



GLOSSAR

¹CAMBIAMENTO DEMOGRAFICO

Per cambiamento demografico o, più correttamente, invecchiamento demografico si intende il fenomeno per cui l'età media di una popolazione aumenta nel tempo. In Europa e in Estremo Oriente l'invecchiamento demografico ha raggiunto i livelli più alti: in tali aree geografiche la percentuale di persone anziane (dai 60 anni in su) sul totale della popolazione cresce ad un ritmo relativamente elevato. Le cause di questa tendenza vanno ricercate nel calo del numero di giovani, a sua volta dovuto alle annate con basso tasso di natalità, oltre che nella crescente aspettativa di vita.

²TRASFORMAZIONE STRUTTURALE

La trasformazione strutturale è quel processo di modificazione della struttura produttiva, ovvero del peso relativo dei vari settori o comparti dell'economia, che si verifica nel corso dello sviluppo economico.

³E-COMMERCE

E-Commerce significa, tradotto, "commercio elettronico", detto anche commercio online, e individua gli acquisti effettuati via Internet. In questo caso in Internet si viene a creare un rapporto commerciale diretto tra l'offerente e l'acquirente.

⁴PRODUTTIVITÀ DEL LAVORO

La produttività rappresenta il rapporto tra la produzione ottenuta (output) e le risorse impiegate per la stessa (input). Si può affermare che la produttività aumenta se, a parità di fattori produttivi impiegati, si ottiene un risultato maggiore o, viceversa, se, per ottenere lo stesso risultato, è sufficiente una quantità di risorse inferiore. La produttività può essere calcolata con riferimento a un processo produttivo all'interno di uno stabilimento, con riferimento a un'azienda, a un ramo d'azienda o anche a un'intera economia nazionale. Si distingue tra produttività del lavoro e produttività del capitale, intendendo nel primo caso il risultato ottenuto con un'unità lavorativa, nel secondo la produzione realizzata con un'unità di capitale.

Fonte Bundesverband Deutscher Banken, Gablers Wirtschaftslexikon, ASTAT.

CONCLUSIONI

Il terziario ha registrato un'enorme espansione solo negli ultimi 80 anni. Grazie al maggiore benessere, la nostra società odierna ricorre a una molteplicità di servizi.

In particolare, è in costante crescita l'incidenza dei servizi alla persona e alle imprese. Questi si distinguono per la loro elevata **produttività del lavoro**⁴, che creerà nei prossimi decenni molte nuove professioni. Il commercio riveste già da tempo un ruolo di grande rilevanza per l'Alto Adige. Tra le maggiori sfide in questo settore si annovera il commercio di vicinato, reso difficoltoso dalla dispersione geografica della popolazione altoatesina. Altrettanto importante sarà tener testa alla concorrenza internazionale e lo sviluppo dell'**e-commerce**³ che si trova attualmente in forte crescita.

TRADE & SERVICES



TRADE & SERVICES

COMMERCIO E SERVIZI DELL'ALTO ADIGE VISTI DA VICINO

Quali settori rientrano
nel terziario?

Che cosa ci rende una
società di servizi?

Quali tipologie di commercio
si sono sviluppate nel corso
del tempo?

IN
FOCUS

Il “SETTORE TERZIARIO”, detto comunemente anche “settore dei servizi”, individua il ramo economico che interessa la produzione e/o la fornitura di servizi.*

Fonte Gablers Wirtschaftslexikon

04

* “**Servizio**” è qui inteso in senso economico, come prestazione resa per soddisfare un bisogno. La persona che eroga tale prestazione è definita “**prestatore/prestatrice di servizi**”.

A titolo esemplificativo, un addetto alle pulizie eroga un servizio: con il proprio lavoro soddisfa la necessità di pulizia e ordine espressa dai clienti.



In ciò il terziario si differenzia nettamente dal primario (agricoltura) e dal secondario (attività manifatturiere).

Gli ultimi si occupano esclusivamente della produzione e della lavorazione di materie prime per ottenere semilavorati e prodotti finiti.



La società DI SERVIZI

QUALI SETTORI RIENTRANO
NEL TERZIARIO?

CHE COSA CI RENDE UNA
SOCIETÀ DI SERVIZI?

