

XLVI Conferenza scientifica annuale

Pescara, 10-12 settembre 2025

L'evoluzione del terziario in Toscana nel decennio 2012-2022

Iommi S., Marinari D., Agnoletti C., Conti E.

IRPET – Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana

La letteratura individua il fenomeno della terziarizzazione come un passaggio evolutivo «normale» e necessario dei sistemi economici in età contemporanea, che tuttavia può assumere caratteri più o meno desiderabili, implicando nei casi peggiori il declino produttivo di tali sistemi quando interessati dalla sua variante precoce o povera, identificabile con la prevalenza dei servizi non tradable e labour intensive su quelli ad alto valore aggiunto (Baumol 1967, 2012, Nordhaus 2006).

Il paper intende ricostruire caratteristiche e drivers delle trasformazioni strutturali che hanno attraversato il settore terziario in Toscana nel decennio 2012-2022.

Il contributo che presentiamo oggi rappresenta una fase preliminare del lavoro. Un punto di partenza, descrittivo e necessariamente vincolato alle fonti attualmente a nostra disposizione, di una analisi più approfondita e dettagliata che stiamo sviluppando anche a partire da una georeferenziazione puntuale, in corso, delle unità produttive, utile ad evidenziare le relazioni spaziali tra i fenomeni oggetto d'indagine.

L'analisi utilizza quale fonte censuaria principale il Registro statistico delle unità locali delle imprese attive di Istat per la Toscana, denominato Asia Unità locali. L'archivio contiene informazioni relative alle unità locali presenti sul territorio regionale e ai loro addetti L'ultimo anno disponibile della fonte è il 2022.

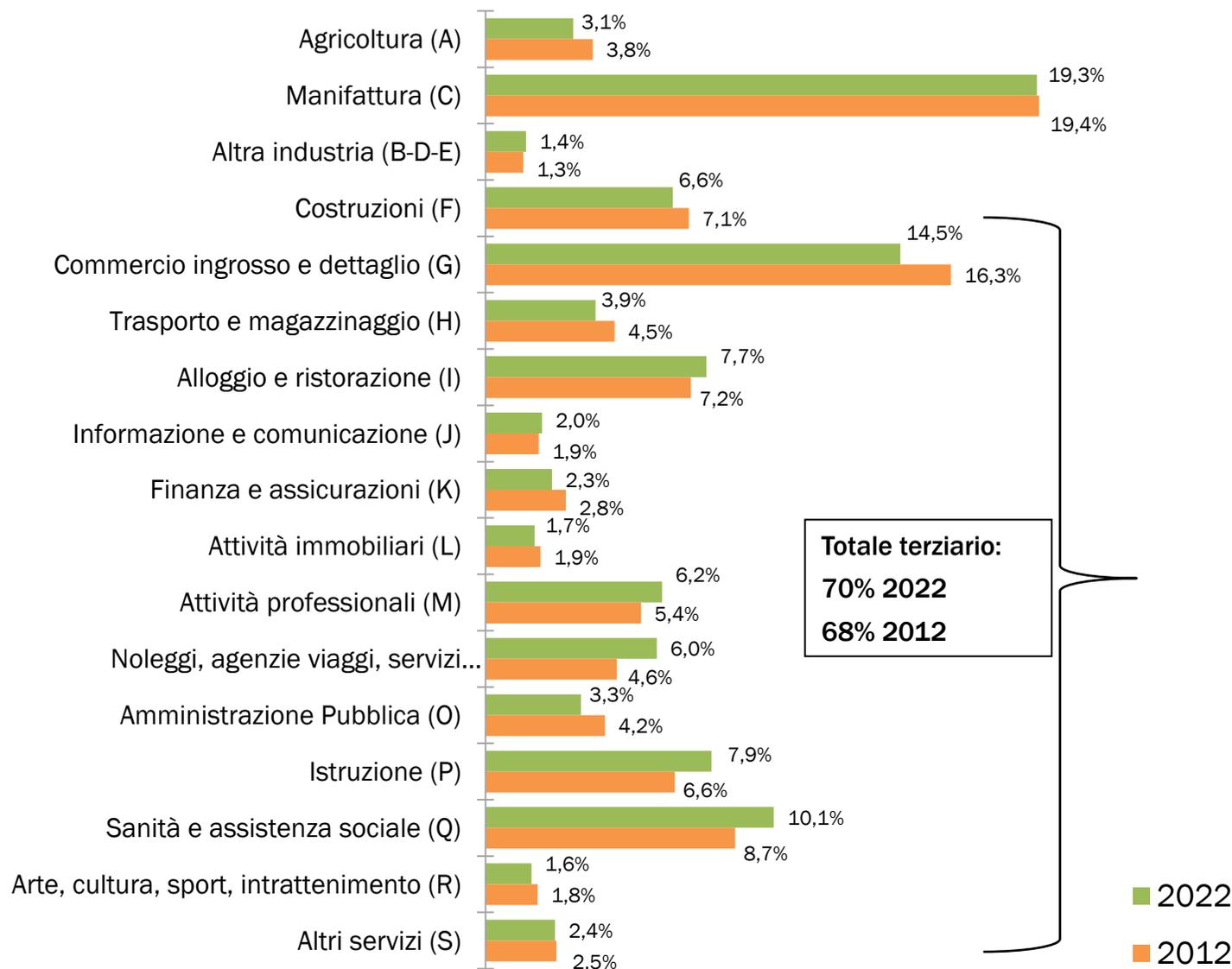
Toscana: un tessuto produttivo in moderata espansione

| TOSCANA | Addetti alle imprese agricole (dipendenti e indipendenti) | Addetti alle UL delle imprese extra-agricole (dipendenti e indipendenti) | Addetti alle UL delle istituzioni pubbliche (dipendenti e non dipendenti) | Addetti alle UL delle istituzioni non profit (dipendenti, settore market) | TOTALE |
|----------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2022 | 48.730 | 1.258.729 | 239.016 | 55.323 | 1.601.798 |
| 2012 | 55.491 [^] | 1.173.347 | 216.841* | 43.647* | 1.489.326 |
| Var. % 2012-22 | -12,2% | 7,3% | 10,2% | 26,8% | 7,6% |

*2011, [^] stima da giornate di lavoro (12,5 milioni nel 2020 contro 14,2 milioni nel 2010). Fonte: elaborazioni su dati ISTAT Asia UL, ISTAT Istituzioni pubbliche, ISTAT Istituzioni non profit, ISTAT Asia Agricoltura

Nel 2022 il sistema economico della Toscana consta di poco più di 1,6 milioni di addetti, di cui l'82% afferenti al settore privato, il 15% al settore pubblico e il 3% al settore non profit. La tendenza degli addetti nel decennio è stata espansiva, facendo registrare complessivamente una crescita del 7,6%, pari circa a circa 112 mila addetti in più.

La Toscana: un'economia già fortemente terziarizzata, in cui il peso dei servizi continua a crescere:



- 1,6 milioni di addetti nel 2022
- +7,6% rispetto al 2012
- 70% degli addetti nel terziario

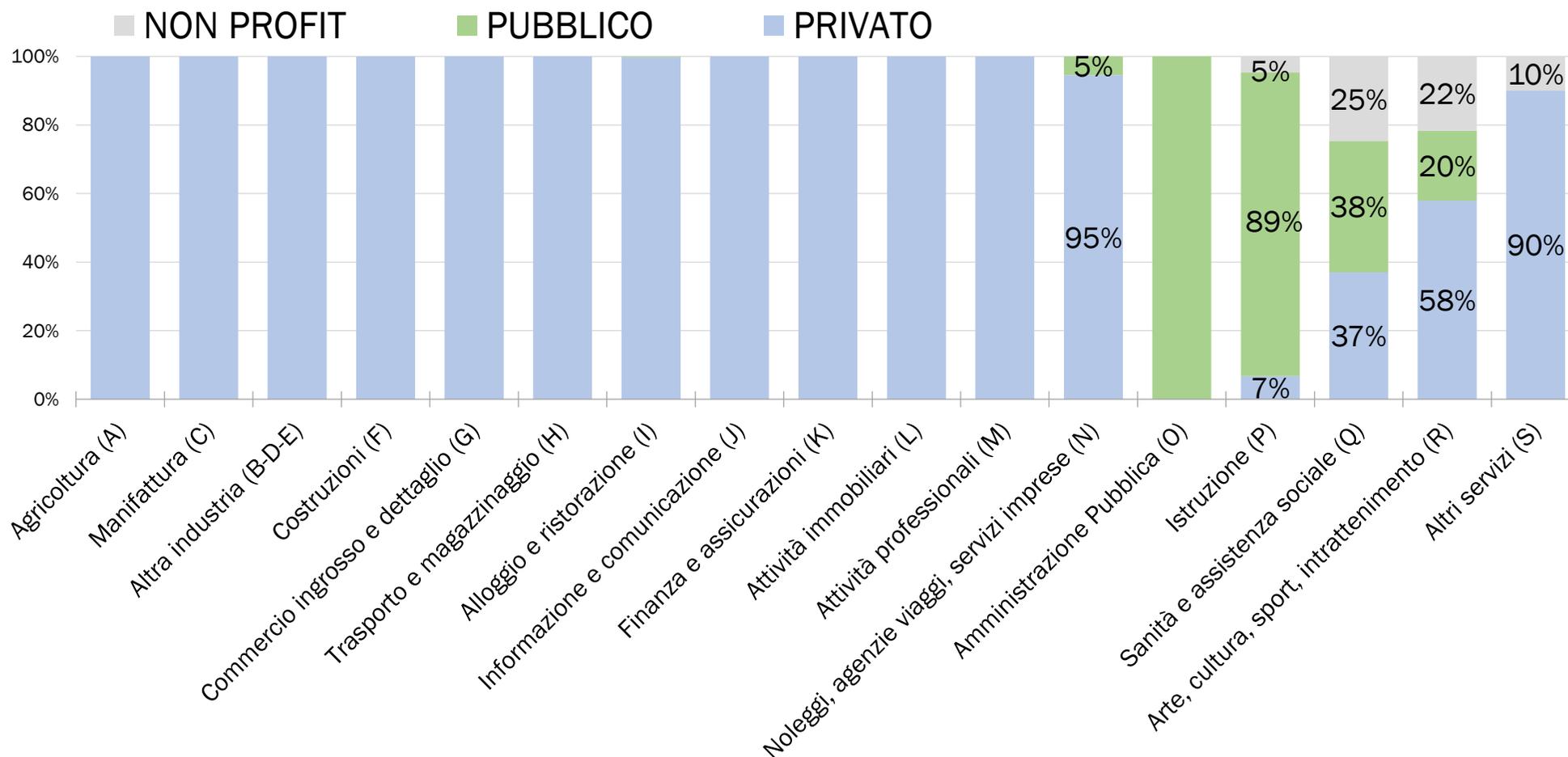
Perdono peso occupazionale:

- commercio
- trasporti
- attività di banche e assicurazioni
- pubblica amministrazione.

