



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

4.

I PRINCIPALI CENTRI E
COMPLESSI COMMERCIALI DEL
FRIULI VENEZIA GIULIA

2 0 2 0



Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

Presidenza della Regione

Direzione generale

Direttore generale: Franco Milan

Servizio programmazione, pianificazione strategica, controllo di gestione, statistica e sicurezza sul lavoro

Direttore: Gianluca Dominutti

Segreteria informativa:

Paola Cotterle

Elaborazione e analisi dati:

Ilaria Silvestri

Piazza Unità d'Italia, 1 - 34121 Trieste

tel + 39 040 377 2228

fax + 39 040 377 2032

pianificazionestrategica@regione.fvg.it

www.regione.fvg.it/statistica

Progetto grafico:

Ufficio di gabinetto della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

Riproduzioni e stampe, anche parziali, dovranno riportare in modo visibile la fonte e la proprietà dell'informazione.

Ai sensi del D.lgs. n.322/1989 e della L.R. n. 14/2012 il Servizio programmazione, pianificazione strategica, controllo di gestione, statistica e sicurezza sul lavoro svolge le funzioni di Ufficio statistica della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia e fa parte del Sistema statistico nazionale (Sistan).

La presente edizione è stata chiusa in redazione il giorno 30 ottobre 2020.

SINTESI DEI DATI

- La regione Friuli Venezia Giulia è caratterizzata dalla presenza di grandi centri commerciali, in misura anche maggiore ad altre regioni italiane. La dimensione media degli esercizi commerciali al dettaglio è la più alta d'Italia. L'aumento delle superfici di vendita, in particolare di quelle della grande distribuzione, è costante.
- Dall'analisi dell'Ufficio di statistica della Regione sui *big data* telefonici, i siti commerciali di maggior richiamo risultano quelli situati nel comune di Martignacco, dove si trova il centro commerciale Città fiera, e le Aree commerciali di Reana Del Rojale, Tavagnacco e Udine, con almeno 10.000 visitatori al giorno, seguiti dal centro commerciale di Villesse con oltre 7.000 visitatori.
- Dai dati di settembre 2019 – settembre 2020 emerge una netta preferenza per le visite nei siti di interesse commerciale durante il fine settimana. Il giorno con più presenze è il sabato, seguito dalla domenica e dal venerdì, il meno frequentato è il mercoledì. I visitatori italiani da fuori regione prediligono la domenica e frequentano di meno il lunedì, gli stranieri sono più numerosi di sabato. Durante il lockdown (marzo – maggio 2020), invece, i siti commerciali risultano frequentati di più nei giorni feriali e di meno nel fine settimana.
- Nella seconda metà del 2019 i periodi di affluenza massima nei siti di interesse commerciale corrispondono ai giorni della vigilia di Natale e il fine settimana coincidente con il c.d. Black Friday - da venerdì 29 novembre (+32% di presenze rispetto alla media della serie) a domenica 1° dicembre - con picchi più accentuati nelle strutture di maggiori dimensioni. Punti di minima affluenza sono il giorno di Natale e quelli infrasettimanali tra il 20 e il 23 ottobre.
- Relativamente ai visitatori stranieri, nei siti considerati si rileva la presenza in particolare di persone provenienti da Croazia, Austria, Slovenia, Romania e Germania. Il fine settimana del Black Friday è particolarmente attrattivo per croati e sloveni mentre le vacanze di Natale richiamano anche austriaci e tedeschi. I giorni del ponte del 1° novembre attirano soprattutto visitatori austriaci.
- L'ammontare delle presenze registrate nel 2020 è condizionato dalle diverse fasi dell'emergenza sanitaria Covid-19: una prima contrazione delle presenze nei siti di interesse commerciale si registra prima del lockdown, tra il 21 febbraio e l'11 marzo (-14% complessivamente e - 48% tra i visitatori stranieri). Tra l'11 marzo e il 17 maggio le presenze sono il 47% in meno rispetto al periodo pre-lockdown per il totale dei visitatori, l'83% in meno per gli stranieri. Queste riduzioni risultano ancora più accentuate durante il mese di aprile, per i visitatori stranieri e nelle strutture che ne attirano di più.
- Già nelle prime due settimane di maggio si registra una ripresa delle presenze, soprattutto di italiani, residenti e non, e durante i mesi estivi il recupero è graduale e generalizzato: tra il 18 maggio, giorno di riapertura della maggior parte delle attività commerciali, e il 30 giugno, le presenze medie registrate nei siti di interesse sono il 52% in più rispetto al periodo di chiusura.
- Fino a giugno i visitatori stranieri nei siti di interesse commerciale hanno continuato a mancare dalla nostra regione per poi recuperare a luglio e soprattutto ad agosto, mese in cui le presenze più numerose sono di austriaci e tedeschi e si registra l'arrivo in misura rilevante anche di stranieri da Francia, Ungheria e Belgio. Sloveni e croati risultano più numerosi nei mesi autunnali del 2019 rispetto a quelli estivi del 2020.
- Dal confronto tra i valori di settembre 2020 e lo stesso mese del 2019 emerge che le presenze totali nei siti di interesse commerciale sono diminuite del 10% complessivamente, del 4% per i visitatori che provengono da fuori regione e del 18% per quelli provenienti dall'estero.

