



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

## **FEDERAZIONE NAZIONALE CARTOLAI**

**Il commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture  
per l'ufficio: un profilo statistico**

**Ufficio Studi Confcommercio**

**Febbraio 2013**

## INDICE

<b>1.</b>	<b>Struttura e caratteristiche delle imprese</b>	<b>Pag. 3</b>
1.1	Il numero delle imprese e degli addetti	
1.2	La classe dimensionale delle imprese	
1.3	La forma giuridica delle imprese	
<b>2.</b>	<b>L'andamento delle vendite</b>	<b>Pag. 6</b>
<b>3.</b>	<b>Allegati statistici regionali</b>	<b>Pag. 8</b>

Il presente studio è stato elaborato con le informazioni disponibili al 12 febbraio 2013  
A cura di Silvia Criscuolo, Francesco Lioci

# 1. Struttura e caratteristiche delle imprese

## 1.1 Il numero delle imprese e degli addetti

Secondo le informazioni desunte dall'archivio statistico delle imprese attive (ASIA) dell'Istat, le imprese del commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per l'ufficio (G 47.62.2 nella classificazione delle attività economiche ATECO 2007) risultano essere nel 2009, ultimo anno per il quale sono disponibili i dati, 13.571 unità, con un numero di addetti (titolari dell'azienda ed eventuali dipendenti) pari a circa 23 mila unità.

### Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero di imprese, addetti e dimensione media per addetti

	2008			2009		
	IMPRESE	ADDETTI	Addetti per impresa	IMPRESE	ADDETTI	Addetti per impresa
Nord ovest	3.372	5.998	1,78	3.246	5.852	1,80
Nord Est	2.028	4.097	2,02	1.939	3.975	2,05
Centro	2.718	5.114	1,88	2.651	4.881	1,84
Sud	5.985	8.550	1,43	5.735	8.281	1,44
<b>ITALIA</b>	<b>14.103</b>	<b>23.758</b>	<b>1,68</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>	1,69

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

La localizzazione sul territorio di queste imprese è differenziata: ad una significativa diffusione di punti vendita nelle regioni del Sud dove opera il 42,4% del totale delle imprese, si contrappone una maggiore concentrazione di esercizi nelle altre ripartizioni, in particolare nel Nord-est (14,3%) e nel Centro (19,5%).

### Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero di imprese e di addetti; composizione % e variazioni % e assolute 2009-2008

	comp. % 2008		comp. % 2009	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	23,9	25,2	23,9	25,5
Nord Est	14,4	17,2	14,3	17,3
Centro	19,3	21,5	19,5	21,2
Sud	42,4	36,0	42,3	36,0
<b>ITALIA</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
	Variazioni % 2009-2008		Variazioni assolute 2009-2008	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	-3,7	-2,4	-126	-146
Nord Est	-4,4	-3,0	-89	-122
Centro	-2,5	-4,6	-67	-233
Sud	-4,2	-3,1	-250	-268
<b>ITALIA</b>	<b>-3,8</b>	<b>-3,2</b>	<b>-532</b>	<b>-769</b>

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

L'evoluzione negativa del numero delle imprese nel biennio 2008 - 2009 riflette il contesto particolarmente critico dei consumi delle famiglie riconducibili alle voci di spesa di questo settore.

Nel 2009, infatti, lo stock delle imprese si è nel complesso ridimensionato rispetto all'anno precedente (-3,8%), con un calo più evidente nel Nord-est (-4,4%) e nel Sud (-4,2%); analogo andamento ha contraddistinto l'occupazione che si è ridotta rispetto al 2008 del 3,2%, ma la flessione è stata più accentuata nel Centro (-4,6%).

## 1.2. La classe dimensionale delle imprese

Uno degli aspetti più rilevanti che contraddistinguono la rete di vendita del settore è la diffusa presenza di microimprese, caratteristica che è comune all'intero comparto del commercio al dettaglio. Tra i punti vendita di cartoleria, cancelleria e materiali per l'ufficio, infatti, il numero medio di addetti per impresa nel 2009 era pari a 1,7, valore inferiore alla media del commercio al dettaglio (2,9 addetti per impresa).

### Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero delle imprese e degli addetti per classe di addetti - Anno 2009

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	1.848	1.816	895	1.790	421	1.477	82	769	3.246	5.852
Nord Est	988	981	556	1.119	327	1.125	68	750	1.939	3.975
Centro	1.578	1.553	640	1.281	340	1.196	93	851	2.651	4.881
Sud	4.261	4.224	969	1.932	431	1.488	74	639	5.735	8.281
<b>ITALIA</b>	<b>8.675</b>	<b>8.573</b>	<b>3.060</b>	<b>6.121</b>	<b>1.519</b>	<b>5.287</b>	<b>317</b>	<b>3.008</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>

Composizione % per classe di addetti (Totale =100)

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	56,9	31,0	27,6	30,6	13,0	25,2	2,5	13,1	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Nord Est	51,0	24,7	28,7	28,1	16,9	28,3	3,5	18,9	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Centro	59,5	31,8	24,1	26,2	12,8	24,5	3,5	17,4	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Sud	74,3	51,0	16,9	23,3	7,5	18,0	1,3	7,7	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>ITALIA</b>	<b>63,9</b>	<b>37,3</b>	<b>22,5</b>	<b>26,6</b>	<b>11,2</b>	<b>23,0</b>	<b>2,3</b>	<b>13,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Composizione % per area geografica (Italia =100)

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	21,3	21,2	29,2	29,2	27,7	27,9	25,9	25,6	23,9	25,5
Nord Est	11,4	11,4	18,2	18,3	21,5	21,3	21,5	24,9	14,3	17,3
Centro	18,2	18,1	20,9	20,9	22,4	22,6	29,3	28,3	19,5	21,2
Sud	49,1	49,3	31,7	31,6	28,4	28,1	23,3	21,2	42,3	36,0
<b>ITALIA</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

Analizzando i dati relativi alle imprese del settore suddivise per classi di addetti, questa caratteristica emerge in maniera chiara.

Su un totale di 13.571 imprese ben il 63,9% risulta con un solo addetto e il 22,5% con 2 addetti: l'insieme di queste due classi (ovvero le imprese fino a 2 addetti) rappresenta circa l'86,4% del totale delle imprese del settore. Le imprese di media grandezza costituiscono una quota residuale, in particolare quelle con 3-5 addetti superano di poco l'11% del totale, mentre quelle che hanno un numero superiore a 6 addetti non arrivano al 3%.

Questo tipo di suddivisione non è omogenea a livello territoriale. Il Sud, ad esempio, si distingue per una presenza significativa di microimprese. Nella ripartizione le aziende con un solo addetto rappresentano il 74,3% del totale delle imprese dell'area, mentre nelle regioni del Centro-Nord la loro quota è al di sotto del 60%. In particolare nelle regioni del Sud le imprese fino a due addetti rappresentano il 91,2% del totale della ripartizione.

Imprese di medie-grandi dimensioni (2 e più addetti) sono più numerose nel resto del Paese, ma è il Nord-est che registra valori più elevati, rispetto alla media nazionale, sia riguardo alla quota di imprese con 2 addetti (28,7%) che alla quota di imprese con 3-5 addetti (16,9%) e con oltre 6 addetti (3,5%).

La distribuzione nei punti vendita dei 22.989 addetti risente della prevalenza delle microimprese che concentrano il maggior numero di occupati: nelle imprese da 1 a 2 addetti opera, infatti, circa il 64% degli addetti del settore. Il resto si ripartisce per il 23% negli esercizi con 3 - 5 addetti e il 13,1% negli esercizi con oltre 6 addetti.

Anche la suddivisione degli addetti nelle ripartizioni territoriali evidenzia differenziazioni rispetto al dato nazionale. In particolare nel Sud, dove la numerosità delle microimprese è elevatissima, l'insieme degli esercizi da 1 a 2 addetti concentra oltre il 74% degli addetti dell'area, valore distante dal resto del Paese.