QUALI TIPOLOGIE DI COMMERCIO SI SONO
SVILUPPATE NEL CORSO DEL TEMPO?

CHE COSA S'INTENDE
PER "VICINATO"?

Negli ultimi decenni l'Alto Adige si è sviluppato fino a diventare una società di servizi. Mentre nel 1930 circa il 30% degli occupati operava nel terziario, oggi abbiamo già superato la soglia del 70% (inclusi amministrazione pubblica, commercio e settore ricettivo). A tale riguardo l'Alto Adige rispecchia appieno la tendenza internazionale, poiché questo settore ha registrato una crescita sensibile negli anni anche in altri paesi europei.

05

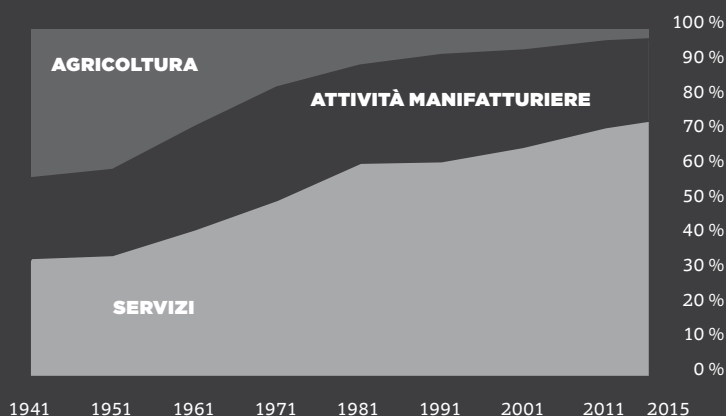
Le ragioni che determinano l'aumento progressivo del settore terziario sono molteplici e sottendono diverse dinamiche nei numerosi comparti di cui si compone tale settore.

Una possibile motivazione di tale aumento è da ricondurre ai mutamenti del mondo lavorativo e in particolare alla tendenza sempre più diffusa da parte delle imprese di affidare la gestione di alcune attività secondarie a specialisti (revisori dei conti, consulenti) e concentrarsi sulla propria attività principale, al fine di razionalizzare e rendere più efficiente l'uso delle risorse disponibili (fenomeno dell'esternalizzazione o outsourcing).

Un'altra possibile ragione dell'aumento del settore terziario, va individuata nei nuovi modelli di consumi, stili di vita e cambiamenti **demografici**¹ che tendono a determinare un aumento della domanda di servizi da parte delle famiglie e degli individui. Il crescente numero di donne lavoratrici comporta per esempio una maggiore necessità di strutture per la prima infanzia, mentre l'aspettativa di vita, crescente da anni, fa aumentare la richiesta di servizi di assistenza. Inoltre, la necessità di servizi è maggiore quando il benessere materiale di una società cresce e le persone dispongono del necessario per vivere (abiti, cibo, casa). In altre parole, solo con la pancia piena, le scarpe ai piedi e un tetto sopra la testa pensiamo all'appuntamento dall'estetista o a pianificare la nostra prossima vacanza.

