

COMUNE DI TRICASE

(Provincia di Lecce)

CRITERI DI PROGRAMMAZIONE E NORME SUL PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER L'APERTURA, IL TRASFERIMENTO E L'AMPLIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA.

**(ART. 15, COMMI 1 lett. a) e b) DELLA L.R. N. 11 DELL' 01.08.2003 E
ART. 12 COMMI 1 E 2 DEL REGOLAMENTO REG. N.1 DEL30.06.2004)**

SOMMARIO:

PARTE A:

ANALISI RICOGNITIVA E VALUTAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA ESISTENTE AI SENSI DELL' ART. 15, COMMA 1 LETTERA A) DELLA L. R. 11/2003.

PAGINE DA 1 A 10

PARTE B:

CRITERI DI PROGRAMMAZIONE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER L'APERTURA, IL TRASFERIMENTO E L'AMPLIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AI SENSI DELL'ART. 15, COMMA 1 lett. b) della L.R. N. 11/03.

PAGINE DA 11 A 19

PARTE C:

NORME SUL PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER L'APERTURA, IL TRASFERIMENTO E L'AMPLIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AI SENSI DELL'ART. 8, COMMA 6 DELLA L. R. N° 11/03.

PAGINE DA 20 A 32

PARTE A

ANALISI RICOGNITIVA E VALUTAZIONE DELLA RETE DISTRIBUTIVA ESISTENTE NEL TERRITORIO DEL COMUNE DI TRICASE, AI SENSI DELL'ART. 15, COMMA 1 LETTERA A) DELLA LEGGE REGIONALE N° 11 DELL' 01/08/2003.

I principali risultati dell'analisi sulla rete distributiva

1.1 Dati socio - demografici del Comune di Tricase.

La popolazione complessiva residente nel Comune di Tricase, all'anno 2005, è pari a 17.912 abitanti, in continuo aumento, rispetto al 1951, anche se a tassi decrescenti negli ultimi 20 anni.

Tabella 1- Evoluzione della popolazione residente dal 1951 al 2005.

Comune di Tricase		
Evoluzione popolazione residente dal 1951 al 2003		
Anno	totali residenti	variaz. %
1951	12.260	0
1961	13.146	7,23%
1971	14.427	9,74%
1981	15.660	8,55%
1991	16.775	7,12%
2001	17.751	5,82%
2003	17.845	=
2004	17.870	=
2005	17.912	=

Fonte: C.Ent.A. sas

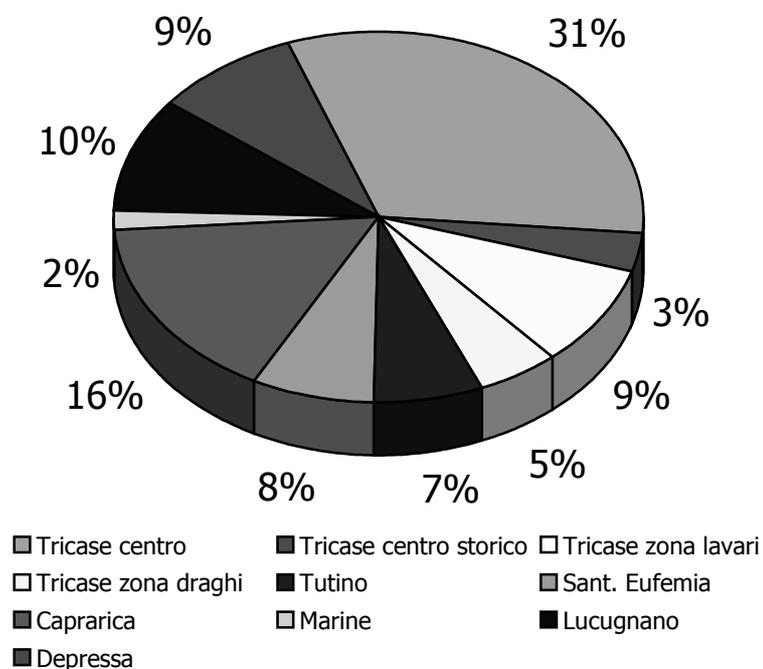
Per quanto riguarda il dato relativo alla composizione della popolazione stessa, facendo riferimento all'anno più recente di cui si dispongono statistiche certe, ossia il 2005, essa risulta essere strutturata nelle seguenti fasce d'età, con la suddivisione del territorio comunale in quelle che rappresentano le zone storiche, urbanistiche e socio economiche

omogenee, che saranno tenute a base dell'elaborazione dei criteri di programmazione esposti nella parte B):

Tabella e Grafico 2- Composizione della popolazione per classi d'età
(ANNO 2005)

Popolazione residente in Tricase per zone e fasce di età					
Zone	Fasce di età				Totali
	0-15	16-25	26-64	oltre 65	
Tricase centro	1109	814	3291	1220	6.434
Tricase centro storico	123	89	392	176	780
Tricase zona lavari	179	252	517	94	918
Tricase zona draghi	139	68	314	51	572
Tutino	202	151	636	196	1.185
Sant. Eufemia	248	179	761	218	1.406
Caprarica	628	409	1535	392	2.964
Marine	37	27	184	71	319
Lucugnano	366	198	866	319	1.749
Depressa	286	212	799	288	1.585
Totali	3.317	2.275	9.295	3.025	17.912

popolazione residente per zone di Tricase (anno 2003)



La composizione per nuclei familiari rivela, sempre con riferimento all'anno 2005, la presenza di 6.205 famiglie, e con un numero di

componenti per nucleo familiare molto vicino al modello della c.d. famiglia mononucleare, come ben si evince dalle seguenti tabelle riepilogative e relativi grafici esplicativi:

Tabella 3: nuclei familiari per componenti confronto fra gli anni 1995-2005.

Classificazione dei nuclei familiari per il numero dei componenti							
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 componenti	5 componenti	6 e più	Totali
anno 1995	1.104	1.177	1.085	1.316	704	242	5.628
anno 2005	1.332	1.235	1.204	1.537	696	201	6.205
variaz. %	18,50%	5,1%	9,95%	14,50%	-1,20%	-17,2%	10,5%

Tabella 4: nuclei familiari per numero figli, confronto fra gli anni 1995-2003

Composizione dei nuclei familiari per numero figli							
	Nessun Figlio	1 figlio	2 figli	3 figli	4 figli	5 e più	Totali
Anno 1995	2078	1196	1406	717	0	231	5.628
Anno 2003	2264	1269	1599	705	123	35	5.995
variaz. %	8,95%	6,01%	13,37%	-1,67%		-84,85%	6,5%

1.2 La struttura della rete distributiva in sede fissa nel Comune di Tricase.

Gli esercizi al dettaglio fisso nell'intero territorio comunale, frazioni comprese, sono 375, lo 0.40%, circa, su base regionale e l' 1.96%, circa, su base provinciale¹, di cui 360 sono esercizi di vicinato, 15 sono invece medie strutture di vendita.

Le medie strutture di vendita sono così articolate:

N. 12 M1 (sino a 600 mq di superficie di vendita);

N. 03 M2 (sino a 1.500 mq. di superficie di vendita).

Tabella 4 - Gli esercizi di vicinato, le medie e grandi strutture di vendita nel territorio del comune.

Anno 2005

Classi dimensionali degli esercizi commerciali per le varie zone di Tricase					
Zone socio-commerciali	Esercizi Di Vicinato	medie strutture M1	medie strutture M2	medie strutture M3	
Tricase centro	180	4	1		
Tricase centro storico	42				
Tricase zona "lavari"	14	1	1		
Tricase zona "draghi"	34	2			
Tutino	8	2			
Sant' Eufemia	15		1		
Caprarica	34	1			
Marine	2				
Lucugnano	15	2			
Depressa	16				
Totali	360	12	3		

Come si evince dalla tabella, solo nella zona "Tricase Centro", sono stati rilevati il maggior numero di esercizi di vicinato, pari a 180, pari al 50% del numero totale, di cui 31 alimentari e misto per 2.150 mq. di

superficie, e 149 non alimentari, per 12.810 mq. di superficie di vendita. La dimensione media è di 69 mq per il settore alimentare, 86 mq per quello non alimentare.

Con riferimento alla media distribuzione, nel comune di Tricase sono stati rilevati 15 esercizi, di cui **6** appartenenti al settore merceologico **a) "alimentare e misto"**; **8** appartenente al settore merceologico **c) "settore non alimentare altri beni"** ed **1** appartenente al settore merceologico **b) "settore non alimentare beni per la persona"**. La superficie di vendita complessiva è di 7.864 mq. La superficie media rilevata è di 524 mq. ; i punti di vendita di maggiori dimensioni commercializzano categorie di prodotto miste.

La zona di Tricase centro risulta, insieme alla zona "draghi" e "lavari", quella con la maggior presenza di strutture di medie dimensioni.

Non risultano attualmente in esercizio grandi strutture di vendita nell'ambito del territorio comunale.

Con riferimento al rapporto tra rete di vendita in sede fissa e popolazione residente, nel territorio del comune si calcolano in media un punto vendita ogni 47,80 abitanti.