Aumentano il loro peso occupazionale

- le attività di alloggio e ristorazione,
- le libere professioni,
- servizi alle imprese,
- Servizi di istruzione, sanità e assistenza sociale

La Toscana: pubblico, privato e non profit



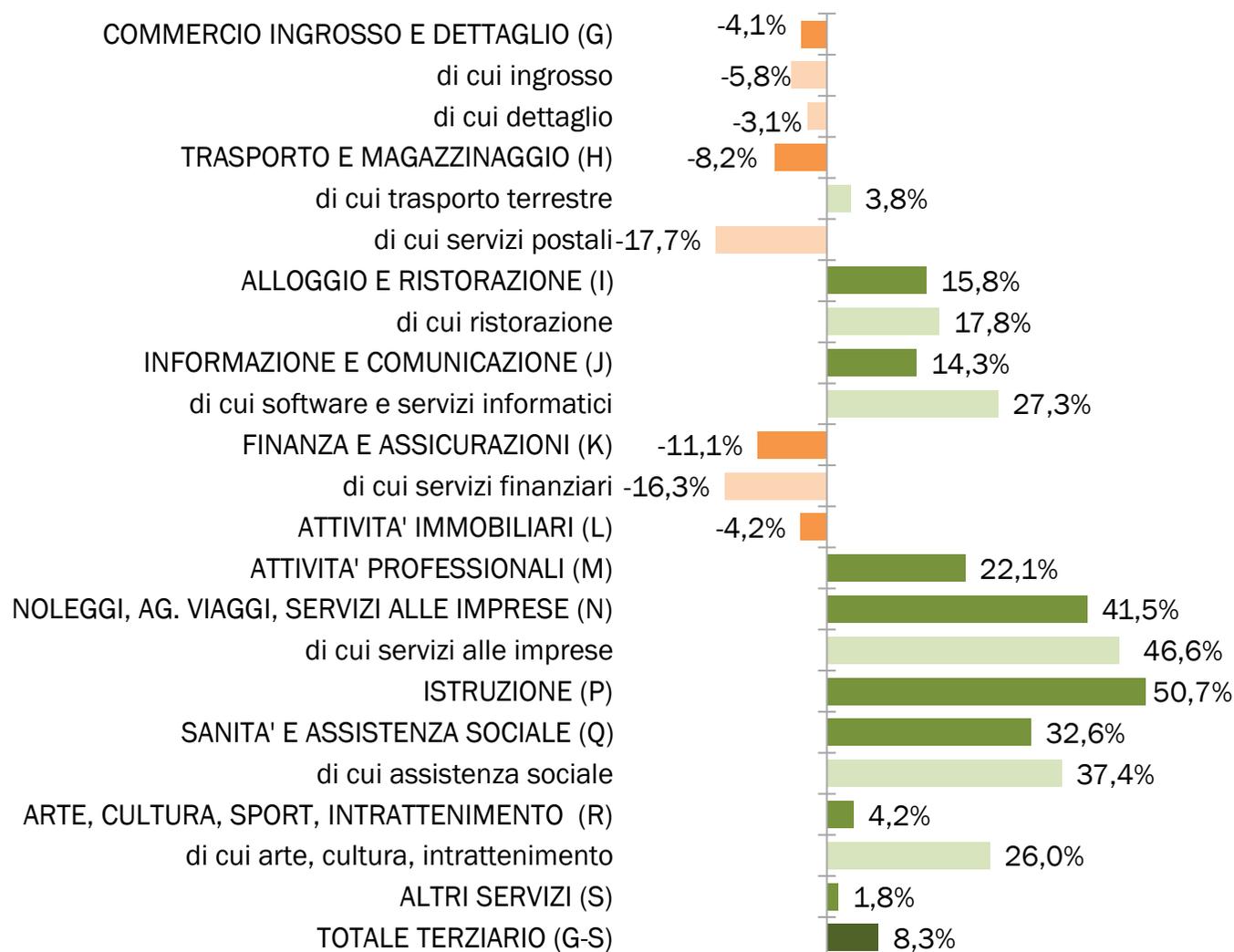
Nel tempo si evidenzia una sensibile erosione del settore pubblico quale erogatore dei servizi sanitari e sociali: dal 43% del 2012 al 38% del 2022, contro 37% del privato e 25% del non profit.

Si registra anche una lieve riduzione del peso del pubblico nei servizi di istruzione; dal 90% all'89%

Si manifesta una sostanziale tenuta del peso occupazionale pubblico nel settore dei servizi della cultura e del tempo libero mentre si riduce il peso del settore no profit a favore del privato

Principali driver di cambiamento e crescita occupazionale

+ domanda turistica, esternalizzazioni, digitalizzazione e e-commerce, invecchiamento e cambiamento degli stili di vita



Settori in contrazione occupazionale:

- Commercio (-10.000 addetti)
- Servizi finanziari (-4.800 addetti banche)
- Attività immobiliari (-1.200)
- Trasporto e magazzinaggio: calo dei postali, crescita dei corrieri

Aumentano l'occupazione

- Servizi informatici (+5.000 addetti)
- Professioni liberali (+18.000 addetti)
- Alloggio e ristorazione (+15,8%), di cui:
 - ristorazione con somministrazione (+13mila addetti) pari al +33,1%)
 - ristorazione da asporto (+1.400 addetti circa, pari a +29,3%),
 - bar senza cucina (-2mila addetti circa, pari a -8,1%).
- Sanità, istruzione, assistenza sociale
 - Istruzione e alla formazione (+2.800)
 - servizi sanitari (+7.500 addetti, pari a +28,9%)
 - servizi residenziali per anziani e disabili (+5mila addetti, pari a +50,5%)
 - assistenza sociale (+2mila addetti)
- Servizi alle imprese (interinali, pulizie)
 - Agenzie di lavoro temporaneo (15mila addetti)
 - Attività di pulizia (+5mila addetti, pari al +19,7%)
- Servizi culturali e di intrattenimento
 - musei e spettacoli (+1.000 addetti, pari a +26%),

COMMERCIO AL DETTAGLIO (ESCLUSO VEICOLI) NEI PRINCIPALI PAESI EUROPEI

| | Imprese per 10mila abitanti 2023 | Addetti per 1.000 abitanti 2023 | Addetti medi per impresa 2023 | Unità Locali per 10mila abitanti 2020 | % dipendenti su addetti 2022 | Var. % imprese 2015-2023 | Var. % addetti 2015-2023 | Var. % UL 2010-2020 |
|---------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| ITALIA | 87,9 | 319,5 | 3,6 | 107,6 | 65,1% | -14,5% | 3,5% | -17,0% |
| FRANCIA | 66,2 | 303,7 | 4,6 | 105,2 | 87,7% | -4,2% | 13,9% | 17,5% |
| GERMANIA | 36,5 | 429,1 | 11,8 | 52,5 | 91,7% | -10,3% | -1,6% | -10,4% |
| SPAGNA | 88,5 | 371,4 | 4,2 | 111,3 | 79,3% | -5,1% | 9,1% | -10,2% |

Emergono due differenti modelli organizzativi: del commercio al dettaglio in Europa:

- **Modello mediterraneo (Italia e Spagna):** Caratterizzato da un alto numero di medie e piccole imprese, con una significativa percentuale di lavoratori autonomi e una più bassa quota di dipendenti.
- **Modello nordico (Germania):** Basato su un'organizzazione più gerarchica, con poche grandi imprese e una netta prevalenza di lavoratori dipendenti. In Germania si registra il più alto rapporto tra addetti e popolazione e un numero medio di addetti per impresa superiore.
- **Rete distributiva:** I paesi come l'Italia con più PMI e lavoro autonomo presentano una rete distributiva più capillare, ovvero un maggior numero di punti vendita per abitante.
- **In termini evolutivi:** Il commercio al dettaglio ha attraversato nell'ultimo decennio una fase di concentrazione e contrazione nel numero di imprese e di punti vendita (con l'eccezione della Francia). Determinato da:
 - Crescita dimensionale delle imprese: Le aziende tendono a ingrandirsi, riducendo il numero totale di entità.
 - Passaggio alla distribuzione organizzata: transizione dal negozio indipendente alle grandi catene commerciali, sia con punti vendita propri che in franchising. Un processo, iniziato negli anni '90 per il settore alimentare con l'affermazione della GDO (Grande Distribuzione Organizzata), che si è esteso al settore non alimentare a partire dai primi anni 2000.
 - Nascita e diffusione del commercio online: più recentemente, l'evoluzione del settore è stata ulteriormente accelerata dalla crescita del commercio elettronico e della consegna a domicilio.

