

Proposte di legge C. 1, C. 457, C. 470, C. 526 e C. 587
Disciplina degli orari di apertura degli esercizi commerciali

Audizione dell'Istituto Nazionale di Statistica
Dott. Roberto Monducci
Direttore del Dipartimento per la Produzione Statistica

10^a Commissione "Attività produttive, commercio e turismo"
Camera dei Deputati
Roma, 25 settembre 2018

Indice

	Pag.
1. Introduzione	3
2. Il commercio al dettaglio: aspetti strutturali e confronto europeo	3
3. Dinamica dell'occupazione dipendente nel commercio al dettaglio	6
4. Il lavoro autonomo e domenicale nel commercio	7
5. I comportamenti di consumo	9
<i>Acquisti la domenica</i>	9
<i>Acquisti on-line</i>	10
<i>Luoghi di acquisto</i>	11
6. Conclusioni	11

Allegati

1. Tavole statistiche

1. Introduzione

In questa audizione l'Istat intende offrire un contributo utile alla discussione delle Proposte di legge C. 1, C. 457, C. 470, C. 526 e C. 587 inerenti la disciplina degli orari di lavoro degli esercizi commerciali.

Tutti i testi presi in esame intervengono abrogando o modificando la disciplina della lettera *d-bis*) dell'articolo 3 comma 1 del decreto-legge 223 del 2006 convertito con modificazioni dalla legge 248 del 2006. La lettera in questione prevedeva, in via sperimentale, la possibilità di derogare alle disposizioni sulla chiusura festiva e domenicale per tutti gli esercizi commerciali ubicati nei comuni inclusi negli elenchi delle località turistiche e delle città d'arte. Successivamente il decreto Salva Italia (d.l. 201 del 2011) ha eliminato il carattere sperimentale ed esteso la deroga a tutto il territorio nazionale, liberalizzando di fatto le aperture nelle domeniche e nei festivi.

Il documento predisposto dall'Istat illustra un quadro informativo su alcuni temi connessi alle proposte di legge, con particolare riferimento alla struttura e alla dinamica del commercio al dettaglio, ai lavoratori impiegati nel settore e ai comportamenti di acquisto dei residenti in Italia. Si tratta di informazioni e analisi che sfruttano le fonti statistiche ufficiali disponibili anche attraverso elaborazioni ad hoc effettuate per questa audizione.

2. Il commercio al dettaglio: aspetti strutturali e confronto europeo

Con 606.224 imprese attive, l'Italia si posiziona nel 2016 al primo posto tra i principali paesi Ue per numerosità di esercizi commerciali al dettaglio, seguita dalla Francia (507 mila) e dalla Spagna (487 mila). Nel settore sono impiegati 1,9 milioni di addetti, valore prossimo a quello della Francia (2 milioni) e di poco superiore alla Spagna (1,7 milioni). Queste imprese rappresentano il 16,3% delle unità economiche attive nei settori dell'industria e dei servizi che rientrano nel "*business sector*" definito dalle statistiche europee (imprese di mercato non finanziarie escluse le imprese che lavorano nel settore pubblico, nell'istruzione, nella sanità e nel settore artistico/culturale), una percentuale simile a quella francese e di poco inferiore a quella spagnola, che supera il 18%. La quota in Germania, invece, si ferma al 13,5%.

La dinamica dei principali aggregati economici d'impresa nel periodo 2010-2016, vede la Germania e la Francia in forte espansione sia nel numero di imprese (rispettivamente +2,5% e +20%) sia nel numero di addetti (+7,0% e +3,1%), mentre in Italia si registra una flessione sia nel numero di aziende (-6,0%) che del personale (-1,6%). In Spagna la dinamica delle imprese è stata simile a quella italiana, con una ripresa più decisa nel 2016 che ha portato a risultati, nel complesso del periodo, leggermente positivi. I risultati economici mostrano come nel nostro Paese, a fronte di un fatturato stazionario, il valore aggiunto sia in aumento (+4,1%); in Francia sono in crescita entrambi gli indicatori, mentre la Germania ha registrato una espansione rilevante di fatturato e, in misura ancora più intensa, del valore aggiunto.