Tabella - La popolazione residente e la struttura di vendita in sede fissa

Anno 2003; superficie in mq

Popolazione residente in Tricase per zone (anno 2003) e raffronto con la rete commerciale in sede fissa					
Zone	popolazione residente	n° esercizi commerc.	Superficie In mq	Rapporto abitanti per esercizio	rapporto Mq per 1000 abitanti
Tricase centro	6.434	185	17.890	34,78	2.795
Tricase centro storico	780	42	3.382	18,57	-----
Tricase zona lavari	918	16	3.080	57,38	3.347

Tricase zona draghi	572	36	3.703	15,89	-----
Tutino	1.185	10	1.940	118,50	1.645
Sant. Eufemia	1.406	15	1.790	93,73	1.226
Caprarica	2.964	35	3.088	84,69	1.061
Marine	319	2	140	159,50	-----
Lucugnano	1.749	17	2.119	102,88	1.211
Depressa	1.585	16	1.058	99,06	----
TOTALI	17.912	375	38.190	47,77	2.122

Fonte: ufficio commercio

Come si evince dalla suesposta tabella, il numero di abitanti per esercizio commerciale risulta di 47,8:1, un dato leggermente inferiore sia a quello provinciale che è di 42:1, sia a quello regionale che è di 43:1; la superficie media di ogni punto vendita risulta pari a 102 mq, un dato che evidenzia, più di ogni altro commento, la assoluta predominanza, sia in termini numerici che di superficie, degli esercizi di vicinato, a scapito, soprattutto, delle medie strutture di vendita. Il dato complessivo è il risultato dei differenti contesti rilevati nelle zone del comune. La zona "Tricase Centro", mostra una dotazione di punti vendita superiore alla media del territorio, con un rapporto di 34,78 abitanti per esercizio commerciale, in riferimento al numero di punti vendita; anche in relazione alla superficie, "Tricase centro", con una superficie di 2.795 mq per 1000 abitanti mostra un dato superiore alla media rilevata a livello di comune. Rilevante è anche il dato della zona "Draghi", che presenta un rapporto di abitanti per esercizio pari a 15,89, sintomo di una consistente attrezzatura commerciale, dato confermato dalla superficie complessiva pari a mq 3.703, che è tra i più elevati rilevati nell'intero territorio comunale. Il "centro storico", inoltre, evidenzia un rapporto abitanti / esercizi commerciali pari a 18,57 : 1, con una superficie complessiva di 3.382

mq.; dato che evidenzia la più alta concentrazioni di esercizi dell'intero territorio comunale, caratterizzato però dalla presenza di soli esercizio di vicinato. Da segnalare anche la "zona lavari" che, con i suoi soli 15 esercizi ma con una superficie complessiva di ben 3.080 mq., indica una discreta presenza di medie strutture di vendita. Per contro le zone di Tutino, Sant' Eufemia, Marine e frazioni di Lucignano e Depressa, a causa della loro marginalità territoriale, si segnalano per una scarsa concentrazione di esercizi commerciali.

Con specifico riferimento ai negozi di vicinato nel Comune di Tricase, il rapporto numero di abitanti/esercizi di vicinato è di 49,76 abitanti per esercizio. Distinguendo gli esercizi in alimentari/misti ed altri, si calcola un rapporto di 61,40 abitanti per ogni esercizio non alimentare e 295,50 per ogni esercizio alimentare/misto. Tali valori sono molto significativi ed evidenziano una sufficiente dotazione, dal punto di vista numerico, di esercizi di vicinato, sia alimentari ma soprattutto non alimentari, rispetto alla popolazione residente.

Circa le medie strutture di vendita, dai dati sopra evidenziati, emerge una situazione di non sufficiente presenza sul territorio. Infatti, se dagli attuali 15 punti vendita si dovessero togliere le autorizzazioni già in essere ma riguardanti di fatto i beni c.d. a "basso impatto urbanistico", che come è noto, oggi, ai sensi dell'art. 5 – comma 2 - lett. d), della L.R. n.11/2003 non rappresenterebbero più delle medie strutture di vendita, in quanto inferiori a 2.500 mq., ci ritroveremo in realtà con 12 punti vendita; dei quali solo 3 con una superficie pari o superiore a 1.000 mq..

In sostanza, si può affermare quindi che gli indicatori individuati per il Comune di Tricase mostrano un dimensionamento della rete in sede fissa ben proporzionato rispetto ai bisogni della popolazione residente, quanto meno dal punto di vista della consistenza numerica, e con particolare riferimento agli esercizi di vicinato. Diversamente per le medie strutture di vendita gli indicatori evidenziano una poco diffusa presenza sul territorio.

Concludendo si può evidenziare schematicamente la seguente situazione:

- struttura di vendita abbastanza solida dal punto di vista del numero di esercizi;
- disomogeneo sviluppo della rete distributiva sul territorio, con zone ad elevata concentrazione di esercizi e zone marginali dal punto di vista dell'insediamento di medie strutture di vendita;
- insufficienza dimensionale delle strutture di vendita, con una predominanza di esercizi di vicinato che si potrebbero definire microesercizi di vicinato;
- carenza di diffusione delle medie strutture di vendita;
- totale assenza di grandi strutture di vendita, sia del settore alimentare che non alimentare.

In ordine all'evoluzione della domanda potenziale, da una analisi dei seguenti dati:

- serie storiche, dall'anno 2002 al mese di novembre 2005, degli *"indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio"*, (elaborate dall'ISTAT sia a livello nazionale che di sub area – meridione -) allegate al presente piano;
- evoluzione del P.I.L. regionale e del comune di Tricase elaborato dal centro studi della regione Puglia relativo all'anno 2004;
- evoluzione del reddito imponibile prodotto nel comune di Tricase dall'anno 1999 all'anno 2002;

si può ragionevolmente dedurre la tendenza ad una stabilizzazione dei principali indicatori economici, dopo il riposizionamento al ribasso causato dalla crisi economica nazionale, contestuale alla crisi del principale settore produttivo salentino - il T.A.C. -.

CRITERI DI PROGRAMMAZIONE PER IL RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI PER L'APERTURA, IL TRASFERIMENTO E L'AMPLIAMENTO DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AI SENSI DELL'ART. 15, COMMA 1, LETT. B) DELLA LEGGE REGIONALE N. 11/2003 E ART. 12, COMMI 1 E 2 DEL REGOLAMENTO REGIONALE N. 1 DEL 30.06.04.

PREMESSA

L'analisi riveniente dalla ricognizione delle rete distributiva illustrata nella parte A), va integrata con ulteriori considerazioni che prescindono dalla pura quantificazione del dato numerico ma senza le quali la definizione dei parametri di sviluppo di cui all'art. 15 lett. b) della L.R. n.11/03 risulterebbe inficiata e determinerebbe un non corretto dimensionamento delle rete distributiva. Queste considerazioni sono:

- la presenza sul territorio comunale di una popolazione fluttuante, proveniente dai centri vicini, di oltre 4.000 unità giornaliere, determinata dalla presenza di uffici e servizi a carattere comprensoriale quali: azienda ospedaliera e presidio ospedaliero di eccellenza; scuole di istruzione secondaria superiore (liceo scientifico, classico, linguistico, socio-pedagogico e tecnologico, Istituto professionale biologico, commerciale e di stilismo e moda); corsi di laurea, della facoltà di medicina dell'università di Bari, in scienze infermieristiche e fisioterapiche; corsi post laurea di specializzazioni mediche della facoltà di medicina dell'università cattolica di Roma; corsi pluriennali di formazione professionale

- riconosciuti dalla Regione Puglia (oltre all' E.N.A.I.P, la scuola per estetisti, per acconciatori e per operatori socio assistenziali); sezione staccata del Tribunale di Lecce; sede operativa INPS; Compagnia dei Carabinieri; Tenenza della Guardia di Finanza; Comando e stazione del Corpo Forestale dello Stato; distaccamento dei Vigili del Fuoco; ed altri minori uffici regionali e provinciali;
- nei mesi di luglio ed agosto la popolazione residente è di circa 27.000 (9.000 in più rispetto ai cittadini residenti), incremento dovuto alla presenza di turisti;
 - Collocazione geografica strategica in quanto il Comune di Tricase è un centro di 18.000 abitanti, situato a 53 km. di distanza dal capoluogo di provincia, circondato da numerosi Comuni di piccole dimensioni. Tutto ciò, unito a quanto illustrato in precedenza, fa di tale Comune un piccolo capoluogo zonale che attrae consumatori di beni e servizi dagli altri centri minori.
 - l'attuale struttura della rete commerciale provinciale è caratterizzata dalla presenza di grandi centri commerciali, dislocati sul territorio in prossimità delle grandi arterie stradali, fuori dai centri abitati, che in qualche modo hanno determinato un cambiamento nelle tradizionali abitudini di acquisto dei consumatori. Questi ultimi, infatti, sono sempre più attratti dai centri vendita polifunzionali che offrono una gamma completa di beni e servizi.

Art. 1: FINALITA'

a) Le presenti disposizioni fissano i criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'apertura, al trasferimento di sede ed all'ampliamento di medie strutture di vendita sulla base degli indirizzi generali di cui all'art. 12 del regolamento regionale n.1/04 e sopra determinati.

b) I presenti criteri costituiscono inoltre riferimento per l'applicazione delle norme sul procedimento per il rilascio dell'autorizzazione all'apertura, al trasferimento e all'ampliamento di medie strutture di vendita, di cui all'art. 8, comma 6 della L.R. n. 11/03.