Toscana: l'evoluzione del Commercio alimentare al dettaglio

| | 2022 | | | | Var. % 2012-2022 | | | |
|--------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|------------------|-------------|------------|------------|
| | Imprese | UL | Addetti | Dipendenti | Imprese | UL | Addetti | Dipendenti |
| Commercio alimentare in esercizi non specializzati | 2.111 | 2.536 | 30.844 | 29.021 | -41% | -35% | 1% | 12% |
| 47111- Ipermercati | 30 | 50 | 5.180 | 5.178 | -69% | -70% | -60% | -60% |
| 47112- Supermercati | 635 | 918 | 20.433 | 20.106 | 55% | 83% | 131% | 136% |
| 47113- Discount di alimentari | 129 | 164 | 1.302 | 1.282 | 14% | 26% | -4% | -2% |
| 47114- Minimercati | 1.239 | 1.322 | 3.724 | 2.337 | -57% | -56% | -48% | -23% |
| 47115- Prodotti surgelati | 78 | 82 | 204 | 119 | -13% | -9% | -1% | 31% |
| Commercio alimentare in esercizi specializzati | 4.706 | 4.789 | 10.799 | 4.643 | 2% | 2% | 13% | 57% |
| 47210- Frutta e verdura | 871 | 882 | 1.721 | 586 | -11% | -12% | -3% | 49% |
| 47220- Carni e prodotti a base di carne | 1.181 | 1.207 | 3.227 | 1.541 | -24% | -24% | -6% | 52% |
| 47230- Pesci, crostacei e molluschi | 202 | 208 | 562 | 296 | -5% | -6% | 17% | 76% |
| 47241- Pane | 761 | 773 | 1.611 | 683 | 6% | 6% | 12% | 28% |
| 47242- Torte, dolci, confetteria | 59 | 62 | 166 | 114 | -64% | -62% | -60% | -45% |
| 47291- Latte e di prodotti lattiero - caseari | 228 | 229 | 437 | 128 | 55% | 54% | 69% | 98% |
| 47292- Caffè | 192 | 197 | 387 | 203 | 292% | 294% | 389% | 696% |
| 47293- Prodotti macrobiotici e dietetici | 51 | 52 | 110 | 58 | 104% | 108% | 130% | 155% |
| 47299- Altri prodotti alimentari | 1.161 | 1.179 | 2.578 | 1.035 | 52% | 52% | 56% | 97% |
| Commercio di bevande in esercizi specializzati | 612 | 618 | 1.305 | 525 | 15% | 14% | 26% | 51% |
| Commercio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati | 2.219 | 2.221 | 4.080 | 1.040 | 2% | 2% | 2% | 39% |
| TOTALE ALIMENTARE, BEVANDE, TABACCO | 9.648 | 10.164 | 47.027 | 35.229 | -12% | -10% | 4% | 18% |

- Il settore conta oltre 47.000 addetti in Toscana nel 2022. La maggior parte di questi, circa 31.000, lavora nella **grande distribuzione alimentare (GDO)**
 - **Nella GDO** la crescita degli addetti è stata modesta (+1,1%) nel decennio, inferiore alla media regionale. La crescita è stata trainata principalmente dalle medie strutture, i **supermercati**, mentre ipermercati e piccole superfici hanno registrato una contrazione.
 - È continuata la **riorganizzazione industriale** del settore:
 - Il numero di addetti per impresa è quasi raddoppiato, passando da 8 a 15.
 - La quota di lavoratori **dipendenti** è aumentata significativamente, arrivando al 94% del totale, e quasi al 100% per le medie e grandi superfici.
- Esercizi specializzati (commercio alimentare):
 - Gli addetti sono cresciuti quasi del doppio (+12,6%) rispetto alla media regionale complessiva (+7,6%) raggiungendo quasi 11.000 unità nel 2022. Questa crescita è stata spinta in particolare dai negozi che vendono pesce, pane, formaggio e caffè. Le cause di questa espansione, tutte da verificare, potrebbero essere legate al ritorno di questi negozi nei centri storici, a nuovi stili di consumo dei residenti e all'aumento del turismo, in particolare in strutture extra-alberghiere.
 - Le dimensioni aziendali restano piccole (2,3 addetti per impresa) e la quota di dipendenti, pur essendo cresciuta, è ancora contenuta (43%).
 - I negozi di bevande e tabacchi hanno caratteristiche simili, anche se per i tabacchi la quota di dipendenti è ancora più bassa (25%).

Toscana: l'evoluzione del Commercio non alimentare al dettaglio

Toscana, Variazione assoluta e % degli addetti alle Unità locali del settore del commercio non alimentare al dettaglio: 2012-2022

| | Var. Assoluta | Var.% |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------|
| 4773- Medicinali | 1330 | 23% |
| 47199- Empori di prodotti vari | 858 | 110% |
| 4741- Computer, unità periferiche, software e attrezzature per ufficio | 420 | 71% |
| 4752- Ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione | 400 | 8% |
| 4742- Apparecchiature per le telecomunicazioni e la telefonia | 194 | 18% |
| 4778- Altri prodotti | 192 | 3% |
| 47192- Computer, telefonia, apparecchi audio e video, elettrodomestici | 107 | 8% |
| 4753- Tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti | 10 | 6% |
| 4774- Articoli medicali e ortopedici | 6 | 1% |
| 4764- Articoli sportivi | 0 | 0% |
| 4763- RegISTRAZIONI musicali e video | -79 | -59% |
| 4776- Fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e loro alimenti | -79 | -3% |
| 4775- Cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria | -84 | -3% |
| 4765- Giochi e giocattoli | -157 | -22% |
| 4779- Articoli di seconda mano | -162 | -23% |
| 4761- Libri | -171 | -19% |
| 4743- Apparecchiature audio e video | -171 | -54% |
| 4772- Calzature e articoli in pelle | -354 | -8% |
| 4754- Elettrodomestici | -438 | -43% |
| 4777- Orologi e articoli di gioielleria | -438 | -15% |
| 4751- Prodotti tessili | -466 | -29% |
| 47191- Grandi magazzini | -735 | -41% |
| 4730- Carburanti per autotrazione | -1266 | -32% |
| 4759- Mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa | -1292 | -20% |
| 4762- Giornali e articoli di cartoleria | -1494 | -40% |
| 4771- Articoli di abbigliamento | -2111 | -13% |
| TOTALE NON ALIMENTARE | -5994 | -8,2% |
| Commercio non alimentare in esercizi specializzati | -6408 | -9% |
| Commercio non alimentare in esercizi non specializzati | 234 | 6% |

Nel 2022, il settore del commercio al dettaglio di beni non alimentari contava quasi **69.000 addetti**, la maggioranza (94%) in esercizi specializzati.

Gli addetti sono diminuiti del **-8,2%** tra il 2010 e il 2022

Esercizi non specializzati gli addetti nei grandi magazzini hanno subito una forte contrazione, probabilmente a causa del calo nelle vendite di abbigliamento, calzature e articoli per la casa, mentre sono cresciuti i negozi di **elettronica e telefonia** e gli **empori multiprodotto** di piccole dimensioni.

Addetti negli Esercizi specializzati :

AUMENTANO nei negozi di **computer (+71%)**, **elettronica e telefonia (+18%)** e **farmacie (+22,7%)**, **ferramenta e materiali da costruzione (+7,8%)**, specialmente per la parte dei dipendenti, nonostante la riduzione del numero di imprese. (concentrazione in catene di negozi di medio grande dimensione)

CROLLANO **Apparecchiature audio/video (-54%)** ed **elettrodomestici (-43%)** e **giornali/articoli di cartoleria (-40%)**. Anche i negozi di **tessuti (-29%)**, di **abbigliamento (-13,2%)**, **calzature (-8,5%)**, **mobili/articoli per la casa (-20,4%)** e **orologi/oreficeria (-15%)** hanno subito una forte contrazione, anche a causa della concorrenza del commercio online.

Cambiamenti organizzativi e nuovi canali di vendita

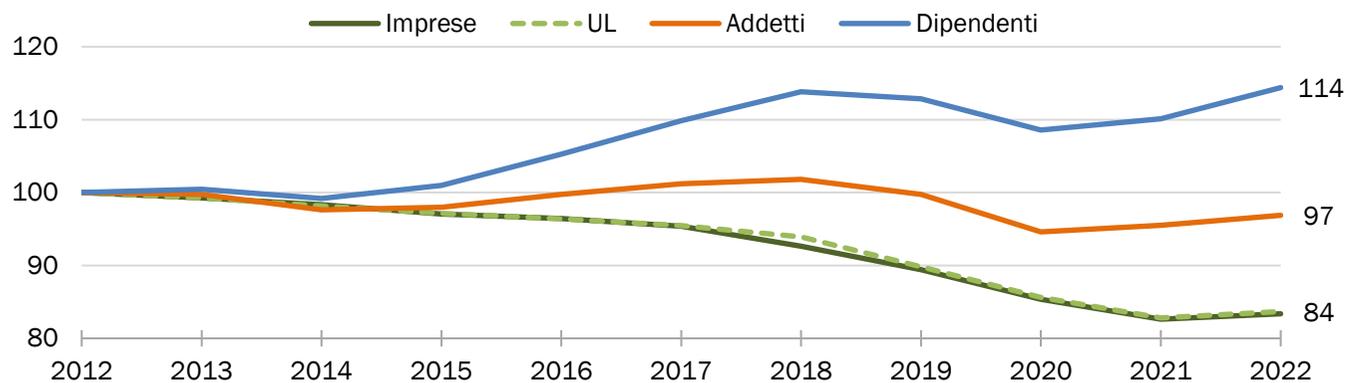
Struttura delle imprese: Le dimensioni delle imprese specializzate ancora modeste (in media 3 addetti per impresa), sebbene in crescita.

La quota di **lavoratori dipendenti** è anch'essa in aumento, in media il 62% del totale, con un picco dell'82% nelle farmacie.

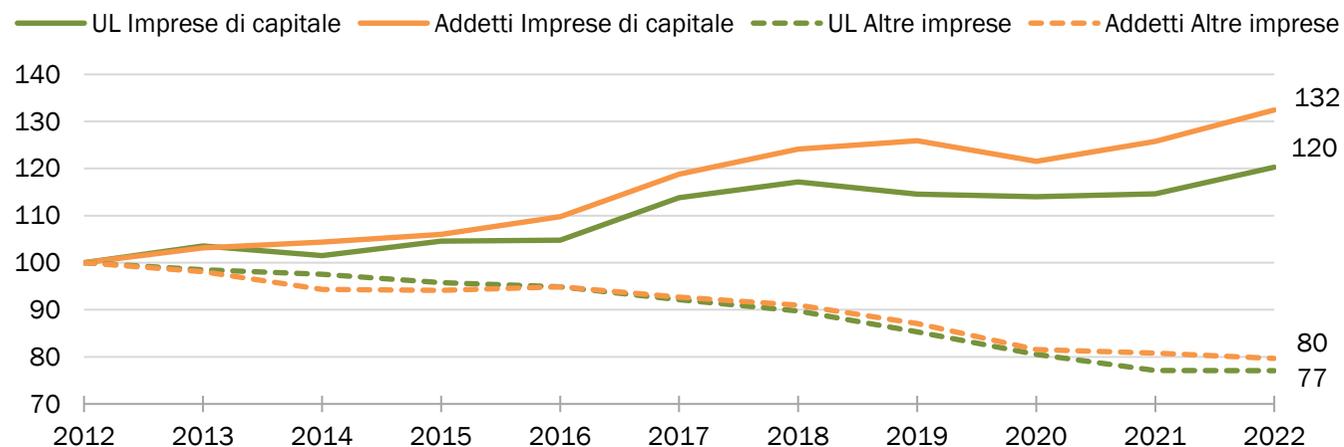
Commercio ambulante: Ha registrato un calo significativo degli addetti (**-18%**), in particolare nei settori di abbigliamento e calzature.