SVILUPPO DELLA STRUTTURA OCCUPAZIONALE

Evoluzione 1941 - 2015



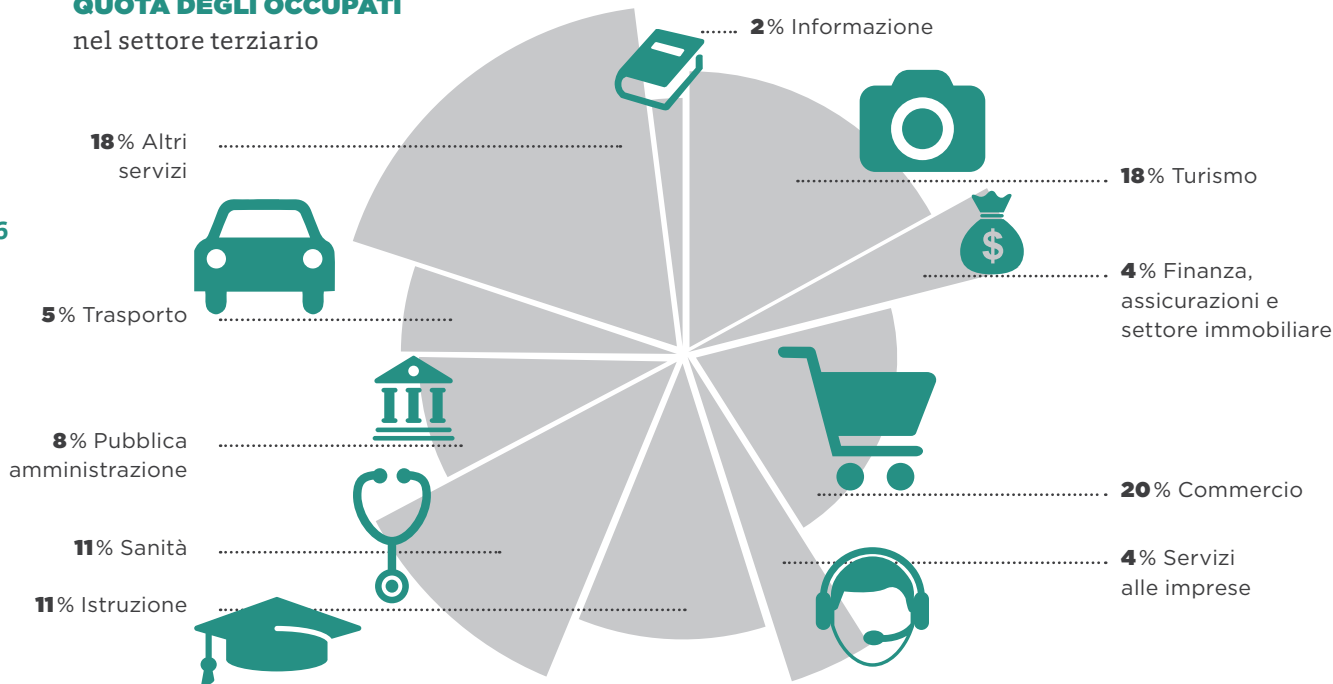
Fonte Istat
©2017 IRE

Il settore terziario IN ALTO ADIGE

QUOTA DEGLI OCCUPATI

nel settore terziario

06



Fonte Istat 2014
©2017 IRE

Il settore terziario è particolarmente eterogeneo ed include attività molte varie, rivolte a imprese e persone. Due sono le macro categorie che caratterizzano questo settore: i servizi destinati alla vendita (sono qui inclusi il commercio, gli alberghi, le comunicazioni, il credito, le assicurazioni, le consulenze, i trasporti e i servizi per l'impresa) e i servizi non destinati alla vendita (attività come l'istruzione pubblica, la giustizia, la difesa, la sanità pubblica, i servizi generali della pubblica amministrazione).

Nell'ambito dell'erogazione dei servizi, oltre alle imprese e al settore pubblico esistono anche le libere professioni protette, il cui esercizio è vincolato da una serie di requisiti, quali la formazione, il tirocinio pluriennale, l'esame di Stato, l'iscrizione al relativo albo professionale e il rispetto dei criteri di etica professionale. I continui

cambiamenti della nostra società, i mutamenti organizzativi e la crescente integrazione internazionale delle imprese determinano inoltre una costante crescita di nuove figure professionali che rientrano nelle cosiddette professioni non protette (p. es. consulenti aziendali).





Oltre il **70** percento, cioè più di **DUE TERZI**, di tutti i **273.500** occupati altoatesini appartengono al **SETTORE TERZIARIO**.

Il **turismo** è uno dei principali comparti per occupazione in Alto Adige: dà lavoro a circa 36.200 persone, ossia quasi a un quinto di tutti gli impiegati del terziario.

Il **commercio** offre circa 39.400 posti di lavoro in Alto Adige, occupando, quindi, il 20% delle persone che operano nel terziario. 7.900 persone, quindi quasi il 4%, forniscono **servizi alle imprese**: si pensi, ad esempio, ai revisori dei conti o alle imprese di pulizia. Quasi una persona su tre lavora in un settore prevalentemente **pubblico**, ossia nella **formazione**, nella **sanità** o nell'**amministrazione pubblica**. Il restante

29% della forza lavoro è ripartito tra il **settore dei trasporti** (p.es.: spedizioni), il **settore finanziario**, quello **assicurativo e immobiliare** (p.es.: banche, intermediari, società di assicurazione), quello delle **comunicazioni** (p.es.: giornali e radio) e gli **altri servizi**. Sono qui annoverati anche i fornitori di servizi alla persona, quali parrucchieri, consulenti fiscali e architetti d'interni.