La dimensione economica delle imprese del commercio al dettaglio residenti in Italia risulta estremamente contenuta (3,1 addetti in media per impresa), anche se non si discosta significativamente da quella di Spagna (3,6) e Francia (3,9). Differenze sostanziali si riscontrano invece rispetto alla Germania (10,7). Nonostante queste differenze strutturali, le aziende italiane attive nel commercio al dettaglio presentano un livello medio di produttività apparente del lavoro (28 mila euro per addetto) superiore alla Spagna (24,7) e prossimo a quello della Germania (30,3), mentre la produttività apparente del lavoro in Francia raggiunge i 40 mila euro¹.

Il ruolo degli esercizi commerciali di minore dimensione economica (da 0 a 9 addetti) in Italia, Francia e Spagna è molto rilevante in termini di numerosità (la quota in tutti e tre i paesi è intorno al 97,5%). Tuttavia nel nostro Paese, il peso di questa classe dimensionale è sensibilmente più alto in termini sia di addetti (60,0%) sia di fatturato (40,7%).

Nel periodo 2010-2016, in Italia e Germania l'incidenza degli esercizi commerciali più piccoli si è ridimensionata in modo più rilevante, riducendosi, in termini di addetti di 2,5 e 1,8 punti percentuali rispettivamente. Per quanto riguarda il fatturato, il calo più consistente si è registrato, sempre nello stesso periodo, in Italia e Spagna, con 7,5 e 6,9 punti percentuali in meno rispetto al fatturato complessivo del settore.

¹ Questi risultati rispecchiano sia i differenziali di efficienza del sistema delle imprese dei diverse paesi sia le diversità nelle ore lavorate pro-capite.

Alcuni approfondimenti di maggior dettaglio consentono ulteriori analisi della struttura commerciale italiana. Con riferimento alle forme distributive e alla tipologia merceologica dei prodotti commercializzati, complessivamente la grande distribuzione incrementa di 4,3 punti percentuali nel periodo 2010-2015 il suo contributo al fatturato totale del commercio fisso² al dettaglio in Italia, raggiungendo nel 2015 una quota prossima al 50%. In particolare, è la grande distribuzione³ alimentare a registrare l'incremento più significativo passando dal 25,3% nel 2010 al 31,3% nel 2015, con un aumento di 6,0 punti percentuali. Le imprese operanti su piccole superfici ridimensionano la loro quota di mercato al 50,8% (dal 55,1%), con una flessione più ampia per gli esercizi commerciali che vendono prodotti non alimentari (39,2% nel 2015, con una flessione di 5,8 punti percentuali). Nonostante questo ridimensionamento della piccola distribuzione, il suo peso nel commercio rimane ancora rilevante per il mercato in termini sia di capacità di vendita che di occupazione assorbita.

Nel 2015, le aziende del commercio al dettaglio che impiegano un solo addetto sono il 55% del totale, assorbono una quota non trascurabile di occupazione (17,9%) ma hanno un limitato impatto in termini di fatturato (8,5%) e valore aggiunto (6,8%). In particolare, la loro produttività media è inferiore del 60% a quella media del settore. Le aziende con 2-9 addetti, pari al 43% del totale, assorbono la quota più elevata di addetti (43%) e contribuiscono per un terzo sia al fatturato sia al valore aggiunto del settore, quote del tutto analoghe a quelle delle grandi imprese (250 addetti e oltre).

Sotto il profilo congiunturale, la recente dinamica delle vendite al dettaglio mostra un quadro di scarsa dinamicità del settore, dove la grande distribuzione registra una crescita nei numeri indice delle vendite di 2,8 punti tra il primo semestre 2016 e lo stesso periodo del 2018, mentre la piccola distribuzione mostra una flessione di 1,7 punti. In forte crescita è invece il fatturato degli operatori che commercializzano prodotti al dettaglio esclusivamente o prevalentemente tramite l'e-commerce i quali, al di là della notevole variabilità stagionale, registrano un incremento di quasi 23 punti percentuali.