Commercio online: il numero di addetti è più che raddoppiato (**+169%**). Molti negozi fisici adottano strategie di vendita **multicanale**, integrando la vendita online con quella in negozio per resistere alla concorrenza.

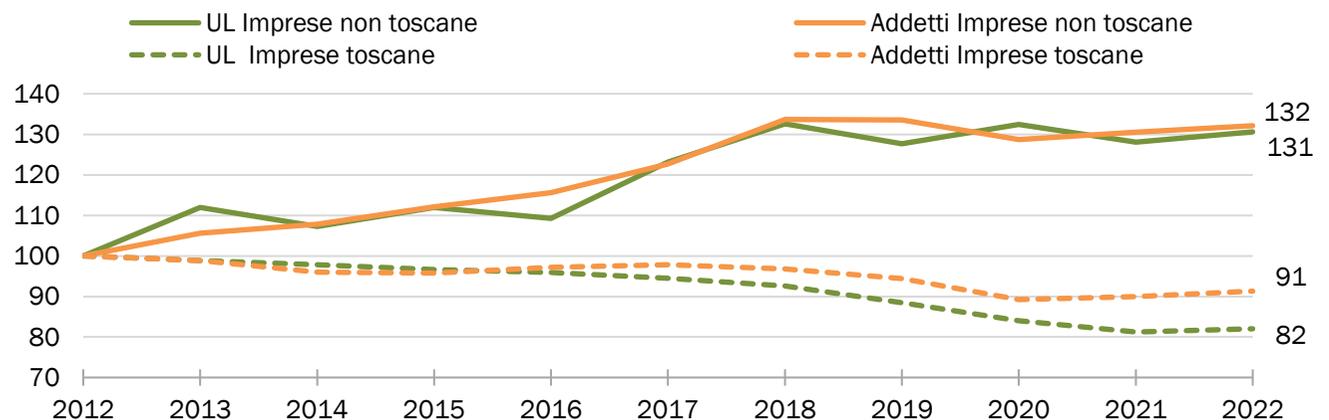
Commercio al dettaglio: evoluzione strutturale e organizzativa



- Riduzione del numero di imprese e di Unità Locali (-16%)
- Lieve contrazione del totale degli addetti (-3%)
- Aumento rilevante dei lavoratori dipendenti (+14%)
- Cresce la dimensione media



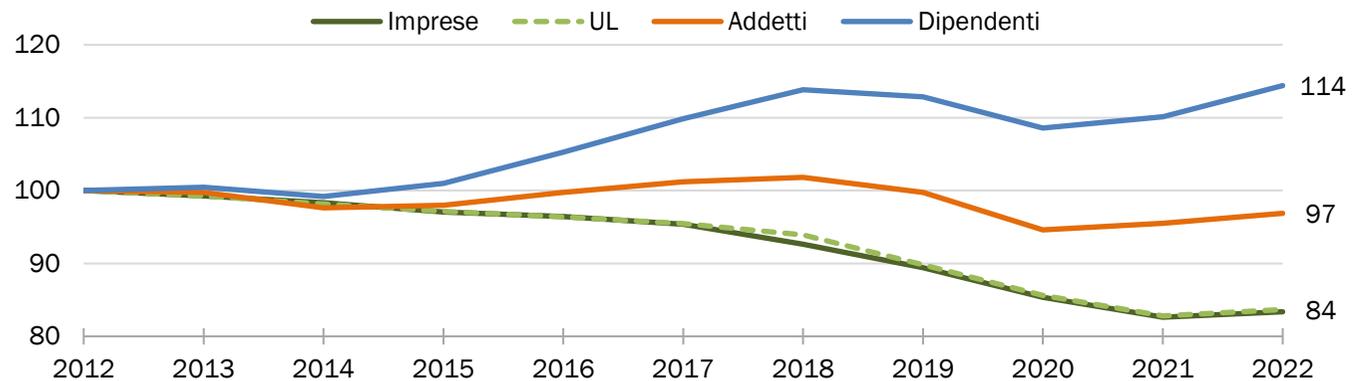
- Aumento delle Imprese di capitale (+20% le unità locali e +32% gli addetti)
- Riduzione di tutte le altre forme, (-23% le unità locali e -20% gli addetti)



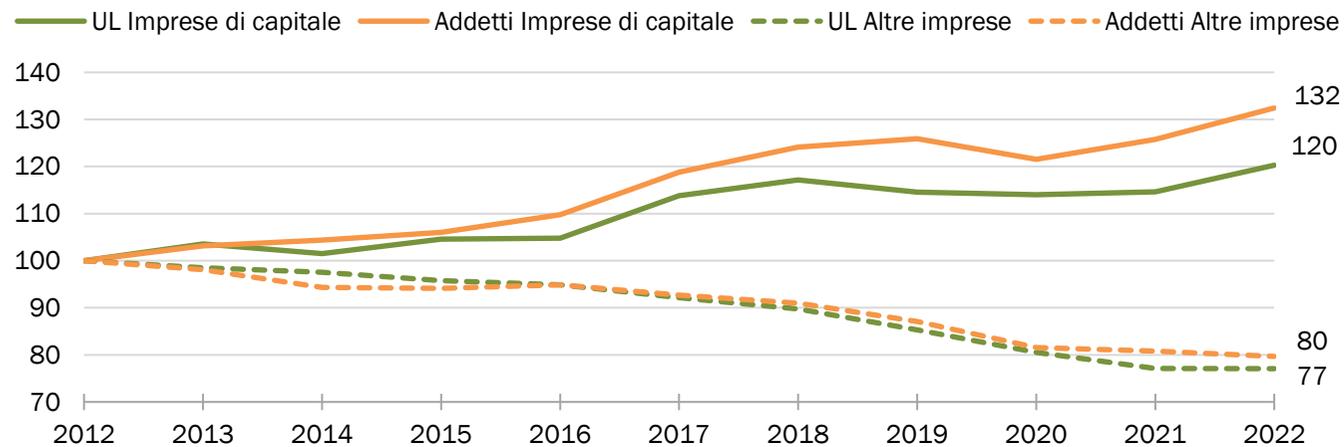
- Crescita dei soggetti non toscani (+31% le unità locali e +32% gli addetti)
- Riduzione di quelli toscani (-18% le unità locali e -9% gli addetti)

- ➔ Emergono i tratti organizzativi tipici delle grandi catene commerciali .
- ➔ Resta tuttavia la frammentazione e la capillarità della rete distributiva

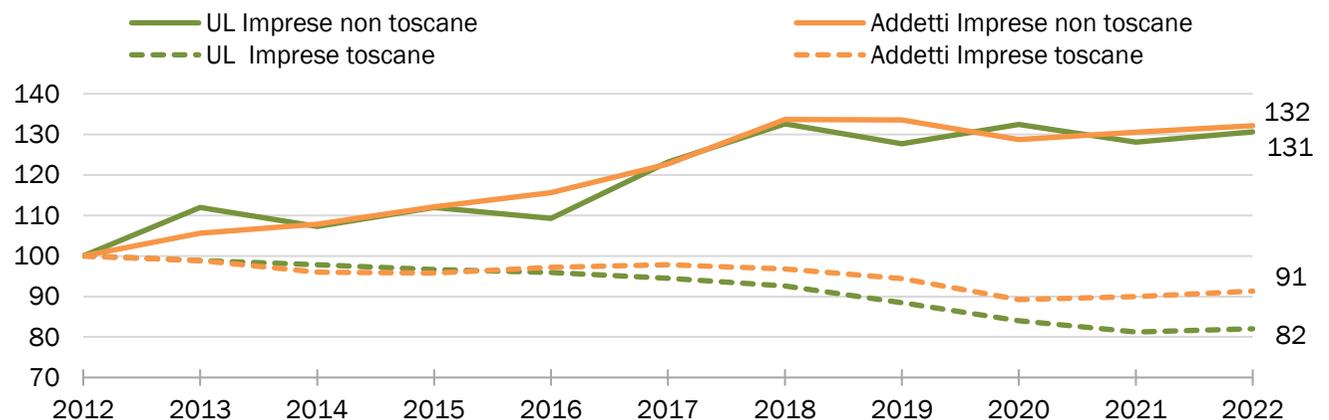
Commercio al dettaglio: evoluzione strutturale e organizzativa



- Riduzione del numero di imprese e di Unità Locali (-16%)
- Lieve contrazione del totale degli addetti (-3%)
- Aumento rilevante dei lavoratori dipendenti (+14%)
- Cresce la dimensione media



- Aumento delle Imprese di capitale (+20% le unità locali e +32% gli addetti)
- Riduzione di tutte le altre forme, (-23% le unità locali e -20% gli addetti)



- Crescita dei soggetti non toscani (+31% le unità locali e +32% gli addetti)
- Riduzione di quelli toscani (-18% le unità locali e -9% gli addetti)

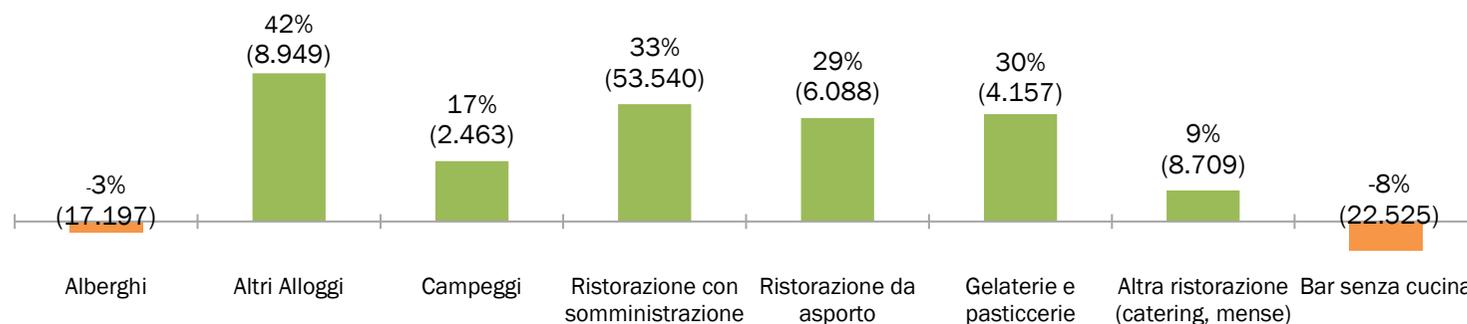
- ➔ Emergono i tratti organizzativi tipici delle grandi catene commerciali .
- ➔ Resta tuttavia la frammentazione e la capillarità della rete distributiva

