



Provincia di Piacenza
Ufficio Statistica
(a cura di Lorenzo Turci)

L'evoluzione delle strutture di vendita in provincia di Piacenza dall'inizio degli anni 2000 ad oggi.

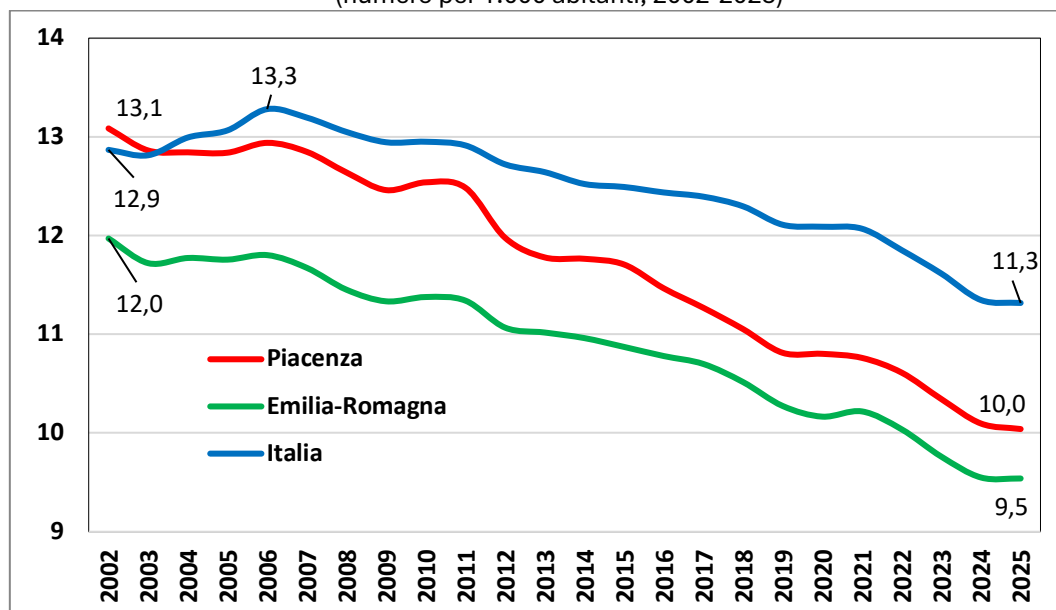
La struttura del commercio nel sistema economico piacentino è stata analizzata nelle sue quattro forme principali: il commercio al dettaglio in sede fissa, il commercio ambulante, il commercio solo via internet e la grande distribuzione organizzata (GDO). L'analisi che segue le esamina una alla volta, leggendo per ciascuna i livelli di densità per abitante e il confronto con le province limitrofe, con l'Emilia-Romagna e con l'Italia. I dati provengono dall'Osservatorio Nazionale del Commercio e si fermano all'ultimo anno disponibile, che varia secondo la forma considerata.

Le serie del 2025 di alcune forme risentono di un'operazione amministrativa di aggiornamento del Registro delle Imprese, che ha prodotto numerose cessazioni d'ufficio. Il calo registrato in quell'anno per gli ambulanti e per il commercio via internet va quindi letto tenendo conto di questo fattore, e non interpretato come una contrazione economica reale di pari intensità. Per la grande distribuzione, invece, dal 2022 cambiano fonte e classificazione: la serie storica si spezza e non è confrontabile con gli anni precedenti.

Il commercio al dettaglio in sede fissa

Il commercio al dettaglio in sede fissa è la forma più diffusa. La densità di esercizi ogni mille abitanti (Fig. 1) descrive un calo lungo e costante, più veloce a Piacenza rispetto al livello regionale e nazionale: si passa da 13,1 nel 2002 a 10,0 nel 2025 (-23,3%), contro una contrazione media di -20,3% in Emilia-Romagna e di -12,1% in Italia. Se nel 2002 Piacenza aveva una densità superiore al livello nazionale, nei ventitré anni successivi si è progressivamente avvicinata alla media regionale, che nel 2025 è stata di 9,5 esercizi ogni mille abitanti.

Fig. 1 – Gli esercizi del commercio al dettaglio in sede fissa
(numero per 1.000 abitanti, 2002-2025)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

In valore assoluto gli esercizi piacentini scendono da 3.474 nel 2002 a 2.889 nel 2025 (-16,8%), un calo percentuale inferiore solo a Pavia (-21,3%) (Tab. 1).

Tab. 1 – Gli esercizi del commercio al dettaglio in sede fissa
(province limitrofe, valori assoluti, 2002-2025)

	2002	2006	2010	2014	2019	2023	2024	2025	Var. % '02-'25
Piacenza	3.474	3.566	3.588	3.382	3.097	2.952	2.892	2.889	-16,8%
Parma	4.877	5.097	5.182	5.051	4.773	4.436	4.380	4.386	-10,1%
Cremona	3.385	3.423	3.346	3.179	3.063	2.893	2.820	2.859	-15,5%
Lodi	1.861	1.916	1.843	1.799	1.725	1.609	1.555	1.559	-16,2%
Pavia	5.736	5.656	5.525	5.343	4.770	4.484	4.448	4.512	-21,3%
E-R	48.294	49.509	49.738	48.607	45.863	43.453	42.609	42.708	-11,6%
Italia	735.889	777.090	776.365	755.045	722.234	684.944	668.823	667.085	-9,3%

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 2 – La densità degli esercizi del commercio al dettaglio in sede fissa
(province limitrofe, numero per 1.000 abitanti, 2002-2025)