Il ridimensionamento dello stock delle imprese e degli addetti tra il 2008 e il 2009 è stato generalizzato per tutte le dimensioni d'impresa, ma ha interessato in maniera particolare le imprese con un solo addetto (-4,4%) e quelle con oltre 6 addetti (-9,3%).

Per le microimprese, ossia quelle con un solo addetto, la riduzione è stata accentuata in tutte le ripartizioni mentre per le grandi imprese il calo più significativo ha riguardato il Centro (-20,1% le imprese e -11,4% gli addetti) e il Sud.

Alla base di questi andamenti negativi del settore vi sono diversi fattori.

## Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero di imprese e di addetti per classe di addetti-(variazioni % e assolute 2009-2008)

Variazioni % 2009-2008

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	-5,0	-5,5	-1,6	-1,3	-1,3	-1,6	-0,3	1,2	-2,4	-3,7
Nord Est	-5,0	-5,7	-3,2	-3,3	-2,1	-2,7	-1,2	-1,4	-3,0	-4,4
Centro	-4,2	-4,3	2,6	2,6	1,5	0,0	-20,1	-11,4	-4,6	-2,5
Sud	-4,1	-5,1	-1,0	-1,3	1,1	0,0	-11,5	-10,8	-3,1	-4,2
<b>ITALIA</b>	-4,4	-5,1	-0,9	-0,9	-0,2	-1,0	-9,3	-6,2	-3,2	-3,8

Variazioni assolute 2009-2008

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	-96	-108	-29	-12	-19	-7	-2	1	-146	-126
Nord Est	-52	-60	-37	-19	-24	-9	-9	-1	-122	-89
Centro	-69	-71	33	16	17	0	-215	-12	-233	-67
Sud	-181	-228	-20	-13	16	0	-83	-9	-268	-250
<b>ITALIA</b>	-398	-467	-54	-28	-9	-16	-308	-21	-769	-532

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

In primo luogo il peggioramento della capacità di spesa delle famiglie nella fase recessiva del biennio 2008-2009, ha ridotto gli acquisti di prodotti collegati con l'attività scolastica mettendo in difficoltà fino alla chiusura, molti esercizi soprattutto di piccole dimensioni. A ciò si aggiungano le difficoltà delle imprese del settore ad operare in un mercato sempre più ristretto, contraddistinto da una bassa natalità, dal ridursi dei nuclei familiari con figli in età scolare, dalla riduzione della domanda di prodotti proveniente dalle Amministrazioni pubbliche.

Secondo il Rapporto Consumi 2012 dell'Ufficio Studi Confcommercio, la spesa delle famiglie aggregata per i giornali e gli articoli di cancelleria è stata caratterizzata da una forte flessione, in termini reali, cioè depurando il valore dalla crescita dei prezzi, del 10,8% medio annuo nel biennio 2008-2009.

Molte imprese, infine, non hanno saputo o potuto resistere alla pressione esercitata dalle grandi strutture despecializzate che hanno utilizzato maggiormente la leva dei prezzi competitivi nella vendita di prodotti di cartolerie e cancelleria per attrarre una quota significativa di acquisti da parte delle famiglie.

## 1.3 La forma giuridica delle imprese

La diffusione elevata di microimprese nel settore del commercio al dettaglio di articoli di cartoleria trova riscontro, oltre che nel dato della dimensione media, nella tipologia della forma giuridica.

### Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero di imprese e di addetti per forma giuridica - Anno 2009

	DITTA INDIVIDUALE		SOCIETA' DI PERSONA		SOCIETA' DI CAPITALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	2.148	2.872	911	2.217	184	757	3	6	3.246	5.852
Nord Est	1.290	2.021	541	1.333	108	620	0	0	1.939	3.975
Centro	1.754	2.379	615	1.445	278	1.046	4	10	2.651	4.881
Sud	4.740	5.932	740	1.576	243	745	12	29	5.735	8.281
<b>ITALIA</b>	<b>9.932</b>	<b>13.205</b>	<b>2.807</b>	<b>6.572</b>	<b>813</b>	<b>3.168</b>	<b>19</b>	<b>45</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>

Composizione % per forma giuridica (Totale =100)

	DITTA INDIVIDUALE		SOCIETA' DI PERSONA		SOCIETA' DI CAPITALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	66,2	49,1	28,1	37,9	5,7	12,9	0,1	0,1	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Nord Est	66,5	50,9	27,9	33,5	5,6	15,6	0,0	0,0	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Centro	66,2	48,7	23,2	29,6	10,5	21,4	0,2	0,2	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Sud	82,7	71,6	12,9	19,0	4,2	9,0	0,2	0,3	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>ITALIA</b>	<b>73,2</b>	<b>57,4</b>	<b>20,7</b>	<b>28,6</b>	<b>6,0</b>	<b>13,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Composizione % per area geografica (Italia =100)

	DITTA INDIVIDUALE		SOCIETA' DI PERSONA		SOCIETA' DI CAPITALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
Nord ovest	21,6	21,8	32,5	33,7	22,6	23,9	15,8	13,4	23,9	25,5
Nord Est	13,0	15,3	19,3	20,3	13,3	19,6	0,0	0,0	14,3	17,3
Centro	17,7	18,0	21,9	22,0	34,2	33,0	21,1	22,9	19,5	21,2
Sud	47,7	44,9	26,4	24,0	29,9	23,5	63,2	63,7	42,3	36,0
<b>ITALIA</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

Sotto questo profilo la “fotografia” relativa alla struttura del settore al 2009 ci dice che la quota più rilevante delle imprese di commercio di articoli di cartoleria opera sotto la forma di ditta individuale (73,2%) occupando oltre la metà degli addetti del settore. L'altra forma prevalente è la società di persone (società in nome collettivo ed in accomandita semplice) che riguarda il 20,7% delle imprese; tale componente assorbe circa il 30% dell'occupazione del comparto.

Limitata la presenza delle società di capitali che sono meno di un migliaio e rappresentano il 6% delle imprese operanti nel comparto con una quota di addetti del 13,8%.

Dal punto di vista territoriale, le ditte individuali sono maggiormente diffuse nel Mezzogiorno (circa il 48%) e meno nel Nord-est (13%); le società di capitali sono invece maggiormente diffuse nelle regioni del Centro (34,2%) e nel Sud (29,9%).

## 2. L'andamento della vendite

La crisi economica in corso che, in termini di Pil ha riportato il nostro paese indietro di oltre dieci anni (-2,1% nel 2012) è culminata con la maggiore contrazione degli ultimi cinquanta anni per i consumi (-4,0% nel 2012). Per l'anno che si è appena concluso, infatti, tutte le principali voci di consumo hanno mostrato un segno negativo e analoghe performance, seppur di minore intensità, si registreranno nel 2013.

Il commercio al dettaglio di articoli di cartoleria, cancelleria e materiali per l'ufficio (denominato 47.62.2 nella classificazione ufficiale delle attività economiche ATECO 2007) appartiene più in generale al commercio di prodotti non alimentari, che complessivamente rappresentano poco più del 68% del valore delle vendite del commercio al dettaglio in sede fissa. Nel periodo 2000-2012, la quota delle vendite dei prodotti non alimentari sul totale del fatturato della distribuzione in sede fissa si è progressivamente ridotta di 4 punti percentuali (dal 72,4% del 2000), confermando la fase di difficoltà del settore distributivo non food che sta assumendo ormai caratteristiche strutturali.