Toscana: settori core del turismo, alberghi e ristorazione

| | Presenze turistiche in milioni 2023 | % su totale UE | Presenze turistiche per ab. 2023 | % di presenze straniera | Variazione 2013-2023 | Presenze turistiche per tipologia di struttura ricettiva (%) | | |
|----------|-------------------------------------|----------------|----------------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| | | | | | | % in strutture alberghiere | % case e altre forme non alberghiere | % in campeggi e aree sosta attrezzate |
| ITALIA | 447,2 | 15,2 | 7,6 | 52,4% | 18,7% | 61,6 | 26,1 | 12,3 |
| FRANCIA | 460,3 | 15,6 | 6,7 | 30,1% | 12,8% | 47,2 | 20,6 | 32,2 |
| GERMANIA | 431,4 | 14,7 | 5,2 | 18,6% | 21,6% | 68,1 | 22,1 | 9,8 |
| SPAGNA | 485,0 | 16,5 | 10,1 | 62,2% | 24,6% | 71,4 | 18,8 | 9,7 |

| | Strutture | | | | Posti letto | | | | PL medi per struttura | | |
|----------|------------------|---------------|--------------------------------------|------------------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| | Totale strutture | % alberghiere | % case e altre forme non alberghiere | % campeggi e aree sosta attrezzate | Totale posti letto | % in strutture alberghiere | % case e altre forme non alberghiere | % campeggi e aree sosta attrezzate | Strutture alberghiere | % case e altre forme non alberghiere | Campeggi e aree sosta attrezzate |
| ITALIA | 229.531 | 14,0% | 85,0% | 1,0% | 5.207.116 | 42,9% | 36,1% | 21,0% | 69,4 | 9,6 | 475,7 |
| FRANCIA | 29.375 | 60,0% | 12,5% | 27,5% | 5.094.909 | 26,4% | 18,2% | 55,4% | 76,3 | 252,6 | 349,7 |
| GERMANIA | 48.275 | 62,1% | 31,3% | 6,6% | 3.665.302 | 52,6% | 22,1% | 25,3% | 64,3 | 53,7 | 289,4 |
| SPAGNA | 57.492 | 34,5% | 63,1% | 2,4% | 3.821.391 | 53,0% | 26,0% | 21,1% | 102,0 | 27,4 | 573,1 |

| | Addetti totali per 1.000 abitanti 2023 | Addetti totali medi per impresa 2023 | Addetti per 10mila pres. turistiche 2023 | Var. % addetti 2013-2023 | Addetti alberghieri per 1.000 ab. 2023 | Addetti alloggi non alberghieri per 1.000 ab. 2023 | Addetti campeggi e aree sosta attrezzate per 1.000 ab. 2023 |
|----------|----------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| ITALIA | 5,5 | 5,6 | 7,3 | 26,4% | 3,9 | 1,4 | 0,2 |
| FRANCIA | 4,2 | 3,6 | 6,3 | 46,0% | 2,7 | 1,0 | 0,4 |
| GERMANIA | 6,5 | 11,5 | 12,5 | 6,3% | 5,5 | 0,7 | 0,2 |
| SPAGNA | 7,6 | 11,5 | 7,6 | 50,1% | 6,2 | 1,1 | 0,2 |



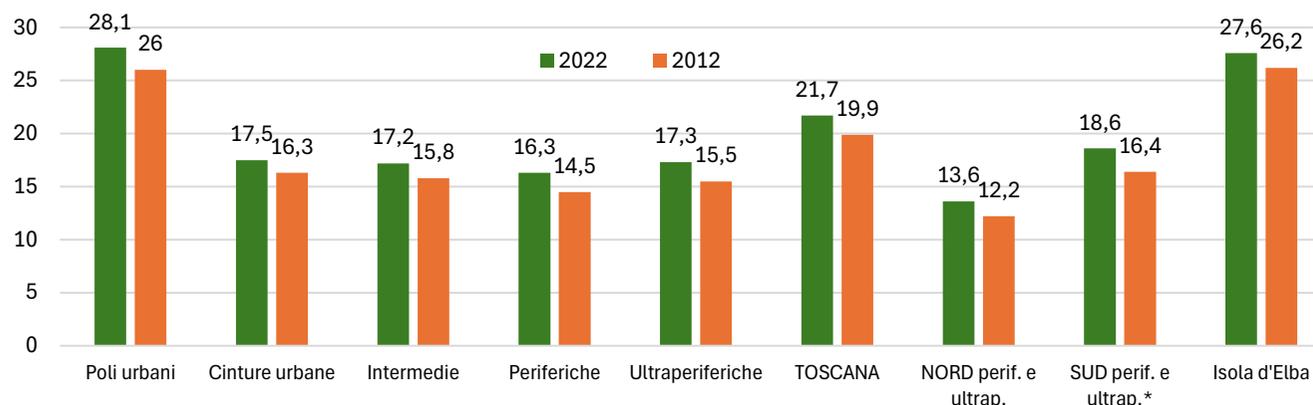
- Alto n. di presenze per abitante (7,6)
- Quota elevata di stranieri (52,4%),
- Alta incidenza degli alloggi non alberghieri (26,1%).
- Prevale la piccola dimensione media

TOSCANA

- contrazione degli addetti alle strutture alberghiere (-3%), e fenomeno interno di upgrading qualitativo
- Decisa crescita degli addetti agli alloggi non-alberghieri (+42%), diversi dai campeggi, pure in crescita (+17%).
- Per la parte dei servizi di ristorazione, è cresciuto del 33% il comparto già molto consistente degli addetti ai ristoranti, ma sono cresciuti molto in generale tutti i diversi segmenti del settore, a seguito di un'espansione della domanda sia da parte dei turisti che della popolazione residente. Unico dato in contrazione è quello dei bar di tipo più tradizionale, privi di servizio di cucina.

Toscana, il terziario sul territorio: caratteristiche strutturali

ADDETTI TERZIARI TOTALI PER ABITANTE PER TIPOLOGIA TERRITORIALE. 2022



- Aree interne 66% della superficie e 24% delle popolazione. Divise in:
- **Nord (Settentrionali):** montane, con insediamenti manifatturieri e forti flussi di pendolari verso le città vicine
- **Sud (Meridionali):** Collinari, con bassa densità abitativa e infrastrutturale. L'economia è prevalentemente agricolo-turistica.
- **Le Aree costiere:** forte specializzazione turistica

INDICE DI SPECIALIZZAZIONE PER SEGMENTO TERZIARIO E TIPOLOGIA. 2022

| | Poli urbani | Cinture e aree intermedie | Aree periferiche e ultraperiferiche |
|--------------------------------------------|-------------|---------------------------|-------------------------------------|
| G 46 Commercio all'ingrosso | 0,844 | 1,283 | 0,707 |
| G 47 Commercio al dettaglio alimentare | 0,844 | 1,142 | 1,349 |
| G 47 Commercio al dettaglio NON alimentare | 0,880 | 1,144 | 1,114 |
| H 49 Trasporti terrestri | 0,934 | 1,110 | 0,920 |
| H 52 Magazzinaggio | 1,195 | 0,811 | 0,607 |
| H 53 Servizi postali | 1,007 | 1,010 | 0,910 |
| I 55 Alloggio | 0,707 | 0,955 | 3,087 |
| I 56 Ristorazione | 0,939 | 0,973 | 1,517 |
| J Informazione e Comunicazione | 1,196 | 0,863 | 0,369 |
| M Attività professionali | 1,117 | 0,907 | 0,679 |
| N Servizi alle imprese | 1,124 | 0,889 | 0,709 |
| P Istruzione | 1,315 | 0,643 | 0,612 |
| Q 86 Assistenza sanitaria | 1,088 | 0,902 | 0,882 |
| Q 87 Assistenza sociale residenziale | 1,054 | 0,891 | 1,152 |
| Q 88 Assistenza sociale non residenziale | 1,063 | 0,928 | 0,923 |
| R 90-91 Arte e cultura | 1,187 | 0,805 | 0,692 |
| R 92 Lotterie e scommesse | 0,857 | 1,340 | 0,367 |
| R 93 Sport | 0,903 | 1,148 | 0,945 |
| S 95 Riparazione di beni | 0,994 | 1,078 | 0,682 |
| S 96 Altri servizi alla persona* | 0,889 | 1,105 | 1,232 |

* lavanderie, parrucchieri, estetisti, centri benessere, tatuaggi, servizi per animali, organizzazione di feste, pompe funebri

- Il settore terziario è una caratteristica distintiva delle aree urbane. I poli urbani contano circa **28 addetti terziari per abitante**, contro i 22 medi.
- Nelle altre aree, oscilla tra i **17,5 addetti pro capite** delle cinture urbane e i **16,3** delle aree periferiche.
- Le aree ultraperiferiche dato leggermente superiore (**17,3** addetti pro capite) per rarefazione della popolazione in presenza di servizi essenziali (es. commercio) e talora per la forte specializzazione turistica.
- Il rapporto tra addetti ai servizi e popol. è cresciuto nel decennio in tutti i segmenti territoriali. In media da 19,9 a 21,7

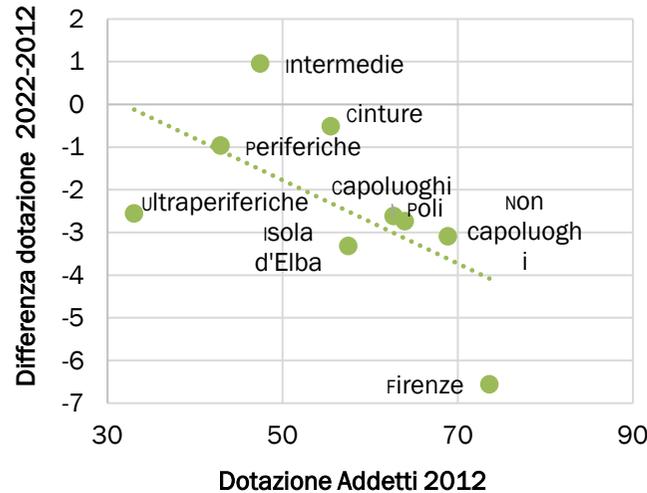
Aree Urbane: decisa **specializzazione** nei servizi **avanzati**, rivolti sia alle imprese che alla popolazione. Firenze spicca. A decrescere negli altri capoluoghi aree di cintura periferiche e ultraperiferiche.