² Ai fini dell'audizione si è deciso di focalizzare l'analisi dei dati per l'Italia sugli esercizi commerciali che operano tramite punti di vendita al dettaglio in sede fissa. Il campo di osservazione è quello sottostante le rilevazioni mensili sulle vendite al dettaglio, che esclude gli acquisti di automobili, di combustibili, di tabacco.

³ Nella grande distribuzione rientrano ipermercati, supermercati e discount, i grandi magazzini e gli esercizi non specializzati di elettronica ed elettrodomestici e le grandi superfici specializzate.

3. Dinamica dell'occupazione dipendente nel commercio al dettaglio

A fronte di una dinamica solo moderatamente positiva delle vendite, nell'ultimo biennio il settore del commercio al dettaglio è stato caratterizzato da una notevole ripresa delle posizioni lavorative dipendenti, che hanno superato il livello pre-crisi passando da poco più un milione e 50 mila unità del secondo trimestre del 2008 a quasi 1,2 milioni del secondo 2018. Dalla metà del 2015 si osservano tassi di crescita tendenziali positivi, con un massimo nel primo trimestre 2016 (+4,7%), che tuttavia si sono attenuati progressivamente negli ultimi quattro trimestri (+4,0%, +3,2%, +2,8%, +1,6% rispettivamente nel terzo e quarto del 2017 e nel primo e secondo del 2018).

È utile concentrare l'attenzione sui due principali comparti del commercio al dettaglio, la grande e la piccola distribuzione che, con 1.074 mila posizioni lavorative dipendenti, insieme pesano per oltre il 91% dell'occupazione nel settore. Dal 2010 la dinamica occupazionale della grande e della piccola distribuzione mostra un andamento differenziato. Entrambi i comparti, caratterizzati da elevata stagionalità e sensibili al ciclo, dopo la ripresa nel 2010-11 hanno risentito degli effetti negativi della recessione del 2012-13 per poi riprendere a crescere negli ultimi 4 anni.

Tuttavia, mentre la grande distribuzione mostra una chiara tendenza di fondo alla crescita dell'occupazione, la piccola ha risentito – prima e più a lungo – della crisi; in ogni caso, tra il secondo trimestre del 2010 e il secondo trimestre del 2018 entrambe le tipologie distributive registrano un aumento di occupazione: la piccola distribuzione passa da 526 mila a 553 posizioni lavorative (+27 mila) mentre la grande da 438 a 521 mila posizioni (+83 mila). Con riferimento al periodo più recente, emergono segnali di indebolimento della domanda di lavoro: nel secondo trimestre 2018, ultimo dato disponibile, la piccola distribuzione segna, dopo undici trimestri di crescita, una lieve diminuzione tendenziale delle posizioni lavorative (-0,3%) mentre la grande distribuzione continua ad aumentare sebbene a tassi più contenuti (+1,2%). Di conseguenza l'incidenza occupazionale della grande distribuzione continua a crescere nel tempo, seppure lentamente, passando dal 45,4% del secondo trimestre del 2010 al 48,5% del secondo 2018.

Nel commercio al dettaglio l'incidenza del lavoro a tempo parziale è molto elevata e in crescita. Fra il secondo trimestre del 2010 e il secondo del 2018 l'incidenza delle posizioni a tempo parziale sul totale è aumentata di 12,6 punti percentuali arrivando al 51,5%. L'incremento dell'utilizzo del part-time

è stato nettamente più elevato per le imprese della piccola distribuzione: in questo settore l'incidenza è passata da 38,7% a 56,9% mentre nella grande distribuzione da 38,3% a 45,8%. Il forte incremento nella piccola distribuzione si osserva soprattutto a partire dal primo trimestre del 2012, in una fase caratterizzata da notevoli segnali recessivi e subito dopo l'approvazione del decreto legge 201 del 2011.

Infine, uscendo dai comparti della piccola e grande distribuzione, e spostando l'attenzione su quell'insieme di imprese che dal punto di vista occupazione occupano il restante 9%, di particolare interesse appare il settore dell'e-commerce. Questo, pur rappresentando solo lo 0,8% del commercio al dettaglio, ha registrato tra il secondo trimestre 2016 e il secondo trimestre 2018 una crescita occupazionale del 34,6%.