### Vendite in valore del commercio al dettaglio in sede fissa quota % dei gruppi merceologici

Gruppi di prodotti	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (*)
<b>Alimentari</b>	<b>27,6</b>	<b>29,7</b>	<b>29,9</b>	<b>29,9</b>	<b>30,4</b>	<b>30,4</b>	<b>30,3</b>	<b>30,7</b>	<b>31,6</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>72,4</b>	<b>70,3</b>	<b>70,1</b>	<b>70,1</b>	<b>69,6</b>	<b>69,6</b>	<b>69,7</b>	<b>69,3</b>	<b>68,4</b>
<i>Prodotti farmaceutici</i>	8,9	9,0	9,0	8,9	8,8	8,8	8,8	8,8	8,9
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	10,6	10,2	10,2	10,3	10,1	10,0	10,0	9,9	9,7
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	3,1	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	2,9	2,9
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	6,6	6,4	6,4	6,3	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2
<i>Elettrodomestici</i>	5,5	5,4	5,5	5,6	5,6	5,7	5,8	5,6	5,3
<i>Radio, tv, registratori, informatica</i>	5,2	5,0	4,9	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	4,7
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	1,7	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	2,7	2,6	2,7	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	7,0	6,7	6,7	6,7	6,6	6,5	6,5	6,5	6,7
<i>Prodotti di profumeria</i>	3,4	3,3	3,1	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
<i>Cartoleria, libri, giornali e riviste</i>	3,6	3,5	3,5	3,5	3,5	3,4	3,4	3,4	3,3
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	1,4	1,3	1,3	1,4	1,2	1,2	1,3	1,2	1,1
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	3,4	3,3	3,3	3,3	3,3	3,4	3,4	3,4	3,2
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	9,3	8,9	8,9	8,8	8,9	8,8	8,8	8,8	8,7
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

(\*) Gennaio-novembre 2012 (ultimo dato disponibile)

Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat



Non è possibile analizzare in maniera specifica l'andamento delle vendite negli esercizi del commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture di ufficio, e occorre fare riferimento all'aggregato più ampio composto dai prodotti di cartoleria, dai libri, dai giornali e riviste.

Nel 2012 questo aggregato rappresentava il 3,3% delle vendite di prodotti alimentari e non alimentari realizzate dal commercio al dettaglio in sede fissa, valore di poco inferiore a quello che si riscontrava nel 2000, pari al 3,6%.

Il ridimensionamento della quota dell'aggregato rispecchia una dinamica delle vendite in progressivo calo a partire dal 2008 con picchi particolarmente negativi nel 2011 (-2,2%) e nel 2012 (-3,3%), superiori al calo delle vendite del totale dei prodotti nei medesimi anni .

#### Vendite in valore del commercio al dettaglio in sede fissa var. % sul periodo corrispondente

Gruppi di prodotti	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012(*)
<b>Alimentari</b>	<b>0,8</b>	<b>2,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,5</b>
<b>Non alimentari</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>0,3</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,6</b>
<i>Prodotti farmaceutici</i>	0,3	1,2	-0,1	-1,4	-0,9	-0,2	-1,1	-3,1
<i>Abbigliamento e pellicceria</i>	0,3	1,5	1,8	-1,8	-2,4	-0,1	-1,8	-3,1
<i>Calzature, articoli in cuoio e da viaggio</i>	0,9	1,9	1,9	-1,6	-2,8	1,1	-2,4	-2,9
<i>Mobili, articoli tessili, arredamento</i>	0,0	0,8	0,4	-1,7	-2,0	0,9	-1,9	-3,7
<i>Elettrodomestici</i>	0,3	3,6	3,1	-1,3	1,3	1,9	-5,6	-3,0
<i>Radio, tv, registratori, informatica</i>	-0,2	-0,6	3,9	-0,6	-1,3	-1,1	-1,4	-2,4
<i>Foto-ottica e pellicole</i>	0,3	-3,7	2,3	-2,8	-0,1	2,2	-2,4	-2,9
<i>Generi casalinghi durevoli e non durevoli</i>	-0,1	3,8	-0,4	-1,5	-1,4	0,5	-1,5	-2,0
<i>Utensileria per la casa e ferramenta</i>	-0,2	0,7	1,3	-1,1	-2,6	-0,3	-0,7	-2,0
<i>Prodotti di profumeria</i>	-0,4	-3,3	3,6	1,6	-1,3	-0,3	-0,2	-1,8
<b>Cartoleria, libri, giornali e riviste</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,6</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-2,8</b>	<b>-0,6</b>	<b>-2,2</b>	<b>-3,3</b>
<i>Supporti magnetici, strumenti musicali</i>	-0,8	1,7	5,7	-10,7	0,0	1,6	-5,7	-4,3
<i>Giochi, giocattoli, sport e campeggio</i>	-0,4	1,0	2,7	-0,3	-0,4	0,5	-1,5	-2,9
<i>Altri prodotti (gioiellerie, orologerie)</i>	0,0	1,0	0,1	0,9	-2,9	0,7	-0,9	-1,0
<b>Totale</b>	<b>0,3</b>	<b>1,3</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,6</b>	<b>0,1</b>	<b>-1,3</b>	<b>-2,0</b>