07

Il COMMERCIO

Il commercio coordina lo scambio di merci tra produttori e consumatori. Gli esercizi commerciali sono istituzioni autonome, la cui principale attività è la distribuzione di beni economici. In funzione della tipologia di clientela si distingue tra grossisti e dettaglianti.

Attraverso il commercio all'ingrosso si riforniscono dettaglianti e altri grandi acquirenti, mentre il dettagliante vende i prodotti esclusivamente al consumatore finale, ossia a ciascuno di noi.



La funzione di ponte dell'Alto Adige ed i **SERVIZI DI VICINATO**

08

Il commercio all'ingrosso locale è tradizionalmente contraddistinto dalla posizione peculiare dell'Alto Adige, che è come un ponte tra l'Italia e l'Europa centrale: l'asse del Brennero in Alto Adige collega il mercato italiano e quello tedesco. Spesso per questo motivo si parla di "funzione di ponte dell'Alto Adige". La posizione geografica assicura un vantaggio strategico e crea un trampolino interessante anche per le imprese straniere che vogliono entrare nel mercato italiano. Per la maggior parte delle aziende straniere che scelgono di stabilirsi in Alto Adige, la "funzione di ponte" costituisce un motivo determinante per tale decisione.

Oltre alla funzione di ponte, che influisce principalmente sul commercio all'ingrosso, in Alto Adige gioca un ruolo importante anche il commercio al dettaglio. Quest'ultimo provvede alla distribuzione di prodotti nel territorio e all'approvvigionamento della popolazione locale e dei vacanzieri nei vari centri abitati. La popolazione altoatesina vive sparsa su tutto il territorio: sono molte le località piuttosto isolate, sia nelle valli, che sui monti. Grazie ai servizi di vicinato gli abitanti delle varie frazioni hanno la possibilità di acquistare in loco o nelle immediate vicinanze prodotti alimentari e importanti beni di consumo. Tuttavia, per garantire il vicinato non servono solo esercizi commerciali, ma anche medici, banche e un trasporto pubblico locale regolare, quindi linee di autobus o ferroviarie.

...NEL **2016** IN ALTO ADIGE **561** ESERCIZI PRATICAVANO IL COSIDDETTO "COMMERCIO AMBULANTE"?

...NEL **2016** LA GRAN BRETAGNA È STATA LA NAZIONE EUROPEA CON IL PIÙ ALTO NUMERO DI UTENTI INTERNET CHE HANNO ACQUISTATO ON-LINE? SEGUONO DANIMARCA, SVEZIA, OLANDA E GERMANIA.

... IN TUTTA EUROPA LA STRUTTURA OCCUPAZIONALE È RADICALMENTE CAMBIATA NEGLI ULTIMI **80 ANNI** E OGGI SONO MOLTO PIÙ DI UNA VOLTA LE PERSONE CHE LAVORANO NEL SETTORE TERZIARIO?

... CHE AMAZON DETIENE IL PRIMATO INCONTRASTATO NEL COMMERCIO VIA INTERNET? NEL **2016** IL COLOSSO STATUNITENSE È RIUSCITO A PORTARE IL PROPRIO FATTURATO A **136 MILIARDI DI DOLLARI**.

Lo sapevi che...

... DAL **2014** AL **2016** IL NUMERO DEGLI ACQUIRENTI ITALIANI ONLINE È CRESCIUTO DEL **26%**.