	2002	2006	2010	2014	2019	2023	2024	2025	Var. % '02-'25
Piacenza	13,1	12,9	12,5	11,8	10,8	10,3	10,1	10,0	-23,3%
Parma	12,3	12,4	12,0	11,4	10,5	9,8	9,6	9,6	-22,1%
Cremona	10,0	9,8	9,3	8,8	8,6	8,2	8,0	8,1	-19,6%
Lodi	9,3	9,0	8,2	7,9	7,6	7,0	6,8	6,7	-27,5%
Pavia	11,6	10,9	10,2	9,8	8,8	8,3	8,2	8,3	-28,6%
E-R	12,0	11,8	11,4	11,0	10,3	9,8	9,5	9,5	-20,3%
Italia	12,9	13,3	13,0	12,5	12,1	11,6	11,3	11,3	-12,1%

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

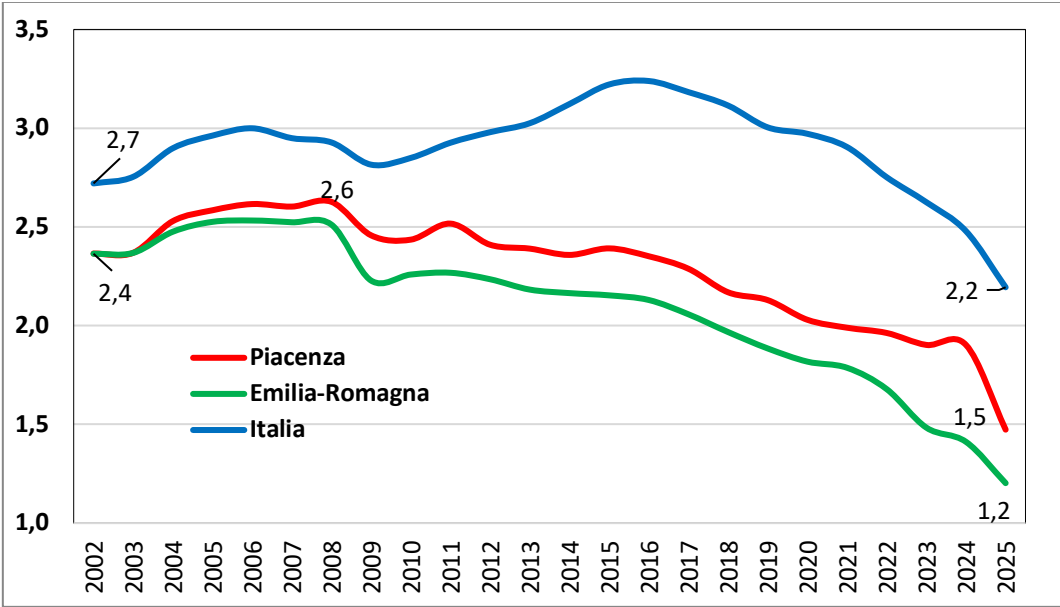
Rispetto alle province limitrofe, nonostante il calo, Piacenza ha mantenuto ogni anno il primato in termini di densità di esercizi in sede fissa: con 10,0 esercizi ogni mille abitanti nel 2025, Piacenza ha la densità più alta tra le cinque province messe a confronto: seguono Parma (9,6), Pavia (8,3), Cremona (8,1) e Lodi (6,7). Il valore piacentino supera anche la media dell'Emilia-Romagna (9,5) e resta inferiore solo a quello nazionale (11,3). La rete dei negozi tradizionali si dirada ovunque, ma a Piacenza muove da un livello relativamente alto e tale si mantiene. Una lettura per comparto, che l'Osservatorio regionale del commercio dell'Emilia-Romagna ricava su universo ISTAT-Infocamere (diverso quindi da quello dell'Osservatorio Nazionale usato qui), aggiunge un dettaglio: il calo di lungo periodo è trainato dal non alimentare, eroso dalla concorrenza dell'e-commerce, mentre l'alimentare regge meglio per prossimità e dimensione fisica dell'acquisto. Piacenza ha la quota di esercizi alimentari più alta della regione (31,3 per cento, alla pari con Ferrara), un profilo merceologico che conferma la vocazione tradizionale del tessuto locale.

Il commercio ambulante

Il commercio ambulante segue un profilo proprio (Fig. 2). A Piacenza la densità sale da 2,4 esercizi ogni mille abitanti nel 2002 fino a un massimo intorno a 2,6 nel 2008, poi scende con regolarità fino a 1,9 nel biennio 2023-2024. Nel 2025 il dato crolla a 1,5.

Fig. 2 – Gli esercizi del commercio ambulante

(numero per 1.000 abitanti, 2002-2025)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Questa caduta merita una spiegazione: in valore assoluto gli ambulanti piacentini passano da 545 nel 2024 a 424 nel 2025, cioè 121 unità in meno in un solo anno, oltre un quinto dello stock (Tab. 3). Un salto di questa ampiezza non riflette l'uscita reale di altrettanti operatori dal mercato: la flessione è dovuta principalmente all'aggiornamento del Registro delle Imprese e alla cessazione d'ufficio di circa 115 imprese individuali del comparto. La serie dell'Osservatorio Nazionale del Commercio e quella camerale di Infocamere sono distinte e partono da livelli diversi, ma registrano lo stesso identico calo di 121 unità, segno che il fenomeno è il medesimo. Per questo il 2025 va commentato come ultimo dato disponibile, con la consapevolezza che la sua entità ha una componente di natura amministrativa. Depurato dalla componente d'ufficio, il calo reale del comparto resta in linea con il trend discendente di lungo periodo già visibile dal 2008, e non configura una rottura strutturale del 2025.