Aree periferiche e ultraperiferiche: specializzate nel:

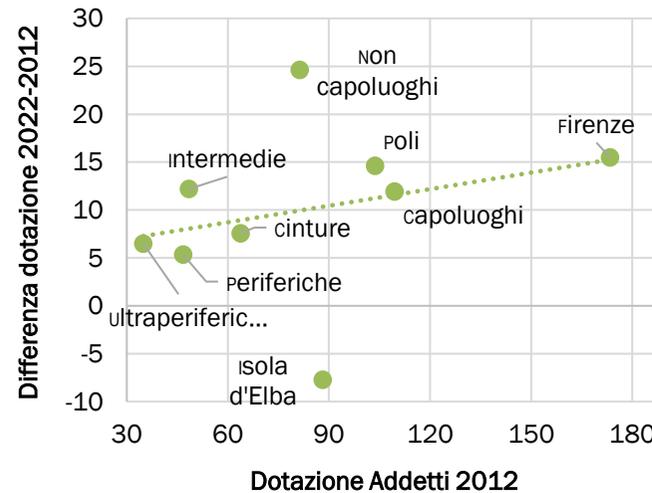
- commercio al dettaglio, in particolare alimentare (1,3 contro 1,1), per necessità di mantenere dei presidi di fornitura di beni essenziali in presenza di popolazione rarefatta
- attività associate al turismo (alberghi e ristoranti)
- assistenza sociale residenziale
- Altri servizi alla persona

ADDETTI PRO-CAPITE 2012 E VARIAZIONE AL 2022 PER MACROSETTORE E TIPOLOGIE TERRITORIALI

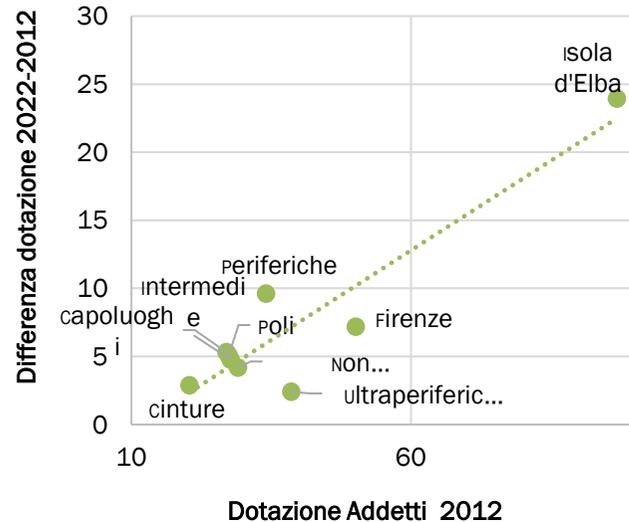
Addetti al commercio



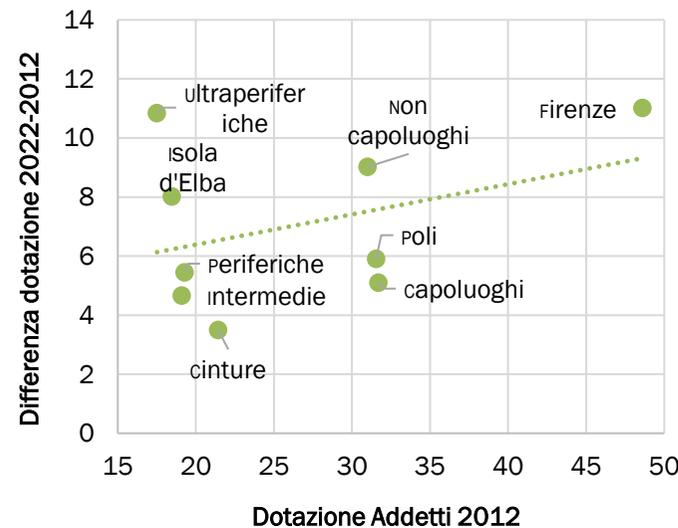
Addetti ai servizi alle imprese



Addetti ad alloggio e ristorazione



Addetti ai servizi alla persona



In generale emerge una relazione di tipo crescente, i luoghi a maggior dotazione nel 2012 sono anche quelli in cui l'indicatore è cresciuto di più nel decennio, andando a rafforzare concentrazione e specializzazione iniziale. Lo si vede bene in particolare nel comparto dei servizi turistici dove tuttavia il 2022 risulta un anno influenzato dal Covid-19.

Il commercio è l'unico macrosetto che ha subito una riduzione del rapporto addetti/abitanti fra 2012 e 2022 e a una maggiore dotazione iniziale corrisponde una riduzione più accentuata. Le aree urbane i poli e i capoluoghi e in particolare Firenze sono i più interessati da fenomeni di riorganizzazione e concentrazione. Connessi con la diffusione delle grandi catene nel non alimentare e dell'e-commerce

Interessante anche il ritmo di crescita di Firenze in termini di addetti ai servizi alle imprese pur partendo da una dotazione molto elevata.

Servizi alla persona. Crescono meno gli addetti nei territori di cintura e intermedi nei quali tende a concentrarsi la popolazione relativamente più giovane. Aree ultraperiferiche e Firenze sono viceversa quelle nelle quali l'invecchiamento sembra essere il driver principale del maggiore aumento degli addetti del settore.

Il Terziario nei centri storici: caratteri strutturali e evoluzione 2012-2022

Peso % di UL e Addetti del Centro Storico sul totale comunale per settore. 2022 (in rosso i settori di specializzazione)

| | UL | | | | Addetti | | | |
|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Firenze | Pisa | Siena | Lucca | Firenze | Pisa | Siena | Lucca |
| Industria e costruzioni | 16.0 | 19.8 | 13.5 | 6.0 | 10.9 | 9.8 | 3.8 | 2.7 |
| Commercio all'ingrosso | 14.1 | 26.4 | 14.2 | 6.7 | 11.7 | 15.2 | 6.5 | 3.5 |
| Commercio al dettaglio - alimentari. bevande. tabacchi | 33.7 | 43.4 | 38.8 | 16.1 | 35.7 | 40.5 | 33.6 | 12.5 |
| Commercio al dettaglio - s. culturali e ricreativi | 36.4 | 52.3 | 40.0 | 35.6 | 44.0 | 64.6 | 42.2 | 31.8 |
| Commercio al dettaglio - telefonia e informatica | 35.7 | 62.5 | 10.0 | 10.3 | 48.1 | 66.5 | 21.9 | 6.8 |
| Commercio al dettaglio - abbigliamento. calzature. cosmetici. gioielli | 56.8 | 56.9 | 44.7 | 43.9 | 64.4 | 58.2 | 45.3 | 44.7 |
| Commercio al dettaglio - farmaci e articoli sanitari | 35.9 | 45.5 | 25.0 | 15.4 | 31.4 | 32.6 | 20.2 | 13.6 |
| Commercio al dettaglio - altri beni | 39.9 | 45.1 | 38.7 | 26.8 | 29.2 | 30.7 | 36.9 | 14.8 |
| Alloggio | 61.8 | 44.5 | 38.8 | 27.2 | 76.6 | 45.9 | 38.0 | 28.5 |
| Ristorazione | 45.3 | 50.2 | 41.4 | 30.5 | 54.7 | 44.3 | 33.5 | 32.2 |
| Terziario avanzato | 26.3 | 42.7 | 27.4 | 13.8 | 23.8 | 38.0 | 37.6 | 12.4 |
| Servizi alle imprese | 20.6 | 21.8 | 16.0 | 8.8 | 14.9 | 19.2 | 12.6 | 3.6 |
| Servizi alle persone | 22.5 | 36.4 | 23.2 | 11.7 | 21.5 | 35.5 | 20.2 | 13.9 |
| TOTALE | 26.6 | 38.2 | 26.3 | 14.1 | 26.3 | 29.5 | 25.7 | 12.1 |
| Totale terziario | 28.2 | 40.5 | 27.7 | 15.7 | 28.9 | 34.0 | 29.6 | 14.8 |
| Totale commercio al dettaglio | 43.3 | 48.4 | 38.9 | 29.4 | 41.1 | 39.7 | 36.9 | 21.9 |

Pur con intensità diverse, i centri storici hanno visto una forte contrazione generalizzata del commercio al dettaglio, sia in termini di punti vendita (unità locali) che di addetti.

Sono diminuiti con percentuali attorno o superiori al -30% i punti vendita dei prodotti della moda nei centri storici di Siena e Lucca (ma anche -20% circa a Firenze e Pisa),

Sono diminuiti per circa 1/3 in media i punti di erogazione dei servizi culturali e di intrattenimento in tutti i centri storici, tra un quarto e la metà in termini di addetti.

La telefonia, invece, ha accresciuto la sua presenza a Firenze e Pisa, mentre l'ha ridotta a Siena e Lucca.

Andamento opposto, di forte espansione, ha caratterizzato i settori dell'alloggio e della ristorazione ma una buona performance la si nota anche nel segmento dei servizi alle imprese.

