6</b>	<b>78,9</b>	<b>66,7</b>	<b>88,4</b>	<b>66,4</b>	<b>92,0</b>	<b>67,3</b>	<b>78,5</b>	<b>677,8</b>
<b>CESSAZIONI</b>										
Belluno	4,7	5,1	5,2	5,6	5,4	5,7	5,5	6,0	5,2	48,3
Padova	5,3	6,6	5,7	6,6	6,1	7,3	6,2	8,5	6,1	58,2
Rovigo	1,4	2,4	1,5	2,5	1,6	2,5	1,6	3,0	1,5	18,1
Treviso	4,6	5,8	5,0	6,6	5,9	7,0	6,1	8,5	6,5	55,9
Venezia	23,0	46,5	22,9	45,9	27,6	46,7	24,9	48,3	23,3	309,2
Verona	6,6	13,6	6,9	15,1	8,6	16,2	9,8	18,8	8,8	104,3
Vicenza	4,2	5,6	4,3	5,8	4,6	5,6	4,7	7,4	4,7	46,8
<b>VENETO</b>	<b>49,8</b>	<b>85,5</b>	<b>51,4</b>	<b>87,9</b>	<b>59,7</b>	<b>91,0</b>	<b>58,8</b>	<b>100,4</b>	<b>56,1</b>	<b>640,8</b>
<b>SALDO (*)</b>										
Belluno	-1,4	1,8	-1,5	1,8	-1,5	1,7	-1,5	1,2	-1,7	-1,1
Padova	1,1	-0,3	0,9	0,2	0,9	-0,3	1,6	-1,9	0,3	2,4
Rovigo	0,9	-0,7	0,8	-0,6	0,7	-0,6	0,9	-1,1	0,6	1,1
Treviso	0,5	0,2	0,8	0,2	0,6	0,0	1,5	-1,3	-0,3	2,2
Venezia	17,3	-16,9	18,4	-17,4	19,9	-18,9	20,4	-20,5	17,3	19,5
Verona	6,2	-5,6	7,2	-5,7	7,6	-6,7	8,7	-8,6	6,3	9,4
Vicenza	0,7	0,5	0,9	0,3	0,5	0,2	1,5	-0,9	-0,2	3,4
<b>VENETO</b>	<b>25,2</b>	<b>-20,9</b>	<b>27,5</b>	<b>-21,3</b>	<b>28,7</b>	<b>-24,6</b>	<b>33,1</b>	<b>-33,1</b>	<b>22,4</b>	<b>37,0</b>

(\*) I valori dei saldi possono non coincidere con la differenza tra assunzioni e cessazioni per motivi di approssimazione

Figura 88 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del turismo  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

contratti di lavoro superano di poche centinaia le aperture, seguendo il trend registrato nell'ultimo semestre del 2012. Medesima situazione si verifica a Belluno, dove il saldo negativo segnala una perdita di circa 1.600 posti di lavoro nel corso del I semestre del 2013.

Treviso è la quarta provincia della regione per numero di assunzioni nel comparto turistico: con 58.038 entrate registrate, tra il 2009 e il 2013, assorbe il 9% delle assunzioni regionali del settore. Anche nella graduatoria regionale delle cessazioni la provincia mantiene la quarta posizione con un valore corrispondente a 55.881 uscite. Il saldo registrato è positivo e pari a 2.157 nuovi posti di lavoro.

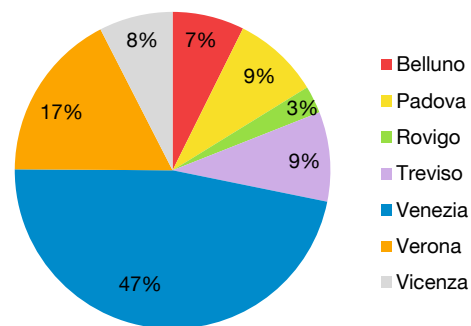
Sebbene il saldo complessivo nel periodo considerato risulti positivo, analizzando la dinamica delle assunzioni e delle cessazioni per ciascun anno si rileva che fino al 2012 il trend di crescita delle cessazioni è stato controbilanciato positivamente dall'incremento segnato nelle assunzioni, mentre tale tendenza si interrompe nel 2013 quando il flusso delle entrate scende nettamente, segnando un calo del 20% rispetto all'anno precedente, e contemporaneamente quello delle cessazioni continua ad aumentare (+6% rispetto al 2012), portando così ad una perdita di posti di lavoro e, quindi, ad un saldo negativo.

Dal 2009 al 2013, si registra in tutte le province un trend condiviso nelle assunzioni, che evidenzia una tendenza all'aumento interrotta nel 2013 quando si registra un calo più o meno marcato nell'area considerata. Allo stesso modo anche la dinamica delle cessazioni traccia una propensione alla crescita che persevera in tutti gli anni a Treviso e Vicenza, mentre si interrompe nelle altre province a partire dal 2013.

Dall'analisi della dinamica recente dei flussi occupazionali semestrali (Fig. 88), si osserva come per il Veneto dal 2009 al 2013 si alternino saldi positivi e negativi. A giugno 2013 le assunzioni aumentano del 17% rispetto a giugno 2012, mentre le cessazioni subiscono un brusco calo del 44%.

Nella Marca Trevigiana, invece, la curva delle assunzioni si situa al di sopra di quella delle cessazioni, dando vita ad un saldo positivo fino a giugno 2012. A partire dal II semestre del 2012 si assiste ad un cambio di tendenza dovuto, in modo particolare, alla contrazione delle assunzioni più che all'aumento delle cessazioni, che nel I semestre del 2013 diminuiscono. Anche in questo caso, come accaduto in prevalenza per il commercio, il saldo negativo è imputabile in misura maggiore alla caduta delle assunzioni.

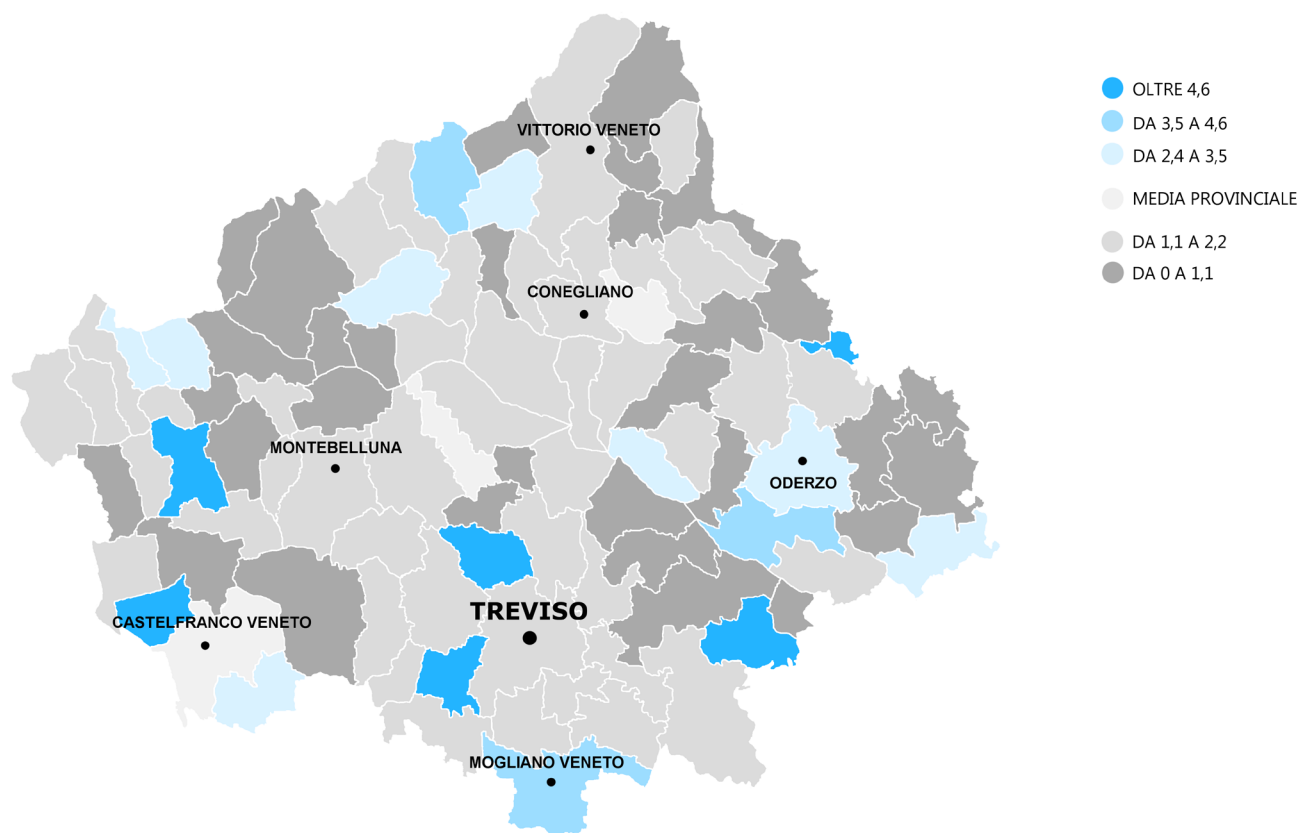
Figura 89 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

La composizione dei flussi delle assunzioni, da giugno 2012 a giugno 2013, all'interno del territorio del Veneto (fig. 89), rileva come Venezia (68.420 assunzioni pari al 47% del totale

Figura 90 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel turismo, da giugno 2012 a giugno 2013

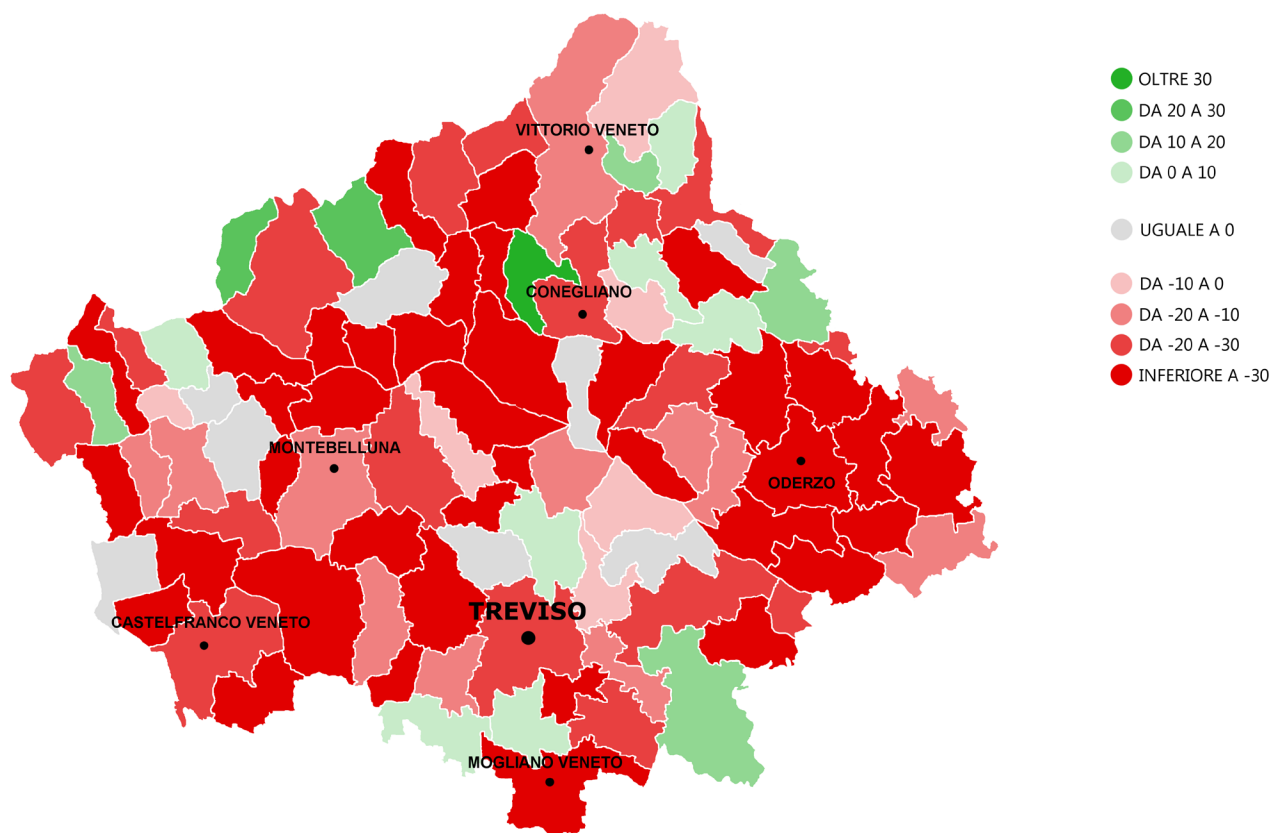


Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

regionale) copra quasi la metà delle assunzioni regionali nel turismo. La seconda provincia per numero di assunzioni è Verona (25.303 assunzioni pari al 17% del totale regionale). Le altre province registrano quote inferiori al 10%. La distribuzione delle cessazioni a livello provinciale mantiene le medesime proporzioni di quella delle assunzioni.

Gli indicatori della propensione media alle assunzioni (Fig. 90) e alle cessazioni registrano valori compresi prevalentemente tra 0,5 e 25,2. Un range molto ampio, che indica come le entrate e le uscite medie in un'impresa del turismo varino da 0 a 25 lavoratori nell'arco di un anno. A tal proposito è utile ricordare la stagionalità legata al

Figura 91 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

lavoro in questo settore, che segue non solamente la morfologia delle aree considerate, ma anche stagioni e relative festività.

La media provinciale si attesta a 2,3 (2,6 per le cessazioni) e circa il 18% dei comuni presenta valori superiori. In particolare, Monastier di Treviso, Ponzano Veneto e

Portobuffolè registrano la maggiore propensione alle assunzioni, con un valore dell'indice superiore a 20 punti. Ben il 79% dei comuni della Marca Trevigiana, concentrati in modo particolare nelle zone occidentali e orientali del territorio, non supera la media provinciale e solamente tre comuni si attestano su tale soglia.



La propensione media alle cessazioni rispecchia la distribuzione geografica delle assunzioni.

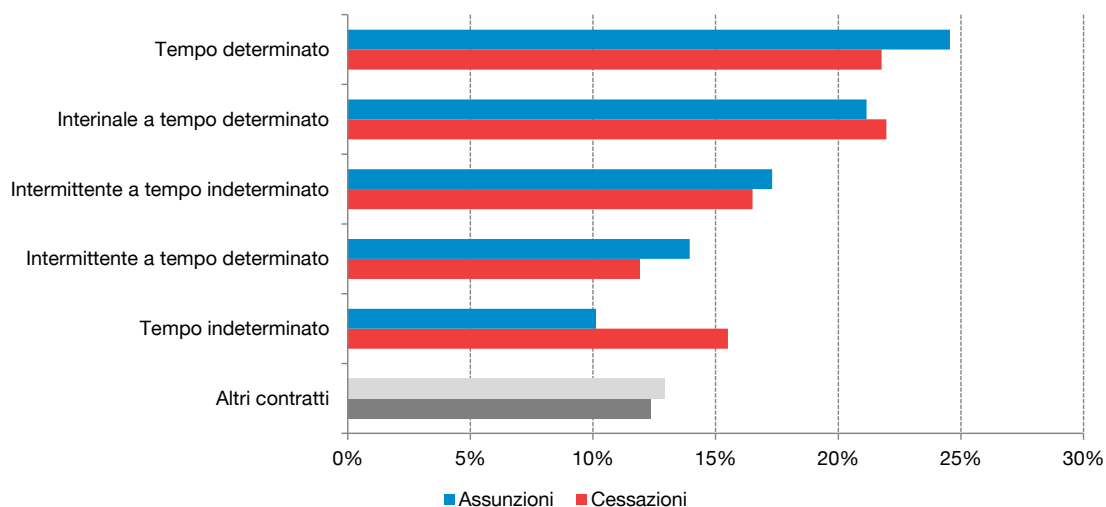
L'osservazione territoriale dei movimenti in entrata e in uscita e, in particolare, dei saldi occupazionali (Fig. 91) mostra come a livello provinciale ci siano in media -0,3 contratti ogni 100 unità locali all'anno, al netto delle cessazioni.

Il 73% dei comuni registra valori negativi, l'8% presenta un equilibrio tra assunzioni e cessazioni con conseguente saldo nullo e solamente il 19% vanta un saldo positivo. Il valore più elevato si rileva nel comune di San Pietro di Feletto, 38 contratti attivati all'anno ogni 100 unità locali. Analizzando i flussi a partire dal 2009, si evince come

nell'intero periodo recessivo il turismo abbia mantenuto saldi positivi fino al I semestre del 2011. Negli ultimi 2 anni, invece, valori positivi sono stati rilevati solamente al I semestre del 2012. Nonostante ciò, nell'arco di cinque anni, la provincia di Treviso è stata in grado di creare oltre 1.500 nuove posizioni occupazionali in questo settore.

Dai risultati congiunti delle propensioni alle assunzioni e alle cessazioni, nel periodo da giugno 2012 a giugno 2013, si rileva come il 19% dei comuni della Marca Trevigiana registri un turnover superiore alla media provinciale, in alcuni casi particolarmente elevato, mentre la maggior parte (81%), si attestano al di sotto di tale valore. La bassa dinamicità presente anche nel settore turistico è imputabile alla stretta correlazione esistente tra assunzioni e cessazioni.

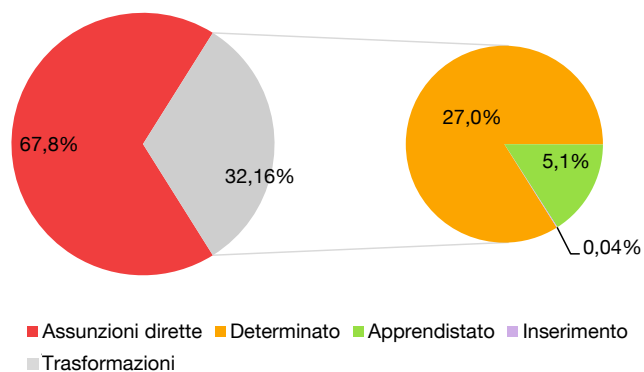
Figura 92 - Treviso. Flussi di dipendenti del turismo per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Per quanto concerne le tipologie contrattuali (Fig. 92), si evidenzia che quasi la metà delle assunzioni e delle cessazioni effettuate nel settore turistico della provincia di Treviso riguarda i contratti a *tempo determinato* e *interinale a tempo determinato*. Tra le altre forme contrattuali adottate, il *lavoro intermittente* (a tempo determinato e indeterminato) riveste un peso importante (21%), in quanto tipologia contrattuale tipica del settore turistico, al cui interno trova una regolamentazione specifica. Da notare che il saldo registrato da tale tipologia lavorativa è positivo. I contratti a *tempo indeterminato* coprono solamente il 12% delle assunzioni turistiche. È evidente come in questo settore i contratti atipici abbiano ampiamente sostituito il contratto a tempo indeterminato.

Figura 93 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

I contratti a tempo indeterminato nel periodo di rilevazione (Fig. 93) sono costituiti per il 68% da assunzioni dirette

e per il 32% da trasformazioni. Ancora, sono i contratti a *tempo determinato* (27%) e i contratti di *apprendistato* (5%) ad essere convertiti in misura maggiore in contratti a tempo indeterminato. Marginale, invece, è la quota di contratti di *inserimento* e di *formazione* che sono stabilizzati nella forma indeterminata.

### 2.3.3 I Lavoratori Dipendenti dei Servizi

Tra il I semestre del 2009 e il I semestre del 2013, in Veneto son stati assunti 1.324.191 lavoratori dipendenti all'interno di imprese dei servizi (Tab. 21). Il numero delle assunzioni in questo settore è decisamente più elevato di quello registrato negli altri comparti del terziario, in quanto si tratta del segmento più ampio per tipologia di attività. Esso, infatti, racchiude dai servizi alla persona ai servizi alle imprese, dal credito alle assicurazioni, dal design all'architettura, dall'ingegneria alla formazione, dall'ICT ai servizi tecnologicamente avanzati. Nello stesso periodo le chiusure di contratti lavorativi del settore hanno coinvolto 1.307.371 lavoratori dipendenti. Il saldo tra i flussi in entrata e in uscita è positivo e pari a 16.820 nuovi posti di lavoro.

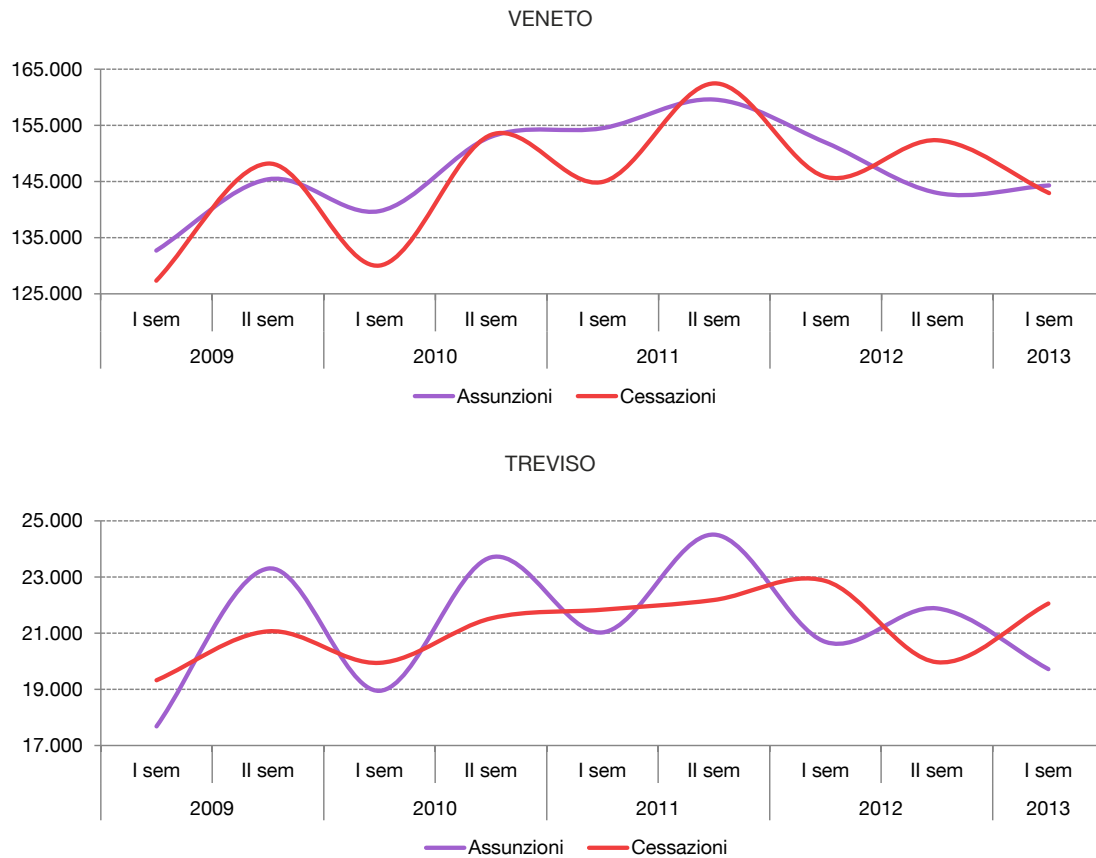
Le rilevazioni effettuate sul settore dei servizi, al I semestre del 2013, indicano un saldo positivo per la provincia di Venezia, con poco più di 4.900 nuove posizioni occupazionali. Anche Verona, Padova e Rovigo vedono i flussi delle assunzioni superare le cessazioni, rispecchiando la situazione del terziario. Per le province di Belluno, Treviso e Vicenza, invece, le chiusure dei contratti di lavoro superano di poche migliaia le aperture, anche nella prima parte del 2013.