4. Il lavoro autonomo e domenicale nel commercio

Per quanto riguarda il lavoro autonomo, l'Istat dispone di informazioni campionarie riferite al complesso dei diversi comparti del commercio ricavate a partire dai dati della Rilevazione sulle forze di lavoro.

Nel 2017 i lavoratori indipendenti nel settore del commercio erano 1 milione 238 mila e rappresentavano il 37,6% degli occupati in questo comparto (40,8% nel 2008), valore in diminuzione del 12,1% in confronto al 2008 (-170 mila occupati). Tale riduzione, costante e con ritmi più o meno intensi nel corso degli anni, si associa anche a un cambio della struttura dell'occupazione verso il lavoro dipendente a dispetto del calo di quello autonomo (nel complesso dell'economia +468 mila dipendenti e -535 mila indipendenti dal 2008 al 2017).

La stessa fonte raccoglie l'informazione sul lavoro domenicale. Nel complesso dell'economia i lavoratori autonomi che lavorano la domenica sono il 23,5% del totale, un valore nettamente sotto la media europea (34,3%) e degli altri grandi paesi dell'area dell'Euro (39,3% per la Francia, 35,0 per la Germania e 31,2%).

Diverso il dato per i lavoratori dipendenti impiegati di domenica che rappresentano il 20,6% dell'occupazione alle dipendenze (dato 2017), quota leggermente al di sotto della media Ue (22,5%) e superiore a quella degli altri paesi: in Francia tale quota è pari al 20,1%, seguita a breve distanza da Spagna (19,8%) e Germania (18,4%).

Più bassa, rispetto al complesso dell'economia, la quota di lavoratori autonomi che lavorano la domenica nel settore del commercio, che supera di poco il 20% (21,1%), un valore pressoché stabile nel tempo (era il 20,3% nel 2008). Lavorano più spesso la domenica i giovani di 15-34 anni (26,1%), le donne (22,9%) e nel Mezzogiorno (23,0% in confronto al 18,6% del Nord).

Al contrario, la quota di lavoratori alle dipendenze impiegati la domenica nei settori del commercio è sensibilmente più alta rispetto a quello del complesso dell'economia. Su un totale di 2 milioni di lavoratori dipendenti stimati nel settore, circa 628.000 (pari al 30,6%) risultavano aver lavorato di domenica almeno una volta nel mese precedente l'intervista; tra questi il 20,2% almeno 2 volte nello stesso mese.

Il peso relativo degli occupati dipendenti che hanno lavorato almeno una volta al mese di domenica è andato aumentando ininterrottamente negli ultimi dieci anni, passando dal 19,6% del 2008 al 30,6% del 2017.

In particolare, tra il 2011 e il 2012, all'epoca dell'approvazione del decreto legge 201 del 2011 (il c.d. Salva Italia del governo Monti), il numero di lavoratori impiegati di domenica è cresciuto di circa 98.000 unità, pari ad un incremento percentuale del 24,2%. L'evidenza disponibile mostra, inoltre, che chi lavora di domenica lo fa in prevalenza per più volte nello stesso mese: nel 2017, ad esempio, il 66% dei dipendenti del commercio impiegati di domenica risulta aver lavorato in tale giorno 2 o più volte nello stesso mese.

Come risulta per i lavoratori autonomi, a lavorare la domenica sono soprattutto le donne, che rappresentano il 61,1% dei lavoratori domenicali, rispetto a una quota media sul totale degli occupati pari al 47,8%. I lavoratori domenicali sono relativamente più giovani: il 42,9% ha meno di 35 anni rispetto a una presenza del 35,9% nella media del settore. Il lavoro domenicale coinvolge soprattutto i lavoratori con titolo di studio secondario superiore (il 58,5%). Pur rimanendo prevalente il ricorso a contratti a tempo indeterminato (78,4%) e a tempo pieno (64,4%), i lavoratori domenicali mostrano una incidenza relativamente più elevata, rispetto alla media del settore, di contratti di lavoro a tempo determinato (21,6%, rispetto al 16,2% nella media del commercio) e di quelli part-time (35,6% rispetto al 27,9%). I dati sulle ore lavorate mostrano in particolare per i lavoratori domenicali una concentrazione relativamente maggiore fra chi risulta aver lavorato abitualmente fra le 20 e le 29 ore settimanali (24,7%, rispetto a una media del settore del 18,8%).