Art. 2

CRITERI GENERALI DI PRESENZA E DI LOCALIZZAZIONE DELLE MEDIE

STRUTTURE DI VENDITA DI TIPOLOGIA DIMENSIONALE M1

(DA 251 MQ. A 600 MQ.)

a) L'insediamento di nuove medie strutture di vendita di tipologia dimensionale M1, nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale, è sempre ammesso, per qualsiasi settore merceologico, se richiesto in aumento di superficie di vendita da un esercizio di vicinato operante da almeno tre anni, anche con variazione di sede,

o a seguito di accorpamento di esercizi di vicinato operanti da almeno tre anni.

E', inoltre, sempre ammesso, nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggi di cui all'art. 4 del regolamento regionale, l'insediamento di nuove strutture di vendita di tipologia dimensionale M1 per il settore merceologico non alimentare (lett. b – art- 19 l.r. n.39/06);

b) L'ampliamento di una media struttura di vendita sino alla concorrenza di 600 mq., nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale è sempre ammesso;

c) Nel rispetto delle condizioni di cui ai precedenti punti a) e b), è sempre ammesso il trasferimento di una media struttura di vendita di tipologia dimensionale M1;

d) E' sempre consentita l'aggiunta o la variazione dei settori merceologici ad eccezione del settore di cui alla lett. a) del secondo comma dell'art. 5 della legge regionale;

Art. 3

CRITERI GENERALI DI PRESENZA E DI LOCALIZZAZIONE DELLE MEDIE
STRUTTURE DI VENDITA DI TIPOLOGIA DIMENSIONALE M2
(DA 601 MQ. A 1.500 MQ.)

a) Nuove aperture o aggiunta di settore:

a1) Settore alimentare e misto: Non è consentito sia il rilascio di autorizzazione per nuove aperture di medie strutture di vendita di tipologia dimensionale M2 che l'aggiunta del settore alimentare in esercizi esistenti della medesima tipologia dimensionale del settore non alimentare;

a2) Settore non alimentare (lett. b – art. 19 l.r. n.39/06): nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggi di cui all'art. 4 del regolamento regionale, è consentito il rilascio di n.3 (tre) autorizzazioni per nuove medie strutture di tipologia dimensionale M2;

a3) E' sempre ammessa l'apertura di medie strutture di vendita che rientrino nell'ambito di un progetto globale di recupero di aree dismesse, definito da un accordo di programma. Le autorizzazioni rilasciate in questi casi non possono essere oggetto di trasferimento, né di ampliamento.

b) Ampliamenti: nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale, sono sempre consentiti gli ampliamenti sino alla concorrenza di mq. 1.500 di medie strutture di vendita già esistenti di tipologia M2 (ampliamenti da 601 mq. a 1.500 mq.), senza che venga intaccata la disponibilità numerica di cui ai precedenti punti a).

c) Trasferimenti: nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale, sono

sempre consentiti i trasferimenti di medie strutture di vendita di tipologia M2.

d) Accorpamenti o concentrazioni: Sono sempre consentiti nei casi e con le modalità previsti dai comma 1, lettere a) e b) e 2, dell'art. 9 della L. R. n. 11/03.

Art. 4

CRITERI GENERALI DI PRESENZA E DI LOCALIZZAZIONE DELLE MEDIE STRUTTURE DI VENDITA DI TIPOLOGIA DIMENSIONALE M3 (DA MQ. 1.501 A MQ. 2.500)

a) Nuove aperture o aggiunta di settore:

a1) Settore alimentare e misto: Nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, degli standard di parcheggi di cui all'art. 4 del regolamento regionale e dei requisiti di accessibilità delle strutture di cui all'art. 6, comma 1, lett. c) del medesimo regolamento, è consentito il rilascio di N. 2 (due) autorizzazione per nuove aperture di medie strutture di vendita di tipologia dimensionale M3;

a2) Settore non alimentare (lett. b – art. 19 l.r. n.39/06): nessuna autorizzazione rilasciabile nell'arco di vigenza del presente piano;

a3) E' sempre ammessa l'apertura di medie strutture di vendita di tipologia M3 che rientrino nell'ambito di un progetto globale di recupero di aree dismesse presenti all'interno del perimetro urbano, definito da un accordo di programma. Le autorizzazioni rilasciate in questi casi non possono essere oggetto di trasferimento, né di ampliamento.

E', altresì, ammessa l'apertura di medie strutture di vendita di tipologia M3 se richiesta da un consorzio, o altre forme associative similari, costituito da operatori commerciali operanti sul territorio comunale da almeno un triennio, nella misura di una sola autorizzazione per ogni categoria merceologica di cui all'art.5, 2° c., della L.R. n.11/03.

A4) Nell'ambito della stessa superficie di vendita, è sempre consentita l'aggiunta di un solo altro settore merceologico.

b) Ampliamenti: nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale e dei requisiti di accessibilità delle strutture di cui all'art. 6, comma 1, lett. c) del medesimo regolamento, sono sempre consentiti gli ampliamenti sino alla concorrenza di mq. 2.500 di medie strutture di vendita già esistenti di tipologia M3 (ampliamenti da 1.501 mq. a 2.500 mq.), senza che venga intaccata la disponibilità numerica di cui ai precedenti punti a).

c) Trasferimenti: nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti, degli standard di parcheggio di cui all'art. 4 del regolamento regionale e dei requisiti di accessibilità delle strutture di cui all'art. 6, comma 1, lett. c) del medesimo regolamento, sono sempre consentiti i trasferimenti di medie strutture di vendita di tipologia M3;

ART. 5

In merito alla localizzazione di qualsiasi tipologia di medie strutture di vendita, sempre nel rispetto degli strumenti urbanistici vigenti e nelle more dell'approvazione del P.U.G., si prevede la seguente unica limitazione: nell'area industriale S.S.R.I., ubicata al di fuori del centro urbano sulla provinciale – Tricase/Montesano, è consentito l'insediamento

solo nei lotti liberi e per una sola media struttura di vendita esclusivamente di tipologia M3.

Art. 6

CRITERI DI PRIORITA'

a) Nel caso di domande concorrenti l'autorizzazione all'apertura di una media struttura di vendita si applicano i seguenti criteri di priorità:

1- reimpiego di almeno venti lavoratori del settore commerciale in cassa integrazione guadagni straordinaria o in mobilità lunga e/o altre forme similari previste dall'ordinamento giuridico vigenti in tema di ammortizzatori sociali;

2- numero totale degli occupati previsti nella struttura;

3- concentrazione di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita in attività da almeno tre anni purchè sussistano le seguenti condizioni:

1a) l'assunzione dell'impegno di reimpiegare il relativo personale dipendente formalizzata mediante specifico accordo sindacale;

1b) tra le strutture di vendita concentrate ve ne sia almeno una della medesima tipologia dimensionale o della tipologia dimensionale immediatamente inferiore a quella della nuova struttura che si intende realizzare;

4- recupero di spazi degradati e contenitori dismessi

b) Si considerano concorrenti le domande, corredate dalla prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda del medesimo settore merceologico e tipologia

dimensionale. L'istruttoria si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o eventualmente alla maturazione del silenzio assenso.

c) Costituisce elemento di priorità fra domande concorrenti anche il raggiungimento di prestazioni più elevate di quelle minime richieste in termini di localizzazione, di posteggi e di organizzazione degli accessi.

Art. 7

NORME SPECIALI

a) Nei casi in cui sia previsto il complementare insediamento di medie strutture e di esercizi di vicinato, non costituenti centro commerciale di vicinato o complesso commerciale di vicinato, ogni singola struttura di vendita dovrà essere funzionalmente separata dagli esercizi.

b) Per " funzionalmente separata " s'intende che la superficie di vendita di detti esercizi dovrà essere delimitata da pareti inamovibili a tutta altezza ed inequivocabilmente distinta dalle medie strutture di vendita.

NORME SUL PROCEDIMENTO PER IL RILASCIO DELL'AUTORIZZAZIONE ALL'APERTURA, AL TRASFERIMENTO E ALL'AMPLIAMENTO DI MEDIE STRUTTURE DI VENDITA AI SENSI DELL'ART. 8, COMMA 6, DELLA LEGGE REGIONALE 1° AGOSTO 2003, N.11.

Art. 1

FINALITÀ

Le presenti disposizioni sono adottate in applicazione dell'art. 8, comma 6, della L.R. n.11/03 e costituiscono le norme sul procedimento concernente le domande di apertura, trasferimento di sede, estensione di settore merceologico e ampliamento di superficie di medie strutture di vendita. Le presenti norme disciplinano altresì le modalità di presentazione delle comunicazioni di riduzione di superficie o di settore merceologico, di subingresso e di cessazione di medie strutture di vendita.

Art. 2

DEFINIZIONI

Ai fini della presente normativa, per le definizioni di superficie di vendita, di media struttura di vendita e di centro commerciale, si rimanda ai criteri di cui all'art. 4, comma 1, della L.R. n.11/03.