Tabella 21 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti dei servizi per provincia  
(valori in migliaia)

	2009		2010		2011		2012		2013	Totale periodo (2009-2013)
	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	II sem	I sem	
<b>ASSUNZIONI</b>										
Belluno	4,0	6,2	4,5	6,8	5,0	8,7	4,7	6,3	5,0	51,3
Padova	27,5	27,1	26,7	28,9	29,1	29,6	29,6	26,7	28,0	253,2
Rovigo	7,6	7,5	7,8	7,6	8,6	8,2	9,4	8,1	8,4	73,3
Treviso	17,7	23,3	19,0	23,7	21,0	24,5	20,7	21,9	19,7	191,5
Venezia	27,2	26,7	30,5	29,9	35,3	32,2	34,2	28,3	33,9	278,1
Verona	30,9	32,7	32,8	33,7	35,1	34,3	35,0	31,7	30,8	297,1
Vicenza	17,8	21,8	18,6	22,4	20,3	22,1	18,4	19,9	18,4	179,8
<b>VENETO</b>	<b>132,7</b>	<b>145,4</b>	<b>139,8</b>	<b>153,0</b>	<b>154,5</b>	<b>159,6</b>	<b>151,9</b>	<b>143,0</b>	<b>144,3</b>	<b>1.324,2</b>
<b>CESSAZIONI</b>										
Belluno	5,2	5,0	5,5	5,5	6,1	7,4	6,0	5,4	6,2	52,3
Padova	25,8	29,1	24,4	28,5	27,5	30,7	27,8	30,3	27,4	251,6
Rovigo	6,9	8,2	6,7	8,2	7,8	8,8	8,6	9,4	8,0	72,6
Treviso	19,3	21,1	19,9	21,5	21,8	22,2	22,9	20,0	22,1	190,8
Venezia	22,3	30,7	25,1	34,1	29,3	36,8	28,2	34,2	29,0	269,8
Verona	28,8	34,2	29,2	35,1	31,5	36,3	32,3	33,8	29,8	291,2
Vicenza	19,0	19,8	19,1	20,4	20,8	20,4	19,9	19,2	20,5	179,2
<b>VENETO</b>	<b>127,4</b>	<b>148,2</b>	<b>130,0</b>	<b>153,3</b>	<b>144,9</b>	<b>162,5</b>	<b>145,8</b>	<b>152,3</b>	<b>142,9</b>	<b>1.307,4</b>
<b>SALDO (*)</b>										
Belluno	-1,2	1,2	-1,0	1,3	-1,1	1,3	-1,3	0,9	-1,2	-1,0
Padova	1,7	-2,0	2,2	0,4	1,6	-1,2	1,8	-3,6	0,6	1,6
Rovigo	0,7	-0,7	1,0	-0,6	0,8	-0,5	0,7	-1,2	0,4	0,6
Treviso	-1,6	2,2	-1,0	2,2	-0,8	2,3	-2,2	1,9	-2,3	0,7
Venezia	4,9	-4,0	5,3	-4,1	5,9	-4,6	5,9	-6,0	4,9	8,3
Verona	2,1	-1,5	3,5	-1,4	3,6	-1,9	2,7	-2,1	1,1	5,9
Vicenza	-1,2	2,0	-0,5	2,0	-0,5	1,7	-1,6	0,8	-2,1	0,6
<b>VENETO</b>	<b>5,4</b>	<b>-2,8</b>	<b>9,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>9,6</b>	<b>-2,9</b>	<b>6,1</b>	<b>-9,4</b>	<b>1,4</b>	<b>16,8</b>

(\*) I valori dei saldi possono non coincidere con la differenza tra assunzioni e cessazioni per motivi di approssimazione

Figura 94 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti dei servizi  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Nella provincia di Treviso, dal 2009 al 2013, si registrano 191.479 assunzioni (pari al 14% del totale regionale) e 190.763 cessazioni (pari al 15% del totale regionale), per un saldo occupazionale positivo di 716 nuovi posti di lavoro. Le province che evidenziano differenze maggiormente positive

tra assunzioni e cessazioni sono Venezia (oltre +8 mila posti di lavoro), Verona (quasi +6 mila posti di lavoro) e Padova (circa +1,6 mila posti di lavoro). Belluno è l'unica provincia che nel periodo segna un saldo occupazionale negativo (-972 posti di lavoro).

I valori assoluti dei flussi semestrali in entrata e in uscita per ciascuna provincia, nel periodo in esame, registrano una comune propensione alla crescita fino al 2011, che subisce successivamente variazioni differenti. Treviso, Venezia, Verona e Vicenza segnano una contrazione a partire dal 2012, posticipata di un anno da Padova e Rovigo. Belluno, invece, dopo un calo nel 2012, torna a registrare un trend di crescita. Per quanto riguarda, invece, i flussi delle cessazioni, se da un lato Belluno, Venezia e Vicenza nel 2012 segnano un rallentamento per poi tornare a crescere nell'anno seguente, le altre province presentano un andamento costante di crescita progressiva che si interrompe nel 2013.

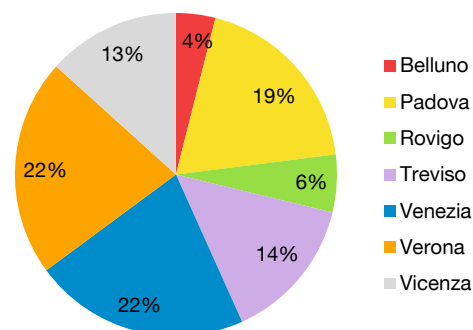
La dinamica recente dei flussi delle assunzioni (Fig. 94), dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013, evidenzia andamenti altalenanti sia per la provincia sia per la regione, con un'alternanza di saldi positivi e negativi.

In Veneto a partire dal II semestre del 2012 si assiste ad un leggero aumento dei flussi di assunzioni e ad una diminuzione consistente delle cessazioni.

In controtendenza la Marca Trevigiana, nella quale le assunzioni diminuiscono di circa il 10% durante lo stesso periodo, mentre le cessazioni registrano un incremento percentuale di pari importo (+10%). Il saldo negativo, dunque, potrebbe essere imputabile alla caduta delle assunzioni e al trend crescente delle cessazioni.

La composizione dei flussi di assunzioni di dipendenti nelle imprese dei servizi per provincia (Fig. 95) evidenzia come la maggior parte delle assunzioni sia assorbita dalle province di Verona, Venezia (entrambe 22% del totale regionale) e

Figura 95 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013



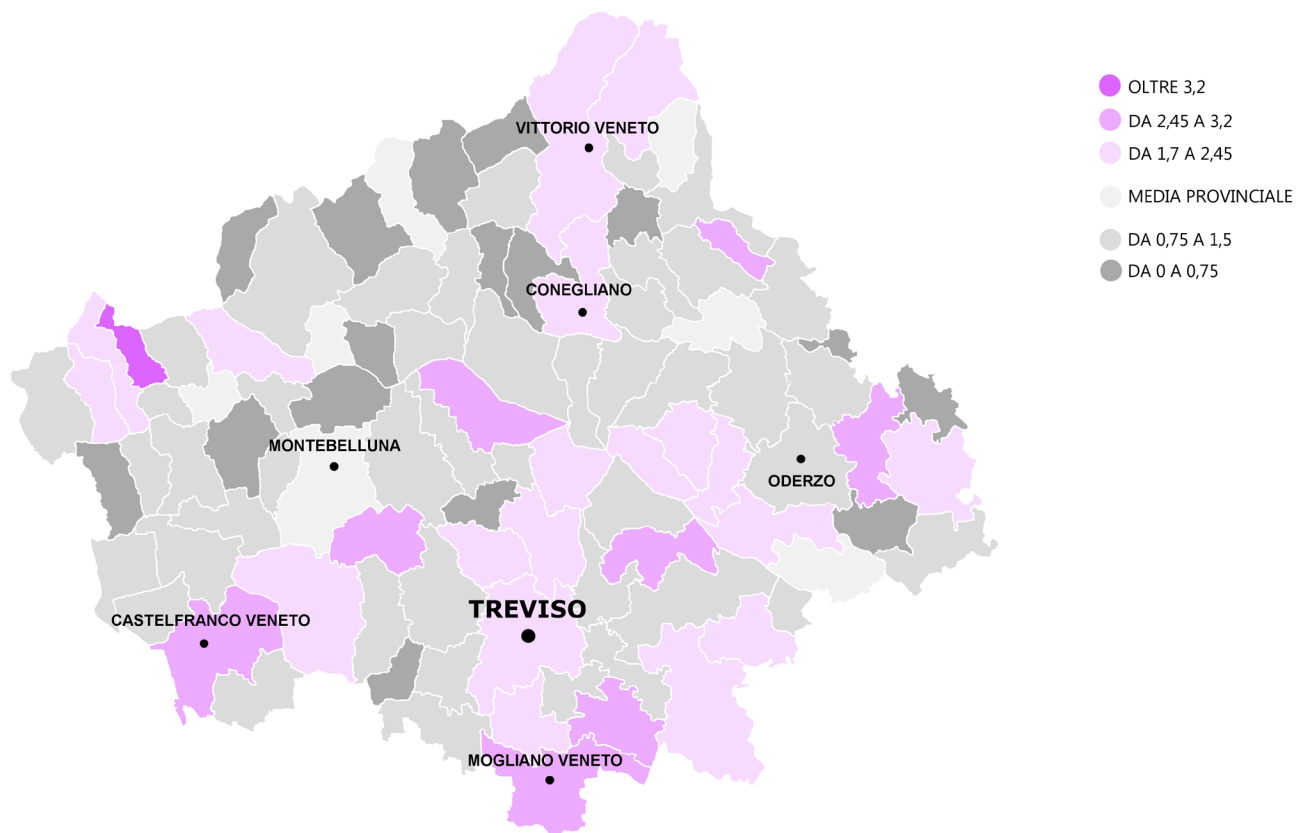
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Padova (19% del totale regionale). Seguono le province di Treviso (14% del totale regionale), Vicenza (13% del totale regionale), Rovigo (6% del totale regionale) e Belluno (4% del totale regionale). La distribuzione delle cessazioni a livello provinciale mantiene le medesime proporzioni di quella delle assunzioni.

Gli indicatori della propensione media alle assunzioni (Fig. 96) e alle cessazioni rilevano valori compresi prevalentemente tra 0,1 e 3,3. Un range piuttosto ristretto, che indica come le entrate e le uscite medie in un'impresa dei servizi varino da 0 ad un massimo di 3 lavoratori nell'arco di un anno.

La media provinciale si attesta a 1,6 (medesimo valore per le cessazioni) e il 29% dei comuni, situati prevalentemente sull'asse nord-sud e nei pressi dei maggiori centri urbani, presenta valori superiori. In particolare, Possagno e Trevignano registrano la maggiore propensione alle

Figura 96 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013



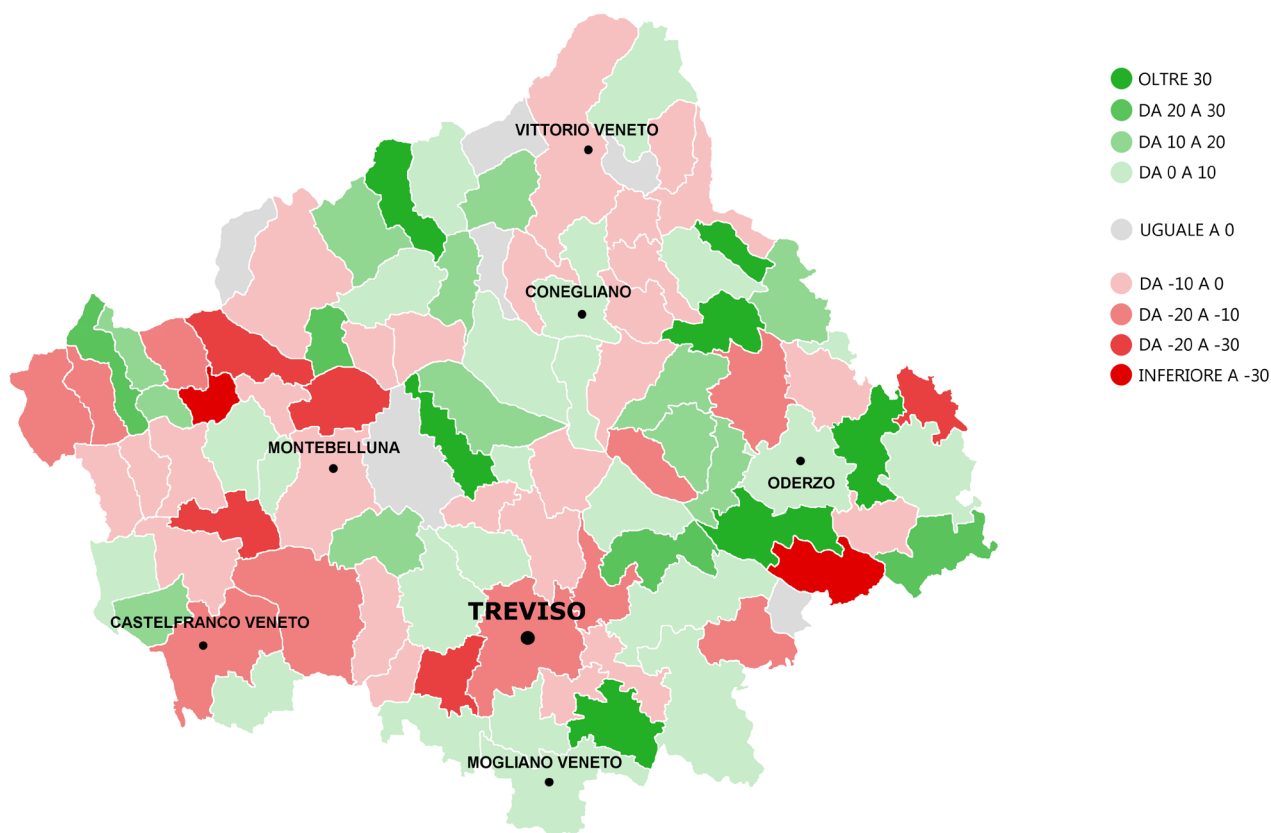
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

assunzioni, con un valore dell'indice pari rispettivamente a 3,3 e 3. Ben il 63% dei comuni della Marca Trevigiana non supera la media provinciale, mentre sette si attestano su tale soglia.

La propensione media alle cessazioni rispecchia la distribuzione geografica delle assunzioni.

Dal calcolo del saldo ponderato sulla numerosità media delle unità locali attive nel settore (Fig. 97) si rileva come tendenzialmente, nell'arco di un anno, non vi siano state nuove attivazioni contrattuali all'interno delle aziende dei servizi. Questo dato, seppur indicativo di un saldo medio praticamente nullo, testimonia la capacità del comparto

Figura 97 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro e Infocamere

dei servizi di resistere alla crisi in maniera migliore rispetto agli altri settori del terziario, che vedono saldi medi negativi.

Valori negativi sono registrati in meno della metà dei comuni (45%). Solamente nel 6% dei casi le entrate e le uscite coincidono, determinando un saldo nullo, mentre quasi la

metà dei comuni (48%) vanta, invece, un saldo positivo. Analizzando i flussi a partire dal 2009, si sottolinea che comunque nell'intero periodo recessivo i servizi della Marca Trevigiana hanno visto l'apertura di 716 nuovi posti di lavoro, risultato di un andamento alterno tra saldi positivi e negativi.

Dalle rilevazioni congiunte delle propensioni alle assunzioni e alle cessazioni, nel periodo da giugno 2012 a giugno 2013, si nota come il 33% dei comuni della Marca Trevigiana registrino un turnover superiore alla media provinciale, mentre la maggior parte (67%), si attestino al di sotto di tale valore. In media si registra, quindi, una dinamicità contenuta nel mercato del lavoro dei servizi, seppur superiore a tutti gli altri comparti del terziario, evidente sia nelle aperture sia nelle chiusure di contratti di lavoro, che risultano essere strettamente correlate tra loro.

In merito alle tipologie contrattuali (Fig. 98), in questo comparto del terziario, sono i contratti a *tempo determinato*

e a *tempo determinato per sostituzione* a coprire la metà delle assunzioni e cessazioni nel periodo in esame.

Le altre forme adottate sono il contratto a *tempo indeterminato* (11% del totale assunzioni), il *tempo determinato nella pubblica amministrazione* (8% del totale assunzioni) e il *lavoro a progetto* (7% del totale assunzioni). In particolare, si osserva che nel lavoro indeterminato le chiusure dei contratti superano in misura maggiore rispetto alle altre tipologie in esame le aperture, generando un saldo occupazionale negativo.

I contratti a tempo indeterminato nel periodo di rilevazione (Fig. 99) sono costituiti per il 63% da assunzioni dirette e

Figura 98 - Treviso. Flussi di dipendenti dei servizi per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013

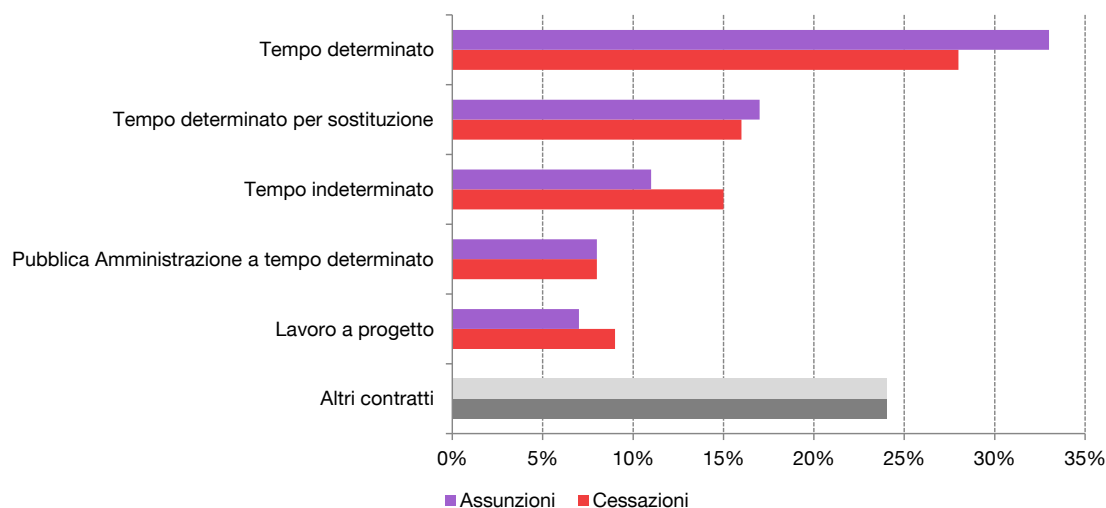
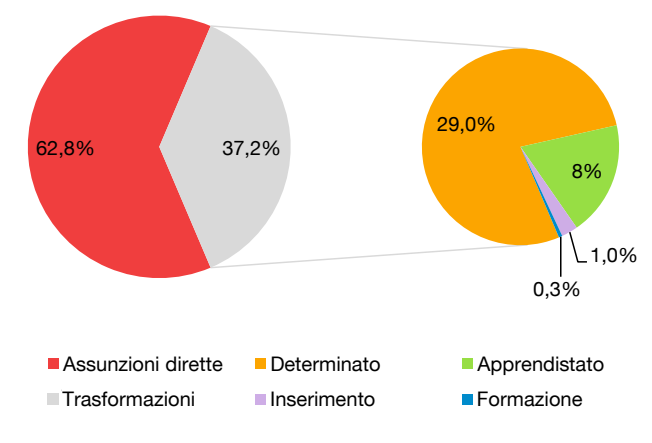




Figura 99 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

per il 37% da trasformazioni di altre tipologie contrattuali, seguendo la ripartizione vista nel settore terziario. In particolare, la maggioranza delle trasformazioni riguarda i contratti a *tempo determinato* (29% del totale dei contratti a tempo indeterminato) e i contratti di *apprendistato* (8% dei contratti a tempo indeterminato).

Quote marginali si riferiscono, invece, alla stabilizzazione di contratti di *inserimento* (1% dei contratti a tempo indeterminato) e di *formazione* (0,3% dei contratti a tempo indeterminato).

### 2.3.4 I Saldi Occupazionali a confronto

Il terziario trevigiano, una leva per il sistema economico sin dall'inizio della crisi, nel corso dell'ultimo anno di rilevazione è stato inevitabilmente raggiunto dall'onda lunga di

quest'ultima. Nell'arco dell'intero periodo considerato, dal I semestre del 2009 al I semestre del 2013, si è assistito alla creazione di poco più di 2.400 posizioni lavorative nella Marca Trevigiana, in particolare nella ristorazione per l'ambito turistico, nella Logistica e nelle Attività professionali per i servizi (Tab. 22).

Scendendo nel dettaglio della classificazione ATECO 2007 per classi, è possibile individuare le componenti, sia positive sia negative, di tale risultato.

Il commercio al dettaglio vede diminuzioni nei flussi delle assunzioni nei negozi di abbigliamento, mobili, articoli di illuminazione e per la casa, mentre aumenta la vendita dei medicinali.

All'interno delle categorie dei servizi, nella Comunicazione scendono le attività di telecomunicazione, mentre nuove posizioni occupazionali risultano nel settore dell'ICT (produzione di software, consulenza informatica, elaborazione dati, hosting e altre attività connesse). Grande slancio deriva dalle Attività Professionali, ovvero dalle attività legali, di contabilità, di direzione aziendale e consulenza gestionale, oltre che dagli studi di architettura e ingegneria.

Per quel che concerne il Sociale, invece, il saldo negativo è influenzato in modo particolare dall'istruzione, sia primaria che secondaria (di formazione generale, ma anche tecnica, professionale e artistica), oltre che dalla formazione culturale. All'interno di questa categoria, tuttavia, si registrano nuove attivazioni contrattuali nell'assistenza sanitaria, negli studi odontoiatrici, nei servizi di assistenza residenziale e non residenziale (sociale e per anziani), nelle attività ricreative e di intrattenimento, nei servizi per la persona e nelle attività di riparazione di beni per uso personale, lavanderie e puliture di articoli tessili e di pelliccia.

Tabella 22 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per settore e divisione  
(valori assoluti)

	ASSUNZIONI	CESSAZIONI	SALDO
	Totale periodo <i>(I sem. 2009 - I sem. 2013)</i>	Totale periodo <i>(I sem. 2009 - I sem. 2013)</i>	Totale periodo <i>(I sem. 2009 - I sem. 2013)</i>
<b>COMMERCIO</b>			
G 45	4.307	4.709	-402
G 46	17.822	17.746	76
G 47	30.510	30.580	-70
<b>Totale</b>	<b>52.639</b>	<b>53.035</b>	<b>-396</b>
<b>TURISMO</b>			
I 55	12.020	11.912	108
I 56	45.341	43.216	2.125
N 79	677	753	-76
<b>Totale</b>	<b>58.038</b>	<b>55.881</b>	<b>2.157</b>
<b>SERVIZI</b>			
Logistica	44.001	43.270	731
Comunicazione	7.627	7.298	329
Finanza	4.523	4.378	145
Attività immobiliari	1.129	1.126	3
Attività professionali	13.081	12.430	651
Sociale	121.118	122.261	-1.143
<b>Totale</b>	<b>191.479</b>	<b>190.763</b>	<b>716</b>
<b>TOTALE TERZIARIO</b>	<b>302.156</b>	<b>299.679</b>	<b>2.477</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

Il quadro che si viene a delineare, dal II semestre del 2012, risulta peggiorato rispetto alla situazione precedente, con la perdita nell'ultimo anno di circa 3.500 posti di lavoro nel complesso del terziario (Tab. 23).