Tab. 3 – Gli esercizi del commercio ambulante

(province limitrofe, valori assoluti, 2002-2025)

	2002	2006	2010	2014	2019	2023	2024	2025
Piacenza	628	721	697	678	610	543	545	424
Parma	766	797	728	685	565	433	424	387
Cremona	734	837	786	783	756	579	562	510
Lodi	444	476	408	402	367	309	297	258
Pavia	1.089	1.196	1.096	1.158	948	805	778	724
E-R	9.539	10.625	9.876	9.601	8.414	6.606	6.299	5.384
Italia	155.584	175.531	170.845	188.274	179.201	154.831	146.118	129.353

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Anche al netto di questo scalino, la densità ambulante piacentina resta alta nel confronto con le province limitrofe (Tab. 4). Nel 2025 il valore di 1,5 esercizi ogni mille abitanti è il più elevato tra le province limitrofe: Cremona segue a 1,4, Pavia a 1,3, Lodi a 1,1 e Parma a 0,8. Piacenza supera la media regionale (1,2) e resta sotto solo al dato nazionale (2,2). Pur in calo, l'ambulantato locale conserva un peso superiore alla media dell'Emilia-Romagna. La densità elevata convive però con una struttura dei mercati meno solida. Il rapporto regionale su mercati e posteggi (dati 2024) assegna a Piacenza il numero più basso di mercati dell'Emilia-Romagna (52) e, insieme a Parma, la quota più alta di posteggi senza concessione decennale (35%): un dato che la stessa fonte legge, con cautela, come segnale indiretto di minore attrattività e stabilità delle attività. Mercati e posteggi sono cosa distinta dagli esercizi ambulanti contati qui, ma il segnale merita attenzione.

Tab. 4 – La densità degli esercizi del commercio ambulante
(province limitrofe, numero per 1.000 abitanti, 2002-2025)

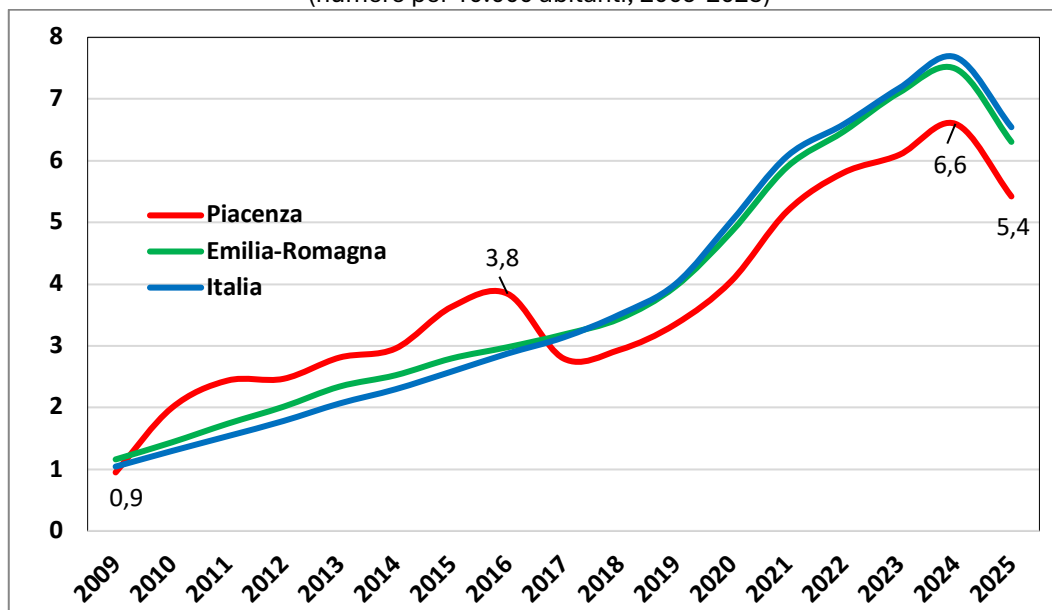
	2002	2006	2010	2014	2019	2023	2024	2025
Piacenza	2,4	2,6	2,4	2,4	2,1	1,9	1,9	1,5
Parma	1,9	1,9	1,7	1,5	1,2	1,0	0,9	0,8
Cremona	2,2	2,4	2,2	2,2	2,1	1,6	1,6	1,4
Lodi	2,2	2,2	1,8	1,8	1,6	1,3	1,3	1,1
Pavia	2,2	2,3	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4	1,3
E-R	2,4	2,5	2,3	2,2	1,9	1,5	1,4	1,2
Italia	2,7	3,0	2,8	3,1	3,0	2,6	2,5	2,2

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Il commercio solo via internet

Rispetto al commercio svolto esclusivamente via internet, a Piacenza la densità ogni diecimila abitanti parte da 0,9 nel 2009, sale fino a un massimo di 3,8 nel 2016, arretra a 2,8 nel 2017 e poi riprende a crescere, fino a 6,6 nel 2024, per poi scendere a 5,4 nel 2025 (Fig. 3). Il calo del 2017 registrato a Piacenza (-30 unità) non trova movimenti analoghi nelle province limitrofe, che anzi nel 2017 sono tutte cresciute, tranne Lodi, stabile. Il secondo calo, quello del 2025, vede invece tutte le province calare, così come il livello regionale e nazionale, a causa anche qui dell'aggiornamento del Registro delle Imprese.

Fig. 3 – Gli operatori del commercio solo via Internet
(numero per 10.000 abitanti, 2009-2025)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

In termini quantitativi il numero di operatori del commercio solo via internet risulta a Piacenza inferiore rispetto alle province limitrofe, con l'eccezione di Lodi (Tab. 5).