Art. 3

DOMANDE DI APERTURA, TRASFERIMENTO DI SEDE, AMPLIAMENTO, ESTENSIONE DI SETTORE MERCEOLOGICO

a) L' apertura di una media struttura di vendita, nonché il trasferimento di sede, l'ampliamento della superficie di vendita e l'estensione di settore merceologico degli esercizi aventi le caratteristiche di media struttura di vendita sono soggetti ad autorizzazione rilasciata dal Responsabile del settore "attività produttive" alle Imprese secondo il procedimento disciplinato dalle presenti norme e nel rispetto dei criteri fissati dal Comune.

b) Le domande tese ad ottenere l'autorizzazione di cui all'art. 8 della L.R. n. 11/03 sono presentate al Comune utilizzando l'apposita modulistica pubblicata sul bollettino ufficiale della Regione Puglia n. 82 del 30/06/04 ed eventuali successivi adeguamenti. La modulistica deve essere compilata dal richiedente secondo le indicazioni contenute nelle presenti norme:

b1) Nella domanda l'interessato deve dichiarare:

1- il possesso dei requisiti soggettivi di cui all'art. 6 della L.R. n.11/03;

2- il settore o i settori merceologici, l'ubicazione, la superficie di vendita e la superficie complessiva dell'esercizio;

3- la eventuale sussistenza delle condizioni in presenza delle quali il rilascio dell'autorizzazione è un atto dovuto ai sensi dell'art. 9 della legge regionale n° 11/2003 o che costituiscono motivi di priorità nell'esame della domanda ;

4- gli estremi del certificato di agibilità dei locali e, per il settore alimentare, dell'autorizzazione sanitaria oppure, qualora si tratti di locali in fase di costruzione non ancora in possesso del certificato di agibilità, gli estremi della domanda presentata per l'ottenimento della concessione edilizia relativa all'insediamento commerciale o della domanda tendente ad ottenere il rilascio del certificato di agibilità, nonché gli estremi della domanda per ottenere l'autorizzazione sanitaria.

b2) All'istanza di cui al comma precedente dovranno essere allegati:

1- relazione tecnica illustrativa delle caratteristiche dell'insediamento con riferimento all' impatto ambientale, all'accessibilità e alla dotazione di parcheggi, nonché al rispetto delle condizioni e prescrizioni previste dagli strumenti urbanistici vigenti;

2- planimetria della zona in scala 1:1000 e dei locali in scala 1:100, firmata da un tecnico abilitato, con evidenziata la superficie complessiva dell'esercizio, la superficie di vendita distinta per settore merceologico, la localizzazione e dotazione dei parcheggi pertinentiali di uso comune annessi all'esercizio stesso;

3- copia documento di identità del richiedente. In caso di società: copia documento di identità di tutti i soci della snc, degli accomandatari della sas, dei componenti il consiglio di amministrazione per le spa o le srl. Inoltre copia del documento di identità dell'eventuale preposto.

b3) Alla presentazione dell'istanza indirizzata al Responsabile del settore "attività produttive", tramite il Protocollo Generale del Comune, deve essere rilasciata una ricevuta comprovante l'avvio di procedimento.

Art. 4

ISTRUTTORIA E RILASCIO DELLE AUTORIZZAZIONI

a) L'ufficio comunale competente, tramite l'ufficio protocollo generale, riceve la domanda e controlla se la stessa è stata regolarmente e compiutamente presentata. Qualora risulti mancante di uno degli elementi sopra elencati, provvede, entro 20 giorni dal ricevimento, ad invitare l'interessato a produrre la documentazione mancante avvertendo che il termine di conclusione del procedimento si intende interrotto e ricomincerà a decorrere ad integrazione compiuta. Qualora l'Ufficio disponga un termine per il completamento dei dati e della documentazione essenziale, tale termine si intende sicuramente perentorio quando trattasi di domande concorrenti.

b) Le domande vengono esaminate secondo l'ordine cronologico di presentazione, fatto salvo quanto disposto relativamente ai criteri di priorità e di autorizzazioni dovute.

c) In presenza di domanda completa si provvede ad accertare il possesso dei requisiti soggettivi di cui all'art. 6 della L.R. n.11/03, alla verifica del rispetto dei criteri fissati in applicazione dell'art. 15 della stessa legge, acquisendo a tal fine anche i pareri degli uffici comunali interessati (ambiente, viabilità, edilizia), nonché a verificare la correttezza degli estremi del provvedimenti igienico sanitari indicati sulla domanda.

d) Se invece gli accertamenti danno esito positivo, si redige istruttoria e si predispone l'autorizzazione, i cui estremi devono essere riportati nell'apposito spazio del modulo regionale utilizzato per la presentazione della domanda.

e) Qualora nell'istanza di rilascio dell'autorizzazione commerciale siano stati indicati solo gli estremi della domanda tendente ad ottenere la concessione/autorizzazione edilizia o il certificato di agibilità, nel provvedimento di rilascio dell' autorizzazione all'apertura dell'esercizio verrà inserita la seguente dicitura: "L'attivazione dell'esercizio è subordinata al rispetto delle norme relative alla destinazione d'uso e alla zonizzazione previste dai vigenti strumenti urbanistici, in particolare all'acquisizione del certificato di agibilità dei locali".

f) Nel caso di richiesta di autorizzazione per la vendita di prodotti appartenenti al settore alimentare, qualora l'interessato non sia in

possesso di autorizzazione sanitaria, benché possa comprovare di averne fatto richiesta, nel provvedimento di rilascio dell'autorizzazione per l'apertura dell'esercizio sarà inserita la prescrizione in ordine al rispetto delle norme igienico -sanitarie.

g) Del rilascio dell'autorizzazione viene data comunicazione all'U.O. Edilizia, all'Ufficio competente al rilascio dell'autorizzazione sanitaria e al Comando di Polizia Municipale, per quanto di rispettiva competenza.

Art. 5

DOMANDE CONCORRENTI

a) Si considerano concorrenti le domande, corredate dalla prescritta documentazione, pervenute al Comune prima della conclusione della fase istruttoria di una domanda del medesimo settore merceologico e tipologia dimensionale. L'istruttoria si ritiene conclusa quando il Comune si pronuncia nel merito della domanda o eventualmente alla maturazione del silenzio-assenso.

b) L'esame delle domande concorrenti avviene nel rispetto dei criteri di priorità previsti dal Comune.

c) In caso di concorrenza di domande, i relativi procedimenti istruttori sono sospesi per un periodo non superiore a 15 giorni, durante il quale il Comune individua la domanda prioritaria.

Art. 7

CONCESSIONE EDILIZIA

a) Qualora ai fini dell'apertura di una media struttura di vendita sia necessario il rilascio di un atto abilitativo all'esercizio di un intervento edilizio (concessione o autorizzazione edilizia, denuncia di inizio attività, asseverazione), l'interessato deve farne richiesta o comunicazione (a seconda dei casi) contestualmente alla domanda per l'autorizzazione all'apertura dell'esercizio.

b) L'emanazione del provvedimento di concessione edilizia è successivo o, ove possibile, contestuale al rilascio dell'autorizzazione commerciale per l'apertura.

Art. 8

DOMANDA PER L'APERTURA DI UN CENTRO COMMERCIALE CON SUPERFICIE DI VENDITA FINO A 2500 MQ

a) Chi intende aprire un centro commerciale al dettaglio, costituito da più esercizi di vendita, può presentare al Comune un'unica domanda, che sarà esaminata secondo un criterio unitario in conformità ai criteri ed alle norme fissate per l'esame delle domande relative alle strutture di

vendita aventi superficie corrispondente alla somma delle superfici di vendita degli esercizi facenti parte del centro commerciale.

b) Le presenti norme disciplinano l'apertura di centri commerciali con superficie di vendita complessiva fino a 2500 mq.

c) Il soggetto richiedente deve essere in possesso dei requisiti di cui all'art. 6 della L.R. n.11/03.

e) Il promotore può chiedere, che le autorizzazioni relative ai singoli esercizi che compongono il centro commerciale siano rilasciate ad altri soggetti, i quali saranno tenuti a presentare apposita richiesta di autorizzazione o comunicazione di apertura, a seconda che si tratti di medie strutture di vendita o di esercizi con superficie di vendita non superiore a 250 mq.

Art. 9

RIDUZIONE DELLA SUPERFICIE DI VENDITA O DI SETTORE

MERCEOLOGICO - CESSAZIONE DELL'ATTIVITÀ

a) La riduzione della superficie di vendita, la riduzione di settore merceologico e la cessazione dell'attività devono essere comunicate al Comune utilizzando l'apposita modulistica.

b) Alla comunicazione di riduzione di superficie dovrà essere allegata planimetria, firmata da un tecnico

abilitato, dalla quale risulti la nuova superficie dell'esercizio.

c) L'attività può essere cessata immediatamente dopo la presentazione della comunicazione al Comune. La riduzione di superficie o di settore merceologico possono essere effettuate decorsi 30 giorni dalla presentazione della comunicazione al comune.

d) Per le riduzioni di superficie o di settore merceologico e per la cessazione dell'attività, non è dovuta alcuna ulteriore formalità da parte comunale se non quella di accusare ricevuta su copia della comunicazione con data di arrivo e n° di protocollo.

e) Copia delle comunicazioni di cui al punto a) viene trasmessa al Corpo di Polizia Municipale per i controlli di competenza. L'ufficio competente provvede a prendere atto delle modifiche intervenute. In caso di riduzione della superficie di vendita di una media struttura tale da comportare il cambio di tipologia della struttura stessa in esercizio di vicinato (nuova superficie al di sotto dei 250 mq.), l'interessato dovrà restituire l'autorizzazione relativa all'esercizio e presentare una comunicazione di apertura di esercizio di vicinato, utilizzando l'apposita modulistica.