Nel dettaglio dei settori che lo compongono, il commercio evidenzia un saldo negativo di circa 1.300 lavoratori nella seconda metà del 2012, che persiste anche nel corso del I semestre del 2013, con un'ulteriore diminuzione di circa 180 unità. Nell'intero anno, è il *commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)* a fare le spese della caduta occupazionale (58% delle perdite totali del settore), a seguito della chiusura di molti punti vendita, soprattutto per quel che riguarda l'abbigliamento, i mobili, gli articoli per la casa e l'illuminazione, e gli esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande. Il *commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e motocicli)* e il *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli* segnalano una variazione negativa di circa 300 lavoratori ciascuno.

Dal II semestre del 2012 al I semestre del 2013, il turismo sembra essere il settore che presenta la situazione occupazionale peggiore, con le cessazioni dei contratti di lavoro che superano le attivazioni di circa 1.600 unità. Il saldo negativo, elevato in particolar modo nella seconda metà del 2012, è rilevabile soprattutto all'interno delle *attività dei servizi di ristorazione* (90% delle perdite totali del settore). Meno coinvolti sembrano essere gli *alloggi* e le *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse*.

I servizi, invece, sembrano essere il settore che meglio regge alla contrazione economica: al II semestre del 2012 il saldo registrato è positivo, con 1.915 nuove posizioni

occupazionali. Seguendo la dinamica negativa rilevata nel settore nei primi semestri di ogni anno, anche l'inizio del 2013 vede un calo consistente del lavoro dipendente di circa 2.300 lavoratori. È la Logistica a contribuire in maniera più rilevante al saldo negativo. Seguono le Attività Professionali, all'interno delle quali scendono le attività legali e di contabilità (revisione contabile, consulenza in materia fiscale e del lavoro), che invece presentano una dinamica positiva nell'intero periodo considerato. Saldi negativi si registrano anche nella Finanza e nella Comunicazione, con un aumento di posizioni lavorative nelle attività dei servizi di informazione e consulenza informatica, oltre che nella produzione di software, video, registrazioni audio e per mezzi di telecomunicazione e distribuzione cinematografica, che tuttavia non compensa del tutto i cali verificatisi nelle attività di gestione delle strutture e apparecchiature informatiche, nell'elaborazione dati, hosting e attività connesse e nella creazione di portali web.

Nel corso dell'ultimo anno è il Sociale l'ambito in cui i flussi delle assunzioni rimangono superiori a quelli delle cessazioni contrattuali, con un saldo positivo di 510 dipendenti. In particolare, aumentano le posizioni lavorative nell'istruzione, soprattutto in quella secondaria di formazione generale, tecnica, professionale e artistica, in controtendenza rispetto all'analisi dell'intero periodo. Si segnala un incremento anche nei servizi di assistenza sociale e residenziale. Scendono, invece, le attività sportive, di intrattenimento e di divertimento, i servizi di lavanderia e pulitura di articoli tessili e pelliccia (anche questi con una dinamica opposta rispetto al totale periodo) e i servizi collegati agli acconciatori e all'estetica. In tale contesto il settore dei servizi continua a rappresentare un motore di spinta per la ripresa del terziario.

Tabella 23 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per settore e divisione, da giugno 2012 a giugno 2013  
(valori assoluti)

	ASSUNZIONI			CESSAZIONI			SALDO		
	2012	2013	Totale periodo	2012	2013	Totale periodo	2012	2013	Totale periodo
	<i>II sem</i>	<i>I sem</i>		<i>II sem</i>	<i>I sem</i>		<i>II sem</i>	<i>I sem</i>	
<b>COMMERCIO</b>									
G 45	348	318	666	575	405	980	-227	-87	-314
G 46	1.635	1.873	3.508	2.156	1.668	3.824	-521	205	-316
G 47	3.062	2.592	5.654	3.634	2.895	6.529	-572	-303	-875
<b>Totale</b>	<b>5.045</b>	<b>4.783</b>	<b>9.828</b>	<b>6.365</b>	<b>4.968</b>	<b>11.333</b>	<b>-1.320</b>	<b>-185</b>	<b>-1.505</b>
<b>TURISMO</b>									
I 55	1.871	1.749	3.620	2.015	1.739	3.754	-144	10	-134
I 56	5.293	4.312	9.605	6.387	4.665	11.052	-1.094	-353	-1.447
N 79	51	66	117	85	59	144	-34	7	-27
<b>Totale</b>	<b>7.215</b>	<b>6.127</b>	<b>13.342</b>	<b>8.487</b>	<b>6.463</b>	<b>14.950</b>	<b>-1.272</b>	<b>-336</b>	<b>-1.608</b>
<b>SERVIZI</b>									
Logistica	4.286	4.248	8.534	4.941	3.967	8.908	-655	281	-374
Comunicazione	637	678	1.315	773	599	1.372	-136	79	-57
Finanza	392	421	813	583	404	987	-191	17	-174
Attività immobiliari	110	89	199	145	113	258	-35	-24	-59
Attività professionali	1.099	1.549	2.648	1.616	1.295	2.911	-517	254	-263
Sociale	15.360	12.738	28.098	11.911	15.677	27.588	3.449	-2.939	510
<b>Totale</b>	<b>21.884</b>	<b>19.723</b>	<b>41.607</b>	<b>19.969</b>	<b>22.055</b>	<b>42.024</b>	<b>1.915</b>	<b>-2.332</b>	<b>-417</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Veneto Lavoro

03

# IL CICLO ECONOMICO, LA CONGIUNTURA E LA TENDENZA







## Il Ciclo Economico, la Congiuntura e la Tendenza

Il concetto di crisi economica deriva dalla teorizzazione del ciclo economico, infatti, la crisi non è altro che una delle fasi del suddetto ciclo. Per valutare l'andamento economico di un Paese, a partire dalla definizione degli standard internazionali di contabilità nazionale dopo la seconda guerra mondiale, si osservano le variazioni del Prodotto Interno Lordo (PIL).

Le fasi del ciclo economico sono così individuate:

- *espansione*: fase di prosperità, o boom, nella quale il PIL cresce rapidamente. E' caratterizzata da un rilevante aumento degli investimenti: i maggiori investimenti si traducono in una crescita più che proporzionale del reddito, la domanda dei beni aumenta, le imprese realizzano maggiori profitti e la disoccupazione diminuisce. La crescita della domanda produce, però, un aumento dei prezzi: se le pressioni sul livello dei prezzi sono elevate, le autorità monetarie devono provvedere a contenere l'inflazione e, di conseguenza, a ridurre gli investimenti;
- *crisi*: fase di recessione, nella quale il PIL per almeno due trimestri consecutivi subisce una diminuzione. E' caratterizzata dal cessare delle cause che hanno indotto l'espansione. La speculazione nei mercati azionari anticipa l'inversione della congiuntura: le quotazioni azionarie diminuiscono e si diffondono sentimenti di sfiducia fra gli operatori. Le banche, che nella fase di espansione avevano concesso crediti con facilità, tendono a limitarli e ad elevare i tassi di interesse;
- *depressione*: fase di depressione, nella quale la produzione rallenta e la disoccupazione si mantiene a livelli elevati. E' caratterizzata dalla sfiducia degli operatori del mercato. Le imprese meno stabili scompaiono, mentre le altre incontrano delle difficoltà. La domanda che aveva

alimentato la fase di espansione tende ora a contrarsi, gli investimenti diminuiscono sempre di più in conseguenza della contrazione della domanda e dei maggiori interessi richiesti dalle banche per concedere finanziamenti. Le aspettative del pubblico e degli imprenditori si fanno sempre più pessimistiche e, di conseguenza, cadono i titoli azionari e la disoccupazione aumenta. La situazione può essere ulteriormente aggravata dalla concomitanza di una recessione a livello mondiale;

- *ripresa*: fase di ripresa, in cui il PIL inizia nuovamente a crescere. A seguito della contrazione dell'attività, il mercato percepisce che la produzione è scesa sotto la possibilità di assorbimento della domanda e nel sistema comincia a diffondersi qualche segnale di ottimismo. La politica monetaria espansiva, eventualmente adottata dalle autorità, favorisce la ripresa.

Lo studio del ciclo economico poggia su dati statistici, grazie ai quali gli economisti hanno potuto rilevare che a periodi di espansione seguono periodi di depressione che, talvolta, durano anche alcuni anni. I dati accumulati consentono di individuare diversi tipi di ciclo che però si sovrappongono, complicando il lavoro di ricerca degli studiosi.

Per definirne la durata si individuano tre modelli principali:

- *ciclo breve di Kitchin*<sup>11</sup>, da 2 a 4 anni, basato sulle variazioni delle scorte presso le imprese;
- *ciclo medio di Juglar*<sup>12</sup>, da 4 a 10 anni, basato sulle variazioni del credito e delle riserve bancarie;
- *ciclo lungo di Kondratiev*<sup>13</sup>, da 50 a 60 anni, basato su eventi di grande portata, come ad esempio la rivoluzione industriale. Questi condizionano i cicli più brevi che si verificano durante il loro periodo.

Partendo dall'analisi di Kondratiev, Schumpeter<sup>14</sup> individua nelle innovazioni tecnologiche la causa principale delle fluttuazioni di lungo periodo.

Secondo l'economista austriaco, infatti, le innovazioni non si distribuiscono in modo uniforme nel tempo, ma sono introdotte a grappoli, nel senso che tendono a concentrarsi in determinati periodi. Quando i nuovi beni

prodotti grazie alle innovazioni saturano il mercato, le imprese diminuiscono gli investimenti (in quanto diminuiscono le prospettive di profitto), segnando l'inizio della fase recessiva del ciclo che si concluderà solo con l'introduzione di ulteriori innovazioni.

Schumpeter individua quattro onde lunghe:

- *I ciclo*, legato all'introduzione della macchina a vapore;
- *II ciclo*, legato allo sviluppo delle ferrovie;
- *III ciclo*, legato all'elettricità e all'industria chimica;
- *IV ciclo*, legato all'introduzione dell'automobile.

Nella realtà i cicli economici non presentano un andamento lineare come quello descritto dai modelli considerati: può accadere che durante una fase di depressione vi sia un parziale recupero che però non determina un'inversione di tendenza, così come può

---

11. *Joseph Kitchin (1861-1932)* fu un uomo d'affari e uno statista britannico che, analizzando i tassi di interesse americani ed inglesi oltre ad altre variabili macroeconomiche, formulò la teoria del ciclo economico di breve periodo di circa 40 mesi.

12. *Clément Juglar (1819-1905)* fu un medico e statista francese, che sviluppò la teoria economica del ciclo economico della durata media di 7-11 anni, caratterizzato dall'espansione del credito e dalla riduzione delle riserve bancarie, nelle fasi di ripresa e di prosperità, e dall'andamento opposto, nelle fasi di recessione e depressione.

13. *Nikolaj Dmitrievic Kondrat'ev (1892-1938)* fu un economista sovietico, teorico delle Onde di Kondrat'ev e della NEP (Nuova Politica Economica). Le Onde di Kondrat'ev (chiamate anche Onde di Kondrat'ev o, più semplicemente, Onde K) sono cicli regolari sinusoidali nel moderno mondo economico capitalistico. Lunghi da 50 a 70 anni, i cicli consistono alternativamente di una fase ascendente ed una discendente. Alla fase ascendente corrispondono periodi di crescita veloce e specializzata, mentre alla fase discendente periodi di depressione.

14. *Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)* fu un economista austriaco, tra i maggiori del XX secolo. L'apporto più originale e caratterizzante dato da Schumpeter alla teoria economica fu probabilmente costituito dalla sua concezione dello sviluppo. Attraverso la teoria delle innovazioni, Schumpeter fu in grado di spiegare l'alternarsi nel ciclo economico di fasi espansive e recessive.



accadere che durante una fase di espansione vi siano delle cadute seguite da un rapido recupero. Inoltre, la durata dei cicli è variabile.

L'insieme di tutti gli interventi pubblici attuati allo scopo di attenuare le onde del ciclo viene definito politica anticiclica. Tali provvedimenti hanno effetto nel breve termine e il loro obiettivo è di garantire la piena occupazione.

Esempi di strumenti della politica anticiclica sono:

- la *politica della spesa pubblica*, ossia le manovre che regolano le entrate e le uscite dello Stato;
- la *politica monetaria e creditizia*, che riguarda la quantità totale di credito da concedere alle imprese o, in varia forma, alle famiglie;
- la *politica fiscale*, che riguarda la modulazione del carico tributario sui contribuenti.

Tabella 24 - Italia e Veneto. Prodotto Interno Lordo a prezzi costanti e correnti  
(valori in migliaia)

	ITALIA		VENETO	
	<i>PIL a prezzi costanti</i>	<i>Pil a prezzi correnti</i>	<i>Pil a prezzi costanti</i>	<i>PIL a prezzi correnti</i>
2000	1.367.800,9	1.198.291,9	129.308,3	113.181,7
2001	1.393.277,9	1.255.737,8	130.072,7	117.700,3
2002	1.399.567,7	1.301.873,0	129.005,5	120.494,9
2003	1.398.915,8	1.341.850,1	130.483,6	125.699,1
2004	1.423.126,4	1.397.728,3	133.992,2	132.013,9
2005	1.436.379,5	1.436.379,5	135.690,4	135.690,4
2006	1.467.964,4	1.493.031,3	138.875,1	140.576,0
2007	1.492.671,1	1.554.198,9	141.628,3	147.009,2
2008	1.475.412,4	1.575.143,9	137.521,2	145.923,5
2009	1.394.347,2	1.519.695,1	130.007,8	141.852,1
2010	1.418.375,8	1.551.885,6	132.032,6	144.322,7
2011	1.424.751,5	1.579.946,4	133.802,5	148.441,0
2012	1.391.018,0	1.566.911,6	130.224,4	146.605,1
2013 (*)	1.365.226,8	1.560.023,8	127.899,0	146.577,0

(\*) dati previsionali

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati ISTAT e Prometeia

Analizzando l'andamento dell'economia italiana e in particolare del PIL, si conferma l'essere all'interno di una fase di crisi iniziata nel 2007 con il crollo del sistema finanziario statunitense<sup>15</sup> e tutt'ora in corso.

Considerando il PIL italiano, a partire dal 2000, si osserva come questo abbia continuato a crescere fino al 2007, anno dello scoppio della crisi. In particolare, dall'osservazione della serie storica del PIL fornita dall'ISTAT a valori concatenati con prezzi del 2005<sup>16</sup>, dal 2000 al 2007 il tasso di crescita percentuale risulta di poco più del 9%. A partire da quel momento il suo andamento è andato vertiginosamente calando fino al 2009, per poi risalire leggermente dal 2009 al 2011 e ritornare nuovamente a decrescere. La fase di recessione assume, quindi, la forma particolare di una "W". In corrispondenza dei due punti di minimo, le variazioni percentuali negative sono rispettivamente del 6,6% e del 4,2%.

La regione del Veneto segue il medesimo percorso, raggiungendo in alcuni casi una decrescita maggiore (di qualche punto percentuale).

Le previsioni per il 2014 effettuate da OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), FMI (Fondo

Monetario Internazionale) e Comunità Europea stimano la crescita del PIL attorno allo 0,6%, mentre secondo l'ISTAT e la Banca d'Italia il valore previsto è dello 0,7%, a testimonianza della fase di stabilizzazione iniziata dalla seconda metà del 2013.

Le fasi di ripresa all'interno della recessione sono da ricollegarsi agli effetti delle politiche economiche espansive per sostenere la crescita. In particolare, le manovre condivise dalla BCE (Banca Centrale Europea) a partire dal 2012, l'orientamento in ripresa del ciclo nei paesi emergenti, soprattutto asiatici con la conseguente spinta alle importazioni, e la bilancia commerciale in attivo, sembrano aver da un lato aiutato l'Italia nel processo di consolidamento dei conti pubblici e nella diminuzione dello spread. D'altro canto, però, l'elevato debito pubblico, i duri effetti sull'occupazione e l'instabilità politica continuano a prospettare una lenta ripresa con una bassa crescita.

I medesimi trend, sia per l'Italia sia per il Veneto, si registrano anche per quel che concerne il PIL a prezzi correnti<sup>17</sup>, ossia non privato degli effetti dell'inflazione.

In questo contesto economico, nel quale l'onda lunga della

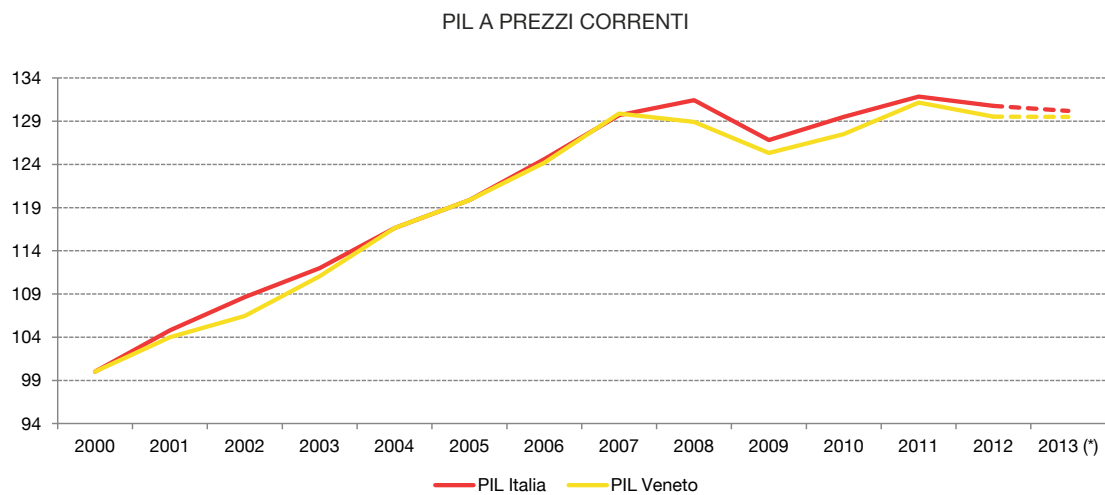
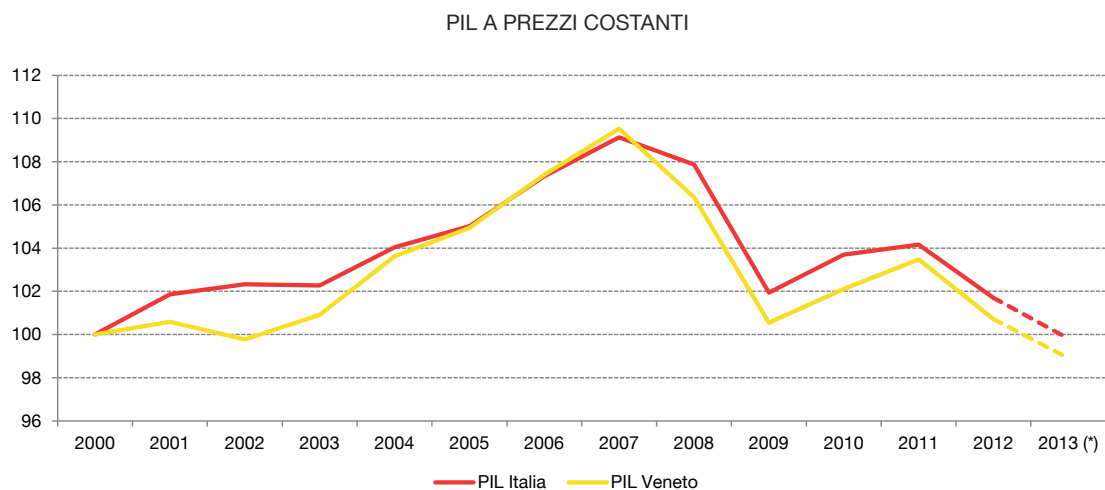
---

15. La principale causa della crisi attuale è la cosiddetta *crisi dei subprime*. Tra gli altri principali fattori figurano gli alti prezzi delle materie prime, una crisi alimentare mondiale, un'elevata inflazione globale, la minaccia di una recessione in tutto il mondo e per finire una crisi creditizia con conseguente crollo di fiducia dei mercati borsistici. Viene considerata da molti economisti come una delle peggiori crisi economiche della storia, seconda solo alla "Grande depressione" iniziata nel 1929.

16. Valori concatenati con anno di riferimento 2000: il concatenamento fornisce una misura dell'aggregato economico di interesse in termini di volume, ossia al netto della dinamica dei prezzi ad esso sottostanti. Si noti che la somma dei valori concatenati delle componenti di un aggregato non è uguale al valore concatenato dell'aggregato stesso (fonte ISTAT).

17. Prezzi correnti: l'aggregato di interesse è espresso in valore e riflette il livello dei prezzi del periodo corrente (fonte ISTAT).

Figura 100 - Italia e Veneto. Prodotto Interno Lordo a prezzi costanti e correnti  
(valori assoluti)



(\*) dati previsionali

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati ISTAT e Prometeia

crisi economica fa sentire ancora i suoi effetti, si vuole tentare di fornire una possibile stima dei valori di unità locali e imprenditori per il 2014 e il 2015, all'interno della suddivisione settoriale finora presentata.

Per la proiezione dei possibili scenari evolutivi sono stati utilizzati due differenti modelli di calcolo. Le ipotesi sottostanti a ciascuna metodologia non considerano alcun intervento di politica economica attiva o di sostegno alle imprese e agli imprenditori per l'uscita dal periodo recessivo e soddisfano criteri prevalentemente prudenziali, in quanto l'elevata variabilità del periodo e la presenza di shock nel sistema non consentono di procedere all'elaborazione di modelli di stima più raffinati.

Si sottolinea, inoltre, che di norma i valori previsti nel lungo termine vanno trattati con cautela, poichè le stime divengono tanto più incerte quanto più ci si allontana dal dato di partenza, in modo particolare quando l'analisi è rivolta a piccole realtà territoriali.

La *proiezione tendenziale* considera la variazione media trimestrale dal IV trimestre 2009 al IV trimestre 2013 delle variabili in esame. Il prolungamento della serie di dati è ottenuto applicando il tasso di crescita diminuito del 50%, secondo criteri prudenziali. Tale metodo calcola i valori futuri delle variabili come la proiezione della dinamica passata e non considera la presenza di eventuali shock o interventi di politica economica nel sistema, bensì assume che le dinamiche di localizzazioni e imprenditori crescano o diminuiscano sulla base del tasso medio di variazione degli ultimi cinque anni.

La *proiezione congiunturale* prevede il calcolo di una funzione polinomiale descrittiva dei dati, che consente di prolungare la serie di valori fino al 2015. Tale metodo, nel proiettare i valori misurati al futuro, tiene conto di tutte le variazioni, in aumento e in diminuzione, di localizzazioni e imprenditori registrate nei singoli trimestri dal 2009 al 2013. In questo caso, quindi, i valori stimati risentono degli shock e delle politiche effettuate nel corso degli ultimi cinque anni.