Tab. 5 – Gli operatori del commercio solo via Internet
(province limitrofe, valori assoluti, 2009-2025)

	2009	2012	2014	2016	2017	2019	2023	2024	2025
Piacenza	27	71	85	110	80	96	174	189	156
Parma	45	49	60	69	125	163	284	296	265
Cremona	22	62	77	77	87	127	208	220	186
Lodi	19	29	38	47	47	59	115	107	92
Pavia	63	102	126	136	140	190	293	346	287
E-R	503	889	1.119	1.322	1.415	1.769	3.164	3.343	2.823
Italia	6.223	10.744	13.847	17.265	18.800	23.860	42.337	45.265	38.569

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Per quanto riguarda la densità, nel confronto territoriale Piacenza si colloca su valori vicini a quelli delle province limitrofe (Tab. 6). Con 5,4 esercizi ogni diecimila abitanti nel 2025 supera Lodi (4,0) ed è

allineata a Cremona (5,2), Pavia (5,3) e Parma (5,8), restando un po' sotto la media regionale (6,3) e quella nazionale (6,5). Il quadro è quello di un territorio sostanzialmente allineato al contesto, senza distacchi rilevanti rispetto alle aree vicine. Una nota di prospettiva si impone sulla confrontabilità futura della serie. Dal 2025 la nuova classificazione Ateco abbandona il canale di vendita come criterio di classificazione: la distinzione tra vendita in sede fissa e vendita solo online perde significato statistico, perché la gran parte degli operatori opera ormai in modalità ibrida. La categoria del "commercio solo via internet" è quindi destinata a sfumare nelle rilevazioni camerali e ISTAT. I dati dell'Osservatorio Nazionale usati qui la riportano ancora fino al 2025, ma negli anni successivi il confronto andrà ripensato.

Tab. 6 – La densità degli operatori del commercio solo via Internet
(province limitrofe, numero per 10.000 abitanti, 2009-2025)

	2009	2012	2014	2016	2017	2019	2023	2024	2025
Piacenza	0,9	2,5	3,0	3,8	2,8	3,4	6,1	6,6	5,4
Parma	1,0	1,1	1,4	1,5	2,8	3,6	6,3	6,5	5,8
Cremona	0,6	1,7	2,1	2,2	2,4	3,6	5,9	6,2	5,2
Lodi	0,9	1,3	1,7	2,1	2,1	2,6	5,0	4,6	4,0
Pavia	1,2	1,9	2,3	2,5	2,6	3,5	5,4	6,4	5,3
E-R	1,2	2,0	2,5	3,0	3,2	4,0	7,1	7,5	6,3
Italia	1,0	1,8	2,3	2,9	3,1	4,0	7,2	7,7	6,5

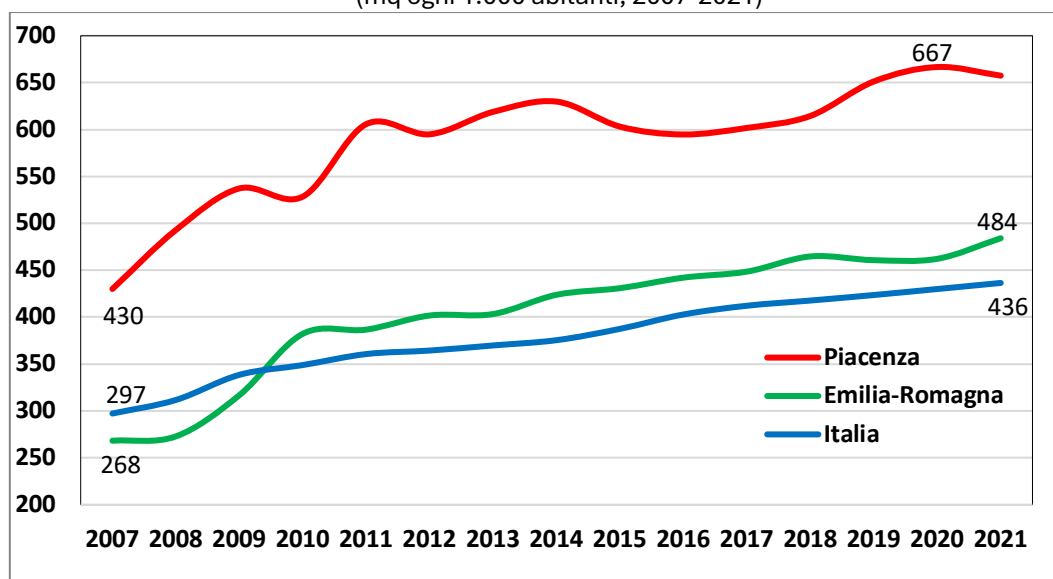
Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

La grande distribuzione organizzata

La grande distribuzione organizzata richiede una premessa metodologica. Fino al 2021 i dati provengono dall'Osservatorio Nazionale del Commercio secondo la classificazione allora in vigore. Dal 31 dicembre 2022 la rilevazione adotta la classificazione Ateco 2007 aggiornata, attinge all'archivio statistico delle unità locali dell'ISTAT integrato con il Registro delle Imprese e introduce i Discount come categoria autonoma: le grandi superfici specializzate vengono ridefinite. Di conseguenza, i valori fino al 2021 e quelli dal 2022 in poi non sono confrontabili. Il salto di livello che si osserva tra il 2021 e il 2022 è in larga parte un effetto del cambio di metodo, non una variazione reale del territorio. Le due serie vanno quindi lette separatamente, e in questo commento sono tenute distinte.

Nella serie 2007-2021 (Fig. 4), la superficie della GDO ogni mille abitanti a Piacenza sale da 430 metri quadrati nel 2007 a 657 nel 2021, con un massimo di 667 toccato nel 2020. L'andamento è irregolare: crescita fino al 2014, una flessione nel biennio 2015-2016, poi una nuova salita fino al 2020 e un lieve arretramento nel 2021. Nello stesso periodo, l'Italia passa da 297 a 436 metri quadrati ogni mille abitanti, l'Emilia-Romagna da 268 a 484.