Art. 10

SUBINGRESSO

a) Il trasferimento della gestione o della proprietà di medie strutture di vendita, per atto tra vivi o per causa di morte, è soggetto a comunicazione al Comune competente per territorio, utilizzando l'apposita modulistica;

b) il trasferimento della gestione o della proprietà può essere effettuato immediatamente dopo l'inoltro della comunicazione al Comune.

c) Nella comunicazione di cui al punto a), il subentrante deve dichiarare di essere in possesso dei requisiti di cui all' art. 6 della LR. N.11/03. In caso di subingresso per causa di morte, se il subentrante non è in possesso dei requisiti professionali previsti dall'art. 6 sopra citato, è tenuto ad acquisirli entro sei mesi dall'apertura della successione.

d) Alla comunicazione di subingresso dovrà essere allegata copia conforme all'originale dell'atto di cessione dell'azienda, in proprietà o in affitto, nonché di eventuali atti di fusione, donazione, ecc, stipulati nelle forme di legge.

e) L'ufficio comunale competente che, tramite il Protocollo Generale, riceve la domanda correttamente presentata provvede ad accertare il possesso dei requisiti soggettivi di cui al citato art. 6. Copia della comunicazione viene inviata al Corpo di Polizia Municipale per i controlli di competenza. Dell'avvenuto subingresso viene data comunicazione all'U.O. Edilizia e, per il settore alimentare, all'Ufficio Autorizzazioni Sanitarie.

f) In caso di esito negativo delle verifiche effettuate, deve essere adottato provvedimento di inibizione dell'attività, previa comunicazione ai sensi dell'art. 7 della legge 241/90.

g) Il subentrante, prima di disporre dell'azienda mediante atti di cessione o di affitto, ecc, è tenuto ad iniziare l'attività di vendita, pena la revoca dell'autorizzazione relativa all'esercizio.

Art. 11

TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROCEDIMENTO

a) Il termine massimo per la conclusione del procedimento per il rilascio dell'autorizzazione per l'apertura, l'estensione di settore merceologico, il trasferimento e l'ampliamento di una media struttura di vendita e di un centro commerciale è fissato in 90 giorni. Il termine decorre dalla data di deposito al Protocollo Generale del Comune dell'istanza completa e corredata secondo quanto stabilito dalle disposizioni di legge vigenti in materia e dalle presenti disposizioni. Nel caso di domanda incompleta e successivamente integrata, il termine di 90 giorni ricomincia a decorrere dalla data di trasmissione della documentazione mancante.

b) Ai sensi dell'art. 8, comma 6, della L.R. N.11/03, la domanda deve intendersi accolta trascorso il termine di 90 giorni dalla presentazione

della stessa, o dalla data di integrazione della domanda incompleta, senza che sia intervenuto provvedimento di diniego.

Art. 12

INIZIO ATTIVITÀ

L'inizio dell'attività di vendita è condizionato al rispetto delle norme relative alla destinazione e all'uso dei vari edifici nelle zone urbane e delle norme igienico-sanitarie, in particolare è subordinato al possesso del certificato di agibilità aggiornato dei locali nonché dell'autorizzazione sanitaria nel caso di attività di vendita di prodotti appartenenti al settore alimentare.

Art. 13

PROROGA DEL TERMINE DI INIZIO O DI SOSPENSIONE DELL'ATTIVITÀ.

In caso di comprovata e documentata necessità può essere autorizzata dal Responsabile del servizio "attività produttive" la proroga del termine di inizio attività previsto dall'art. 8, comma 12 della L.R. n.11/03, su istanza da presentarsi prima della scadenza del termine stesso.

Art. 14

FIRMA

Le autorizzazioni vengono firmate dal Responsabile del settore "attività produttive".

Art.15

ABROGAZIONI

Sono abrogate tutte le altre disposizioni e norme regolamentari contrarie a quelle contenute nelle presenti norme o con esse incompatibili.

Art.16

c) In presenza di un contenzioso legale in atto tra il proponente la domanda e l'Ente, riguardante il medesimo oggetto della domanda, quest'ultima sarà considerata improcedibile, cioè non istruibile, nelle more della definizione del contenzioso.

Art. 17

DISPOSIZIONI FINALI

Per quanto non espressamente indicato nelle presenti norme, vigono le disposizioni regionali in materia di commercio.

ALL. A

SERIE STORICHE

Tabella 8. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e forma distributiva.

Periodo	Alimentari			Non alimentari			Totale		
	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale
2002	103,6	103,0	103,1	107,9	102,7	103,4	109,3	102,8	105,2
2003	115,4	105,4	113,1	110,6	102,5	103,6	114,4	102,9	107,3
2004	116,0	103,4	113,1	113,4	101,3	102,9	115,4	101,8	106,9
2004									
III trim.	104,8	91,6	101,8	102,7	92,9	94,2	104,3	92,7	97,2
IV trim.	133,5	123,0	131,2	128,2	120,1	121,2	132,5	120,5	125,1
2005									
I trim.	113,3	85,9	109,4	109,4	87,8	90,5	112,5	88,8	98,0
II trim.	113,1	99,6	110,1	115,6	101,7	103,5	113,8	101,4	106,1
III trim.	105,6	91,4	102,4	103,9	92,9	94,3	105,2	92,7	97,5
2003									
Novembre	114,8	106,4	112,9	101,4	112,0	110,6	112,1	111,2	111,5
Dicembre	161,8	156,5	160,6	166,1	145,8	148,4	162,7	147,3	153,2
2004									
Gennaio	110,9	101,1	109,7	112,6	86,8	90,1	111,2	88,8	97,4
Febbraio	109,2	89,4	104,7	103,6	85,4	87,8	108,0	85,0	94,5
Marzo	114,7	101,4	111,7	105,5	93,8	95,3	112,8	94,9	101,8
Aprile	119,1	107,6	116,5	115,2	101,4	103,1	118,3	102,3	108,4
Maggio	105,3	98,2	103,7	107,7	109,9	109,6	105,8	108,2	107,3
Giugno	117,5	99,5	113,4	123,2	98,9	102,1	118,6	99,0	106,6
Luglio	108,2	92,0	104,5	115,8	103,9	105,5	109,7	102,2	105,1
Agosto	97,8	82,1	94,2	87,7	75,9	78,3	95,7	77,6	84,6
Settembre	108,3	100,8	106,6	104,6	96,0	98,9	107,5	98,4	101,9
Ottobre	124,2	110,0	121,0	112,7	104,8	105,8	121,9	105,5	111,8
Novembre	113,8	105,0	111,8	103,5	111,5	110,5	111,7	110,6	111,0
Dicembre	162,6	154,0	160,7	168,5	144,1	147,2	163,8	145,5	152,5
2005									
Gennaio	109,8	96,3	106,7	113,5	83,4	87,3	110,5	85,3	95,0
Febbraio	110,0	89,3	105,3	104,1	85,0	88,3	108,8	86,4	95,1
Marzo	120,2	102,2	115,2	110,6	93,9	96,0	118,2	95,1	104,0
Aprile	115,4	101,4	112,3	113,9	96,7	99,0	115,1	97,4	104,2
Maggio	106,1	98,9	104,5	108,7	111,0	110,7	106,7	109,3	108,3
Giugno	117,9	98,6	113,5	124,1	97,5	100,9	119,1	97,6	105,9
Luglio	105,9	89,6	102,3	113,6	101,8	103,3	107,5	100,0	102,9
Agosto	100,2	83,1	95,3	90,9	78,7	80,3	98,3	79,3	85,6
Settembre	110,6	101,4	108,5	107,3	98,3	99,4	109,9	98,7	103,0
Ottobre	126,6	110,6	123,0	114,5	106,1	107,2	124,1	105,7	113,4
Novembre	117,5	105,1	114,7	105,8	112,8	111,7	115,1	111,8	112,9



Tabella 8b. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e forma distributiva. Variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Periodo	Alimentari			Non alimentari			Totale		
	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale	Grande distribuzione	Piccole superfici	Totale
2002	4,8	1,8	4,0	3,2	1,1	1,5	4,5	1,3	2,4
2003	5,3	2,3	4,6	2,5	-0,2	0,2	4,7	0,1	2,0
2004	0,5	-1,9	0,0	2,5	-1,2	-0,7	0,9	-1,3	-0,4
2004									
III trim.	-1,3	-2,7	-1,6	2,4	-1,7	-1,1	-0,8	-1,9	-1,3
IV trim.	-0,7	-2,2	-1,0	0,9	-1,6	-1,2	-0,4	-1,7	-1,1
2005									
I trim.	1,5	-1,4	0,9	2,1	-1,0	-0,7	1,6	-1,1	0,1
II trim.	-0,8	-2,2	-1,0	0,2	-1,6	-1,3	-0,5	-1,7	-1,2
III trim.	0,8	-0,2	0,6	1,2	0,0	0,1	0,9	0,0	0,3
2005									
Novembre	1,4	-0,7	0,9	-0,4	-2,3	-2,0	1,1	-2,0	-0,9
Dicembre	4,9	2,3	4,4	3,0	-0,3	0,1	4,5	0,1	1,8
2004									
Gennaio	7,3	2,6	6,3	8,7	0,6	1,8	7,4	0,9	3,6
Febbraio	2,3	-2,2	1,4	3,0	-1,7	-1,0	2,4	-1,6	0,1
Marzo	1,6	-1,3	1,0	2,1	-0,7	-0,4	1,7	-0,6	0,2
Aprile	2,8	-1,9	1,6	6,6	-0,6	0,3	3,4	-0,8	0,8
Maggio	-3,2	-4,8	-3,5	-2,7	-3,0	-2,9	-3,1	-3,2	-3,2
Giugno	2,7	0,0	2,2	3,7	1,4	1,8	2,9	1,2	2,0
Luglio	0,9	-1,7	0,3	3,5	-1,3	-0,6	1,4	-1,4	-0,3
Agosto	-3,4	-3,1	-3,4	2,1	-1,2	-0,6	-2,4	-1,5	-1,9
Settembre	-1,8	-3,1	-2,1	1,5	-2,4	-1,9	-1,3	-2,6	-2,0
Ottobre	-2,1	-3,8	-2,4	-1,0	-3,2	-2,9	-1,8	-3,4	-2,7
Novembre	-0,9	-1,3	-1,0	2,1	-0,4	-0,1	-0,4	-0,5	-0,4
Dicembre	0,5	-1,6	0,1	1,4	-1,2	-0,8	0,7	-1,2	-0,5
2005									
Gennaio	-1,0	-4,7	-1,8	0,8	-3,9	-3,1	-0,6	-3,9	-2,5
Febbraio	0,7	-0,1	0,6	0,5	0,7	0,6	0,7	0,5	0,6
Marzo	4,8	0,8	4,0	4,8	0,1	0,7	4,8	0,2	2,2
Aprile	-3,1	-5,8	-3,6	-1,1	-4,6	-4,0	-2,7	-4,6	-3,9
Maggio	0,8	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	0,9
Giugno	0,3	-0,9	0,1	0,7	-1,4	-1,2	0,4	-1,4	-0,7
Luglio	-2,1	-2,6	-2,1	-1,9	-2,0	-2,1	-2,0	-2,2	-2,1
Agosto	2,5	1,2	2,2	3,6	2,3	2,6	2,7	2,2	2,4
Settembre	2,1	0,6	1,8	2,6	0,3	0,5	2,2	0,3	1,1
Ottobre	1,9	0,5	1,7	1,6	1,2	1,3	1,6	1,1	1,4
Novembre	3,3	0,1	2,5	2,2	1,0	1,1	3,0	0,8	1,7