L'intervallo che si viene a creare tra le serie di dati, proiettate con i due modelli sopra descritti, può costituire il range di valori all'interno del quale ricercare la stima per i prossimi 18 mesi.

A seconda delle politiche economiche previste e attuate dalle autorità governative e delle aspettative sulla ripresa economica di tutti i soggetti operanti nel sistema (famiglie, imprese, stato, mercati esteri), potrebbero prevalere ipotesi più ottimistiche o pessimistiche.

Di seguito si presentano i risultati ottenuti dall'esercizio di proiezione per il terziario nel complesso, il commercio, il turismo e i servizi.

### TERZIARIO

Il tasso medio di variazione trimestrale dal 2009 al 2013 per l'economia terziaria del Veneto è stato rispettivamente dello 0,16% per le localizzazioni e del -0,04% per gli imprenditori. Pressoché identici risultano essere i tassi medi di variazione registrati per la provincia di Treviso. Questi sono indicativi di una stagnazione nel sistema terziario dovuta alla fase

recessiva della crisi economica che sta propagando i suoi effetti anche nel momento attuale.

Sia la proiezione tendenziale, sia quella congiunturale, potrebbero segnalare nel 2015 per la regione del Veneto una lieve ripresa nella numerosità delle unità locali, accompagnata da una diminuzione nella consistenza degli imprenditori.

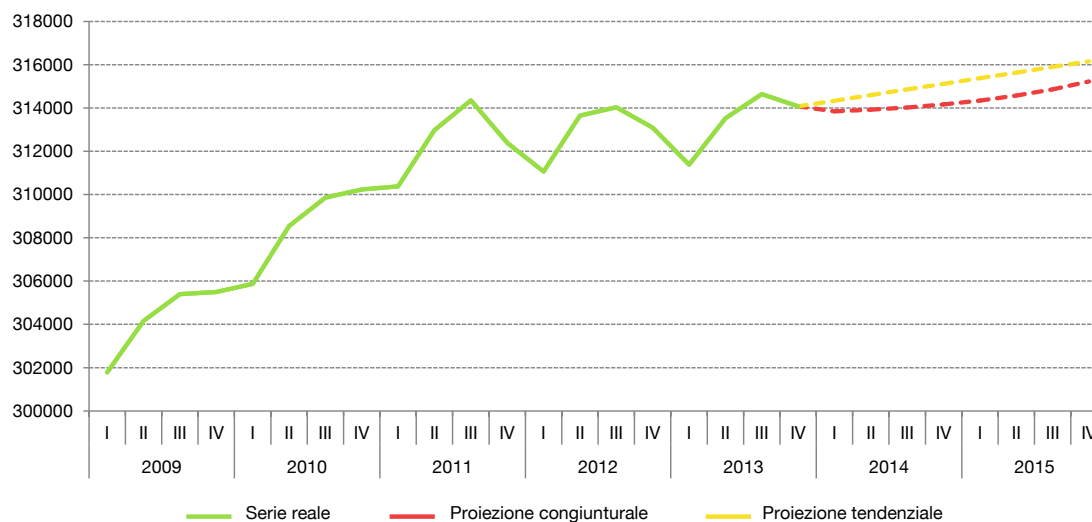
Nella Marca Trevigiana la proiezione tendenziale, che presuppone un'ipotesi più ottimistica, registrerebbe nel corso del 2014 un incremento di circa 88 unità locali, corrispondenti ad una variazione positiva dello 0,2% rispetto al 2013, e un ulteriore aumento nel 2015 (+0,2%),

per un saldo complessivo positivo nel biennio di 175 imprese attive nel terziario. La proiezione congiunturale, in un contesto di un sistema con maggiori oscillazioni e ciclicità, rileverebbe invece una diminuzione di circa 2.000 unità locali dal 2013 al 2015, con un tasso di variazione negativo del 3,7%.

Per quel che concerne gli imprenditori, in entrambi i modelli le stime dal 2013 al 2015 evidenziano una flessione dell'1,5% nel caso tendenziale e del 5,1% in quello congiunturale, con una perdita in valore assoluto rispettivamente di circa 1.000 e 3.700 unità.

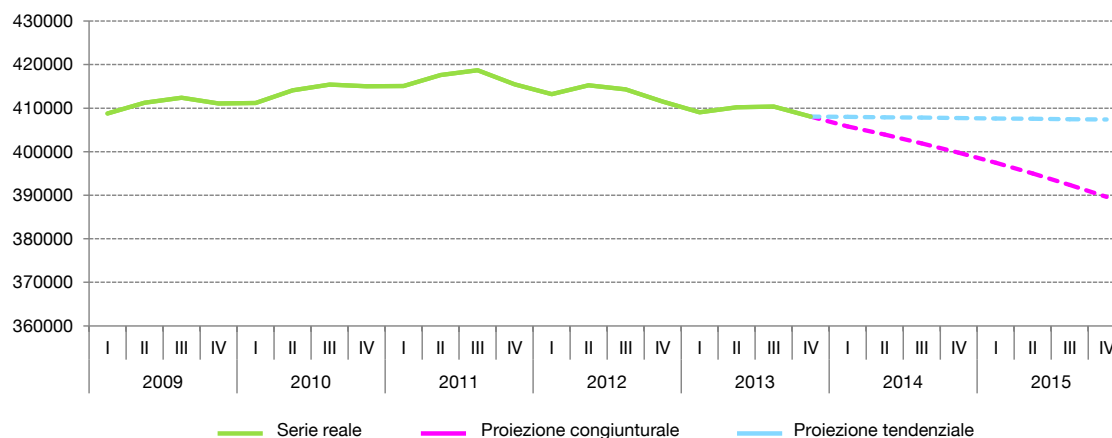
I tassi di variazione che potrebbero interessare la provincia di Treviso, quindi, risulterebbero inferiori rispetto alla

Figura 101 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del terziario  
(valori assoluti)



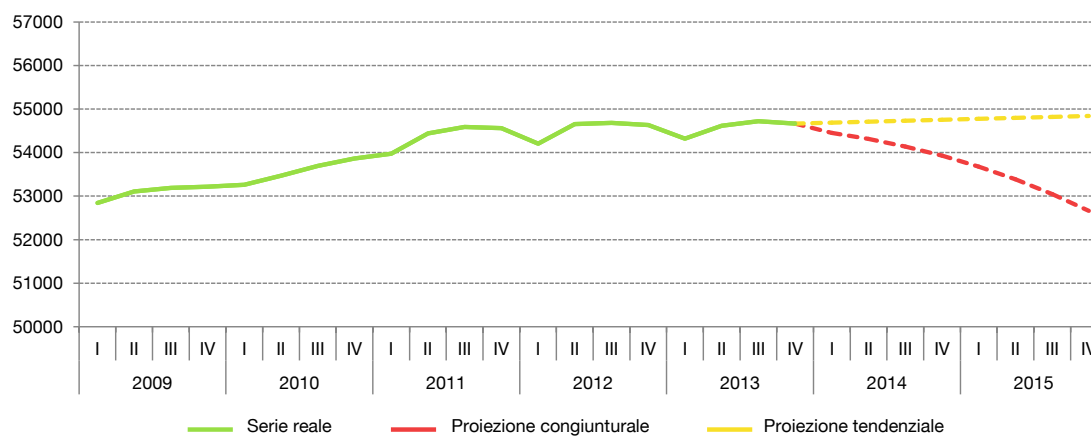
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 102 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del terziario  
(valori assoluti)



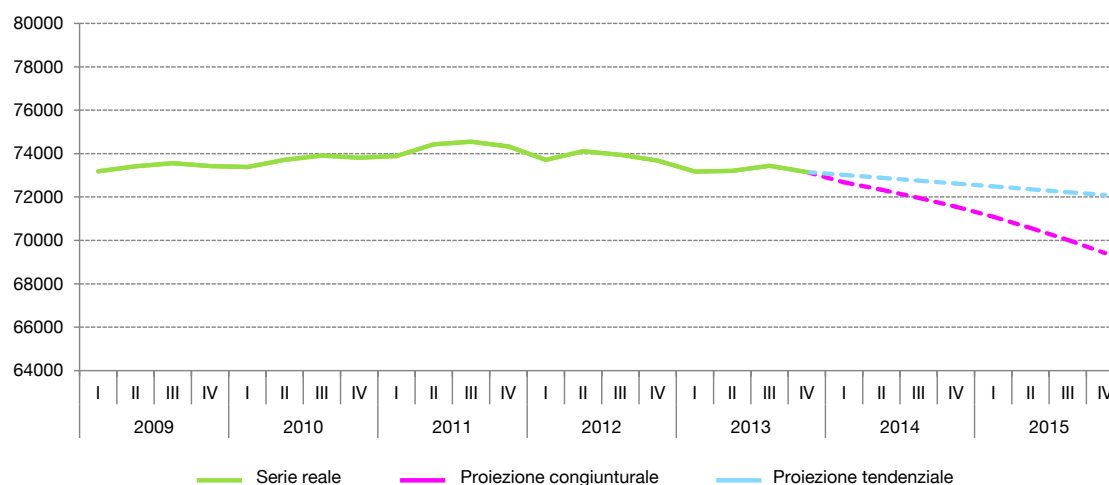
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 103 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del terziario  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 104 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del terziario  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

media regionale per quel che concerne le localizzazioni, arrivando a descrivere una situazione ancor peggiore di qualche punto percentuale per l'imprenditoria.

Si ricorda che le proiezioni non considerano l'effetto dell'eventuale presenza di nuove politiche attive per il sostegno e lo sviluppo del sistema economico nel periodo di recessione che sarebbero necessarie per l'uscita dalla crisi.

## COMMERCIO

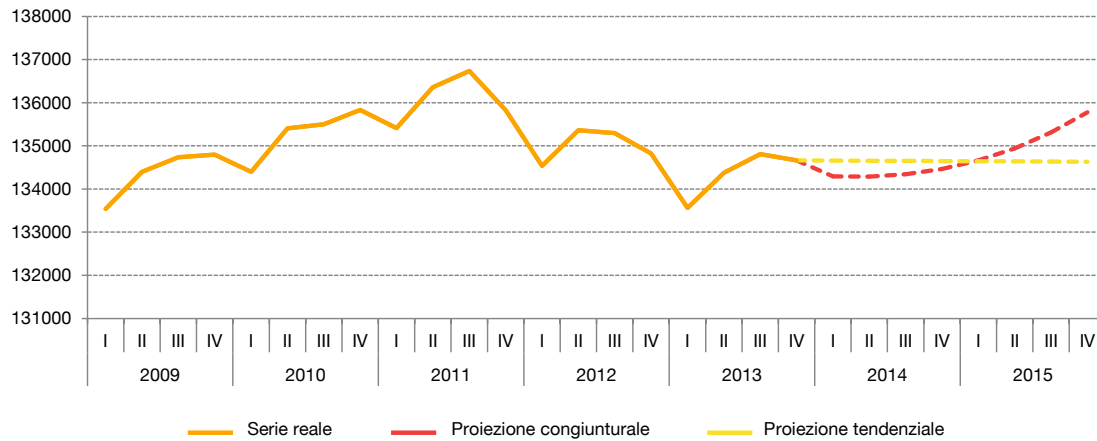
I tassi medi di variazione trimestrale dal 2009 al 2013 per il commercio regionale e provinciale sono molto prossimi allo 0. Il commercio risulta, infatti, il settore del terziario

che ha subito i maggiori effetti negativi causati dalla crisi economica, con la perdita di numerose imprese e imprenditori costretti a chiudere la propria attività.

Ipotizzando l'assenza di politiche attive per il sostegno del sistema economico nel periodo di recessione, in generale, l'intervallo dei valori compreso tra la proiezione tendenziale e quella congiunturale potrebbe segnalare nel 2015 per la regione del Veneto un'ulteriore contrazione sia delle localizzazioni che degli imprenditori.

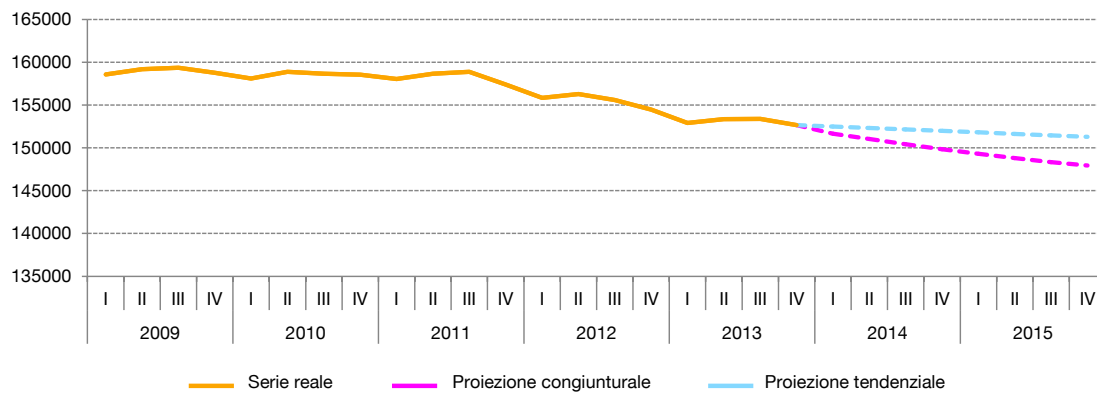
Nella provincia di Treviso la proiezione tendenziale, che presuppone un'ipotesi più ottimistica, registrerebbe nel corso del 2014 un incremento di circa 5 unità locali. Una variazione pressoché nulla, che rimarrebbe tale nel

Figura 105 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del commercio  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

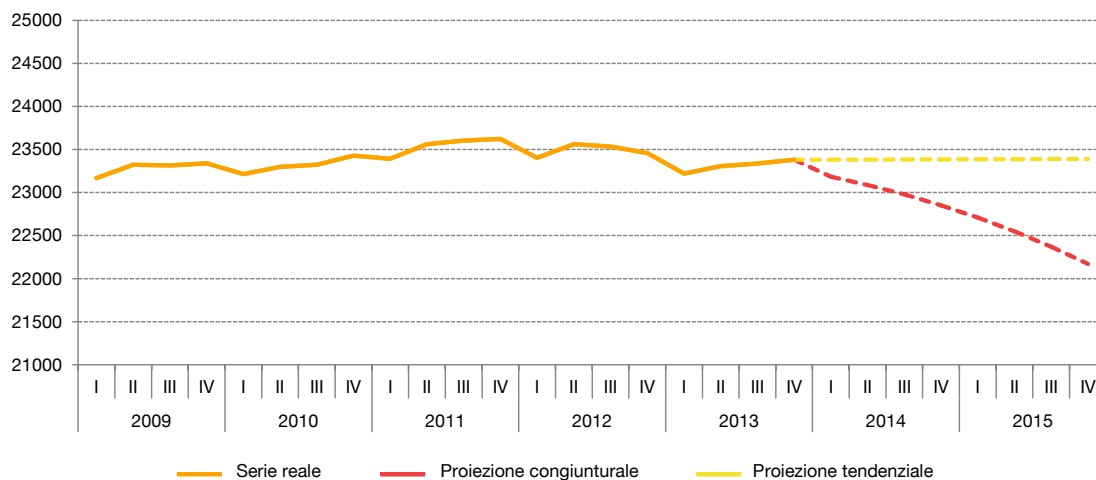
Figura 106 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del commercio  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

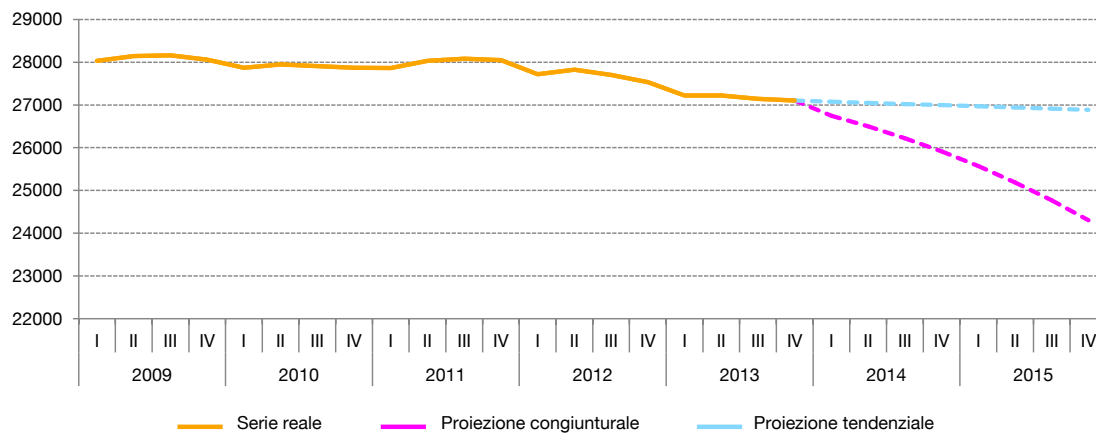


Figura 107 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del commercio  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 108 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del commercio  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

2015, per un saldo complessivo positivo nel biennio di 10 imprese attive nel commercio. La proiezione congiunturale, in un contesto di un sistema con maggiori oscillazioni e ciclicità, rileverebbe una diminuzione di circa 1.200 unità locali dal 2013 al 2015, con un tasso di variazione negativo del 5,2%.

Per quel che concerne gli imprenditori, invece, in entrambi i modelli le stime dal 2013 al 2015 evidenzerebbero una flessione dello 0,8% nel caso tendenziale e del 10,3% in quello congiunturale, con una perdita in valore assoluto rispettivamente di circa 200 e 2.800 unità.

I tassi di variazione che potrebbero interessare la provincia di Treviso, quindi, risulterebbero inferiori rispetto alla media regionale per quel che concerne le localizzazioni, arrivando a descrivere una situazione ancor peggiore di qualche punto percentuale per l'imprenditoria.

## TURISMO

Il tasso medio di variazione trimestrale dal 2009 al 2013 per il turismo del Veneto è rispettivamente dello 0,4% per le localizzazioni e dello 0,03% per gli imprenditori. Pressoché identici risultano essere i tassi medi di variazione registrati per la provincia di Treviso. Il turismo sembra essere uno dei settori del terziario che meglio sta reggendo la situazione di recessione e gli effetti dell'onda lunga della crisi economica.

Ipotizzando l'assenza di politiche attive per il sostegno del sistema economico nel periodo di recessione, in generale, l'intervallo dei valori compreso tra la proiezione tendenziale e quella congiunturale segnala nel 2015 per la regione un possibile aumento nelle localizzazioni e una stabilizzazione nella consistenza degli imprenditori.

Figura 109 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del turismo  
(valori assoluti)

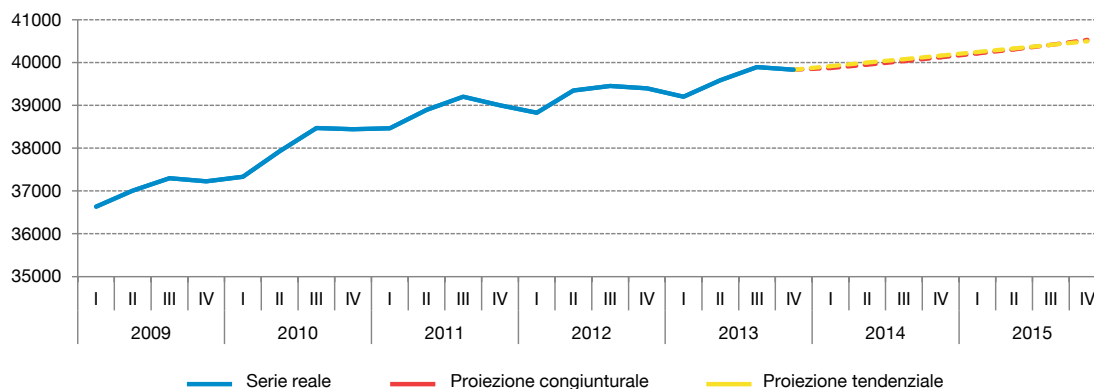
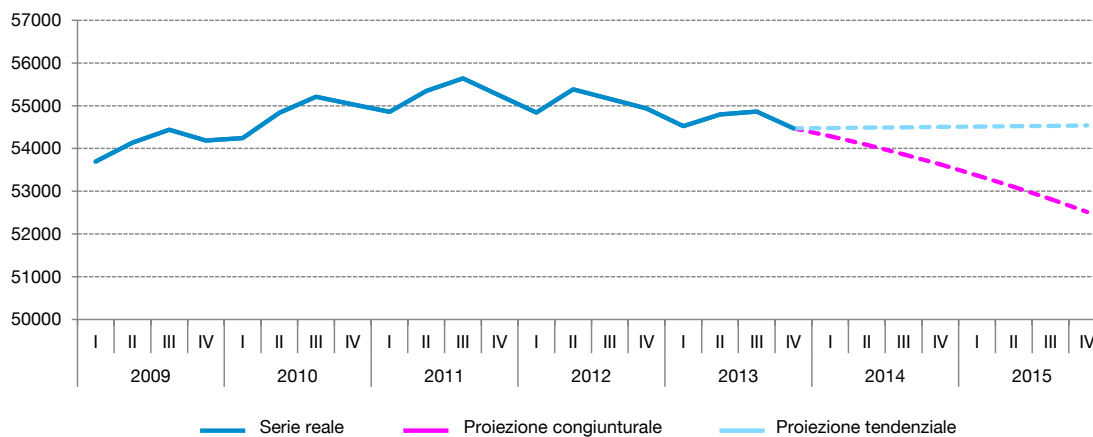
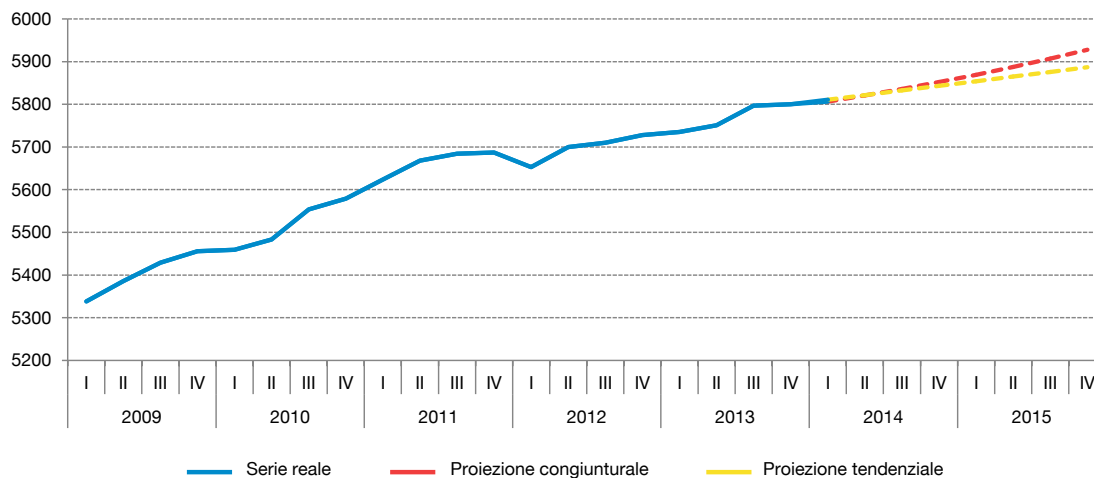


Figura 110 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del turismo  
(valori assoluti)



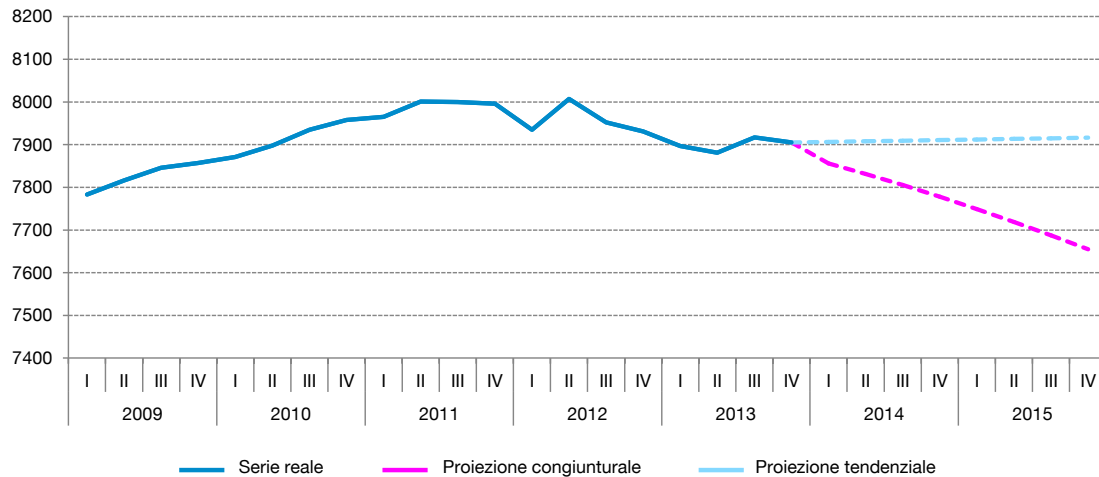
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 111 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del turismo  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 112 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del turismo  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Nella Marca Trevigiana, la proiezione congiunturale delle localizzazioni rilevarebbe nel corso del 2014 un incremento di circa 52 unità locali, corrispondenti ad una variazione positiva dello 0,9%, e un ulteriore aumento nel 2015 (1,3%), per un saldo complessivo positivo nel biennio di 128 imprese attive nel turismo. La proiezione tendenziale, invece, si attesterebbe su valori leggermente inferiori, con un aumento di circa 87 unità locali dal 2013 al 2015 e un tasso di variazione complessivo positivo dell'1,5%.