Fig. 4 – La superficie totale della GDO
(mq ogni 1.000 abitanti, 2007-2021)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 7 – La superficie totale della GDO
(province limitrofe, valori assoluti, metri quadrati, 2007-2021)

	2007	2010	2012	2014	2017	2019	2020	2021
PC	119.909	151.212	171.313	181.046	172.225	186.550	189.165	186.355
PR	96.249	147.935	168.167	195.875	217.011	219.228	216.651	244.642
CR	116.209	134.851	140.704	132.143	139.584	144.638	143.757	173.627
LO	112.927	112.378	117.566	117.509	138.556	132.051	131.322	132.481
PV	201.900	264.071	285.415	302.316	333.978	343.062	354.864	356.460
E-R	1.138.811	1.670.646	1.773.549	1.879.263	1.993.980	2.056.632	2.051.451	2.142.283
IT	17.533.133	20.913.725	21.960.357	22.634.732	24.700.581	25.260.198	25.467.823	25.760.889

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 8 – La densità della GDO per abitante
(province limitrofe, mq per 1.000 abitanti, 2007-2021)

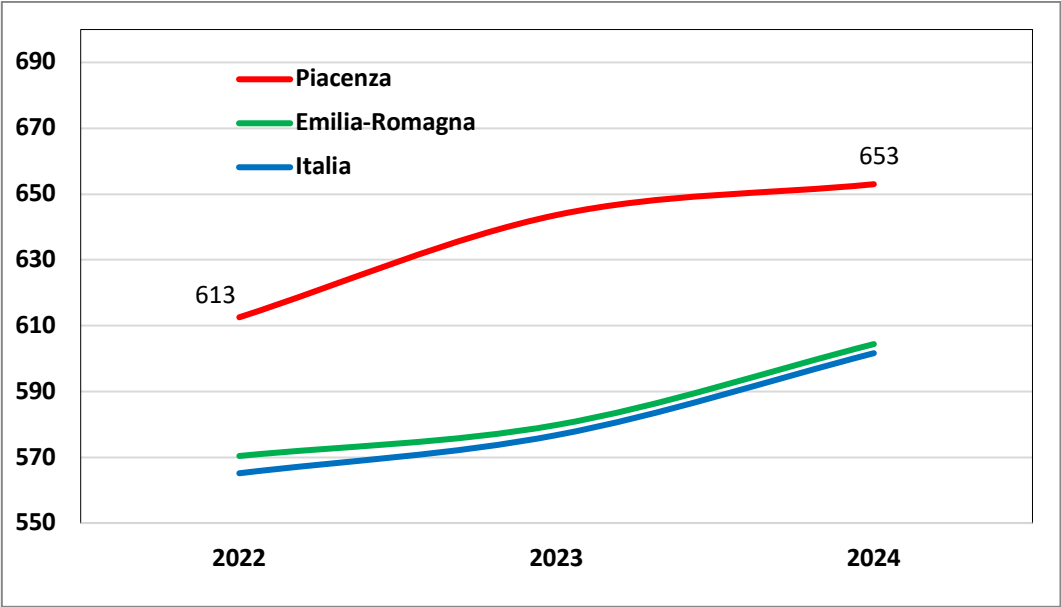
	2007	2010	2012	2014	2017	2019	2020	2021
Piacenza	430	528	595	630	602	651	667	657
Parma	230	342	383	441	482	482	482	545
Cremona	328	375	390	368	392	406	408	494
Lodi	518	501	518	516	611	581	578	583
Pavia	384	489	524	555	617	635	662	667
E-R	268	382	402	424	448	461	462	484
Italia	297	349	364	375	412	424	430	436

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Il punto saliente di questa prima serie è il forte sovradimensionamento relativo di Piacenza. Nel 2021 i 657 metri quadrati ogni mille abitanti la collocano quasi alla pari con Pavia (667) e ben sopra tutte le altre: Lodi 583, Parma 545, Cremona 494, la media regionale 484 e quella nazionale 436. Fino al 2021, quindi, Piacenza disponeva di una dotazione di superfici di vendita della grande distribuzione largamente superiore a quella dei territori di confronto.

Questa lettura va però aggiornata alla luce della nuova serie (Fig. 5). Tra il 2022 e il 2024 la densità piacentina si muove tra 613 e 653 metri quadrati ogni mille abitanti. Nello stesso periodo, le medie di livello regionale e nazionale, ricalcolate con il nuovo metodo, salgono molto: l'Italia arriva a 602 e l'Emilia-Romagna a 604 metri quadrati ogni mille abitanti nel 2024. Il risultato è un riallineamento: nel 2024 Piacenza (653) non è più in testa: è superata da Lodi (697) e Parma (683) e resta sopra solo a Cremona (578) e Pavia (573) (Tab. 10).

Fig. 5 – La superficie totale della GDO
(mq ogni 1.000 abitanti, 2022-2024)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 9 – La superficie totale della GDO
(province limitrofe, valori assoluti, metri quadrati, 2022-2024)

	2022	2023	2024
Piacenza	174.099	183.686	187.051
Parma	292.563	297.949	311.240
Cremona	192.491	199.424	204.619
Lodi	140.967	155.556	160.532
Pavia	308.640	307.855	310.333
E-R	2.531.171	2.581.371	2.696.843
Italia	33.341.814	34.011.578	35.462.614

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 10 – La densità della GDO per abitante
(province limitrofe, mq per 1.000 abitanti, 2022-2024)

	2022	2023	2024
Piacenza	613	644	653
Parma	648	656	683
Cremona	547	565	578
Lodi	618	678	697
Pavia	575	572	573
E-R	570	580	604
Italia	565	577	602

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

La superficie totale di Piacenza con l'entrata in vigore del nuovo metodo di conteggio passa da 186.355 a 174.099 (i due numeri non sono confrontabili) e poi cresce fino ad arrivare a 187.051 nel 2024. A cambiare è il metro di misura, perché il nuovo universo statistico (con i Discount e la base ISTAT) alza i valori rilevati a livello nazionale e regionale più di quanto faccia per Piacenza. Il marcato vantaggio relativo che il territorio mostrava fino al 2021 si attenua quindi in larga parte per effetto della discontinuità di misurazione, prima ancora che per dinamiche economiche locali.