Il commercio **AL DETTAGLIO**

Il commercio al dettaglio può essere di due tipologie in funzione della sede in cui viene esercitato:

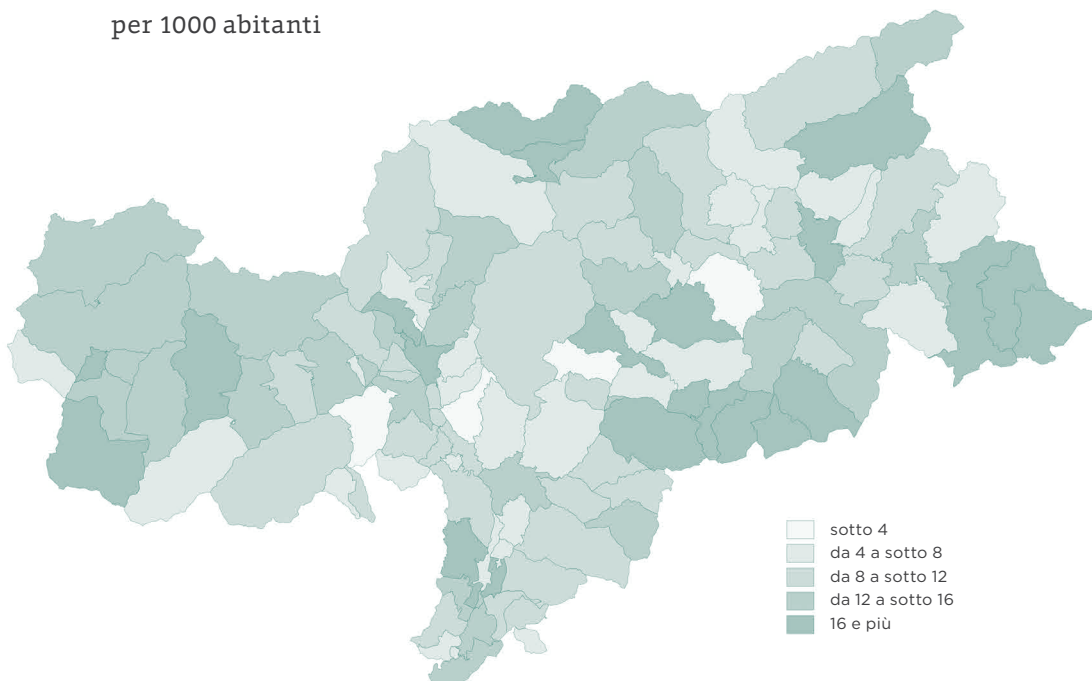
1) **il commercio al dettaglio con sede fissa** comprende esercizi specializzati, quali quelli che si occupano del commercio al dettaglio di prodotti tessili, ed esercizi non specializzati, tra cui i supermercati;

2) nel **commercio al dettaglio fuori dai locali commerciali** si annoverano il commercio in piazze pubbliche, il commercio al dettaglio a distanza (ordine da catalogo), la vendita diretta tramite dimostratore (vendita porta a porta) e il commercio tramite distributori automatici, che ormai è possibile trovare in quasi tutti i luoghi (scuole, uffici, sale d'attesa).

Il mercato è un esempio classico di come in Alto Adige si svolge il commercio al dettaglio in aree pubbliche. Esso viene comunemente definito erroneamente anche commercio ambulante. Si fa qui riferimento non solo ai mercati settimanali e annuali che vanno e vengono con cadenza regolare come, ad esempio, la fiera di Stegona a Brunico o il mercato del venerdì a Merano. In Alto Adige vi sono anche mercati stabili, come quello di Piazza delle Erbe a Bolzano. Attualmente questo settore commerciale conta 550 imprenditori attivi e 2'665 giorni di mercato all'anno. Tali mercati esercitano un fascino particolare sui turisti, che provengono da zone dove questa forma di commercio è dimenticata ormai da tempo, e rappresentano anche un elemento costante del servizio di vicinato in molti comuni altoatesini.

09

NUMERO DI ESERCIZI AL DETTAGLIO per 1000 abitanti



La trasformazione strutturale² nel commercio: **DAL MERCATO ORTOFRUTTICOLO A QUELLO ONLINE**