Per quel che concerne gli imprenditori, le stime dal 2013 al 2015 evidenziano una crescita dello 0,1% (11 imprenditori) nella proiezione tendenziale, a fronte di una diminuzione del 3,2% (-250 imprenditori) in quella congiunturale.

I tassi di variazione che potrebbero interessare la provincia di Treviso, quindi, risulterebbero leggermente superiori rispetto alla media del Veneto per quel che concerne le localizzazioni e in linea con il livello regionale per quanto riguarda l'imprenditoria.

#### SERVIZI

Il tasso medio di variazione trimestrale dal 2009 al 2013 per i servizi del Veneto è rispettivamente dello 0,3% per le localizzazioni e dello 0,05% per gli imprenditori. Pressoché identici risultano essere i tassi medi di variazione registrati per la provincia di Treviso. Il settore dei servizi, nonostante

le difficoltà subite a causa della recessione economica, sembra ancora essere il punto di forza dell'economia terziaria.

Ipotizzando l'assenza di politiche attive per il sostegno del sistema economico nel periodo di recessione, in generale, l'intervallo dei valori compreso tra la proiezione tendenziale e quella congiunturale segnala nel 2015 per la regione un possibile aumento sia nella numerosità delle unità locali, sia nella consistenza degli imprenditori.

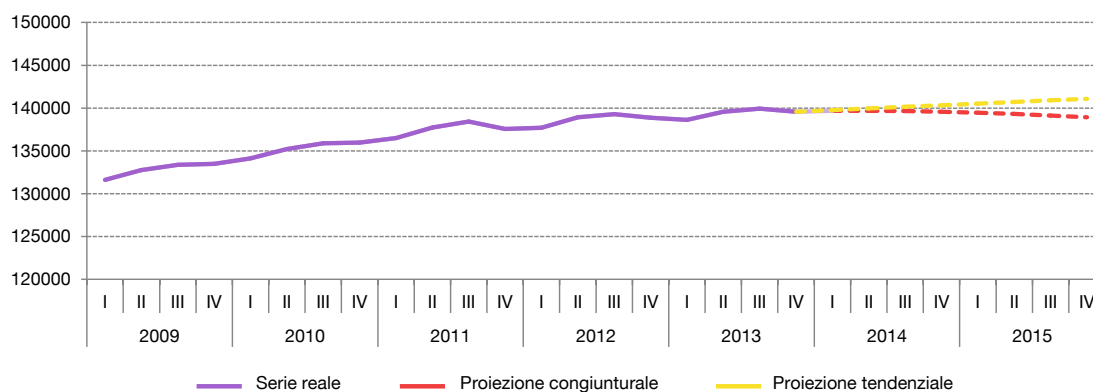
Nella provincia di Treviso la proiezione tendenziale, che presuppone un'ipotesi più ottimistica, registrerebbe nel corso del 2014 un incremento di circa 131 unità locali, corrispondenti ad una variazione positiva dello 0,5%, e un ulteriore aumento nel 2015 (0,5%), per un saldo

complessivo positivo nel biennio di 263 imprese attive nei servizi. La proiezione congiunturale, in un contesto di un sistema con maggiori oscillazioni e ciclicità, rilevarebbe una diminuzione di circa 900 unità locali dal 2013 al 2015, ovvero un tasso di variazione negativo del 3,6%.

Per quel che concerne gli imprenditori, le stime dal 2013 al 2015, evidenziano una crescita dello 0,4% (153 imprenditori) nella proiezione tendenziale, a fronte di una diminuzione dell'1,8% (-690 imprenditori) in quella congiunturale.

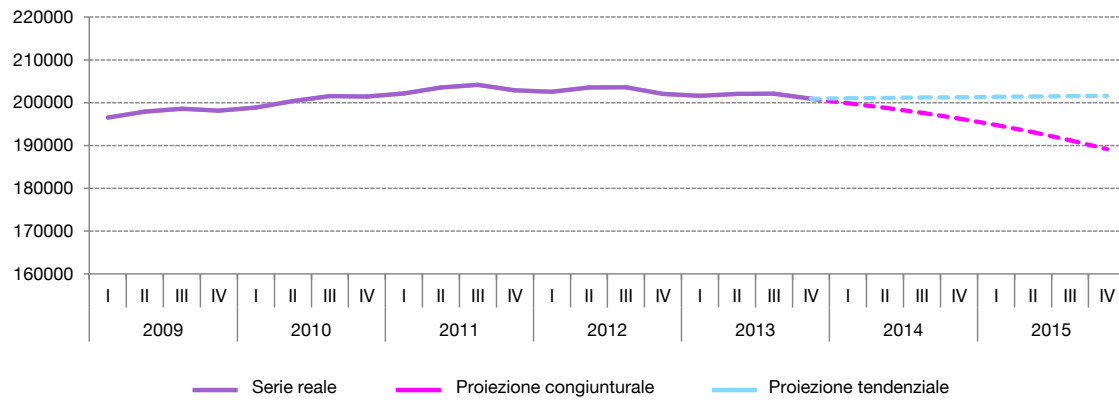
I tassi di variazione, che potrebbero interessare la provincia di Treviso, risulterebbero inferiori rispetto alla media regionale per quel che concerne le localizzazioni, ma con una situazione leggermente migliore per l'imprenditoria.

Figura 113 - Veneto. Proiezioni delle unità locali dei servizi  
(valori assoluti)



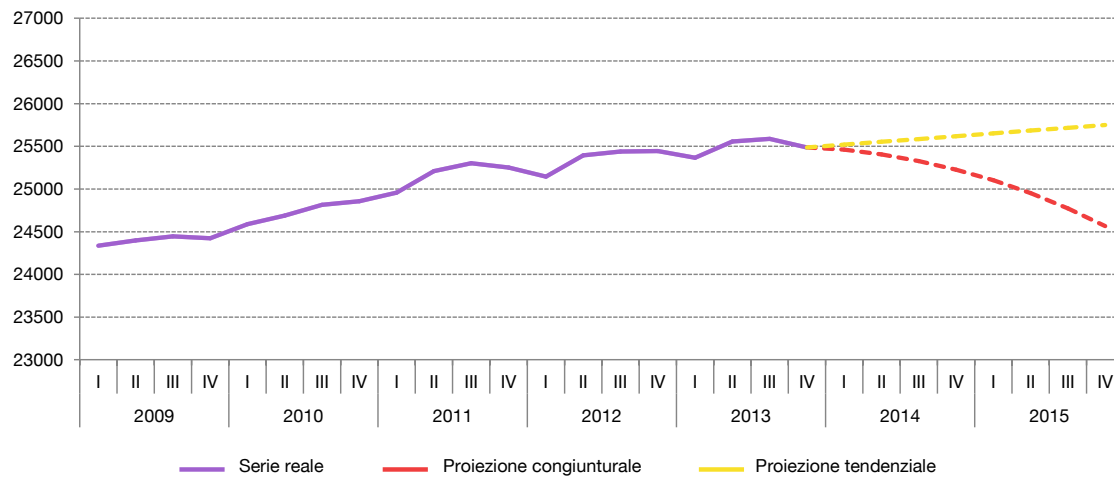
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 114 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori dei servizi  
(valori assoluti)



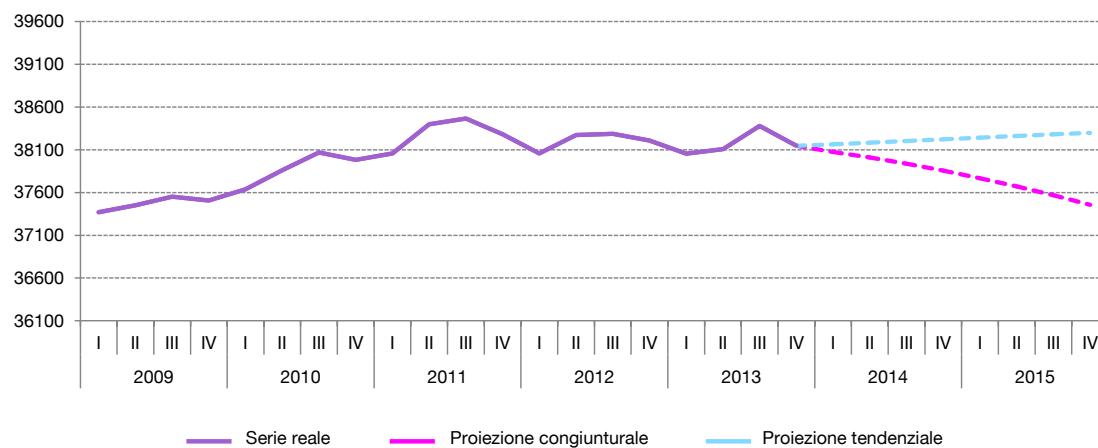
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 115 - Treviso. Proiezioni delle unità locali dei servizi  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere

Figura 116 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori dei servizi  
(valori assoluti)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Infocamere





04

# FOCUS SUL TERZIARIO





# FOCUS

## FOCUS 1

Il Fatturato delle Imprese:  
analisi campionaria





*L'analisi delle performance economiche e finanziarie delle imprese rappresenta uno degli strumenti più importanti per il monitoraggio della redditività del sistema economico, soprattutto in un periodo come quello in essere, caratterizzato da una forte congiuntura economica sfavorevole. Secondo i dati trimestrali dell'ISTAT, nel corso del 2013 l'indice del fatturato del terziario<sup>18</sup> registra una diminuzione dell'1,7%, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In particolare, si rileva un aumento tendenziale dell'indice nei servizi di trasporto e magazzinaggio ed una sua diminuzione nei settori che forniscono servizi di informazione e comunicazione, servizi di alloggio e di ristorazione e nel commercio all'ingrosso, commercio e riparazione di autoveicoli e motocicli.*

Nel procedere al seguente studio sull'andamento dei fatturati delle imprese del terziario trevigiano, si fa riferimento alla base informativa costituita dai dati raccolti da Confcommercio Treviso presso i suoi associati. Il campione in esame è costruito dalle imprese con forma giuridica dichiarata, che hanno usufruito del servizio di contabilità offerto dall'Ente nell'arco di tempo che va dal 2011 al 2013 e in maniera continuativa. Vengono escluse dal campione, quindi, le imprese che per qualsiasi motivo hanno smesso di usufruire di tale servizio prima del 2013 o che hanno deciso di affidarsi al servizio di contabilità di Confcommercio Treviso solo dopo il 2011.

Secondo la classica suddivisione del terziario<sup>19</sup> (Fig. 117), le attività economiche delle 1.117 imprese del campione – in possesso dei requisiti sopra richiesti – si distribuiscono fra i settori del *commercio* (55%), del *turismo* (24%) e dei *servizi* (15%), oltre a comprendere *altre categorie nca*<sup>20</sup> (6%).

Si sottolinea che tale composizione del campione non può essere considerata rappresentativa della realtà provinciale, dove le localizzazioni dei servizi prevalgono su quelle del commercio e dove il turismo raccoglie il minor numero di attività. Nonostante ciò, l'analisi risulta particolarmente interessante al fine di monitorare i ricavi delle vendite

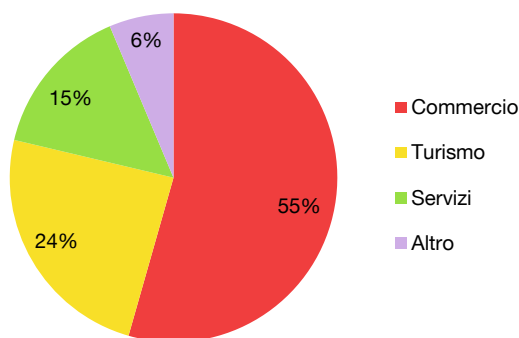
---

18. Gli *indici di fatturato* forniscono informazioni sulla dinamica del valore delle vendite delle imprese appartenenti a diversi settori dell'economia, incorporando non solo le variazioni dei volumi, ma anche quelle dei prezzi. Il livello di dettaglio, la metodologia da applicare e la cadenza di rilevazione e produzione degli indicatori sono stabiliti dal Regolamento n. 1158/05 del Consiglio dell'Unione Europea, ovvero il regolamento Europeo sulle statistiche congiunturali.

19. Si specifica che, all'interno di questa classificazione, la distribuzione di alcuni codici ATECO fra i settori del commercio, del turismo e dei servizi differisce da quella utilizzata per l'analisi dei precedenti capitoli.

20. Si tratta, ad esempio, di aziende la cui attività principale non rientra nel settore terziario, ma che trovano comunque rappresentanza all'interno dell'Ente per le rispettive attività secondarie svolte, legate alla vendita dei prodotti (panificatori, produttori di mobili, viticoltori, etc.).

Figura 117 - Campione. Imprese per settore di attività, 2013



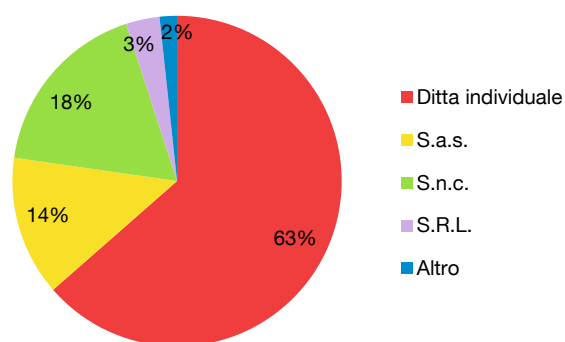
Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

effettuate dalle imprese appartenenti al mondo associativo ed il loro andamento nel periodo di contrazione economica in esame.

La forma giuridica prevalentemente riscontrata (Fig. 118) è quella della *Ditta individuale* per più della metà del campione (63%). Seguono con il 18% le *Società in nome collettivo* (S.n.c.) e con il 14% le *Società in accomandita semplice* (S.a.s.), a conferma del tipico modello economico del Nord-Est, fondato sull'impresa familiare o di piccole dimensioni. Il restante 3% delle imprese adotta la forma di *Società a responsabilità limitata* (S.r.l.).

Nella categoria "Altro", che costituisce solamente il 2% del campione, sono ricomprese le associazioni tra professionisti, le associazioni nazionali e regionali ed i comitati, i consorzi con e senza personalità giuridica e le società di fatto.

Figura 118 - Campione. Imprese per natura giuridica, 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

Nello specifico della presente analisi, il campione viene suddiviso per livelli e fasce di fatturato come segue:

#### LIVELLO BASSO

- Fascia 1, da 0 a 50.000 euro;
- Fascia 2, da 50.000 a 100.000 euro;

#### LIVELLO MEDIO

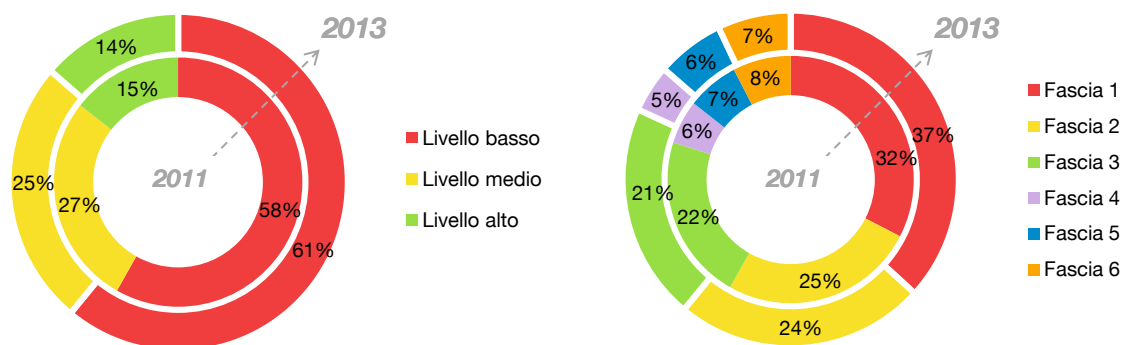
- Fascia 3, da 100.000 a 200.000 euro;
- Fascia 4, da 200.000 a 300.000 euro;

#### LIVELLO ALTO

- Fascia 5, da 300.000 a 500.000 euro;
- Fascia 6, più di 500.000 euro.

La maggior parte delle imprese (61%) si posiziona in corrispondenza del livello più basso di fatturato (Fig. 119),

Figura 119 - Campione. Imprese per livello e fascia di fatturato, 2011 e 2013



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

all'interno del quale la fascia 1 prevale sulla fascia 2 per più di dieci punti percentuali. Per il 37% delle imprese del campione, quindi, il fatturato non supera i 50.000 euro, tornando a confermare la vocazione del sistema alla piccola e media impresa.

Il livello medio raccoglie il 25% delle attività, con un fatturato per il 21% rientrante nella fascia 3 e per il 4% nella fascia 4. Più dell'80% del campione non supera i 200.000 euro di ricavi dalle vendite.

Il 13% delle imprese, che si ricorda essere operanti soprattutto nel settore del commercio, può definirsi di grandi dimensioni e raggiunge un elevato livello di fatturato, superiore ai 300.000 euro.

Dopo aver definito la consistenza e la composizione del campione, viene proposto un approfondimento sull'andamento di tali attività e, in particolare, sui passaggi

di fascia avvenuti dal 2011 al 2013. È possibile, in questo modo, evidenziare le fasce di fatturato maggiormente colpite dalla crisi o eventuali dinamiche tendenziali crescenti. Per consentire un'analisi più puntuale, i dati sono stati sistematizzati in una matrice e in un diagramma riassuntivo, rappresentanti i passaggi delle imprese del campione da una determinata fascia di fatturato ad una inferiore o superiore.

In particolare, la *Tabella 25* studia gli spostamenti avvenuti all'interno dei livelli e delle singole fasce, evidenziando i valori assoluti e le composizioni percentuali relative. Dalla matrice è possibile comprendere quante aziende, dal 2011 al 2013, abbiano mantenuto invariato il proprio fatturato (rimanendo all'interno della stessa fascia), quante lo abbiano visto aumentare (passando a fasce superiori) e quante diminuire (passando a fasce inferiori).

Tabella 25 - Imprese. Matrice dei passaggi di livello di fatturato, 2011 e 2013  
(valori assoluti e %)

	A livello basso	A livello medio	A livello alto	Tot. 2011
Da livello basso	615	30	5	650
Da livello medio	60	234	12	306
Da livello alto	6	20	135	161
<b>Tot. 2013</b>	<b>681</b>	<b>284</b>	<b>152</b>	<b>1.117</b>

	A livello basso	A livello medio	A livello alto	Tot. 2011
Da livello basso	90%	11%	3%	58%
Da livello medio	9%	82%	8%	27%
Da livello alto	1%	7%	89%	14%
<b>Tot. 2013</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

I valori presenti nella diagonale della tabella indicano il numero e la quota di unità locali che non ha subito variazioni di fatturato nel periodo considerato.

Nel complesso, si può osservare come più dell'80% delle imprese del campione non abbia, per l'appunto, subito variazioni di fatturato fra il 2011 e il 2013, rimanendo quindi all'interno dello stesso livello. Questo ha riguardato, in modo particolare, gli esercizi situati agli estremi della diagonale, a testimonianza del fatto che le piccole e le grandi imprese mantengono le loro strutture ed i livelli di fatturato pressoché invariati, vantando attività più stabili in periodo di crisi.

Analizzando separatamente i tre livelli di fatturato, si nota che:

- il *livello basso* registra un aumento del 10%. Leggendo la tabella da destra a sinistra e seguendo l'andamento delle frecce verdi, si nota come tale variazione sia dovuta principalmente all'ingresso di imprese provenienti dal livello medio (9%);
- il *livello medio* presenta incrementi nelle localizzazioni del 18%, dovuti principalmente all'ingresso di imprese provenienti dal livello basso (11%);
- il *livello alto* cresce dell'11%, grazie all'ingresso di imprese provenienti principalmente dal livello medio (8%).



Tabella 26 - Imprese. Matrice dei passaggi di fascia di fatturato, 2011 e 2013  
(valori assoluti e %)

	A fascia 1	A fascia 2	A fascia 3	A fascia 4	A fascia 5	A fascia 6	Tot. 2011
Da fascia 1	320	35	8	0	0	1	364
Da fascia 2	73	187	21	1	3	1	286
Da fascia 3	14	42	177	8	1	0	242
Da fascia 4	2	2	20	29	11	0	64
Da fascia 5	2	3	5	11	46	9	76
Da fascia 6	0	1	2	2	12	68	85
<b>Tot. 2013</b>	<b>411</b>	<b>270</b>	<b>233</b>	<b>51</b>	<b>73</b>	<b>79</b>	<b>1.117</b>

	A fascia 1	A fascia 2	A fascia 3	A fascia 4	A fascia 5	A fascia 6	Tot. 2011
Da fascia 1	78%	13%	3%	0%	0%	1%	33%
Da fascia 2	18%	69%	9%	2%	4%	1%	26%
Da fascia 3	3%	16%	76%	16%	1%	0%	22%
Da fascia 4	0%	1%	9%	57%	15%	0%	6%
Da fascia 5	0%	1%	2%	22%	63%	11%	7%
Da fascia 6	0%	0%	1%	4%	16%	86%	8%
<b>Tot. 2013</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

Scendendo nel dettaglio delle singole fasce di fatturato (Tab. 26), gli incrementi maggiori si riscontrano *dalla fascia 2 alla fascia 1* per il 18%, *dalla fascia 3 alla fascia 2* per il 16%, *dalla fascia 5 alla fascia 4* per il 22%, *dalla fascia 6 alla fascia 5* per il 16% e *dalla fascia 5 alla fascia 6* per l'11%.