5. I comportamenti di consumo

Acquisti la domenica

Sulla base delle informazioni rilevate nell'indagine Uso del tempo nel 2014⁴, si stima che circa un quarto delle persone di 15 anni e più (24,2%) abbiano effettuato acquisti di beni e servizi nella giornata della domenica, quota più bassa rispetto agli altri giorni della settimana. Il sabato è il giorno con la più alta incidenza di acquirenti (51,9%), percentuale che scende al 43% nei giorni feriali.

Tuttavia nel decennio 2003⁵-2014, la domenica risulta l'unico giorno in cui aumentano gli acquirenti. La crescita però è contenuta (poco meno di due punti percentuali) e concentrata quasi esclusivamente nel periodo 2003-2009⁶.

La lettura territoriale degli acquisti domenicali mostra che i residenti del Centro Italia, con il 25,6%, si collocano sopra la media nazionale, mentre la quota scende al 23,1% per gli abitanti del Mezzogiorno. Osservando, invece, le aree urbane emerge che sono in misura maggiore i residenti nel centro delle aree metropolitane (25,6%) a effettuare acquisti domenicali rispetto a coloro che vivono nei comuni fino a 2.000 abitanti (21,6%).

Ulteriori approfondimenti permettono di cogliere le specificità legate alla condizione lavorativa, alla posizione nel nucleo familiare, al genere. Complessivamente il 27% delle persone occupate, con una leggera prevalenza degli uomini (28,4%), effettua acquisti la domenica rispetto a circa il 51% del sabato, giornata preferita, invece, dalle donne (58,9%).

Comportamenti simili, seppur con incidenze diverse, si osservano all'interno dei nuclei familiari. La domenica sono in prevalenza gli uomini, sia nelle coppie con figli (33,2%) sia in quelle senza (31,4%), a effettuare acquisti, mentre le donne continuano a privilegiare il sabato (rispettivamente 66 e 61,7%).

Il tempo che i consumatori dedicano mediamente agli acquisti la domenica (1h7') è pressoché uguale a quello impiegato da chi sceglie il giorno feriale, e di circa 10 minuti inferiore al tempo impiegato durante il sabato (1h18').

⁴ Il periodo di riferimento dell'Indagine è novembre 2013-ottobre 2014.

⁵ Il periodo di riferimento dell'Indagine è novembre 2002-ottobre 2003.

⁶ Il periodo di riferimento dell'Indagine è novembre 2008-ottobre 2009.

Rispetto al 2002 (47') il tempo riservato agli acquisti domenicali è aumentato di 20' mentre non si registrano variazioni rilevanti per gli altri giorni della settimana.

Acquisti on-line

Con riferimento agli acquisti online, dalle fonti Istat si stima che il 32% della popolazione italiana tra i 16 e i 74 anni abbia fatto acquisti online nell'arco dell'anno precedente l'indagine. Nonostante la crescita di 17 punti percentuali registrato negli ultimi 3 anni, è ancora molto ampio il divario con i principali partner europei. In Germania negli ultimi 12 mesi ha fatto acquisti online il 75% della popolazione, in Francia il 67% e in Spagna il 50%.

La diffusione dell'uso di Internet rappresenta la preconditione affinché gli individui possano accedere ai servizi online, fra cui l'e-commerce. L'Istat stima che nel 2017 gli utilizzatori regolari di Internet – coloro cioè che lo utilizzano almeno una volta alla settimana – fossero il 69% del totale, 10 punti percentuali in più rispetto a tre anni fa. Nell'insieme dei 28 paesi Ue, invece, tra il 2014 e il 2017 gli utenti sono saliti dal 75% all'81%. Il confronto con i grandi paesi europei mostra quindi la persistenza di un gap notevole: nel 2017 gli internauti regolari erano l'87% della popolazione in Germania, l'83% in Francia e l'80% in Spagna.