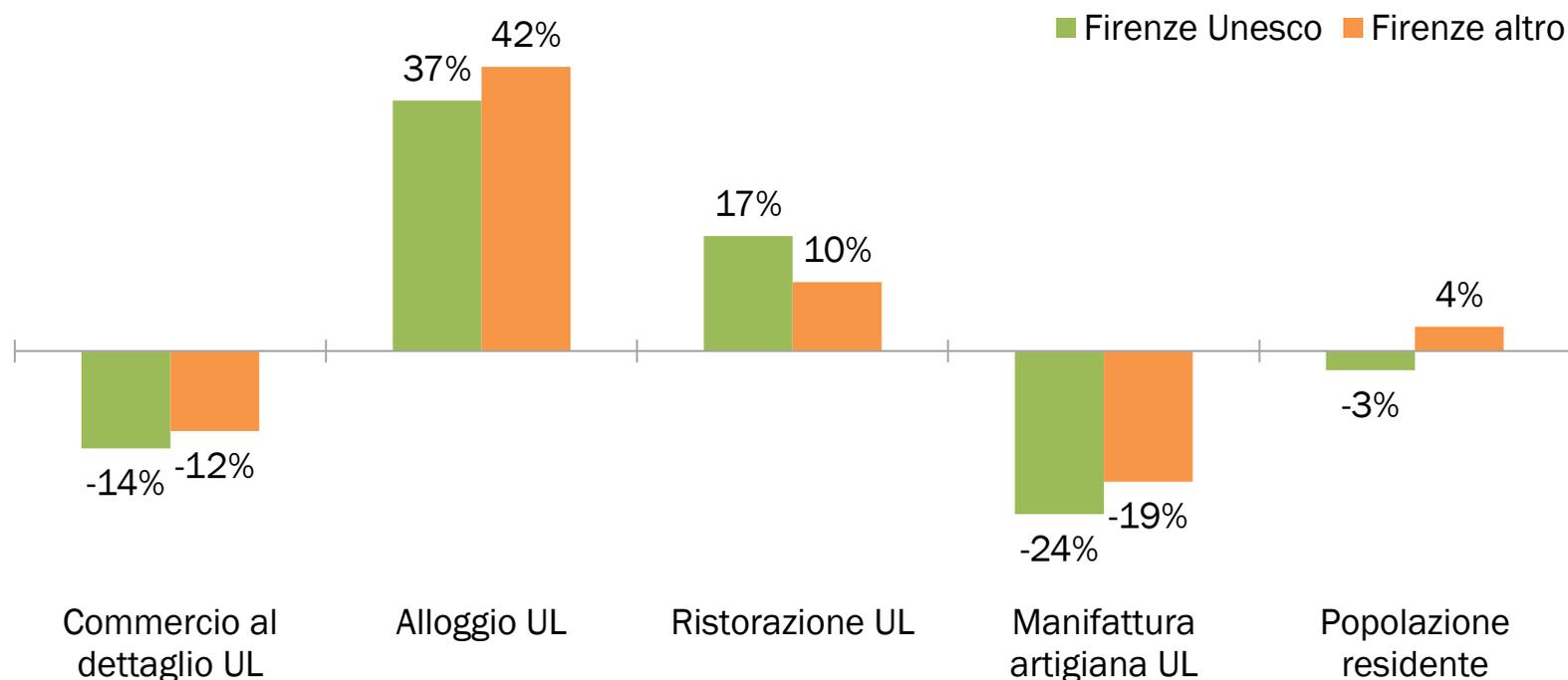
VARIAZIONI % DI UL e ADDETTI DEL CENTRO STORICO PER SETTORE. 2012-2022

| | Dinamica UL del Centro storico | | | | Dinamica ADDETTI del Centro storico | | | |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------|------------|-------------|-------------------------------------|------------|------------|-------------|
| | Firenze | Pisa | Siena | Lucca | Firenze | Pisa | Siena | Lucca |
| Commercio all'ingrosso | -31.2 | -12.4 | 5.7 | -4.5 | -17.4 | -11.3 | -2.2 | -27.7 |
| Commercio al dettaglio - alimentari, bevande, tabacchi | -16.2 | -10.4 | -14.5 | -32.6 | -16.5 | -9.4 | -22.8 | -37.7 |
| Commercio al dettaglio - s. culturali e ricreativi | -34.6 | -38.0 | -45.0 | -29.7 | -25.3 | -18.9 | -39.5 | -30.8 |
| Commercio al dettaglio - telefonia e informatica | 64.0 | 17.6 | -33.3 | -25.0 | 179.3 | 23.2 | 92.8 | -9.6 |
| Commercio al dettaglio - abbigliamento, calzature, cosmetici, gioielli | -18.0 | -19.6 | -31.6 | -30.2 | -14.5 | -10.8 | -29.2 | -27.4 |
| Commercio al dettaglio - farmaci e articoli sanitari | -1.6 | 5.3 | -33.3 | -25.0 | 20.0 | -6.9 | -37.6 | -10.5 |
| Commercio al dettaglio - altri beni | -8.7 | -6.1 | -11.7 | -8.9 | -8.5 | 26.0 | 67.0 | 8.9 |
| Alloggio | 36.8 | 60.6 | 41.8 | 25.0 | 8.9 | 7.6 | 8.5 | -3.4 |
| Ristorazione | 16.9 | 9.6 | 12.2 | 31.7 | 25.5 | 2.4 | 25.1 | 53.3 |
| Terziario avanzato | 5.3 | 2.1 | 2.3 | -8.4 | -0.8 | -6.0 | 27.4 | -23.9 |
| Servizi alle imprese | 19.3 | -14.4 | 27.0 | 24.1 | 11.1 | 12.9 | -58.4 | 27.5 |
| Servizi alle persone | 11.3 | 14.2 | 7.6 | 1.0 | 6.7 | 12.6 | -19.4 | 13.1 |
| TOTALE TERZIARIO | 2.5 | 2.1 | 0.5 | -5.9 | 4.2 | 2.5 | 5.2 | -1.6 |
| Totale commercio al dettaglio | -14.3 | -13.7 | -23.3 | -23.5 | -10.6 | 2.8 | 1.2 | -18.8 |

Il Terziario nei centri storici: caratteri strutturali e evoluzione 2012-2022

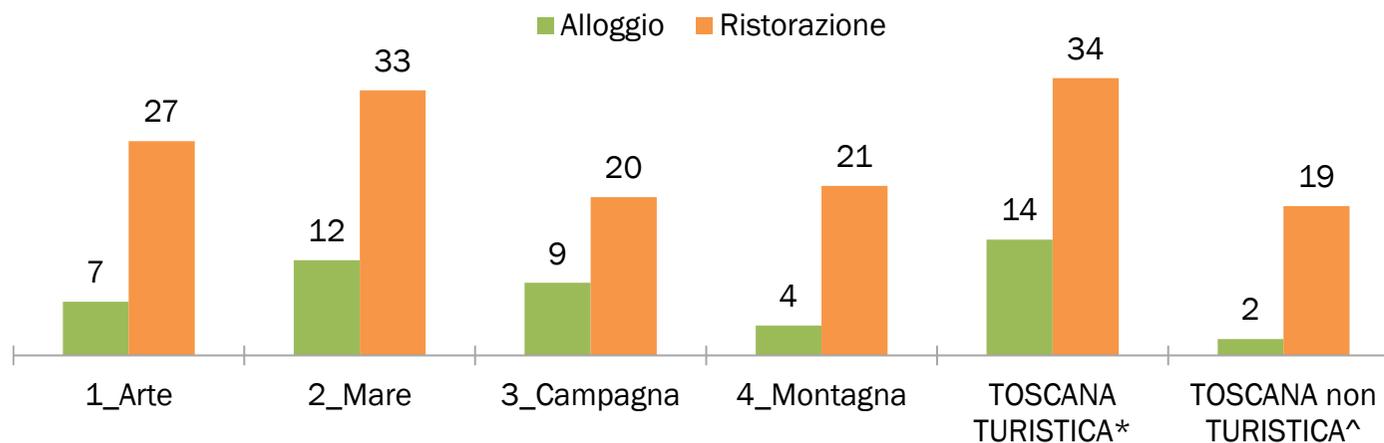
- I dati confermano la trasformazione del tessuto commerciale e più in generale produttivo sperimentata dalle aree urbane centrali, e lo spostamento dalle attività più tradizionali di acquisto di beni ad attività di fruizione di servizi per il tempo libero.
- Resta da esplorare , quanto questo nuovo aspetto dei centri urbani derivi dallo spiazzamento di altre attività con margini di redditività minori, o sia piuttosto andato a “riempire” dei vuoti lasciati da attività che erano già entrate in fase di declino per motivi economici e tecnologici.
- Occorrerà porre l’attenzione sui fattori di spinta e di attrazione e sulla conflittualità tra le funzioni urbane. Nel caso fiorentino ad esempio, un ruolo di rilievo hanno giocato le politiche urbane di ricollocazione in area non centrale di alcune grandi funzioni terziarie di qualità