Tabella 9. Indici destagionalizzati del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico. Indici e variazioni percentuali congiunturali.

Periodo	INDICI DESTAGIONALIZZATI			VARIAZIONI % CONGIUNTURALI		
	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
2003						
III trim.	113,8	103,7	107,6	0,6	-0,1	0,1
IV trim.	114,1	103,5	107,6	0,3	-0,2	0,0
2004						
I trim.	113,7	103,3	107,4	-0,4	-0,2	-0,2
II trim.	113,4	103,1	107,2	-0,3	-0,2	-0,2
III trim.	112,9	102,6	105,7	-0,4	-0,5	-0,5
IV trim.	112,6	102,3	105,4	-0,3	-0,3	-0,3
2005						
I trim.	113,3	102,4	106,7	0,5	0,1	0,3
II trim.	113,3	102,3	106,7	0,0	-0,1	0,0
III trim.	113,8	102,6	107,0	0,4	0,3	0,3
2003						
Novembre	113,8	103,2	107,4	-0,6	-0,5	-0,5
Dicembre	114,0	103,5	107,6	0,2	0,3	0,2
2004						
Gennaio	114,5	103,9	108,1	0,4	0,4	0,5
Febbraio	113,8	103,0	107,3	-0,6	-0,9	-0,7
Marzo	112,8	103,0	106,9	-0,9	0,0	-0,4
Aprile	114,3	103,6	107,8	1,3	0,6	0,8
Maggio	112,5	102,5	105,5	-1,6	-1,1	-1,2
Giugno	113,4	103,2	107,3	0,8	0,7	0,8
Luglio	113,6	103,0	107,2	0,2	-0,2	-0,1
Agosto	112,5	102,4	105,4	-1,0	-0,6	-0,7
Settembre	112,6	102,4	105,4	0,1	0,0	0,0
Ottobre	112,2	102,1	105,1	-0,4	-0,3	-0,3
Novembre	112,6	102,4	105,5	0,4	0,3	0,4
Dicembre	112,9	102,4	105,5	0,3	0,0	0,0
2005						
Gennaio	113,1	102,1	105,5	0,2	-0,3	0,0
Febbraio	113,0	102,6	106,7	-0,1	0,5	0,2
Marzo	113,7	102,8	107,0	0,6	0,0	0,3
Aprile	112,6	102,0	106,2	-1,0	-0,6	-0,7
Maggio	113,7	102,6	107,0	1,0	0,6	0,6
Giugno	113,8	102,4	106,8	-0,1	-0,2	-0,2
Luglio	113,2	102,3	106,6	-0,4	-0,1	-0,2
Agosto	114,1	102,9	107,3	0,8	0,6	0,7
Settembre	114,1	102,7	107,2	0,0	-0,2	-0,1
Ottobre	114,7	102,8	107,5	0,5	0,1	0,3
Novembre	114,7	102,8	107,5	0,0	0,0	0,0



Tabella 10. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per dimensione delle imprese.

Periodo	Piccole e medie imprese			Grandi imprese				Totale imprese
	Fino a 2 addetti	Da 3 a 5 addetti	Totale fino a 5 addetti	Da 6 a 9 addetti	Da 10 a 19 addetti	20 addetti ed oltre	Totale 6 addetti ed oltre	
2002	102,1	103,3	102,6	104,0	104,3	110,9	107,8	105,2
2003	102,0	103,5	102,8	105,6	107,0	116,7	111,9	107,3
2004	99,8	102,4	100,9	106,4	106,8	118,8	112,8	106,9
2004								
III trim.	92,5	91,2	91,9	82,0	101,0	107,2	102,3	97,2
IV trim.	118,1	123,1	126,8	119,1	119,5	137,7	129,3	125,1
2005								
I trim.	84,9	89,8	86,6	105,0	96,1	116,3	109,1	98,0
II trim.	99,0	103,1	100,7	107,8	104,5	115,8	111,4	108,1
III trim.	92,1	90,5	91,4	94,1	100,7	108,5	103,4	97,5
2003								
Novembre	111,5	114,1	112,6	109,1	103,6	114,0	110,5	111,5
Dicembre	150,0	147,3	148,9	137,9	150,6	168,6	157,4	153,2
2004								
Gennaio	84,4	89,0	86,3	111,5	99,0	110,7	108,3	97,4
Febbraio	82,8	85,6	84,3	93,5	93,0	113,8	104,4	94,5
Marzo	90,8	96,3	93,1	107,3	96,9	116,2	110,2	101,8
Aprile	101,2	102,6	101,8	109,9	109,9	119,1	114,9	108,4
Maggio	110,1	108,6	109,5	102,4	101,1	107,9	105,1	107,3
Giugno	93,2	102,6	97,2	106,8	105,7	123,7	115,7	106,6
Luglio	100,9	100,5	100,7	106,5	110,8	110,0	109,4	105,1
Agosto	78,2	74,3	76,6	75,4	80,9	100,7	82,4	84,8
Settembre	98,4	98,7	98,5	94,2	102,3	111,0	105,2	101,9
Ottobre	102,0	108,0	104,5	110,7	106,8	127,4	118,9	111,8
Novembre	108,7	115,4	111,5	109,5	101,8	114,5	110,5	111,0
Dicembre	146,7	146,0	146,4	137,0	150,0	171,1	158,5	152,5
2005								
Gennaio	80,7	85,0	82,5	110,1	94,5	111,2	107,2	96,0
Febbraio	83,6	85,8	84,5	94,5	91,4	115,6	105,3	95,1
Marzo	90,4	98,2	92,8	110,3	102,3	122,0	114,8	104,0
Aprile	94,6	98,7	96,3	109,3	105,0	115,9	111,9	104,2
Maggio	110,8	110,1	110,5	104,9	102,5	108,1	106,1	106,3
Giugno	91,6	100,4	95,3	109,1	106,9	123,5	116,2	105,9
Luglio	98,6	97,7	98,2	105,8	108,3	107,8	107,5	102,9
Agosto	79,1	75,8	77,7	79,2	91,2	103,9	95,3	86,6
Settembre	98,7	98,1	98,4	97,2	102,6	113,8	107,4	103,0
Ottobre	102,4	109,7	105,5	116,0	100,3	128,7	121,2	113,4
Novembre	109,4	116,1	112,2	113,0	102,5	118,4	113,6	112,9



Tabella 11. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000 = 100) per 14 gruppi di prodotti non alimentari.