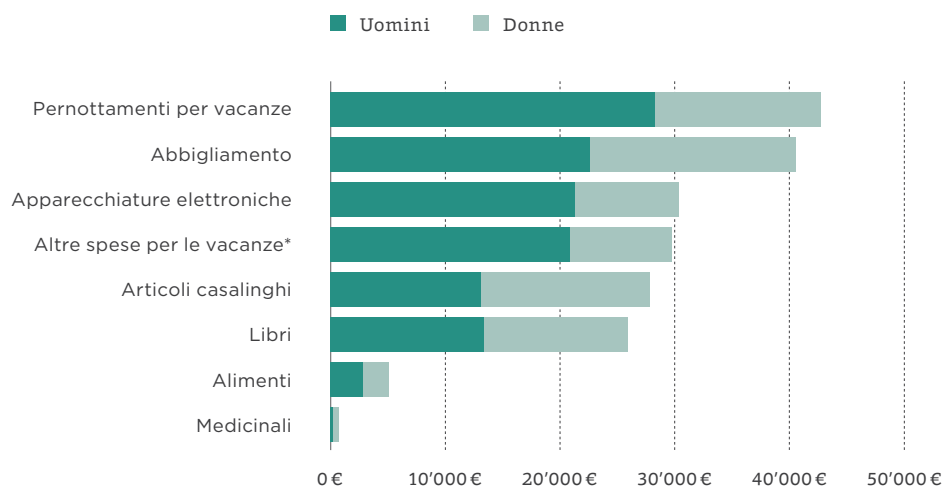
Alle forme tradizionali di commercio già citate, negli ultimi decenni se ne sono aggiunte molte nuove. A titolo esemplificativo, grazie a Internet si è ampiamente diffuso l'“**e-commerce**”³, noto anche come commercio on-line. I biglietti del cinema vengono prenotati via Internet, i beni di consumo sono venduti all'asta sui portali on-line e l'abbigliamento si ordina direttamente dal sito web del produttore.

L'impresa statunitense Amazon è in vetta alla classifica dei 400 commercianti online con il più alto giro d'affari in Europa: nel 2016 ha registrato un fatturato di 136 miliardi di dollari. Il secondo e terzo posto sono occupati rispettivamente dall'impresa tedesca Otto Group e dalla britannica Tesco Store.

10

E-COMMERCE IN ALTO ADIGE DAL 2006-2014

Acquisti per categoria



* (biglietti aerei, noleggio auto)

L'e-commerce in Alto Adige **CRESCHE COSTANTEMENTE**

Mentre la crisi ha nel complesso smorzato il comportamento consumistico delle persone, negli ultimi anni l'e-commerce ha avuto un trend costantemente positivo. Tra il 2004 e il 2015 il fatturato in Italia è cresciuto da 2 a 21 miliardi di euro.

I prodotti e servizi acquistati dalle famiglie italiane attraverso il web si concentrano per il 18% su viaggi e trasporti, seguiti da abbigliamento (16%), prodotti tecnologici (14%), articoli per la casa (13%), film, musica e biglietti per spettacoli (12%), libri e giornali (12%), telefonia e servizi assicurativi (6%). Altrettanto positivo è stato lo sviluppo dei consumi online in Alto Adige.

Tra il 2006 e il 2014 il numero degli altoatesini che hanno effettuato acquisti online è aumentato di 8.000 persone all'anno. L'età è di gran lunga il fattore che incide di più sull'acquisto e sulla vendita di beni online. L'e-commerce vede un atteggiamento più prudente da parte

degli utenti internet tra i 55-74 anni, mentre gli acquirenti online più attivi sono perlopiù persone di età compresa tra i 16 e 34 anni. Tendenzialmente gli altoatesini acquistano prodotti e servizi per un importo relativamente basso: nell'arco di un trimestre la spesa varia mediamente tra i 100 e i 500 euro.

Considerando il tessuto imprenditoriale, più della metà delle imprese altoatesine vende o acquista online: il settore di imprese che utilizza maggiormente l'e-commerce è quello delle attività manifatturiere, mentre quello che vi fa un minor ricorso è il settore delle costruzioni.

11



E-COMMERCE

Imprese con almeno 10 addetti che acquistano o vendono online per settore

	Commercio elettronico	Acquisti online	Vendite online
Attività manifatturiere	66,7%	47,2%	21,7%
Fornitura di energia	43,9%	43,9%	5,2%
Costruzioni	34,3%	34,3%	1,2%
Servizi	50,4%	41,3%	25,5%
Totale	51,1%	41,5%	20,9%

E-BANKING

L'online banking sta diventando uno dei metodi di pagamento più diffusi in Europa. Allo stesso tempo, l'uso delle banconote sta registrando una netta riduzione, soprattutto in alcuni Paesi europei, come Germania ed Austria.