Restringere il campo di osservazione alla sola popolazione che naviga sul web permette di ottenere informazioni sull'uso specifico che gli utenti fanno della rete. Per questa fascia di popolazione l'incidenza sale al 44% ma il divario con i paesi europei rimane molto ampio: in Germania, infatti, la quota di coloro che effettuano acquisti online tra chi usa internet è all'82%, in Francia al 76%, in Spagna al 59%.

Al di là della differente diffusione del fenomeno, i profili di consumo fra l'Italia e il resto d'Europa sono simili. La rete viene utilizzata principalmente per acquistare capi di abbigliamento e attrezzature sportive (43% il valore per l'Ue, 17% per l'Italia), ma anche libri, giornali, riviste (inclusi ebook), software e materiale per la formazione a distanza (36% in Ue, 17% in Italia), articoli per la casa (31% Ue, 16% Italia) e viaggi e trasporti (36% Ue, 16% Italia). Solo il 4% degli italiani compra prodotti alimentari online.

Luoghi di acquisto

Il supermercato e l'ipermercato sono i luoghi maggiormente utilizzati dalle famiglie italiane per la spesa alimentare (vi vengono effettuati, in media, il 59,6 per cento degli acquisti, in lieve crescita dal 58,3 per cento dell'anno precedente), seguiti dai negozi tradizionali (21,7 per cento) e dagli hard discount (11,0 per cento). Rispetto ai valori medi nazionali, nel Sud e nelle Isole si utilizzano di più i negozi tradizionali (33,9 per cento al Sud), mentre nel Centro e nel Nord si acquista più spesso in supermercati ed ipermercati (circa due terzi delle famiglie rispetto a meno di una su due nel Sud e nelle Isole). Come già nel 2014 e nel 2015, nelle Isole si registra la percentuale più elevata di acquisti presso gli hard discount (15,7 per cento nel 2016 - Prospetto 9.2), anche se in calo dall'anno precedente.

6. Conclusioni

Il dibattito sul lavoro domenicale si inserisce in un contesto che ha visto, negli ultimi anni, il settore del commercio al dettaglio caratterizzato da una dinamica moderata delle vendite, con una divaricazione tra la grande distribuzione che registra un segno positivo e quella piccola che affronta evidenti difficoltà. Complessivamente la grande distribuzione incrementa di oltre 4 punti percentuali nel periodo 2010-2015 il suo contributo al fatturato totale del commercio fisso al dettaglio in Italia, raggiungendo una quota prossima al 50%.

Dal punto di vista occupazionale il settore ha registrato nel complesso una performance positiva per il lavoro dipendente in tutte le tipologie distributive, con una progressiva attenuazione della crescita nella fase più recente, in linea con il rallentamento nelle vendite.

La composizione dell'occupazione è cambiata, con una crescita del peso del lavoro dipendente e, in particolare nella piccola distribuzione, un forte aumento delle posizioni lavorative in part-time.

In questo contesto, la quota di lavoratori autonomi che lavorano la domenica nel settore del commercio risulta di poco superiore al 20%, un valore pressoché stabile nel tempo. Per il lavoro dipendente, su un totale di 2 milioni di lavoratori dipendenti stimati nel settore, oltre 600 mila (poco meno di un terzo del totale) lavorano la domenica; in prevalenza si tratta di donne e giovani. Il peso relativo degli occupati dipendenti che hanno lavorato

almeno una volta al mese di domenica è andato aumentando ininterrottamente negli ultimi dieci anni, passando da circa il 20% del 2008 a circa il 30% del 2017.

I comportamenti di spesa dei consumatori indicano che l'incidenza degli acquisti domenicali in termini di persone coinvolte è pari alla metà di quella registrata per il sabato e risulta lontana da quella media degli altri giorni della settimana.

In conclusione, il quadro delineato consente di qualificare ulteriormente alcune delle questioni connesse al lavoro domenicale, che riguardano la struttura e la dinamica dell'offerta distributiva, i livelli e la struttura dell'occupazione, i comportamenti di spesa dei consumatori, con interazioni complesse tra i diversi aspetti.