(\*) La variazione % con l'anno precedente è calcolata sul periodo gennaio-novembre  
Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

### **3. ALLEGATI STATISTICI REGIONALI**

## Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per ufficio

Numero di imprese, di addetti e dimensione media secondo gli addetti

	2008			2009		
	IMPRESE	ADDETTI	Addetti per impresa	IMPRESE	ADDETTI	Addetti per impresa
PIEMONTE	935	1.537	1,6	912	1.508	1,7
VALLE D'AOSTA	20	34	1,7	16	28	1,8
LOMBARDIA	2.041	3.763	1,8	1.957	3.679	1,9
LIGURIA	376	664	1,8	361	637	1,8
VENETO	894	1.671	1,9	852	1.639	1,9
TRENTINO-ALTO ADIGE	109	333	3,1	104	339	3,3
FRIULI-VENEZIA GIULIA	195	380	1,9	186	359	1,9
EMILIA-ROMAGNA	830	1.713	2,1	797	1.639	2,1
TOSCANA	834	1.649	2,0	833	1.645	2,0
UMBRIA	173	319	1,8	171	321	1,9
MARCHE	291	543	1,9	277	521	1,9
LAZIO	1.420	2.603	1,8	1.370	2.394	1,7
ABRUZZO	344	572	1,7	320	511	1,6
MOLISE	65	106	1,6	70	107	1,5
CAMPANIA	1.822	2.426	1,3	1.741	2.368	1,4
PUGLIA	1.225	1.730	1,4	1.186	1.696	1,4
BASILICATA	191	256	1,3	192	256	1,3
CALABRIA	565	770	1,4	544	756	1,4
SICILIA	1.347	2.003	1,5	1.277	1.940	1,5
SARDEGNA	426	686	1,6	405	647	1,6
Nord ovest	3.372	5.998	1,8	3.246	5.852	1,8
Nord Est	2.028	4.097	2,0	1.939	3.975	2,1
Centro	2.718	5.114	1,9	2.651	4.881	1,8
Sud	5.985	8.550	1,4	5.735	8.281	1,4
<b>ITALIA</b>	<b>14.103</b>	<b>23.758</b>	<b>1,7</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>	<b>1,7</b>

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

**Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per l'ufficio**  
 Numero delle imprese e degli addetti per classe di addetti - Anno 2009