I passaggi di imprese avvengono prevalentemente tra fasce di fatturato contigue, come confermato dalla *Tabella 27*: nell'arco del biennio, questo processo determina una variazione nella composizione del campione per classi di fatturato e, in particolare, una polarizzazione nelle fasce più basse.

Tabella 27 - Imprese. Entrate ed uscite, 2013  
(valori assoluti e %)

Fatturato	Imprese 2013		Var. % 2011 - 2013
	Entrate	Uscite	
Livello alto	17	26	-5,6%
Livello medio	50	72	-7,2%
Livello basso	66	35	4,8%

Fatturato	Imprese 2013		Var. % 2011 - 2013
	Entrate	Uscite	
Fascia 6	11	17	-7,1%
Fascia 5	27	30	-3,9%
Fascia 4	22	35	-20,3%
Fascia 3	56	65	-3,7%
Fascia 2	83	99	-5,6%
Fascia 1	91	44	12,9%

Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

Nell'ultima colonna a destra, infatti, si nota come dal 2011 al 2013 la quota di imprese appartenenti al livello basso aumenti, mentre quelle dei livelli medio e alto diminuiscano. Le variazioni registrate nella numerosità delle imprese comprese in ciascuna fascia di fatturato danno luogo a saldi per la maggior parte negativi.

Quella che più ne risente è la fascia 4, con una variazione negativa superiore al 20%. La fascia 1 registra, invece, un saldo positivo del 12,9%, a dimostrazione del fatto che anche fra le attività più strutturate si ripercuotono gli effetti negativi della crisi economica.

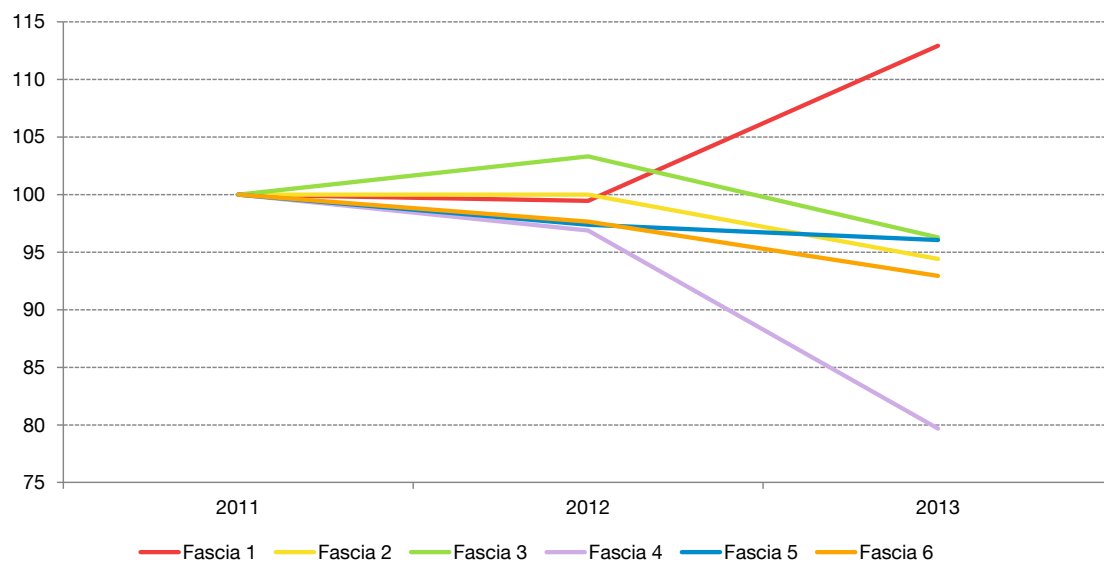
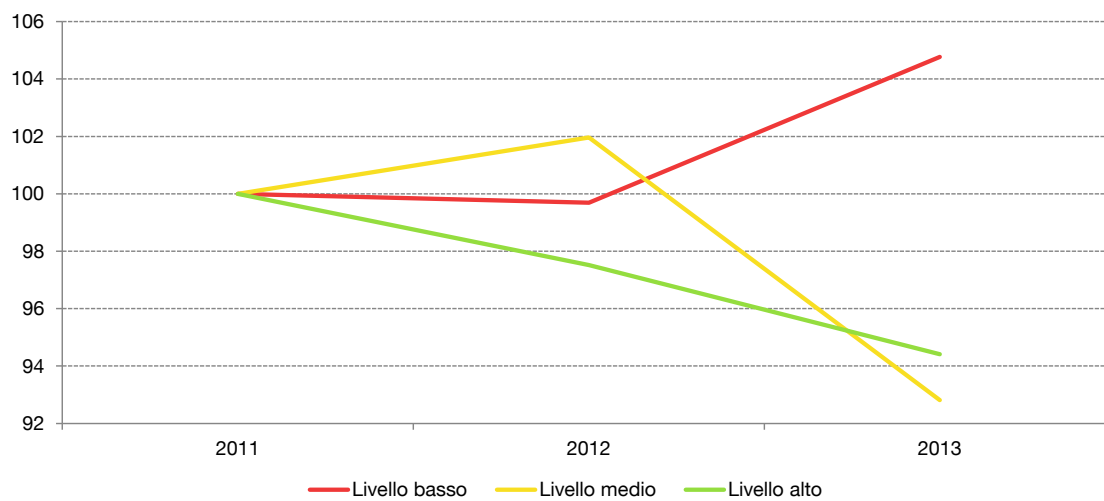
La dinamica recente delle aziende del campione per livello e fascia di fatturato (Fig. 120) mette in evidenza andamenti piuttosto eterogenei in entrambe le raffigurazioni.

Nel corso del 2012, l'unico livello in fase di crescita è quello medio. Durante il periodo successivo, aumenta invece il livello basso (conseguendo una variazione complessiva positiva), mentre gli altri due subiscono un forte calo (conseguendo entrambi una variazione complessiva negativa).

Nello specifico di ciascuna fascia, emerge quanto segue:

- la *fascia 1* inizia il periodo con un calo contenuto, registrando in seguito una considerevole crescita. Nel complesso è la sola fascia a concludere il 2013 con una variazione positiva, pari al 13%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato inferiore ai 50.000 euro passano da 364 nel 2011 a 411 nel 2013;
- la *fascia 2* si mantiene costante fino al 2012, subendo nell'ultimo periodo una decrescita contenuta. La variazione complessiva si attesta al -6%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato compreso fra i 50.000 euro e i 100.000 euro passano da 286 nel 2011 a 270 nel 2013;
- la *fascia 3* registra una buona crescita durante il primo anno, per poi diminuire oltre ai livelli di partenza. La variazione complessiva si attesta al -4%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato compreso fra i 100.000 euro e i 200.000 euro passano da 242 nel 2011 a 233 nel 2013;
- la *fascia 4* è in proporzione la più colpita dalla crisi,

Figura 120 - Imprese. Dinamica recente per livello e fascia di fatturato  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

subendo un'importante decrescita lungo l'intero il periodo e, in particolare, dal 2012 al 2013. La variazione complessiva si attesta al -20%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato compreso fra i 200.000 euro e i 300.000 euro passano da 64 nel 2011 a 51 nel 2013;

- la *fascia 5* rileva un andamento lineare di decrescita, leggermente più contenuto nel corso dell'ultimo anno. La variazione complessiva si attesta al -4%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato compreso fra i 300.000 euro e i 500.000 euro passano da 76 nel 2011 a 73 nel 2013;
- la *fascia 6* subisce una riduzione graduale, più consistente nella seconda metà del periodo. La variazione complessiva si attesta al -7%. In termini assoluti, le aziende con un fatturato superiore ai 500.000 euro passano da 85 nel 2011 a 79 nel 2013.

Nel complesso, solo le imprese con un fatturato inferiore ai 50.000 euro registrano una variazione positiva alla fine del 2013. Quelle con un fatturato compreso tra i 200.000 e i 300.000 euro, invece, risultano le più colpite dagli effetti della crisi.

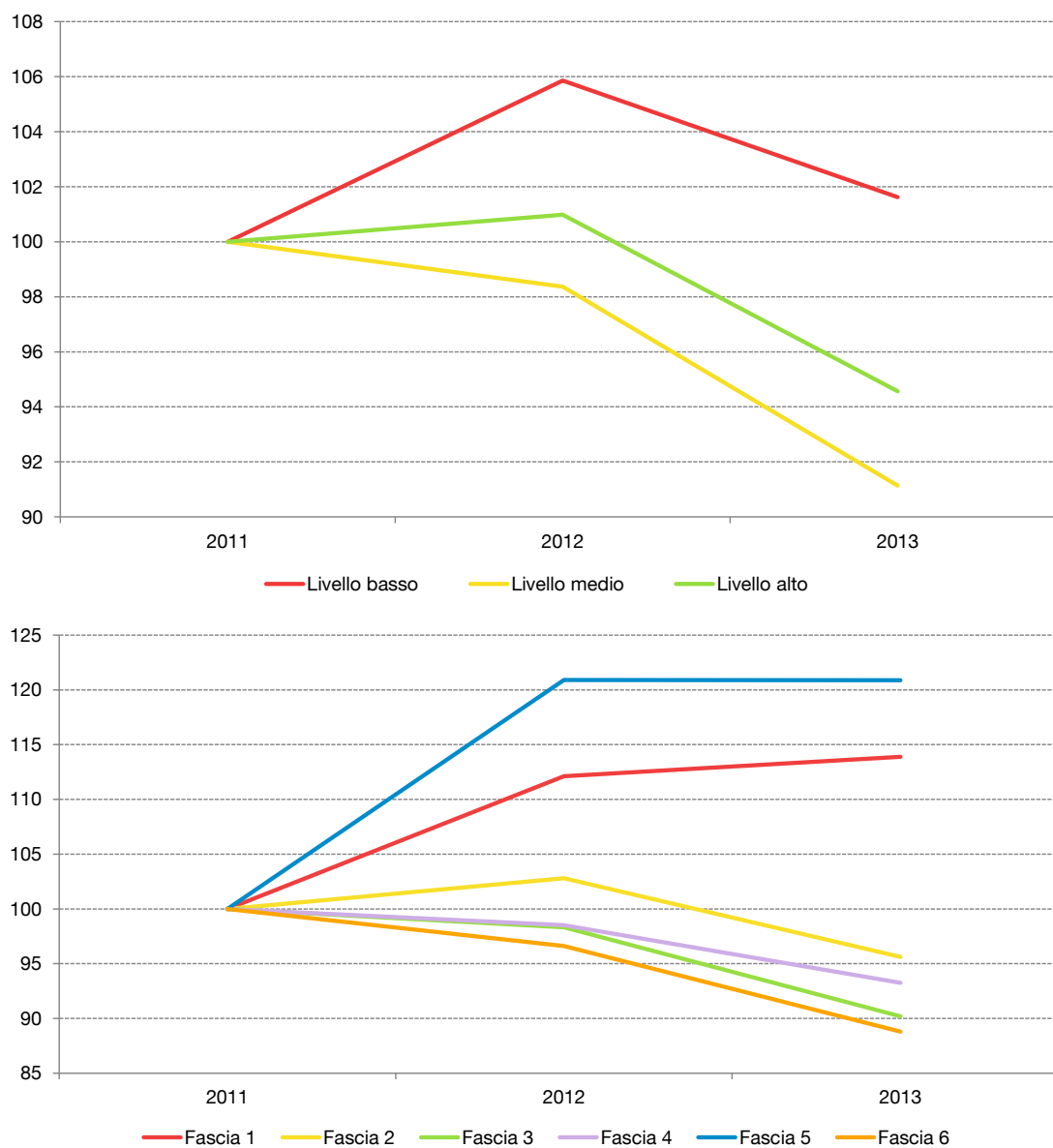
Anche la dinamica recente dei fatturati medi annui (Fig. 121) risente dell'influenza della crisi economica.

Se è vero che, da inizio periodo a fine 2012, il livello basso e quello medio aumentano in termini percentuali ed il livello alto si trova già in fase di discesa, nel corso del 2013 si assiste ad una caduta sostanziale di tutti. Solamente il primo mantiene un margine positivo, rispetto ai valori registrati nel 2011.

Per ciascuna delle fasce citate, emergono alcune evidenze:

- la *fascia 1* mantiene una dinamica crescente, nell'arco dell'intero periodo considerato, con un leggero rallentamento a partire dal 2012. La variazione positiva registrata è del 14%. Il valore medio del fatturato passa dai 28.000 euro del 2011 ai quasi 32.000 euro del 2013;
- la *fascia 2* segue un trend crescente fino al 2012, per poi iniziare una caduta che prosegue fino al 2013. La variazione complessiva del periodo è del -4%. Il valore medio del fatturato passa dai 72.800 euro del 2011 ai 69.600 euro del 2013;
- la *fascia 3* è in fase discendente nell'intero arco temporale considerato. A partire dal 2012, il trend negativo si accentua. La variazione complessiva registrata nel biennio è del -10%. Il valore medio del fatturato passa dai 144.000 euro del 2011 ai quasi 130.000 euro del 2013;
- la *fascia 4* segue un trend molto simile a quello registrato per la fascia 3, con una variazione nel periodo leggermente meno negativa del -7%. Il valore medio del fatturato passa dai quasi 242.000 euro del 2011 ai 225.000 euro del 2013;
- la *fascia 5* evidenzia un andamento crescente, in leggero rallentamento a partire dal 2012. Complessivamente i fatturati medi nel periodo in esame aumentano del 21%;
- la *fascia 6* assume una dinamica decrescente, registrando tra il 2011 e il 2013 una variazione negativa dell'11%. Il valore medio del fatturato passa da quasi 1.600.000 euro del 2011 a poco meno di 1.420.000 euro del 2013.

Figura 121 - Fatturato medio annuo. Dinamica recente per livello e fascia di fatturato  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio

Nel complesso, sono le imprese con un fatturato inferiore ai 50.000 euro e compreso tra i 300.000 e i 500.000 euro a mantenere un volume dei ricavi in crescita. L'afflusso dalle fasce più alte di fatturato, da un lato evidenzia la diminuzione del fatturato medio complessivo dal campione, mentre dall'altro va ad aumentare il fatturato medio delle fasce di destinazione.

L'andamento positivo riscontrato nelle fasce 1 e 5 è in realtà un corrispondente effetto della crisi, che porta alla discesa delle imprese dalle fasce immediatamente superiori.

Si propone, in ultima analisi, uno studio sulla dinamica recente del fatturato medio annuo per natura giuridica delle aziende campione (Fig. 122). In linea generale, i trend registrati nelle principali forme societarie<sup>21</sup> sono negativi, soprattutto nell'ultimo anno. Nel complesso del periodo, l'unica variazione positiva è registrata dalle Società in nome collettivo (S.n.c.).

Analizzando nel dettaglio le nature giuridiche si osserva che:

- la *Ditta individuale*, con un fatturato medio annuo di poco meno di 105 mila euro, dopo un'iniziale decrescita, nel corso del 2012 vede aggravarsi la situazione. Nell'arco del biennio considerato la variazione negativa registrata è del 10%;
- la *Società in accomandita semplice (S.a.s.)*, con un fatturato medio annuo di circa 440 mila euro, segue un trend leggermente crescente fino al 2012, subendo successivamente un importante calo. La variazione nell'intero periodo preso in considerazione è del -6%;

- la *Società in nome collettivo (S.n.c.)*, con un fatturato medio annuo di circa 360 mila euro, presenta un trend positivo fino al 2012, per poi incorrere in una lieve decrescita. La variazione registrata nell'arco temporale in esame è comunque positiva, con un aumento del 4%;

- la *Società a responsabilità limitata (S.r.l.)*, con un fatturato medio annuo di circa 465 mila euro, dopo una iniziale fasce crescente, evidenzia un andamento decrescente a partire dal 2012. La variazione è nel complesso negativa e pari al -6%.

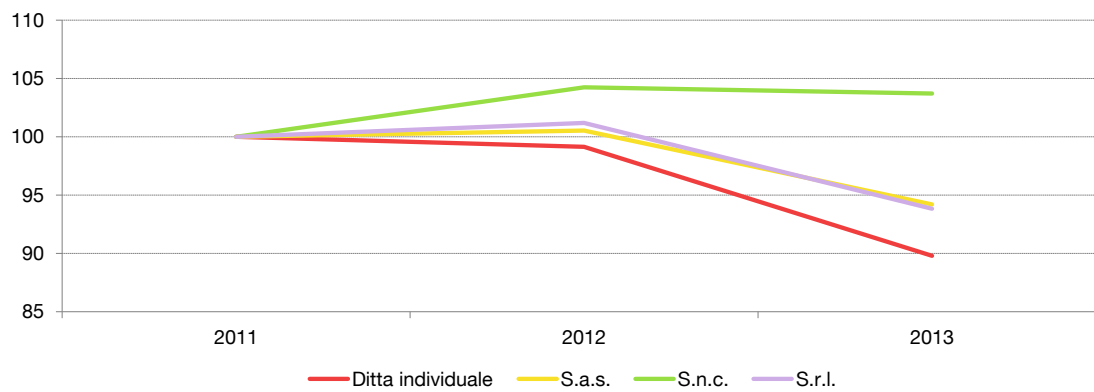
In conclusione, il campione di imprese associate a Confcommercio Treviso, analizzato sulla base del fatturato annuo, rileva una forte presenza sul territorio provinciale di Ditte individuali con fatturati medio-bassi, di poco superiori ai 50.000 euro. Una buona percentuale ricomprende anche attività con fatturati fino ai 200.000 euro. Soprattutto nel settore del commercio, le cui imprese usufruiscono in maniera maggiore del servizio contabilità dell'Ente, si riscontra la presenza eccezionale di realtà aziendali maggiormente strutturate con fatturati superiori a 500.000 euro.

I trend osservati, sia dal punto di vista della numerosità delle unità locali sia dai volumi del fatturato medio annuo, evidenziano gli effetti della contrazione economica negativa, causa dell'erosione dei livelli medi di fatturato e dell'effetto di polarizzazione verso le fasce più basse.

---

21. La categoria "Altro", rappresentante il 2% del campione nella composizione per natura giuridica, comprende diverse classi di fatturato con un range medio che va da circa 7 mila euro a circa 490 mila euro. Tale disomogeneità ha portato alla scelta di non rappresentare graficamente l'andamento della categoria, poiché questo non rispecchierebbe la reale dinamica delle aziende che ne fanno parte.

Figura 122 - Fatturato medio annuo. Dinamica recente per natura giuridica  
(numero indice 2011 = 100)



Fonte: elaborazioni EconLab Research Network su dati Confcommercio





# FOCUS

## FOCUS 2

I Consumi come specchio  
del cambiamento socioculturale





*Secondo una famosa definizione di Max Weber<sup>22</sup>, i consumi rappresentano un “agire sociale dotato di senso”. Di conseguenza, l'agire di consumo rappresenta un formidabile osservatorio, da cui cogliere tutta una serie di trasformazioni in corso: macroeconomiche, lavorative, culturali, demografiche, pubblicitarie, mediatiche. Lo stesso marketing dovrebbe divenire “societing”, secondo la fortunata espressione di Giampaolo Fabris<sup>23</sup>.*

Eppure, oggi, tutto sembra essere ricondotto alla crisi economica come monocausa semplice (e semplificante) delle attuali tendenze dei consumi. Paradossalmente, viviamo in quella che è comunemente chiamata società dei consumi. Questa espressione sembra sia nata negli anni venti del Novecento, ma è stato il saggio dal titolo omonimo pubblicato poco più di quarant'anni fa da Jean Baudrillard<sup>24</sup> a trasformarla in una vera e propria etichetta diffusasi in tutto il mondo. L'analisi dell'autore francese metteva a fuoco le caratteristiche del boom consumistico che si stava sviluppando negli anni sessanta in Europa, evitando di abbandonarsi ai toni apocalittici in voga all'epoca. Egli si impegnava con rigore nel tentativo di sviluppare una vera e propria teoria del consumo, basata su concetti

ancora oggi attuali: l'idea, per esempio, che la logica del consumo si andasse progressivamente generalizzando sino a coinvolgere tutto, dai media alla politica all'arte, arrivando a investire la sfera del corpo, della sessualità e in generale dell'intimità. Introduceva, inoltre, la fondamentale interpretazione del mondo del consumo come una realtà di tipo miracoloso, il regno della massima abbondanza, dove i beni non erano il frutto del lavoro e delle fatiche degli esseri umani, ma regali dispensati da un'istanza mitologica benefica: la tecnica, il progresso. Questa visione miracolistica del consumo si situava agli opposti di quella concezione funzionalistica e utilitaristica del rapporto con i beni che gli economisti proponevano all'epoca. Ma Baudrillard aveva ben compreso che il regno del simbolico

---

22. *Karl Emil Maximilian Weber* è stato un economista, sociologo, filosofo e storico tedesco. È considerato uno dei padri fondatori dello studio moderno della sociologia e della pubblica amministrazione: *Economia e società*, Edizioni di Comunità, Milano 1995.

23. *Giampaolo Fabris* è stato un sociologo italiano, uno tra i pionieri nelle ricerche sull'opinione pubblica in Italia. A livello nazionale è stato uno dei maggiori esperti nello studio del consumatore e della pubblicità e, inoltre, fondatore di un nuovo approccio allo studio del consumatore: *Societing*, Egea, Milano 2008.

24. *Jean Baudrillard* è stato un filosofo e sociologo francese di formazione tedesca. Critico e teorico della postmodernità e della società simulacro, ha contribuito alla fondazione della rivista *Utopie*. È stato insegnante all'Università di Parigi X Nanterre e direttore scientifico all'Università di Parigi IX Dauphine.

non andava confinato nello spazio delle civiltà primitive, perché svolgeva un ruolo centrale anche nelle società occidentali avanzate della seconda metà del Novecento. Se il consumatore odierno sente la necessità di sprecare il suo denaro, attuando una pratica non troppo dissimile da quella dei rituali e dei *potlach*<sup>25</sup> primitivi, e se sente l'esigenza di esibire i suoi beni e i segni del suo benessere, un po' come gli indigeni melanesiani, è perché in fondo spera che tutto ciò si traduca in una funzione propiziatoria, capace di attirargli la felicità. Baudrillard sosteneva anche che, non diversamente da quanto già accadeva presso i popoli primitivi, la società dei consumi non costituisse altro se non una grande illusione collettiva, poiché in essa tutto era ridotto a segno e simulacro. Se la società dei consumi ha, da un lato, prodotto un livellamento del tenore di vita dal punto di vista concreto dell'acquisizione dei beni e dei redditi disponibili, dall'altro, ha reso nel contempo possibili nuove gerarchie sociali, basate per l'appunto sulla capacità discriminatoria intrinseca dei simboli e dei segni.

A distanza di più di quarant'anni, l'analisi di Baudrillard può avere ancora una sua validità? È corretto dire che viviamo ancora all'interno di una società dei consumi? E di quali consumi si tratta, dal momento che la recessione stessa modifica le scale e le priorità dello spendere, come dimostrano le rilevazioni sui consumatori effettuate in Italia dal Censis e, nel Trevigiano, trimestralmente da Confcommercio Treviso?