Periodo	Gruppi di prodotti non alimentari							
	2	3	4	5	6	7	8	
2002	105,7	103,0	103,2	102,7	103,2	102,4	103,7	
2003	105,0	102,8	102,5	103,1	103,7	102,7	104,3	
2004	106,4	101,8	101,4	103,0	103,4	102,1	103,8	
2004								
III trim.	90,5	88,0	97,1	90,0	96,9	123,9	102,2	
IV trim.	123,3	128,3	121,9	128,1	127,7	118,6	114,8	
2005								
I trim.	98,7	89,8	83,1	88,3	85,0	75,9	92,6	
II trim.	111,1	99,1	103,1	104,4	102,3	87,9	104,7	
III trim.	90,5	88,2	97,6	90,3	96,1	123,3	102,8	
2003								
Novembre	108,2	122,4	116,2	118,3	120,1	84,3	112,6	
Dicembre	144,1	157,5	148,6	151,3	161,5	162,2	131,2	
2004								
Gennaio	103,0	97,5	82,6	78,7	83,7	67,9	86,4	
Febbraio	93,7	82,2	77,5	82,1	85,5	71,7	96,9	
Marzo	102,2	89,5	87,8	86,1	84,4	90,4	94,5	
Aprile	106,7	103,4	104,4	100,3	90,4	86,0	103,3	
Maggio	115,5	104,8	101,1	111,0	105,0	89,2	105,8	
Giugno	114,0	94,7	106,9	104,0	117,5	92,5	107,8	
Luglio	93,6	89,2	115,8	119,0	84,6	130,0	119,4	
Agosto	76,4	70,4	83,4	60,7	99,8	113,3	87,5	
Settembre	101,4	94,5	82,1	90,4	96,4	128,3	99,6	
Ottobre	115,1	107,7	102,2	114,1	102,7	111,7	99,5	
Novembre	109,9	121,9	115,8	119,3	119,9	83,9	112,4	
Dicembre	145,0	155,3	147,6	150,8	160,5	160,3	132,4	
2005								
Gennaio	99,2	95,2	80,5	76,3	82,2	66,1	84,2	
Febbraio	94,9	82,7	78,3	92,5	88,7	71,3	97,6	
Marzo	102,1	91,6	90,6	86,2	84,5	90,7	95,9	
Aprile	103,4	98,9	99,6	97,3	85,2	82,9	99,0	
Maggio	117,1	105,3	104,4	111,8	105,3	89,7	107,8	
Giugno	112,9	93,2	105,2	104,2	116,4	91,1	107,4	
Luglio	91,9	96,9	113,5	117,4	93,1	126,2	118,4	
Agosto	77,7	72,5	88,1	62,5	103,4	115,8	90,3	
Settembre	102,0	95,1	93,1	91,1	97,8	127,9	99,6	
Ottobre	117,6	110,1	108,7	114,2	103,7	111,8	100,4	
Novembre	112,6	123,7	117,0	120,1	121,0	84,7	113,6	

Legenda tabella 11:

- | | |
|--|---|
| 2 Prodotti farmaceutici | 9 Generi calzature durevoli e non durevoli |
| 3 Abbigliamento e pellicceria | 10 Utensilerie per la casa e ferramenta |
| 4 Calzature, articoli in cuoio e da viaggio | 11 Prodotti di profumeria e cura della persona |
| 5 Mobili, articoli tessili, arredamento per la casa | 12 Cartoleria, libri, giornali e riviste |
| 6 Elettrodomestici, radio, tv e registratori | 13 Supporti magnetici audio-video, strumenti musicali |
| 7 Detectors per l'informatica, per le telecomunicazioni e la telefonia | 14 Giochi, giocattoli, articoli per sport e passeggio |
| 8 Foto-ottica e pellicole | 15 Altri prodotti |



Tabella 11.(segue) Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000 = 100) per 14 gruppi di prodotti non alimentari.

Periodo	Gruppi di prodotti non alimentari						
	9	10	11	12	13	14	15
2002	104,2	102,7	103,3	103,8	103,0	103,6	102,9
2003	104,8	102,9	103,5	104,1	103,1	104,4	102,9
2004	104,2	102,2	102,3	102,4	102,9	103,0	101,9
2004							
III trim.	101,3	98,5	97,2	95,5	90,5	106,3	96,2
IV trim.	113,4	113,9	116,8	119,7	124,4	114,9	112,5
2005							
I trim.	93,6	87,0	91,7	93,1	103,0	89,2	85,8
II trim.	106,4	107,4	101,5	98,5	80,1	99,0	110,5
III trim.	101,6	98,6	97,2	95,6	90,8	105,7	96,5
2003							
Novembre	101,7	107,9	100,9	93,8	106,3	96,9	101,6
Dicembre	145,5	131,4	161,4	156,7	166,0	154,3	141,2
2004							
Gennaio	91,9	81,0	85,6	78,0	101,0	88,9	84,5
Febbraio	94,2	83,2	89,5	100,7	106,7	92,6	80,2
Marzo	96,0	99,4	101,0	104,0	107,2	87,4	95,7
Aprile	110,2	97,7	102,3	102,9	103,8	101,2	113,7
Maggio	116,7	114,1	101,2	101,4	88,1	104,5	126,9
Giugno	97,1	113,3	108,1	95,4	63,5	97,9	97,2
Luglio	97,4	110,3	113,6	94,4	98,5	121,0	98,3
Agosto	104,9	87,8	87,9	76,5	78,9	94,7	82,3
Settembre	101,5	97,6	90,2	115,7	96,2	103,3	107,9
Ottobre	95,2	102,9	91,4	113,5	99,4	95,8	97,4
Novembre	100,7	108,8	98,5	91,8	105,4	96,8	101,3
Dicembre	144,3	130,9	158,8	153,8	168,4	152,4	138,9
2005							
Gennaio	89,8	78,3	82,2	75,1	95,1	86,2	81,0
Febbraio	94,8	83,3	90,5	100,5	105,0	93,8	80,4
Marzo	96,9	98,3	102,4	103,8	105,9	87,7	95,9
Aprile	105,3	94,3	98,1	98,8	97,3	96,5	108,7
Maggio	117,6	118,1	101,4	102,0	87,6	105,7	127,0
Giugno	96,2	111,9	105,1	84,8	82,5	95,7	95,9
Luglio	95,1	108,0	110,4	82,0	95,9	117,5	96,9
Agosto	107,7	89,9	90,8	78,0	79,0	95,0	84,1
Settembre	102,1	98,0	90,5	116,8	97,6	103,6	108,6
Ottobre	95,6	103,4	91,5	114,1	98,5	95,9	98,8
Novembre	101,8	108,3	99,2	97,3	103,8	88,0	103,0

Legenda tabella 11:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 2 Prodotti farmaceutici 3 Abbigliamento e calzature 4 Calzature, articoli in cuoio e da viaggio 5 Metalli, articoli tessili, arredamento per la casa 6 Elettrodomestici, radio, tv e registratori 7 Dispositivi per l'informatica, per le telecomunicazioni e la telefonia 8 Fotocopie e pellicole | <ul style="list-style-type: none"> 9 Beni casalinghi durevoli e non durevoli 10 Utensileria per la casa e ferramenta 11 Prodotti di profumeria e cura della persona 12 Cartoleria, libri, giornali e riviste 13 Supporti magnetici audio-video, strumenti musicali 14 Giochi, giocattoli, articoli per sport e passeggio 15 Altri prodotti |
|--|---|



Tabella 12. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000 = 100) per tipo di punto vendita della grande distribuzione.

Periodo	Forme di vendita della grande distribuzione					
	Totale	Ipermercati	Supermercati	Hard discount	Grandi magazzini	Altri specializzati
2002	108,3	108,9	109,9	108,9	101,7	107,3
2003	114,4	113,1	115,7	114,7	101,7	109,7
2004	115,4	116,5	115,6	118,0	104,2	109,9
2004						
III trim.	104,3	104,9	106,1	103,3	95,5	89,4
IV trim.	132,5	137,1	131,5	140,7	111,0	118,8
2005						
I trim.	112,5	110,5	113,4	110,8	100,0	118,8
II trim.	113,6	110,7	112,7	120,2	115,3	122,9
III trim.	105,2	105,0	107,0	104,5	97,9	91,7
2003						
Novembre	112,1	112,8	115,3	110,8	82,7	88,7
Dicembre	162,7	173,3	159,7	168,7	137,7	151,1
2004						
Gennaio	111,2	116,8	110,8	100,7	106,8	113,9
Febbraio	108,0	105,7	109,4	107,6	78,0	114,2
Marzo	112,8	107,3	114,3	118,0	105,4	112,5
Aprile	118,3	115,7	117,4	130,2	121,0	116,4
Maggio	105,8	109,0	103,9	114,6	91,2	103,0
Giugno	118,6	117,4	118,3	112,3	127,7	134,4
Luglio	109,7	118,0	107,8	114,7	99,6	93,9
Agosto	96,7	92,8	100,9	87,8	91,4	89,2
Settembre	107,5	109,8	109,6	107,5	95,5	105,2
Ottobre	121,9	120,7	121,7	133,4	107,6	113,9
Novembre	111,7	115,3	113,3	114,2	82,7	88,1
Dicembre	163,8	175,4	159,4	174,6	142,7	154,5
2005						
Gennaio	110,5	117,0	109,6	99,7	104,6	115,6
Febbraio	108,8	104,1	110,3	110,2	80,8	118,4
Marzo	118,2	110,3	120,2	122,5	114,5	122,5
Aprile	115,1	110,8	114,1	128,3	120,4	117,8
Maggio	106,7	105,1	105,3	117,3	95,7	112,1
Giugno	119,1	116,2	118,6	114,9	129,7	138,9
Luglio	107,5	114,2	105,7	113,1	99,0	94,1
Agosto	96,3	95,4	103,0	91,9	95,5	72,8
Settembre	109,9	105,4	112,3	108,5	99,1	108,1
Ottobre	124,1	122,3	123,9	135,9	109,1	119,3
Novembre	115,1	117,3	117,5	118,6	85,6	90,9



Tabella 13. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e ripartizione geografica.

