



***Non sono i soliti ambientalisti a dirlo ma i dati forniti dalla CGIA di Mestre:
per ogni nuovo posto di lavoro nella grande distribuzione, se ne perdono 6 nei piccoli
negozi***

La notizia non è nuova ma nemmeno così vecchia da non meritare di essere ripresa. Uno dei capisaldi delle giustificazioni usate dai sostenitori dei centri commerciali sembra avere i piedi di argilla. Si è sempre detto che iper e super portano occupazione ma il celebre [CGIA](#) di Mestre (l'Associazione degli artigiani e delle piccole imprese nota per le sue indagini illuminanti) non pare proprio essere d'accordo: Tra il 2001 e il 2009 la superficie di vendita della grande distribuzione (1) è cresciuta del 65% circa. Nel frattempo i piccoli negozi sono diminuiti di oltre 51.000 unità. Secondo Bortolussi "ogni posto di lavoro creato nella grande distribuzione costa 6 posti di lavoro nelle piccole botteghe commerciali". Ecco il comunicato integrale.

I centri commerciali hanno strozzato i piccoli negozi

"Tra il 2001 e il 2009 – esordisce Giuseppe Bortolussi segretario della CGIA di Mestre - ad un aumento di poco più di 21.000 addetti nella grande distribuzione, nelle piccole botteghe commerciali si sono persi quasi 130.000 posti di lavoro. Vale a dire che ad ogni occupato che ha trovato un'occupazione nei centri commerciali, si sono persi 6 posti di lavoro tra i piccoli negozianti".

"Tra il 2001 e il 2009 – esordisce Giuseppe Bortolussi segretario della CGIA di Mestre - ad un aumento di poco più di 21.000 addetti nella grande distribuzione, nelle piccole botteghe commerciali si sono persi quasi 130.000 posti di lavoro. Vale a dire che ad ogni occupato che ha trovato un'occupazione nei centri commerciali, si sono persi 6 posti di lavoro tra i piccoli

negozianti”.

E' questo uno dei principali risultati emersi da una recente analisi realizzata dalla CGIA di Mestre, che ha voluto verificare l'andamento di crescita registrato dalla grande distribuzione e la conseguente contrazione verificatasi tra le piccole attività di commercio al dettaglio.

Ebbene, il risultato emerso è il seguente: mentre nel periodo considerato la grande distribuzione ha aumentato la superficie di vendita del + 64,6% (passando da 2.066.318 a 3.401.913 mq di superficie di vendita), le attività di commercio al dettaglio sono diminuite di oltre 51.000 unità. Se si considera che mediamente una piccola attività commerciale dà lavoro a circa 2,5 addetti, la CGIA stima che si sono persi quasi 130.000 addetti. Per contro, la grande distribuzione ha aumentato il numero di addetti di circa 21.000 unità.

“Pertanto – ribadisce Bortolussi – possiamo dire che ad ogni posto di lavoro creato dai grandi centri commerciali, se ne perdono 6 nel piccolo commercio. Insomma, tra la crisi dei consumi e la diffusione della grande distribuzione, i piccoli sono stati costretti a chiudere bottega”.

Se l'attenzione viene posta sui dati regionali, è importante segnalare che l'unica grande Regione che ha registrato una contrazione della superficie di vendita della grande distribuzione è stato il Lazio (-14%). Il Lazio è anche l'unica realtà territoriale in Italia che presenta un aumento positivo della variazione delle piccole attività commerciali pari al + 6,7% (in termini assoluti pari a + 2.678 negozi). Tutte le altre regioni hanno visto un deciso aumento della presenza della grande distribuzione e una corrispondente contrazione delle piccole botteghe commerciali.

Aumento superficie Ipermercati e declino degli Esercizi Specializzati (2001-2009)

REGIONI	Grande distribuzione (*) Var. % Superficie Ipermercati (dal 2001 al 2009)	COMMERCIO AL DETTAGLIO ESERCIZI SPECIALIZZATI (*) Variazione % Numero Imprese (dal 2001 al 2009)
Lazio	-14,0	+6,7
Valle d'Aosta	-7,8	-18,1
Toscana	+15,5	-19,4
Veneto	+39,1	-14,8
Emilia Romagna	+41,1	-18,3
Lombardia	+42,2	-19,6
Umbria	+78,9	-15,2
Sardegna	+80,9	-6,0
Liguria	+89,4	-17,5
Piemonte	+97,7	-17,9
Marche	+112,0	-14,7
Puglia	+136,4	-4,8

I centri commerciali danno lavoro? Pare proprio di no

Domenica, 17 Ottobre 2010 19:08
Di Vorrei

Basilicata	+146,5	-10,9
Abruzzo	+197,7	-9,9
Campania	+209,7	-5,1
Friuli Venezia Giulia	+211,8	-25,5
Sicilia	+268,2	-7,8
Calabria	+317,5	-12,4
Trentino Alto Adige	+341,8	-21,2
Molise	n.c.	-13,3
ITALIA	+64,6	-11,3

(*) Superficie di vendita superiore a 2.500 mq; dati relativi al primo gennaio 2001 e 2009.

(**) Alimentari e bevande, tessili, ferramenta, elettrodomestici, mobili, libri, articoli sportivi e giocattoli, orologi.

n.c.: non calcolabile per il Molise in quanto nel 2001 non vi era nessun ipermercato.

Elaborazione Ufficio Studi CGIA di Mestre su dati Ministero Sviluppo Economico e Infocamere **La crescita della Grande distribuzione e declino degli Esercizi Specializzati (2001-2009)**

REGIONI	IPERMERCATI (*)		COMMERCIO AL DETTAGLIO ESERCIZI SPECIALIZZATI (**)
	Var. Numero di Ipermercati dal 2001 al 2009	Var. Addetti negli Ipermercati dal 2001 al 2009	Numero Imprese Attive in me (I trim. 2009 rispetto al I trim. 2001)
Abruzzo	+11	+1743	-1060
Basilicata	+2	+223	-562
Calabria	+10	+768	-2420
Campania	+11	+1714	-3140
Emilia Romagna	+12	+2331	-5265
Friuli Venezia Giulia	+13	+1027	-2038
Lazio	-12	-755	+2678
Liguria	+4	+935	-2710
Lombardia	+39	+2235	-10766
Marche	+9	+627	-1583
Molise	+3	+312	-354
Piemonte	+35	+4593	-5397
Puglia	+11	+412	-1684
Sardegna	+8	+506	-836
Sicilia	+16	+1094	-3409
Toscana	-1	+581	-5861
Trentino Alto Adige	+6	+497	-1118
Umbria	+3	+274	-1023
Valle d'Aosta	-1	-770	-187

I centri commerciali danno lavoro? Pare proprio di no

Domenica, 17 Ottobre 2010 19:08
Di Vorrei

Veneto	+24	+2728	-4279
ITALIA	+203	+21075	-51014
(*) Superficie di vendita superiore a 2.500 mq; dati relativi al primo gennaio 2001 e 2009			
(**) Alimentari e bevande, tessili, ferramenta, elettrodomestici, mobili, libri, articoli sportivi e giocattoli, orologi.			
Elaborazione Ufficio Studi CGIA di Mestre su dati Ministero Sviluppo Economico e Infocamere			

1() Include gli esercizi di vendita al dettaglio con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori. Pertanto, si fa riferimento agli Ipermercati e alle Grandi Superfici Integrate con superficie di vendita uguale o superiore ai 2.500 mq.