Si potrebbe supporre che nell'epoca della crisi economica, di internet e dei *social network* l'etichetta di società dei consumi non sia più in grado di dare pienamente conto delle nuove forme che la struttura sociale ha assunto, sebbene il futuro di internet sia strettamente legato alla sua capacità di fornire risposte adeguate alla esigenza di rivitalizzare un mercato basato sui consumi. Al di là delle utopistiche pretese di ottenere beni gratuiti, la rete potrà garantirsi una sostenibilità economica solamente se avrà la capacità di sviluppare il commercio elettronico, di stabilire sistemi di pagamento realmente affidabili per le prestazioni offerte e di attirare verso di sé ingenti investimenti pubblicitari da parte delle imprese. Dunque, anche l'attuale società della rete, in fondo, non rappresenta altro che una nuova fase evolutiva della società dei consumi.

Cosa è intervenuto, allora, a differenziare questa fase della società dei consumi rispetto a quelle precedenti? Certamente, una prima risposta sta nella presa d'atto della straordinaria accelerazione della velocità con cui sono diffuse informazioni e prodotti e nella registrazione dell'esponentiale aumento della quantità dei beni consumati. L'accelerazione, naturalmente, è stata resa possibile, insieme alla comparsa della rete, dall'ampliamento e dalla moltiplicazione degli spazi di vendita, che propongono incessantemente nuovi prodotti. Il consumatore, come si sa, è sempre più frequentemente sollecitato, a partire dal

---

25. Il *potlach* è una cerimonia che si svolge tra alcune tribù di Nativi Americani della costa nordoccidentale del Pacifico degli Stati Uniti e del Canada. È un rituale, che tradizionalmente comprende un banchetto a base di carne di foca o di salmone, in cui vengono ostentate pratiche distruttive di beni considerati "di prestigio". Durante la cerimonia si stipulano o rinforzano le relazioni gerarchiche tra i vari gruppi grazie allo scambio di doni e altri riti. Attraverso il *potlach* individui dello stesso status sociale distribuiscono o fanno a gara a distruggere beni considerevoli per affermare pubblicamente il proprio rango o per riacquistarlo nel caso lo abbiano perso.

commerciante conosciuto del piccolo negozio vicino casa agli enormi luoghi deputati alla vendita, tramite strategie sempre più spettacolari e coinvolgenti (si potrebbe perfino definirle disneyane). È questo il tema di cui si occupa Saverio Pipitone<sup>26</sup> in *Shock Shopping* (Arianna editrice), un volume che ragiona criticamente sulle molteplici forme assunte negli ultimi anni dalla distribuzione e sulle conseguenze sociali prodotte da tale sviluppo. Egli parla, ad esempio, di come la multinazionale IKEA abbia progressivamente affermato in Italia e nel mondo, nell'ambito dell'arredamento e del design, uno stile e un gusto globali, che si sono imposti sulle tradizioni domestiche di ogni paese. Allo stesso tempo – scrive l'autore – “la falegnameria italiana è quasi scomparsa e i piccoli artigiani vicini a un centro IKEA sono costretti a chiudere”. Effetti analoghi sono stati prodotti anche dall'azione esercitata dalla gigantesca catena distributiva americana Walmart e dagli enormi *outlet center*, che vengono sempre più velocemente aperti anche in Italia. Tutto ciò sembra configurare il passaggio a una fisionomia sociale omologata il cui aspetto è quello di un gigantesco centro commerciale percorso da strade sempre più simili le une alle altre, dove vengono insistentemente proposti prodotti analoghi, per di più delle stesse marche. Tutto ciò autorizza a dire che siamo ormai davanti a una società dei “turboconsumi”, che sembra muoversi più in fretta della

capacità umana di tenere il passo, e sembra richiedere inedite forme di adattamento. Basate su un modello sociale che ci costringe, se vogliamo restare sincronizzati con la velocità dei processi di cambiamento, a rinunciare al meglio e all'ottimo, considerati irraggiungibili, le attuali società dei consumi si accontentano di riuscire a ottenere il “buono quanto basta” e vengono, perciò, definite società del *good-enough*: lo dice Paolo Magrassi<sup>27</sup> nel volume *La good-enough society* (Franco Angeli).

Il modello del *good-enough* comporta, com'è ovvio, un notevole abbassamento degli standard di qualità e delle prestazioni che i prodotti o i servizi sono in grado di fornire. Il rischio, conseguente a una sempre più diffusa adozione di questo modello, implica che i soggetti delle società attuali, anziché cercare quell'aurea mediocritas di cui parlava il poeta latino Orazio, ovvero – calato in questa trattazione – un compromesso accettabile tra qualità e risparmio, sono sempre più disponibili a farsi rifilare oggetti o paccottiglie di basso, se non infimo, livello.

Come in tutti gli ambiti, però, anche in quello dei consumi c'è chi non si accontenta di adeguarsi all'esistente, ma prova a introdurre nuovi criteri di scelta. Per quanto rappresentanti di una minoranza, i consumatori appartenenti all'articolata area del consumo critico sono oggi in crescita. Ne ha scritto Michele Micheletti<sup>28</sup> in *Critical Shopping* (Franco Angeli),

---

26. Saverio Pipitone è un giornalista pubblicista, laureato in Scienze Politiche e master in Responsabilità sociale d'impresa.

27. Paolo Magrassi è un fisico italiano, che si è in seguito occupato di ricerca e sviluppo software, analisi industriale, consulenza strategica. È partner e/o consigliere di aziende high-tech in tre continenti. È conosciuto, anche, come l'autore del concetto di Supranet.

28. Michele Micheletti è docente di Scienze Politiche presso la Stockholm University. Si occupa prevalentemente di fenomeni di partecipazione e coinvolgimento attivo dei cittadini nella vita democratica.

spiegando come l'introduzione di criteri selettivi svolga oggi un ruolo sempre più significativo e come lo sviluppo della globalizzazione e di internet faciliti i singoli nella sperimentazione di nuove strategie associative e relazionali, mentre rende più difficile alle imprese nascondere le proprie politiche produttive. Un consumatore critico effettua le sue scelte, impiegando criteri di valutazione dei prodotti che si basano non soltanto sugli aspetti economici, né solo sulle prestazioni fornite, ma include anche valutazioni di tipo sociale ed etico. Perciò, la qualità di quanto acquista risulta anche dalle strategie di produzione, le quali coinvolgono la sostenibilità ambientale del processo produttivo, il coefficiente etico del trattamento riservato ai lavoratori, e così via. Micheletti sembra pensare che questi nuovi criteri di scelta adottati dal consumatore possano assumere la valenza di un impegno politico. Tuttavia, per quanto lodevole sia scegliere un prodotto etico piuttosto che non farlo, non basta certo ad arginare i danni che l'attuale modello di turboconsumo sta già arrecando all'ambiente.

Un discorso analogo lo meriterebbe il cosiddetto *last minute market*, un innovativo modello di distribuzione che si propone di recuperare i prodotti invenduti, ma ancora utili (alimenti, sementi, farmaci, libri, ecc.), per donarli ai soggetti sociali più bisognosi. Benché questo modello renda effettivamente più efficiente il sistema economico attuale, riducendone gli sprechi, solo in minima parte è in grado di proporre nuove attitudini comportamentali, ossia l'obiettivo di consumare meno ed in maniera più critica, consapevole e selettiva.

Lo stesso Andrea Segrè<sup>29</sup>, ideatore di questo modello, sembra esserne consapevole quando scrive nel suo volume *Last Minute Market* (Pendragon) che occorre «sostenere una politica che si occupi di ridurre il tempo di lavoro, affinché si riconquisti il senso del tempo trascorso non solo a lavorare e a consumare, ma anche dedicandosi agli affetti, alle passioni, agli hobby, ovvero ai beni spirituali e al benessere psicologico. In altre parole, impegnarsi per ritrovare il tempo di nutrire la propria vita interiore». Com'è stato dimostrato da numerose ricerche nel campo della psicologia, solamente arrivando a ridurre l'interesse riservato agli oggetti e alla dimensione della materialità sarà possibile indurre una valutazione maggiore delle proprie risorse psichiche, e dunque, accrescere il nostro livello di soddisfazione complessiva.

Come affermato in precedenza, il motore dei comportamenti di consumo non è dato solo dall'economia, in quanto entrano in gioco anche variabili extra economiche come la psicologia, la demografia, l'antropologia, la sociologia. Il discorso si complica, perché l'atto d'acquisto è da sempre profondamente legato alla percezione che l'individuo ha di sé e della sua collocazione nel mondo. Negli ultimi anni è stato pesantemente influenzato da quel percorso di progressivo declino, che l'Occidente sembra aver imboccato da tempo. È sempre più evidente, infatti, come l'Occidente sia in una condizione di progressivo esaurimento del proprio percorso. La maggior parte della popolazione ha scarsa fiducia nel futuro, ha raggiunto un livello di benessere che

---

29. *Andrea Segrè* è un docente, saggista, agronomo ed economista italiano, docente di politica agraria, politiche dello sviluppo agricolo e agricultural policies presso la Facoltà di Agraria e dell'Università di Bologna.

considera soddisfacente e non condivide più dei progetti e delle ideologie con l'obiettivo di costituire un tessuto sociale in grado di aggregare e, allo stesso tempo, anche di muovere la società verso nuovi traguardi. Da tempo, infatti, in Occidente i tradizionali raggruppamenti sociali di ampie dimensioni hanno lasciato il loro posto a una struttura sociale frammentata e segmentata, che tende sempre più a essere centrata sul singolo individuo. Questo processo è accentuato sia dal ruolo svolto dalle principali forme di comunicazione della società, che sostituiscono alle tradizionali modalità massificate e standardizzate altre modalità sempre più personalizzate e individualizzate, sia dalle nuove tecnologie informatiche, che premono per il passaggio delle organizzazioni e delle imprese da strutture centralizzate a strutture di tipo policentrico e reticolare, che richiedono agli individui soprattutto capacità di tipo individuale e creativo. Tende, perciò, a prevalere la frammentazione, ovvero un processo di disintegrazione che attraversa le società occidentali a tutti i livelli: la politica, l'organizzazione sociale, i mercati di consumo, le comunità tradizionali, le famiglie e così via.

Aumentano inevitabilmente l'instabilità, il disordine e le tendenze contraddittorie in una cultura sociale sempre più complessa, perché caratterizzata dalla crescita del numero e della varietà degli elementi che la costituiscono, nonché dalle interdipendenze tra tali elementi. La stessa identità personale degli individui deve adattarsi alla nuova situazione e da unitaria e coerente si fa polimorfica e

multiforme. D'altronde, lo stesso mondo del lavoro richiede agli individui di essere flessibili e adattabili.

Si produce nell'ambiente culturale una crescente mescolanza di stili e frammenti espressivi differenti, un insieme libero ed eclettico, nel quale i livelli di lettura possibili per ogni singolo messaggio si moltiplicano e tutti gli stili sono consentiti. Ogni cosa, insomma, viene accettata, perché non esistono più né il giusto, né lo sbagliato, mentre dominano il paradosso, la plurivalenza e la polisemia. Ne consegue che anche i consumatori sono costretti a perseguire obiettivi di ridefinizione continua della propria identità personale e sociale e diventano perciò sempre più infedeli rispetto ai prodotti, alle marche e ai canali di vendita, in quanto disincantati e mutevoli nelle scelte d'acquisto. Dunque, i loro modelli di consumo tendono a diventare fortemente eclettici, perché sono contraddistinti da una crescente mescolanza di prodotti anonimi e di marca, edonisti e salutisti, economici e di lusso e così via. La crisi dei consumi che si sta registrando in questo periodo nei principali paesi occidentali ha una lunga storia alle spalle. Certo, oggi il sistema economico sta attraversando un momento di particolare difficoltà, ma, come ci ha insegnato la storia, anche questo momento è destinato a essere superato. Intanto, il consumatore non può che cercare di "tirare la cinghia", ovvero di resistere al contingente, tentando di mantenere il più possibile il livello di benessere raggiunto ed aspettando che la situazione migliori.

Utilizza a tale scopo diverse strategie: riduce le spese che considera eccessive, approfitta più che può delle promozioni e delle offerte speciali, acquista spesso i prodotti delle *private label* dei distributori, si rifornisce ai distributori degli economici prodotti alla spina (detersivi, latte, acqua, pasta, legumi ecc.), si reca presso i venditori ambulanti, ma anche presso gli *hard discount*, gli *outlet*, le catene *low cost*, oppure va direttamente dai produttori e nei cosiddetti *farmer's market*. Resta il fatto che la spesa per i consumi ha da parecchio tempo un andamento di tipo stazionario. Il grande successo, per esempio, che i prodotti e le aziende che si presentano come *low cost* stanno facendo registrare non è soltanto una conseguenza della crisi economica. È il risultato anche del diffondersi di un nuovo atteggiamento adottato da molti consumatori. Certo, acquistare *low cost* vuole dire anche poter spendere meno rispetto al passato. Soprattutto, però, consente di dimostrare di saper acquistare in maniera intelligente, evitando di sprecare il proprio denaro. Permette cioè di spendere poco, entrando in possesso di prodotti e servizi che presentano un livello di qualità media o bassa, ma comunque soddisfacente per il consumatore odierno.

Con la crisi i modelli di consumo precedenti non sono scomparsi, anche perché sono il risultato dell'adattamento degli individui a potenti processi di cambiamento della società, in corso già da diversi anni. Essi hanno continuato a manifestare i loro effetti, seppure facendo i conti con un consumatore che ha minori risorse economiche a disposizione. Ne è derivato che si è spesso cercato di comperare ciò che già si acquistava in precedenza, ma accontentandosi di prodotti *low cost*, non di marca, usati o d'imitazione. Anche in altre fasi recessive, a cominciare

dalla drammatica crisi del 1929, si è verificato lo stesso fenomeno. La principale ragione alla base di questo tipo di comportamento è di ordine psicologico: poiché il consumo è il più importante strumento attraverso il quale l'individuo può comunicare la sua posizione sociale, rinunciare al livello di consumo e di benessere raggiunto significa ammettere, a sé stessi e agli altri, una dolorosa sconfitta personale. Per capire il consumatore, è fondamentale pertanto uscire da un'ottica di breve termine e solo economicistica e andare a vedere come il consumatore stesso si è comportato. Quali sono, cioè, le principali tendenze che caratterizzano da qualche tempo il mondo dei consumi e lo caratterizzeranno probabilmente anche nei prossimi anni.

Il primo motore sociale dal quale è necessario partire riguarda la crescita nelle persone di una sensazione di vulnerabilità, che ha profonde conseguenze sui comportamenti di consumo. Si tratta di un fenomeno paradossale, perché in realtà l'Occidente è diventato più sicuro. Si pensi soltanto che negli ultimi vent'anni le guerre sono diminuite nel mondo di circa il 60%. E così è accaduto anche agli atti violenti, che si sono ridotti, seppure in misura minore. La crescita della sensazione di una vulnerabilità nelle persone è anche il risultato di un'oggettiva condizione di incertezza e instabilità derivante dal quadro sociale tracciato in precedenza. A ciò va aggiunta la crescita della mobilità delle persone: in Italia, per esempio, i pendolari che si muovono quotidianamente sono circa 13 milioni e sono cresciuti di 3,5 milioni dal 2001 al 2007. Ma va considerata anche quella crescita della sensazione psicologica di mobilità che deriva dalle nuove tecnologie elettroniche (telefonini, computer portatili ecc.), che sono in grado di consentire agli individui di comunicare in qualsiasi momento e da qualsiasi



luogo. Ne derivano una serie di conseguenze in termini di comportamenti di consumo: la ricerca di prodotti che offrono protezione (dai sistemi d'allarme domestici ai fuoristrada), una crescente tendenza a scegliere prodotti che consentono una fuga dalla realtà e una qualche regressione di tipo ludico (giochi, videogiochi, oggetti dal design ludico ed infantile, ma anche psicofarmaci) e, infine, un orientamento verso quelle potenti gratificazioni materiali e sensoriali che sono fornite dai beni di lusso.

Va considerato, inoltre, che in Occidente ha cominciato a svilupparsi ormai da diversi anni la consapevolezza che la natura, tradizionalmente vista come un soggetto protettivo ("madre natura"), è diventata suo malgrado un soggetto dal quale possono provenire anche pericoli. Si sviluppa pertanto la ricerca di un rapporto armonico con la natura, ovvero di un punto di equilibrio tra le esigenze di sviluppo del mondo umano e industriale ed il bisogno di sopravvivenza del mondo naturale. Ecco, quindi, proliferare cibi biologici e naturali (più del 50% degli italiani ne compera almeno uno) e cibi "medicinali". Ma la ricerca di un equilibrio con la natura è perseguita soprattutto attraverso la rincorsa verso un livello ottimale di benessere psicofisico. Gli individui, cioè, cercano anche di riappacificarsi con la loro natura personale: il corpo biologico. Ecco spiegato il grande sviluppo di una domanda per tutte quelle pratiche che promettono il benessere: attività sportive, yoga e discipline orientali, cure termali, etc..

Si aggiunga che il processo di emancipazione femminile continua a essere attivo anche oggi. Tale tendenza produce un'intensificazione della dialettica competitiva tra i generi e, conseguentemente, una maggiore differenziazione delle identità sessuali. Uomini e donne negli ultimi anni si erano

progressivamente avvicinati, adottando entrambi in maniera crescente il modello culturale dell'altro sesso. Oggi, però, proprio questo processo di avvicinamento sta determinando una reazione contraria: l'esigenza di una differenziazione, attiva soprattutto nella componente maschile della popolazione. Ecco spiegata la recente crescita del consumo maschile di prodotti cosmetici. La quale non è dovuta al fatto che gli uomini si "femminilizzano", ma, al contrario, a un tentativo di valorizzare il corpo, impiegando quegli strumenti che sono stati tradizionalmente utilizzati dalle donne per mettere in luce la loro identità sessuale. Il processo di emancipazione femminile produce, però, soprattutto un maggior impegno delle donne nel mondo del lavoro e, dunque, una ricerca di servizio in tutte le sue forme: dai distributori automatici in funzione 24 ore su 24 al servizio incorporato direttamente nei prodotti (velocità di apertura, preparazione, smaltimento). Le donne, infatti, devono far fronte alla progressiva scomparsa del loro tempo personale. Il problema della scarsità di tempo a disposizione, come è stato evidenziato da molte ricerche sociali, è attualmente molto sentito sia da parte degli uomini sia da parte delle donne, ma coinvolge soprattutto queste ultime, che appunto al tradizionale lavoro domestico hanno aggiunto spesso anche quello extradomestico.

Va, infine, ricordato che il processo di invecchiamento prosegue e che l'Italia continua a essere uno dei primi paesi europei da questo punto di vista. I soggetti anziani vivono con difficoltà in un mondo come quello attuale, sempre più complesso e mutevole. Pertanto, sempre più consumano prodotti e servizi che combattono l'invecchiamento, ma soprattutto ciò che è stato selezionato dallo sviluppo storico e ha saputo resistere all'effetto di usura provocato dal tempo,

perché lo vivono come un punto fermo rassicurante sul piano psicologico. Ecco, quindi, l'adozione di uno sguardo retrospettivo e nostalgico che recupera con disincanto il passato e lo fonde liberamente con il presente. Ne derivano il ritorno d'attualità di prodotti o marche che hanno avuto un notevole successo nei decenni scorsi, ma anche il recupero nel design dei nuovi prodotti delle forme stilistiche tipiche di precedenti epoche storiche e, soprattutto, il rilancio di prodotti, abitudini e modelli culturali legati alla tradizione, come quelli che sono stati ripresi negli ultimi anni nel campo alimentare dall'associazione *Slow Food*<sup>30</sup>.

Il modello dell'“iperconsumo”, come lo chiama Vanni Codeluppi<sup>31</sup>, non solo è in battuta d'arresto per motivi di recessione, ma muta per una diversa cultura del consumo. Dovrà anche fare i conti con i limiti dell'ambiente naturale (da cui il fiorente mercato del *green* e dell'ecologico) e con i movimenti consumeristici, che “svelano” i miti delle marche e spingono ai prodotti locali ed al “chilometro zero”. Ci sono poi le nuove tecnologie della comunicazione, che danno un potere inedito ai consumatori, riducendo la tradizionale asimmetria informativa ed obbligando le imprese al cosiddetto *connected marketing* ed alla comunicazione sulla rete.

Se non si tornerà “come prima” non è tanto per un improbabile gusto per la sobrietà austera o addirittura per la decrescita alla Serge Latouche<sup>32</sup>, ma perché mutano i paradigmi del consumo. Non meraviglia, quindi, che tra le intenzioni di acquisto di un campione di consumatori trevigiani (indagine Confcommercio Treviso del primo trimestre 2014) viaggi, vacanze, sport e tempo libero siano ritenute spese quasi insopprimibili, seguite da quelle per elettronica ed informatica, mentre arretrano vistosamente le auto. Un prodotto del cuore fino a qualche tempo fa, oggi ridimensionato dai nuovi stili della mobilità e dalle nuove gerarchie dei consumi e degli oggetti. Il risultato di questo disamore si chiama de motorizzazione (saldo negativo della nati-mortalità del parco auto) e riduzione delle cilindrata (“decilindrizzazione”), con tutto ciò che ne consegue.

---

30. *Slow Food* è un'associazione internazionale senza scopo di lucro nata in Italia, che si pone come obiettivo la promozione del diritto a vivere il cibo, e il mondo dell'enogastronomia in generale, come un piacere. Slow Food è impegnata nella difesa della biodiversità e dei diritti dei popoli alla sovranità alimentare, battendosi contro l'omologazione dei sapori, l'agricoltura massiva, le manipolazioni genetiche.

31. Vanni Codeluppi è un sociologo italiano, le cui ricerche riguardano i principali fenomeni comunicativi presenti all'interno dei consumi, dei media e della cultura di massa: *Ipermondo*, Laterza, Roma-Bari 2012.

32. Serge Latouche è un economista e filosofo francese. È tra gli avversari più noti dell'occidentalizzazione del pianeta ed un sostenitore della decrescita conviviale e del localismo: *Per un'abbondanza frugale*, Bollati Boringhieri, Torino 2012.

# NOTA METODOLOGICA E INDICI





# NOTA METODOLOGICA

## Livelli di Analisi

Il presente rapporto si focalizza sullo studio del sistema economico terziario, secondo tre diversi livelli di analisi:

- livello territoriale;
- livello settoriale;
- livello di variabile in analisi.

Il primo livello, ossia quello territoriale, definisce i confini dell'analisi su base regionale, provinciale e, infine, comunale. Vengono considerate, quindi, la regione del Veneto, le sette province che la compongono e, scendendo nel dettaglio, i 95 comuni che costituiscono la provincia di Treviso.

Il livello settoriale vede la distinzione del terziario nei classici settori economici da cui è composto: commercio, turismo e servizi. La definizione dei settori e delle loro attività si basa sulla classificazione ATECO 2007, che costituisce la versione nazionale della nomenclatura europea NACE Rev.2. Tale classificazione è di tipo alfa-numerico, con diversi gradi di dettaglio: le lettere indicano il macro-settore di attività economica, mentre le cifre - da due a sei - rappresentano le articolazioni e le disaggregazioni dei settori stessi. Dal generale al particolare, le varie attività economiche vengono raggruppate in sezioni (lettera), divisioni (2 cifre), gruppi (3 cifre), classi (4 cifre), categorie (5 cifre) e sottocategorie (6 cifre). Ciascun codice numerico incorpora i precedenti.