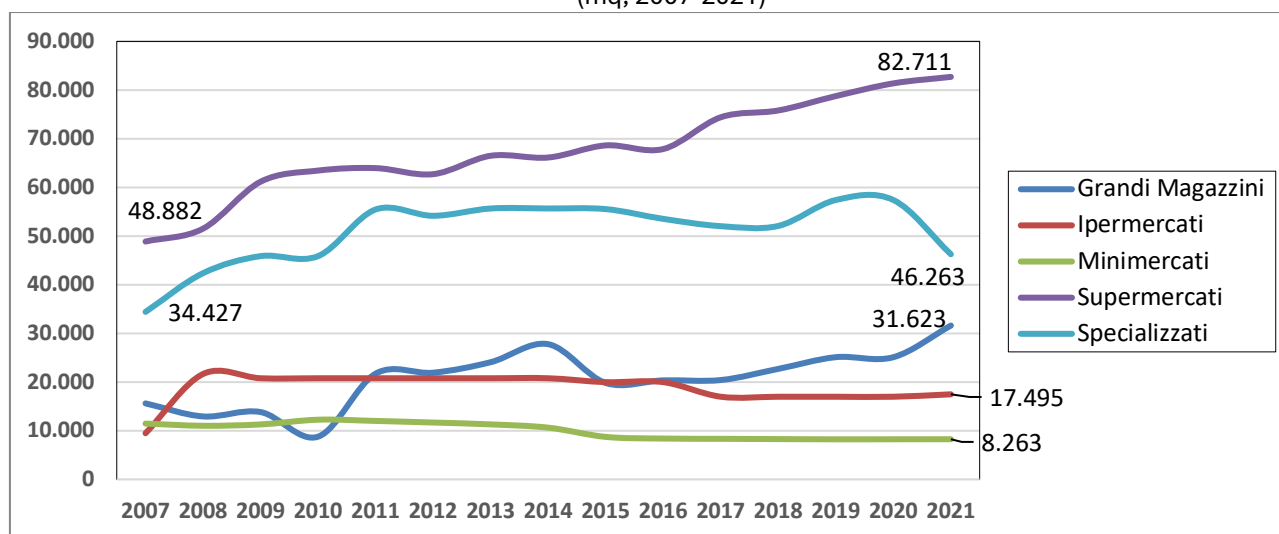
La grande distribuzione per tipologia

La composizione per tipologia¹ completa il quadro, di nuovo con due serie separate.

Nella serie 2007-2021 (Fig. 6, Tab. 11) la superficie della GDO piacentina è dominata dai supermercati, la cui superficie cresce nel periodo considerato da 48.882 a 82.711 metri quadrati e arriva a pesare il 44% del totale nel 2021 (Fig. 7). Seguono le grandi superfici specializzate (46.263 mq, circa un quarto del totale), che dopo una salita fino al massimo del 2018-2019 ripiegano nel 2021; i grandi magazzini (31.623 mq, 17 per cento), in crescita nel 2021; gli ipermercati (17.495 mq, 9 per cento), sotto i massimi del 2010-2014; i minimercati (8.263 mq, poco più del 4 per cento), scesi di circa il 28% dal 2007 e stabili dal 2016. Il totale del 2021 è di 186.355 metri quadrati. Il primato del supermercato non è una particolarità isolata. Nell'analisi della distribuzione grocery regionale Piacenza spicca per la quota di supermercati più alta dell'Emilia-Romagna dopo Reggio Emilia, a conferma di un assetto distributivo centrato su questo formato.

¹ Definizioni in vigore fino alla rilevazione 2021 (Osservatorio Nazionale del Commercio). Il "grande magazzino" è un esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, organizzato prevalentemente a libero servizio, che dispone di una superficie di vendita uguale o superiore a 400 mq e di un assortimento di prodotti, in massima parte di largo consumo, appartenenti a differenti merceologie, generalmente suddivisi in reparti. Il "supermercato" è un esercizio al dettaglio operante nel campo alimentare, organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita uguale o superiore a 400 mq e di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo ed in massima parte preconfezionati nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente. L'"ipermercato" è un esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 mq, suddiviso in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino. Il "minimercato" è un esercizio al dettaglio in sede fissa operante nel campo alimentare con una superficie di vendita che varia tra 200 e 399 mq e che presenta le medesime caratteristiche del supermercato. La "grande superficie specializzata" è un esercizio al dettaglio operante nel settore non alimentare (spesso appartenente a una catena distributiva a succursali) che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su una superficie di vendita non inferiore ai 1.500 mq.