Periodo	NORD-OVEST			NORD-EST			CENTRO			SUD E ISOLE		
	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
2002	107,8	103,4	105,3	107,3	103,8	105,1	110,2	103,6	105,0	107,7	103,0	104,7
2003	113,3	104,0	107,9	112,7	103,8	107,5	115,2	103,3	107,7	111,8	103,0	105,2
2004	113,2	104,8	108,4	111,8	103,1	106,8	116,5	102,3	107,5	111,8	101,1	105,0
2004												
III trim.	97,2	89,5	92,8	101,7	94,1	97,3	115,2	95,7	102,8	97,8	96,2	96,1
IV trim.	136,3	126,9	130,3	120,6	122,6	121,7	136,0	115,2	122,4	131,9	118,7	124,1
2005												
I trim.	111,1	94,5	101,5	109,3	91,4	99,0	102,3	91,5	95,4	112,5	85,2	95,1
II trim.	108,5	110,7	109,9	114,7	101,9	107,3	115,2	105,7	109,1	103,9	95,9	98,6
III trim.	98,9	91,5	94,7	100,9	84,3	97,1	118,3	94,1	102,9	96,7	97,4	97,1
2003												
Novembre	115,8	119,3	117,8	110,3	105,8	110,0	109,9	90,8	97,7	113,9	116,8	115,7
Dicembre	164,8	150,1	158,3	147,2	101,5	149,8	171,5	156,5	162,0	159,9	138,3	148,1
2004												
Gennaio	109,4	89,8	96,1	111,5	99,2	104,4	97,7	85,0	89,6	113,1	87,2	96,6
Febbraio	106,5	91,5	97,9	97,8	81,2	88,2	108,8	93,7	99,2	105,9	84,7	92,4
Marzo	116,0	96,1	104,5	119,2	96,0	105,7	93,8	99,4	97,4	111,8	91,0	98,5
Aprile	111,6	107,6	109,3	124,0	103,3	112,0	125,4	113,8	118,0	109,2	90,7	97,4
Maggio	115,2	127,6	122,4	95,3	100,9	98,5	99,7	102,3	101,4	99,8	103,1	101,9
Giugno	99,0	98,8	98,1	127,2	107,3	115,7	121,4	101,3	108,6	112,5	102,1	105,9
Luglio	94,0	107,1	101,6	101,7	94,5	97,5	128,5	107,3	114,3	104,8	111,0	108,7
Agosto	92,0	80,8	78,6	92,6	82,3	85,6	102,2	81,9	89,3	92,7	82,4	88,2
Settembre	106,7	92,5	98,1	110,8	106,4	107,7	116,8	97,8	104,8	95,1	101,2	99,4
Ottobre	128,8	105,8	115,4	107,0	106,8	106,9	125,7	100,7	108,8	120,9	109,0	113,3
Novembre	114,0	121,2	118,1	107,9	110,0	109,1	110,0	90,3	97,4	114,1	114,8	114,5
Dicembre	166,1	150,9	157,3	148,8	150,7	149,0	159,3	154,6	159,9	160,6	135,4	144,6
2005												
Gennaio	107,8	88,8	96,7	107,2	85,9	100,7	96,0	81,3	85,6	112,7	83,8	94,3
Febbraio	106,7	95,2	99,7	97,5	81,1	88,0	112,2	94,1	100,7	107,2	82,5	91,4
Marzo	119,7	99,5	108,1	123,3	97,2	108,2	99,5	99,0	98,8	117,7	89,2	99,6
Aprile	110,5	105,1	107,4	121,4	95,9	107,2	124,6	111,6	115,3	96,8	85,1	89,4
Maggio	115,8	127,6	122,5	95,1	100,3	100,3	100,9	105,1	103,6	100,7	103,2	102,3
Giugno	96,5	99,5	99,5	126,7	105,4	114,4	120,0	100,3	107,5	114,3	99,3	104,7
Luglio	97,6	106,4	102,7	97,2	82,7	94,6	122,8	104,2	111,0	98,4	107,6	104,2
Agosto	93,5	73,1	81,7	94,2	84,3	88,5	106,4	80,9	90,2	94,7	84,1	87,9
Settembre	105,8	96,2	99,6	111,2	106,8	108,1	125,7	97,1	107,5	97,0	100,6	98,3
Ottobre	130,3	105,9	116,2	108,2	110,7	108,6	129,7	100,8	111,3	122,9	110,5	115,0
Novembre	115,6	124,2	120,8	108,4	111,7	110,3	119,6	90,8	101,3	116,1	114,2	114,9

Legenda tabella 13

Nord-ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria. Nord-est: Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna. Centro: Toscana, Lazio, Marche, Umbria. Sud e isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna.



Tabella 13b. Indici del valore delle vendite del commercio fisso al dettaglio a prezzi correnti (base 2000=100) per settore merceologico e ripartizione geografica. Variazioni percentuali rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Periodo	NORD-OVEST			NORD-EST			CENTRO			SUD E ISOLE		
	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale	Alimentari	Non alimentari	Totale
2002	3,9	1,4	2,6	3,7	1,5	2,4	5,1	1,5	2,8	3,9	1,2	2,2
2003	5,1	0,6	2,5	5,0	0,2	2,3	4,5	-0,3	1,6	3,5	0,0	1,4
2004	-0,1	0,6	0,5	-0,8	-0,7	-0,7	1,1	-1,0	-0,2	0,0	-1,8	-1,1
2004												
II trim.	-2,4	1,5	-0,2	-3,0	0,3	-1,5	0,5	-2,1	-1,1	-1,5	-3,0	-2,4
IV trim.	-0,9	0,4	-0,2	-1,9	-1,1	-1,5	0,6	-1,8	-1,3	-0,5	-2,6	-1,8
2005												
I trim.	0,5	2,2	1,3	-0,2	-0,8	-0,4	2,2	-1,3	0,0	2,0	-2,7	-0,7
II trim.	-0,3	-0,5	0,5	-0,7	-1,8	-1,3	-0,3	-0,1	-0,2	-3,1	-2,7	-2,9
III trim.	1,7	2,3	2,0	-0,8	0,2	-0,2	2,7	-1,7	0,1	-1,2	-0,8	-1,0
2003												
Novembre	1,4	-0,8	0,1	1,8	-2,4	-0,7	0,5	-2,9	-1,8	0,3	-2,5	-1,7
Dicembre	5,0	-0,2	2,0	4,5	3,0	3,7	4,4	-1,0	1,0	3,2	-0,8	0,8
2004												
Gennaio	6,8	3,9	5,3	6,4	1,5	3,7	4,7	0,0	1,8	6,4	1,2	3,3
Febbraio	0,9	-0,8	0,0	0,4	-1,9	-0,8	4,3	0,1	1,7	0,5	-1,4	-0,6
Marzo	1,0	0,0	0,5	-0,1	-0,9	-0,6	2,7	-0,6	0,5	1,0	-0,2	0,3
Aprile	2,0	1,4	1,7	1,1	0,4	0,7	3,3	0,7	1,5	0,2	-1,2	-0,7
Maggio	-3,4	-1,9	-2,5	-3,7	-3,5	-3,6	-3,7	-2,7	-3,1	-3,2	-3,9	-3,7
Giugno	2,9	2,1	2,5	1,0	1,0	1,5	3,4	3,5	3,4	1,6	0,3	0,9
Luglio	-0,6	2,0	1,0	-1,2	0,3	-0,4	3,4	-2,2	0,0	0,0	-2,4	-1,6
Agosto	-4,2	0,6	-1,9	-4,7	1,2	-1,6	-2,1	-1,1	-1,4	-2,1	-2,6	-2,4
Settembre	-2,2	1,4	-0,2	-3,1	-2,2	-2,5	-0,3	-3,1	-1,9	-2,5	-3,8	-3,3
Ottobre	-2,6	-1,0	-1,8	-3,7	-3,1	-3,3	-0,2	-3,8	-2,3	-2,6	-4,1	-3,5
Novembre	-1,6	1,6	0,3	-2,2	0,2	-0,8	0,1	-0,6	-0,3	0,2	-1,7	-1,0
Dicembre	0,8	0,5	0,6	-0,3	-0,6	-0,5	-1,3	-1,2	-1,3	0,6	-2,1	-1,0
2005												
Gennaio	-1,5	-1,3	-1,4	-3,9	-3,3	-3,5	-1,7	-4,4	-3,3	-0,4	-3,9	-2,4
Febbraio	-0,6	4,0	1,6	0,3	0,1	-0,2	3,1	0,4	1,5	1,2	-2,5	-1,1
Marzo	-3,2	3,6	3,4	3,4	1,3	2,4	5,0	-0,4	1,4	5,3	-2,0	1,0
Aprile	-1,0	-2,3	-1,7	-2,1	-6,2	-4,3	-0,6	-1,9	-1,4	-11,4	-6,2	-8,2
Maggio	0,3	0,0	0,1	0,8	2,4	1,8	1,2	2,7	2,2	0,9	0,1	0,4
Giugno	0,0	0,7	0,4	-0,4	-1,8	-1,1	-1,2	-1,0	-1,0	1,6	-2,7	-1,1
Luglio	3,8	-0,7	1,1	-4,4	-1,9	-3,0	-2,9	-2,9	-2,9	-6,1	-3,2	-4,1
Agosto	1,6	6,3	3,9	1,7	2,4	2,2	4,1	-1,2	1,0	2,2	2,1	2,0
Settembre	-0,1	2,9	1,5	0,4	0,4	0,4	7,5	-0,7	2,6	0,9	-0,6	-0,1
Ottobre	1,2	0,3	0,7	1,1	3,7	2,5	3,2	0,1	1,4	1,7	1,4	1,5
Novembre	1,4	-2,5	2,1	0,5	1,5	1,1	6,7	0,6	4,0	1,8	-0,5	0,3

Legenda tabella 13

Nord-ovest: Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria, Nord-est: Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna, Centro: Toscana, Lazio, Marche, Umbria, Sud e isole: Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna.