*L'analisi proposta presenta i risultati della 2ª cifra per tutte le variabili in analisi e della 4ª cifra di dettaglio per le localizzazioni. Si specifica che la somma delle localizzazioni alla 4ª cifra non corrisponde al totale della 2ª cifra, in quanto i dati attualmente disponibili non forniscono informazioni sulla classificazione di tutte le imprese considerate (vi è la possibilità, ad esempio, che alcune attività siano iscritte al Registro delle Imprese con un codice generico a due cifre: in questo caso, non è possibile attribuire loro una collocazione certa all'interno della 4ª cifra, sono così escluse dal conteggio di tale disaggregazione). È inoltre opportuno sottolineare che, all'interno dell'analisi settoriale del presente rapporto, ove non sia stato possibile rappresentare graficamente tutte le classi appartenenti alle varie divisioni, sono stati applicati alcuni criteri di selezione al fine favorire una lettura semplificata del fenomeno (per i codici G46 e G47 del commercio, ad esempio, si è scelto di esplicitare solo le classi che raggiungono il 4% nella composizione divisionale, mentre per le categorie individuate nei servizi sono state inserite le prime cinque classi per numerosità di localizzazioni).*

I tre settori del terziario sono così identificati:

#### COMMERCIO - lettera G

- G45, *commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli*;
- G46, *commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)*;
- G47, *commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)*.

#### TURISMO - lettera I e codice N79

- I55, *alloggio*;
- I56, *attività dei servizi di ristorazione*;
- N79, *attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse*.

#### SERVIZI - lettere H, J, K, L, M, N (eccetto N79), O, P, Q, R e S

- Logistica, *lettere H (codici dal 49 al 53) e N (codici dal 77 all'82, escluso il 79)*;
- Comunicazione, *lettera J (codici dal 58 al 63)*;
- Finanza, *lettera K (codici dal 64 al 66)*;
- Attività immobiliari, *lettera L (codice 68)*;
- Attività professionali, *lettera M (codici dal 69 al 75)*;
- Sociale, *lettere O (codice 84), P (codice 85), Q (codici dall'86 all'88), R (codici dal 90 al 93), S (codici dal 94 al 96)*.

L'ultimo livello considerato è quello della variabile che si sceglie di analizzare, a seconda delle fonti di volta in volta disponibili.

All'interno del presente lavoro vengono studiate:

- **unità locali:** l'impianto operativo o amministrativo-gestionale, in genere ubicato in luogo diverso da quello della sede, nel quale l'impresa esercita stabilmente una o più attività economiche, dotato di autonomia e di tutti gli strumenti necessari allo svolgimento di una finalità produttiva, o di una fase intermedia, ad esempio: laboratori, officine, stabilimenti, magazzini, depositi, uffici, negozi, filiali, agenzie, etc. Si specifica che le consistenze all'interno del presente rapporto sono state calcolate al lordo della classe di natura giuridica "Persona fisica", introdotta per effetto della nuova Direttiva dei servizi del 26/10/2011 (entrata in vigore il 13/05/2012 con circolare n.3648/c);
- **occupati:** i dati sull'occupazione sono tratti dalla rilevazione dell'ISTAT sulle forze di lavoro, introdotta all'inizio degli anni '50. Come

citato nella nota metodologica “Le informazioni vengono raccolte dall’Istat intervistando ogni trimestre un campione di quasi 77 mila famiglie, pari a 175 mila individui residenti in Italia, anche se temporaneamente all’estero. Sono escluse le famiglie che vivono abitualmente all’estero e i membri permanenti delle convivenze (istituti religiosi, caserme, etc.)”. L’indagine è stata più volte rinnovata nel corso degli anni per rispondere alle esigenze di cambiamento del mercato e della legislazione. Attualmente la rilevazione campionaria è stata resa continua attraverso la raccolta delle informazioni durante tutte le settimane dell’anno;

- **imprenditori:** secondo l’ISTAT sono catalogati come coloro che gestiscono la propria impresa, senza però essere direttamente coinvolti nel processo produttivo;
- **lavoratori dipendenti:** secondo l’ISTAT il lavoratore dipendente è colui che detiene una “Posizione lavorativa con rapporto di lavoro subordinato, caratterizzato da un contratto di lavoro diretto con l’impresa o l’istituzione presso la quale il lavoratore presta la propria opera, e sulla base del quale percepisce una retribuzione. Sono da considerarsi tali le posizioni di operaio (incluse le categorie speciali e gli intermedi), impiegato, quadro e dirigente. [...] Tra le posizioni di lavoro dipendente sono convenzionalmente incluse anche quelle degli apprendisti”;
- **fatturato:** detto anche volume d’affari, è dato dalla somma dei ricavi delle vendite e/o delle prestazioni di servizi, oltre ad altri ricavi e proventi ordinari dell’azienda. La definizione di fatturato è data dall’ articolo 1 (comma 1, lettera f) del decreto del Ministero dell’Industria dell’11 maggio 2001 n. 359, meglio precisata dallo stesso Ministero con circolare n. 3513/c del 22 maggio 2001:
  - per gli enti creditizi e finanziari tenuti alla redazione del conto economico a norma dell’articolo 6 del decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 87, la somma degli interessi attivi e assimilati e delle commissioni attive, come dichiarati ai fini dell’IRAP e secondo le indicazioni date dal Ministero dello sviluppo economico con la circolare n. 19230 del 03-03-2009;
  - per i soggetti esercenti imprese di assicurazione tenuti alla redazione del conto economico a norma dell’articolo 9 del decreto legislativo 26 maggio 1997, n. 173, la somma dei premi e degli altri proventi tecnici, come dichiarati ai fini dell’IRAP e secondo le indicazioni date dal Ministero dello sviluppo economico con la circolare n. 19230 del 03-03-2009;
  - per le società e gli enti che esercitano in via esclusiva o prevalente l’attività di assunzione di partecipazioni in enti diversi da quelli creditizi e finanziari, la somma dei ricavi delle vendite e delle prestazioni, degli altri ricavi e proventi ordinari e degli interessi attivi e proventi assimilati, come dichiarati ai fini dell’IRAP e secondo le indicazioni date dal Ministero dello sviluppo economico con la circolare n. 19230 del 03-03-2009;
  - per gli altri soggetti (imprese individuali, società di persone, società di capitali, enti commerciali ed equiparati, ecc.), la somma dei ricavi delle vendite e delle prestazioni e degli altri ricavi e proventi ordinari, come dichiarati ai fini dell’IRAP e, in mancanza, come rappresentati nelle scritture contabili previste dagli articoli 2214 e seguenti del codice civile e secondo le indicazioni date dal Ministero dello sviluppo economico con la circolare n. 19230 del 03-03-2009.

## Fonti

Le fonti da cui provengono i dati utilizzati nell'analisi possono essere ricondotte a quattro diverse basi di dati:

### 1. Istituto nazionale di statistica (ISTAT)

L'ISTAT è l'ente di ricerca pubblico italiano che, grazie ai censimenti sulla popolazione, l'industria, i servizi, l'agricoltura e alle indagini campionarie sulle famiglie (consumi, forze di lavoro, aspetti della vita quotidiana, salute, sicurezza, tempo libero, famiglia e soggetti sociali, uso del tempo, etc.), è in grado di produrre e fornire dati ufficiali a supporto dei cittadini e dei pubblici decisori.

### 2. Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Treviso (INFOCAMERE)

I dati forniti da Infocamere provengono da un database che contiene informazioni raccolte dalle banche dati delle varie Camere di Commercio. I dati considerati si riferiscono agli imprenditori e alle unità locali iscritte nel Registro delle Imprese. Il Registro, istituito con la legge n. 580 del 1993, prevede l'iscrizione obbligatoria per tutti i soggetti che esercitano un'attività d'impresa, indipendentemente dalla forma giuridica e dal settore merceologico nel quale operano.

### 3. Veneto Lavoro (PLANET)

PLANET è il database statistico costruito dall'Osservatorio di Veneto Lavoro, che raccoglie i dati giornalieri, aggiornati al II trimestre 2013, registrati dai Centri per l'impiego (comunicazioni obbligatorie e dichiarazioni dei lavoratori). Il database permette l'analisi dei flussi dei lavoratori dipendenti della Regione del Veneto, a livello provinciale e comunale.

### 4. Confcommercio Treviso (SERVIZIO CONTABILITÀ)

Confcommercio Treviso mette a disposizione dei suoi associati una serie di servizi, tra i quali il servizio contabilità. Dal database generale sono stati estratti i valori, escludendo i dati sensibili, dei fatturati delle aziende associate dal 2011 al 2013.

Le diverse fonti vengono di volta in volta combinate, per ottenere degli output aggregati in grado di fornire informazioni puntuali, valutabili e spiegabili e di calcolare indici specifici.

*Si precisa che nel paragrafo "2.3 - I Lavoratori Dipendenti" del presente rapporto, l'ultimo semestre disponibile al momento della rilevazione è il primo del 2013.*



## Indici

Gli indici elaborati nel report comprendono:

### INDICI DEMOGRAFICI

*Indice di ricambio generazionale*, ovvero il rapporto tra gli imprenditori di età compresa tra i 18 e i 29 anni e gli imprenditori con più di 70 anni. Assume valore 1 in caso di equilibrio, valori inferiori ad 1 in caso di ricambio difficoltoso e valori superiori ad 1 in caso di ricambio buono.

### INDICI DI STRUTTURA PRODUTTIVA

*Tasso di imprenditorialità*, ovvero il numero di imprese ogni 1.000 abitanti residenti;

*Densità territoriale*, ovvero il numero di imprese per kmq;

*Propensione media dei flussi di assunzioni e cessazioni di lavoratori dipendenti*, ovvero la sommatoria delle assunzioni (o delle cessazioni) da giugno 2012 a giugno 2013, ponderata sulla media delle unità locali attive nel settore considerato nel medesimo periodo temporale.

### INDICATORI DI CONCENTRAZIONE

*Indice di orientamento imprenditoriale*, calcolato per diversi settori di attività, come il numero di imprenditori ogni 1.000 abitanti residenti. Il grado di concentrazione aumenta in seguito all'incremento del numero di imprese di grandi dimensioni.

### INDICATORI DI SPECIALIZZAZIONE

*Indice di specializzazione settoriale*, ovvero un'indice di dissomiglianza tra la composizione settoriale delle localizzazioni e degli imprenditori nell'unità territoriale considerata, rispetto alla composizione settoriale della regione in analisi. Fornisce il grado di specializzazione complessivo dell'unità territoriale. È calcolato come il rapporto tra il numero di unità locali o imprenditori appartenenti ad un settore (commercio, turismo, servizi) sul totale dell'economia di un'area specifica (comune, provincia) e il numero di unità locali dello stesso settore sul totale dell'economia di un determinato territorio (provincia, regione). L'indice è uguale a 0 (assenza di specializzazione) quando l'area considerata presenta una composizione per settori identica a quella dell'insieme delle circoscrizioni considerate, è uguale ad 1 quando la specializzazione è massima, ovvero quando tutte le unità locali o gli imprenditori sono concentrati in un unico settore o area, mentre è inferiore ad 1 quando l'area risulta despecializzata.

## Stime

Nel capitolo “3 - *Gli Scenari Evolutivi*” si presentano i dati stimati per alcune variabili prese in esame: unità locali e imprenditori. Tali stime sono finalizzate ad ottenere la dinamica dell'evoluzione dei valori della provincia e della regione fino al 2015. L'esercizio di stima nel lungo termine va trattato con cautela, poichè i dati ottenuti divengono tanto più incerti quanto più ci si allontana dal dato di partenza, in modo particolare quando l'analisi è rivolta a piccole realtà territoriali.

Le stime sono effettuate utilizzando due metodologie differenti:

- per la proiezione tendenziale si considera la variazione media trimestrale dal IV trimestre 2009 al IV trimestre 2013 delle variabili in esame. Il prolungamento della serie di dati è ottenuto applicando il tasso di variazione misurato, diminuito del 50% secondo criteri prudenziali. Tale metodo è prevalentemente di medio-lungo periodo e non considera la presenza di eventuali shock o interventi di politica economica nel sistema;
- per la variazione congiunturale si procede alla stima di una funzione polinomiale descrittiva dei dati. Attraverso l'utilizzo di tale funzione, viene prolungata la serie dei dati misurati fino al 2015. Tale metodo è prevalentemente di breve periodo e tiene conto delle singole variazioni registrate nei trimestri dal 2009 al 2013.

*La bontà del modello di stima è valutata attraverso il coefficiente di determinazione - più comunemente  $R^2$  - ovvero la proporzione tra la variabilità dei dati e la correttezza del modello statistico utilizzato. Può assumere valori compresi tra 0 e 1: più il valore si avvicina all'unità, più il modello utilizzato ha una buona capacità di prevedere l'andamento futuro delle variabili considerate.*

## INDICE DELLE FIGURE

Figura I - Italia e Veneto. Dinamica del reddito procapite	15
Figura II - Treviso. Cambiamento del modello di sviluppo del terziario per settore	19
Figura 01 - Veneto. Unità locali del terziario per provincia, 2013	28
Figura 02 - Treviso. Unità locali del terziario per comune, 2013	29
Figura 03 - Veneto. Tasso di imprenditorialità del terziario, 2013	30
Figura 04 - Treviso. Tasso di imprenditorialità del terziario, 2013	31
Figura 05 - Veneto. Densità territoriale del terziario, 2013	32
Figura 06 - Treviso. Densità territoriale del terziario, 2013	33
Figura 07 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del terziario, 2013	34
Figura 08 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del terziario, 2013	35
Figura 09 - Veneto. Unità locali del terziario per settore e per provincia, 2013	37
Figura 10 - Treviso. Unità locali del terziario per settore, 2013	38
Figura 11 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del commercio, 2013	39
Figura 12 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del commercio, 2013	40
Figura 13 - Veneto. Unità locali del commercio, 2013	41
Figura 14 - Veneto. Unità locali del commercio per provincia, 2013	42
Figura 15 - Treviso. Unità locali del commercio, 2013	43
Figura 16 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G45 del commercio, 2013	45
Figura 17 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G45 del commercio, 2013	45
Figura 18 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G46 del commercio, 2013	46
Figura 19 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G46 del commercio, 2013	47
Figura 20 - Veneto. Unità locali del codice ATECO G47 del commercio, 2013	48
Figura 21 - Treviso. Unità locali del codice ATECO G47 del commercio, 2013	49
Figura 22 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali del turismo, 2013	52

Figura 23 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali del turismo, 2013	53
Figura 24 - Veneto. Unità locali del turismo, 2013	54
Figura 25 - Veneto. Unità locali del turismo per provincia, 2013	55
Figura 26 - Treviso. Unità locali del turismo, 2013	56
Figura 27 - Veneto. Unità locali del codice ATECO I55 del turismo, 2013	57
Figura 28 - Treviso. Unità locali del codice ATECO I55 del turismo, 2013	58
Figura 29 - Veneto. Unità locali del codice ATECO I56 del turismo, 2013	59
Figura 30 - Treviso. Unità locali del codice ATECO I56 del turismo, 2013	60
Figura 31 - Veneto. Unità locali del codice ATECO N79 del turismo, 2013	61
Figura 32 - Treviso. Unità locali del codice ATECO N79 del turismo, 2013	61
Figura 33 - Veneto. Indice di specializzazione delle unità locali dei servizi, 2013	63
Figura 34 - Treviso. Indice di specializzazione delle unità locali dei servizi, 2013	64
Figura 35 - Veneto. Unità locali dei servizi, 2013	66
Figura 36 - Veneto. Unità locali dei servizi per provincia, 2013	67
Figura 37 - Treviso. Unità locali dei servizi, 2013	68
Figura 38 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Logistica, 2013	69
Figura 39 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Comunicazione, 2013	70
Figura 40 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO della Finanza, 2013	72
Figura 41 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO delle Attività immobiliari, 2013	73
Figura 42 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO delle Attività professionali, 2013	74
Figura 43 - Veneto e Treviso. Unità locali dei codici ATECO del Sociale, 2013	76
Figura 44 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del terziario per provincia	78
Figura 45 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle unità locali del terziario	79
Figura 46 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle unità locali del terziario per settore	80
Figura 47 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del commercio per provincia	81
Figura 48 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G45 del commercio per provincia	82
Figura 49 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G46 del commercio per provincia	83
Figura 50 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO G47 del commercio per provincia	84

Figura 51 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del turismo per provincia	87
Figura 52 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO I55 del turismo per provincia	88
Figura 53 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO I56 del turismo per provincia	88
Figura 54 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del codice ATECO N79 del turismo per provincia	89
Figura 55 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei servizi per provincia	92
Figura 56 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Logistica per provincia	93
Figura 57 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Comunicazione per provincia	94
Figura 58 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO della Finanza per provincia	95
Figura 59 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO delle Attività immobiliari per provincia	95
Figura 60 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO delle Attività professionali per provincia	96
Figura 61 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei codici ATECO del Sociale per provincia	97
Figura 62 - Veneto e Treviso. Imprenditori del terziario per classe d'età, 2013	105
Figura 63 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del terziario per provincia	105
Figura 64 - Veneto. Indice di orientamento imprenditoriale del terziario, 2013	106
Figura 65 - Veneto. Indice di ricambio generazionale degli imprenditori del terziario, 2013	107
Figura 66 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del terziario, 2013	108
Figura 67 - Veneto e Treviso. Imprenditori del commercio per classe d'età, 2013	110
Figura 68 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del commercio per provincia	111
Figura 69 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del commercio, 2013	112
Figura 70 - Veneto e Treviso. Imprenditori del turismo per classe d'età, 2013	113
Figura 71 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori del turismo per provincia	114
Figura 72 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori del turismo, 2013	115
Figura 73 - Veneto e Treviso. Imprenditori dei servizi per classe d'età, 2013	116
Figura 74 - Veneto. Dinamica recente degli imprenditori dei servizi per provincia	117
Figura 75 - Treviso. Indice di specializzazione degli imprenditori dei servizi, 2013	118
Figura 76 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del terziario	121
Figura 77 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013	122
Figura 78 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel terziario, da giugno 2012 a giugno 2013	123

Figura 79 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013	124
Figura 80 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013	125
Figura 81 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del terziario, da giugno 2012 a giugno 2013	126
Figura 82 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del commercio	128
Figura 83 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013	129
Figura 84 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel commercio, da giugno 2012 a giugno 2013	130
Figura 85 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013	131
Figura 86 - Treviso. Flussi di dipendenti del commercio per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013	132
Figura 87 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del commercio, da giugno 2012 a giugno 2013	133
Figura 88 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti del turismo	135
Figura 89 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013	136
Figura 90 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nel turismo, da giugno 2012 a giugno 2013	137
Figura 91 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013	138
Figura 92 - Treviso. Flussi di dipendenti del turismo per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013	139
Figura 93 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato del turismo, da giugno 2012 a giugno 2013	140
Figura 94 - Veneto e Treviso. Dinamica dei flussi di dipendenti dei servizi	142
Figura 95 - Veneto. Flussi di assunzioni di dipendenti dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013	143
Figura 96 - Treviso. Propensione media alle assunzioni nei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013	144
Figura 97 - Treviso. Saldo ponderato dei flussi di dipendenti dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013	145
Figura 98 - Treviso. Flussi di dipendenti dei servizi per tipologia contrattuale, da giugno 2012 a giugno 2013	146
Figura 99 - Treviso. Contratti a tempo indeterminato dei servizi, da giugno 2012 a giugno 2013	147
Figura 100 - Italia e Veneto. Prodotto Interno Lordo a prezzi costanti e correnti	157
Figura 101 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del terziario	159
Figura 102 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del terziario	160
Figura 103 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del terziario	160
Figura 104 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del terziario	161
Figura 105 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del commercio	162
Figura 106 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del commercio	162

Figura 107 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del commercio	163
Figura 108 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del commercio	163
Figura 109 - Veneto. Proiezioni delle unità locali del turismo	164
Figura 110 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori del turismo	165
Figura 111 - Treviso. Proiezioni delle unità locali del turismo	165
Figura 112 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori del turismo	166
Figura 113 - Veneto. Proiezioni delle unità locali dei servizi	167
Figura 114 - Veneto. Proiezioni degli imprenditori dei servizi	168
Figura 115 - Treviso. Proiezioni delle unità locali dei servizi	168
Figura 116 - Treviso. Proiezioni degli imprenditori dei servizi	169
Figura 117 - Campione. Imprese per settore di attività, 2013	176
Figura 118 - Campione. Imprese per natura giuridica, 2013	176
Figura 119 - Campione. Imprese per livello e fascia di fatturato, 2011 e 2013	177
Figura 120 - Imprese. Dinamica recente per livello e fascia di fatturato	181
Figura 121 - Fatturato medio annuo. Dinamica recente per livello e fascia di fatturato	183
Figura 122 - Fatturato medio annuo. Dinamica recente per natura giuridica	185





## INDICE DELLE TABELLE

Tabella 01 - Veneto. Unità locali del terziario per provincia, 2013	28
Tabella 02 - Veneto. Unità locali del terziario per settore e per provincia, 2013	36
Tabella 03 - Veneto e Treviso. Unità locali del commercio, 2013	43
Tabella 04 - Veneto e Treviso. Prime 5 classi del commercio per numerosità delle unità locali, 2013	51
Tabella 05 - Veneto e Treviso. Unità locali del turismo, 2013	56
Tabella 06 - Veneto e Treviso. Primi 5 classi del turismo per numerosità delle unità locali, 2013	62
Tabella 07 - Veneto e Treviso. Unità locali dei servizi, 2013	67
Tabella 08 - Veneto e Treviso. Prime 5 classi dei servizi per numerosità delle unità locali, 2013	77
Tabella 09 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del commercio per provincia	81
Tabella 10 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle prime 5 classi del commercio	85
Tabella 11 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali del turismo per provincia	86
Tabella 12 - Veneto e Treviso. Dinamica recente delle prime 5 classi del turismo	90
Tabella 13 - Veneto. Dinamica recente delle unità locali dei servizi per provincia	92
Tabella 14 - Veneto. Dinamica recente della prima classe di ogni categoria di servizi	98
Tabella 15 - Veneto e Treviso. Variabili occupazionali per sesso, 2013	102
Tabella 16 - Veneto e Treviso. Occupati per settore di attività economica e posizione, 2013	103
Tabella 17 - Veneto e Treviso. Imprenditori del terziario per settore, 2013	104
Tabella 18 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del terziario per provincia	120
Tabella 19 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del commercio per provincia	127
Tabella 20 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti del turismo per provincia	134
Tabella 21 - Veneto. Dinamica dei flussi di dipendenti dei servizi per provincia	141
Tabella 22 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per settore e divisione	148
Tabella 23 - Treviso. Flussi di dipendenti del terziario per settore e divisione, da giugno 2012 a giugno 2013	150
Tabella 24 - Italia e Veneto. Prodotto Interno Lordo a prezzi costanti e correnti	155
Tabella 25 - Imprese. Matrice dei passaggi di livello di fatturato, 2011 e 2013	178

Tabella 26 - Imprese. Matrice dei passaggi di fascia di fatturato, 2011 e 2013

179

Tabella 27 - Imprese. Entrate ed uscite, 2013

180



*Ideato, promosso e realizzato da:*



Filcams-CGIL

Fisascat-CISL

Uiltucs-UIL



*Si ringrazia:*