Fig. 6 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(mq, 2007-2021)



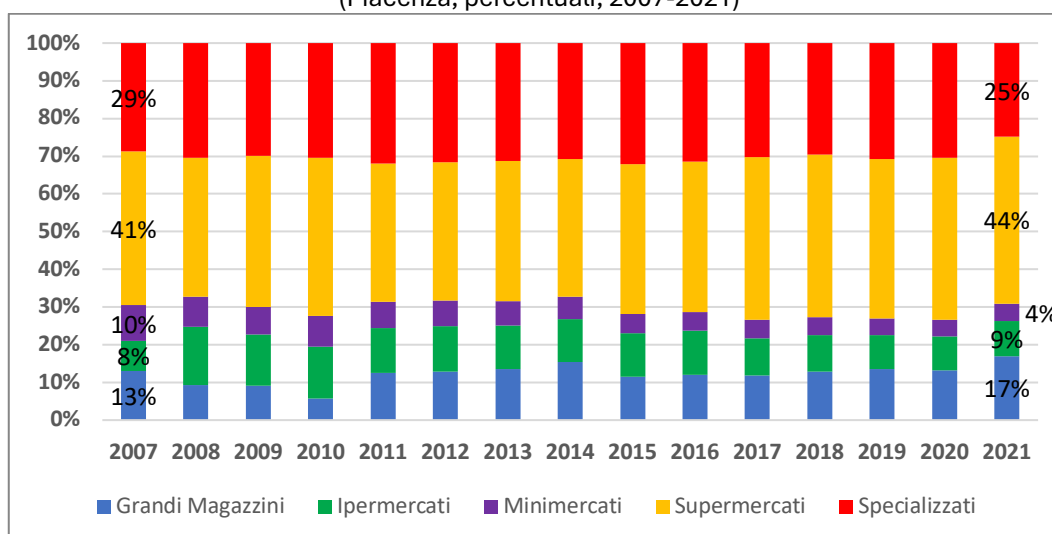
Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Tab. 11 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(Piacenza, valori assoluti, metri quadrati, 2007-2021)

	2007	2010	2012	2014	2017	2019	2020	2021
Gr. Magazzini	15.628	8.792	21.933	27.793	20.425	25.126	25.121	31.623
Ipermercati	9.495	20.793	20.793	20.793	16.995	16.995	16.995	17.495
Minimercati	11.477	12.277	11.693	10.645	8.349	8.248	8.256	8.263
Supermercati	48.882	63.463	62.723	66.144	74.417	78.767	81.379	82.711
Specializzati	34.427	45.887	54.171	55.671	52.039	57.414	57.414	46.263
TOTALE	119.909	151.212	171.313	181.046	172.225	186.550	189.165	186.355

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

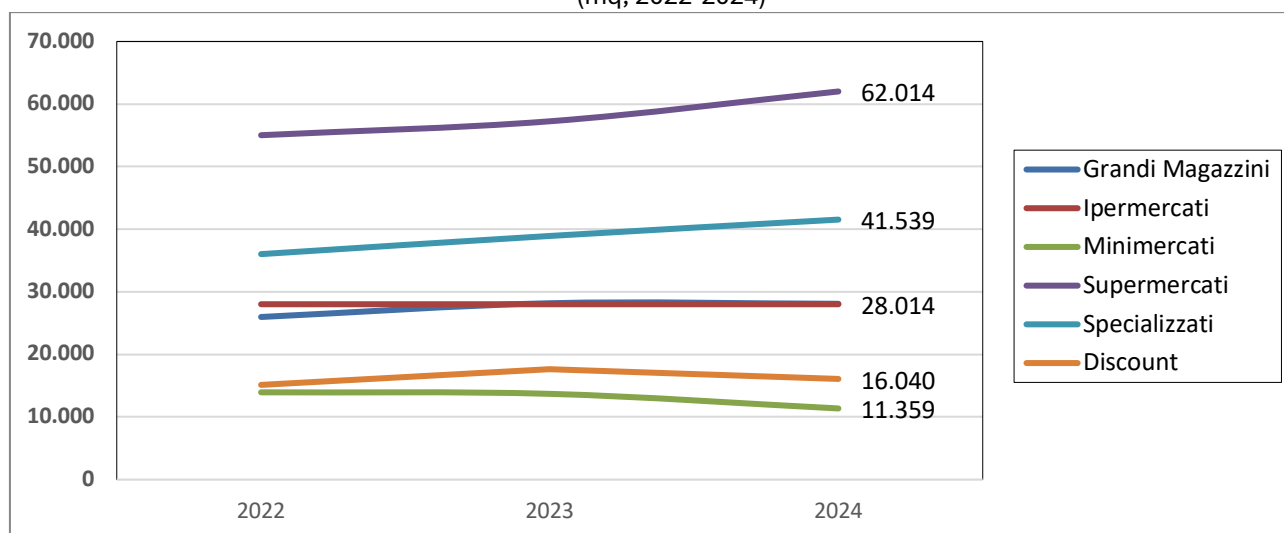
Fig. 7 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(Piacenza, percentuali, 2007-2021)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Nella serie 2022-2024 (Fig. 8, Tab. 12) la fotografia si ricompone, anche per l'ingresso dei Discount². Nel 2024 i supermercati restano in testa con 62.014 metri quadrati (33% del totale), seguiti dalle superfici specializzate (41.539 mq, 22%). Grandi magazzini e ipermercati si attestano su valori molto vicini, intorno ai 28.000 metri quadrati ciascuno (15% a testa). I Discount entrano con 16.040 metri quadrati (circa il 9%), mentre i minimercati scendono a poco più di 11.000. Il totale 2024 è di 187.051 metri quadrati. Tra il 2022 e il 2024 i movimenti interni più chiari sono la crescita dei supermercati (da 55.023 a 62.014 mq, +12,7%) e delle superfici specializzate (da 36.022 a 41.539 mq, +15,3%) e il calo dei minimercati (-18,5%). L'ingresso dei Discount come voce autonoma non è un artificio classificatorio. Nella distribuzione moderna regionale i discount sono cresciuti di oltre il 140 per cento dal 2007, sospinti dalla domanda di convenienza in una fase di inflazione e di erosione del potere d'acquisto: è su scala regionale e di lungo periodo che il formato si espande di più. Nella serie piacentina i discount entrano dal 2022 con circa il 9 per cento della superficie totale e nel triennio restano intorno a quel livello, senza una tendenza netta; la loro comparsa come categoria separata riflette la dinamica nazionale e regionale, prima ancora di un movimento locale marcato.