VARIAZIONI % DI ADDETTI DEL CENTRO STORICO DI FIRENZE PER ALCUNI SETTORI . 2012-2022

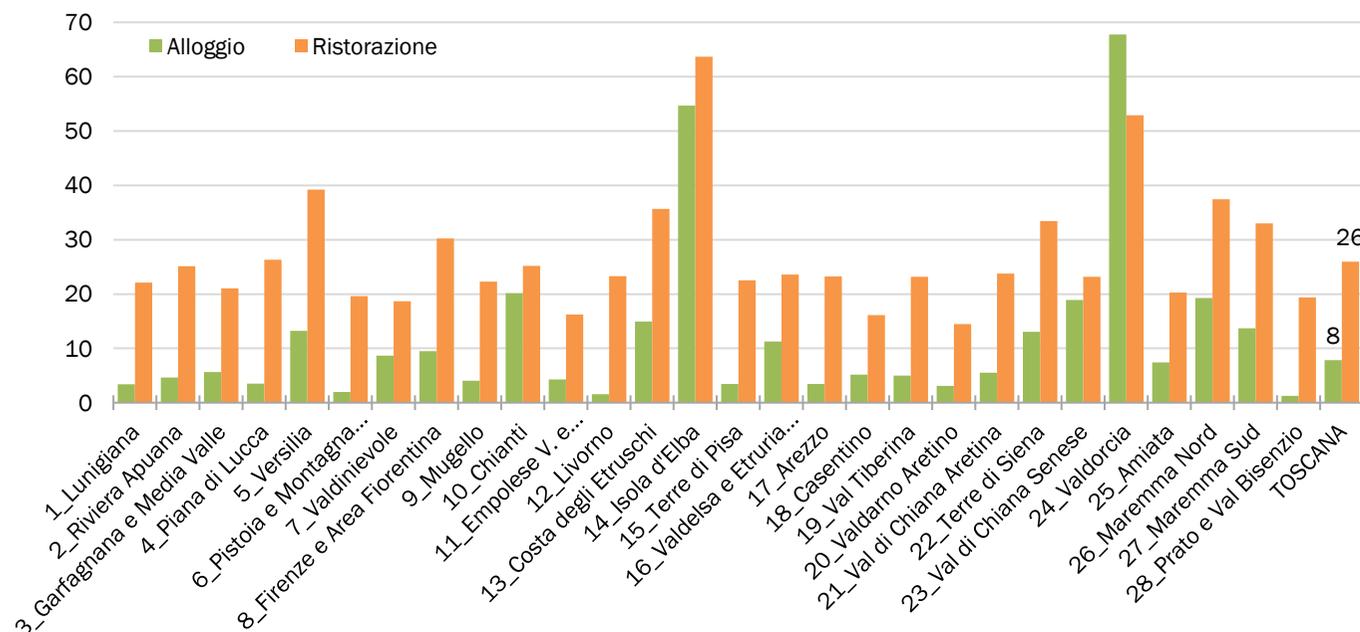


I settori core del turismo a scala di ambito

ADDETTI PER 1.000 ABITANTI AI SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE PER RISORSA TURISTICA. 2022



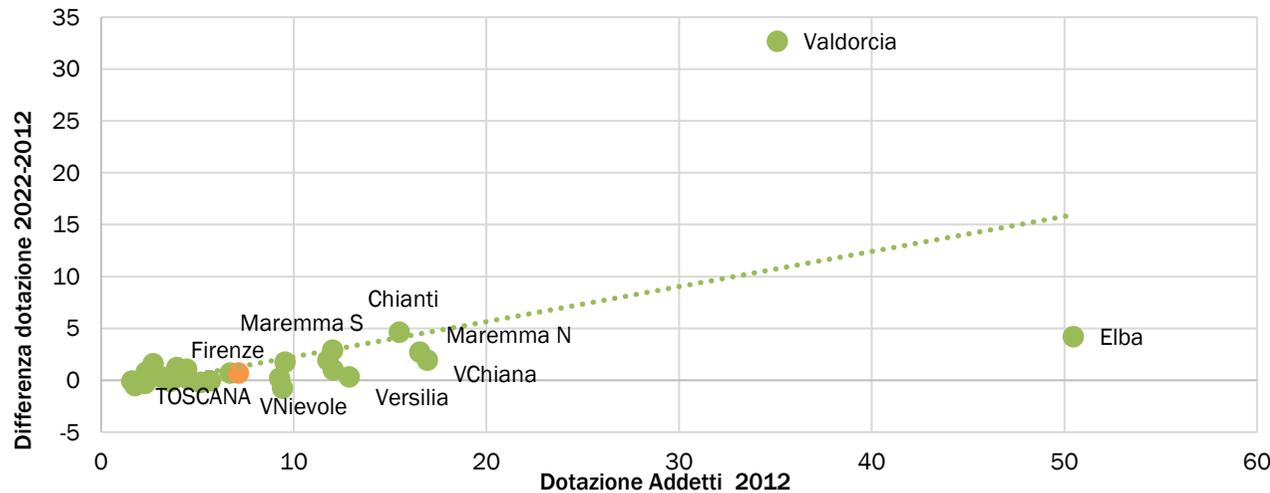
ADDETTI PER 1.000 ABITANTI AI SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE PER AMBITO TURISTICO. 2022



- Emerge la specializzazione trainata dal turismo culturale nelle città d'arte e anche in alcune particolari aree forti della campagna Toscana quelle a maggiore internazionalizzazione dei flussi
- Le aree balneari rappresentano in ogni caso l'altro polo di specializzazione turistica regionale
- Il più alto livello degli indicatori relativi alla ristorazione rispetto a quelli della ricettività riflette appieno, oltre a una probabile più alta intensità di lavoro del settore, una domanda che oltre ai turisti soddisfa gli escursionisti e il consumo non turistico dei residenti

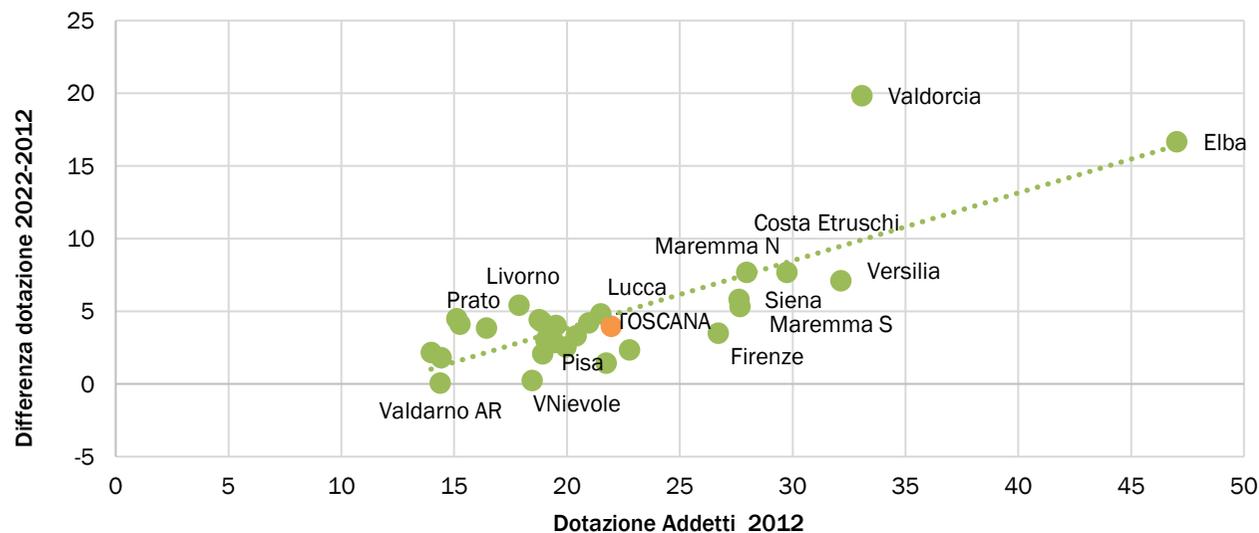
I settori core del turismo a scala di ambito

SERVIZI DI ALLOGGIO. ADDETTI PRO-CAPITE 2012 E VARIAZIONE AL 2022 PER AMBITO



- Nella ricettività emerge di nuovo un fenomeno di concentrazione della crescita degli addetti nei territori già forti in partenza. Una tendenza del resto coerente con la crescita dei flussi che ha caratterizzato il decennio, esclusa la pausa imposta dalla pandemia. Alcune specifiche aree più mature crescono meno rispetto a quelle di più recente sviluppo caratterizzate da un turismo esperienziale legato alla fruizione del territorio.

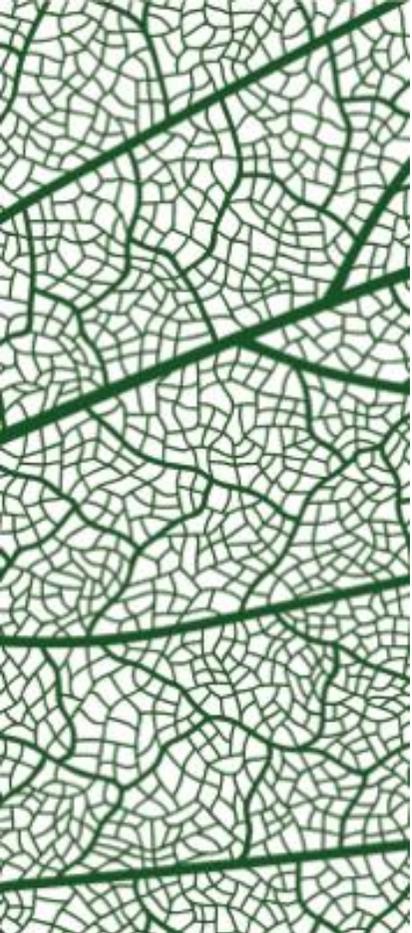
SERVIZI DI RISTORAZIONE. ADDETTI PRO-CAPITE 2012 E VARIAZIONE AL 2022 PER AMBITO



- I servizi di ristorazione, di contro, sono cresciuti di più e in modo più diffuso sul territorio, la dotazione per abitante, infatti, è salita sia nelle aree ad offerta più matura (Versilia, Elba), che in quelle di più recente sviluppo (Valdorcia, Costa degli Etruschi), sia infine nelle principali città (Lucca, Siena, Livorno, oltre a Firenze).

Conclusioni e Foreward

- Tra il 2012 e il 2022, l'economia toscana ha continuato il suo processo di terziarizzazione. Emergono dinamiche non meccanicamente riconducibili all'opposizione tra servizi tradizionali e tecnologicamente più avanzati ad alto valore aggiunto.
- Si riducono: il commercio, i trasporti (in particolare i servizi postali), le attività bancarie e assicurative e la pubblica amministrazione.
- Sono in crescita: alloggio e ristorazione), libere professioni, servizi alle imprese (di alta e bassa qualificazione), istruzione, sanità e assistenza sociale.
- I cambiamenti strutturali che emergono sembrano riconducibili a:
 - i. Dinamiche demografiche quali l'aumento dell'età media e la rarefazione di alcune fasce di popolazione nelle aree ultraperiferiche e in alcuni centri storici cittadini
 - ii. Cambiamenti negli stili di vita e di consumo del famiglie
 - iii. Avvento della digitalizzazione
 - iv. Aumento della domanda turistica
 - v. Nel commercio:
 - la diffusione delle grandi catene commerciali in alcuni settori non alimentari,
 - la maturità della diffusione della grande distribuzione organizzata,
 - il ritorno delle medie strutture distributive commercio alimentare in particolare in alcuni centri storici
- Declinazioni territoriali. Le città ospitano servizi avanzati (informatica, professioni, sanità, cultura) e servizi turistici, mentre le aree periferiche e più marginali hanno una base più tradizionale, con un forte peso di commercio al dettaglio e talora della ristorazione
- Dinamiche dei centri storici: nei centri storici delle città d'arte (Firenze, Pisa, Siena, Lucca), si conferma il declino del commercio al dettaglio (in particolare abbigliamento e calzature) a fronte di una forte espansione dei servizi di alloggio e ristorazione. La ristorazione, in particolare, è spinta anche dalla domanda dei residenti.
- La puntuale georeferenziazione delle unità locali e l'utilizzo di ulteriori fonti dati che includano variabili economiche permetterà di specificare e verificare alcune delle ipotesi di ricerca ancora rimaste aperte. In particolare rispetto ai driver del cambiamento, agli usi conflittuali o complementari dello spazio e al dilemma tra complementarità e spiazzamento tra differenti tipologie di attività economica.



XLVI Conferenza scientifica annuale

Pescara, 10-12 settembre 2025

L'evoluzione del terziario in Toscana nel decennio 2012-2022

Iommi S., Marinari D., Agnoletti C., Conti E.

IRPET