	1 ADDETTO		2 ADDETTI		3-5 ADDETTI		6 ADDETTI E OLTRE		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
PIEMONTE	561	550	242	486	95	325	14	147	912	1.508
VALLE D'AOSTA	8	8	5	10	3	11	0	0	16	28
LOMBARDIA	1.081	1.064	545	1.089	271	961	60	565	1.957	3.679
LIGURIA	198	194	103	206	52	181	8	57	361	637
VENETO	440	439	246	495	144	492	22	212	852	1.639
TRENTINO-ALTO ADIGE	32	32	29	58	30	104	13	145	104	339
FRIULI-VENEZIA GIULIA	103	102	50	101	26	88	7	68	186	359
EMILIA-ROMAGNA	413	408	231	464	127	442	26	325	797	1.639
TOSCANA	446	438	218	438	131	456	38	314	833	1.645
UMBRIA	99	96	41	82	26	93	5	49	171	321
MARCHE	141	142	93	186	35	119	8	73	277	521
LAZIO	892	877	288	575	148	528	42	414	1.370	2.394
ABRUZZO	204	200	77	154	35	123	4	34	320	511
MOLISE	55	55	9	19	4	13	2	20	70	107
CAMPANIA	1.363	1.350	252	501	110	385	16	133	1.741	2.368
PUGLIA	880	870	203	402	88	308	15	116	1.186	1.696
BASILICATA	144	143	38	76	9	29	1	9	192	256
CALABRIA	424	424	71	142	45	159	4	31	544	756
SICILIA	924	916	222	443	107	368	24	213	1.277	1.940
SARDEGNA	267	265	97	195	33	103	8	84	405	647
Nord ovest	1.848	1.816	895	1.790	421	1.477	82	769	3.246	5.852
Nord Est	988	981	556	1.119	327	1.125	68	750	1.939	3.975
Centro	1.578	1.553	640	1.281	340	1.196	93	851	2.651	4.881
Sud	4.261	4.224	969	1.932	431	1.488	74	639	5.735	8.281
<b>ITALIA</b>	<b>8.675</b>	<b>8.573</b>	<b>3.060</b>	<b>6.121</b>	<b>1.519</b>	<b>5.287</b>	<b>317</b>	<b>3.008</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat

## Commercio al dettaglio di articoli di cartoleria e forniture per l'ufficio

Numero di imprese e di addetti per forma giuridica - Anno 2009

	DITTA INDIVIDUALE		SOCIETA'DI PERSONE		SOCIETA'DI CAPITALI		ALTRE FORME		TOTALE	
	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI	IMPRESE	ADDETTI
PIEMONTE	648	830	242	594	22	83	0	0	912	1.508
VALLE D'AOSTA	11	14	4	13	1	2	0	0	16	28
LOMBARDIA	1.260	1.718	546	1.324	150	634	1	2	1.957	3.679
LIGURIA	229	311	119	285	11	37	2	4	361	637
VENETO	586	936	222	502	44	201	0	0	852	1.639
TRENTINO-ALTO ADIGE	55	131	44	150	5	58	0	0	104	339
FRIULI-VENEZIA GIULIA	133	205	45	108	8	46	0	0	186	359
EMILIA-ROMAGNA	516	749	230	574	51	315	0	0	797	1.639
TOSCANA	532	749	240	605	60	290	1	1	833	1.645
UMBRIA	111	157	50	105	10	59	0	0	171	321
MARCHE	183	267	71	163	22	84	1	7	277	521
LAZIO	928	1.207	254	572	186	613	2	3	1.370	2.394
ABRUZZO	239	334	66	128	15	49	0	0	320	511
MOLISE	57	74	13	33	0	0	0	0	70	107
CAMPANIA	1.376	1.607	267	526	96	232	2	3	1.741	2.368
PUGLIA	1.035	1.329	114	256	36	109	1	2	1.186	1.696
BASILICATA	160	191	25	57	5	6	2	2	192	256
CALABRIA	487	602	37	101	19	47	1	6	544	756
SICILIA	1.077	1.380	137	319	60	230	3	12	1.277	1.940
SARDEGNA	309	414	81	157	12	72	3	4	405	647
Nord ovest	2.148	2.872	911	2.217	184	757	3	6	3.246	5.852
Nord Est	1.290	2.021	541	1.333	108	620	0	0	1.939	3.975
Centro	1.754	2.379	615	1.445	278	1.046	4	10	2.651	4.881
Sud	4.740	5.932	740	1.576	243	745	12	29	5.735	8.281
<b>ITALIA</b>	<b>9.932</b>	<b>13.205</b>	<b>2.807</b>	<b>6.572</b>	<b>813</b>	<b>3.168</b>	<b>19</b>	<b>45</b>	<b>13.571</b>	<b>22.989</b>

Fonte: Elaborazioni Ufficio Studi Confcommercio su dati Istat