Fig. 8 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(mq, 2022-2024)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

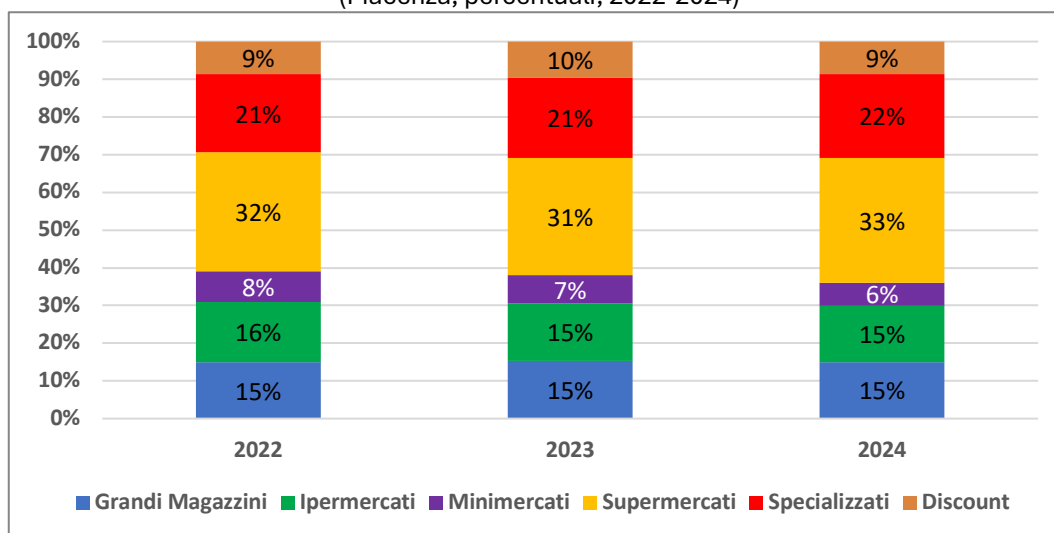
² Definizioni adottate dalla rilevazione al 31 dicembre 2022, su classificazione Ateco 2007 (Osservatorio Nazionale del Commercio). Ipermercati (47.11.1): esercizi di vendita al dettaglio di grande superficie (normalmente superiore a 2.500 mq), articolati in reparti (alimentari e non alimentari), ciascuno dei quali avente le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino. Supermercati (47.11.2): esercizi di vendita al dettaglio operanti nel settore alimentare, organizzati prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispongono di una superficie di vendita normalmente superiore a 400 mq e di un vasto assortimento di prodotti alimentari in prevalenza preconfezionati, nonché articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali. Discount di alimentari (47.11.3): esercizi di vendita al dettaglio in sede fissa di superficie medio-grande che, attuando una politica di abbattimento dei costi di impianto, di gestione e di servizio, offrono in self-service una gamma limitata di prodotti, generalmente non di marca, a prezzi contenuti rispetto alla media di mercato. Minimercati (47.11.4): esercizi di vendita al dettaglio in sede fissa che attuano la vendita di prodotti quasi esclusivamente alimentari su una superficie normalmente fino a 400 mq. Grandi magazzini (47.19.1): attività dei grandi magazzini che offrono un'ampia gamma di prodotti, inclusi articoli di abbigliamento, mobili, elettrodomestici, ferramenta, cosmetici, gioielli, giocattoli, articoli sportivi eccetera, oppure esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare, che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno cinque distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare), ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo. Grande superficie di vendita specializzata: struttura distributiva appartenente a uno dei gruppi Ateco 2007 47.4, 47.5, 47.6, 47.7, con superficie di vendita non inferiore ai 1.500 mq.

Tab. 12 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(Piacenza, valori assoluti, metri quadrati, 2022-2024)

	2022	2023	2024
Grandi Magazzini	25.976	28.174	28.085
Ipermercati	28.014	28.014	28.014
Minimercati	13.937	13.693	11.359
Supermercati	55.023	57.248	62.014
Specializzati	36.022	38.924	41.539
Discount	15.126	17.634	16.040
TOTALE	174.099	183.686	187.051

Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Fig. 9 – La superficie della GDO in provincia di Piacenza per tipologia
(Piacenza, percentuali, 2022-2024)



Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio

Sintesi

Le quattro forme, lette insieme, mostrano due tratti distinti. Il primo è la tenuta del commercio tradizionale: sia il dettaglio in sede fissa sia l'ambulante presentano una densità per abitante superiore alla media regionale, e in più di un caso la più alta tra le province di confronto. La rete dei negozi si dirada, come ovunque, ma parte da una dotazione relativamente ricca. Il commercio via internet, dal canto suo, si colloca su valori in linea con quelli dei territori vicini.

Il secondo tratto riguarda la grande distribuzione. Fino al 2021 Piacenza presentava un sovradimensionamento marcato delle superfici di vendita, ai vertici tra le province considerate. Nella serie 2022-2024 questo vantaggio si è largamente riallineato ai valori regionali e nazionali, in parte per dinamiche reali e in parte per effetto del cambio di metodo statistico. Resta aperta la domanda di fondo: se la dotazione storicamente elevata di superfici sia il segno di un'offerta sovrabbondante rispetto alla popolazione residente, oppure il riflesso della capacità del territorio di attrarre consumatori dalle province limitrofe.