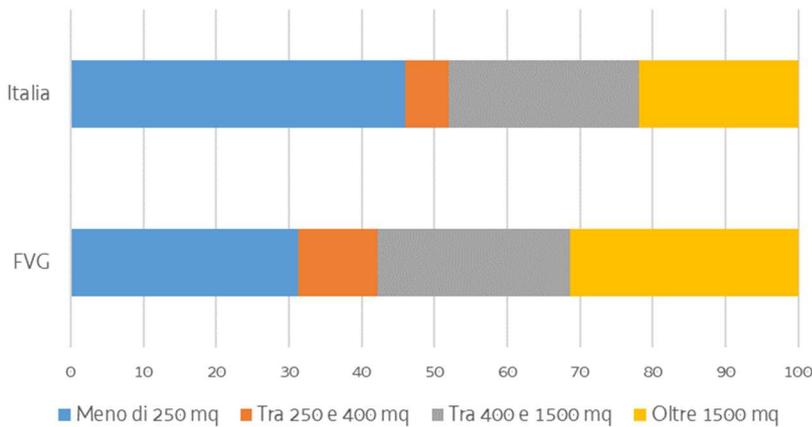
INDICE

La Grande distribuzione in FVG.....	4
L'analisi delle presenze nei principali siti commerciali.....	6
Il periodo settembre-dicembre 2019: andamento settimanale ed effetto delle festività.....	9
L'effetto dell'emergenza sanitaria e le riaperture durante la stagione estiva 2020.....	13

LA GRANDE DISTRIBUZIONE IN FVG

Rispetto alle altre regioni italiane il settore del commercio del Friuli Venezia Giulia è caratterizzato da una quantità inferiore di piccoli esercizi commerciali e da un numero maggiore, e di maggior dimensione, di esercizi della grande distribuzione. Il numero di esercizi di vendita al dettaglio per abitante è inferiore alla maggior parte delle altre regioni: pari a 9,8 per mille abitanti, dietro Lombardia, provincia di Bolzano e Veneto. Il dato di superficie rivela invece il primato del Friuli Venezia Giulia: i punti vendita sono mediamente i più estesi, con 190 mq in media rispetto ai 159 del Nord-Est e i 132 italiani. Questo risultato è confermato in termini di maggior superficie per abitante e vale anche per la Grande Distribuzione (GD): 77 mq per 100 abitanti in FVG, 41 in Italia.

Superfici degli esercizi commerciali in sede fissa per classe di superficie (composizione %). Anno 2019

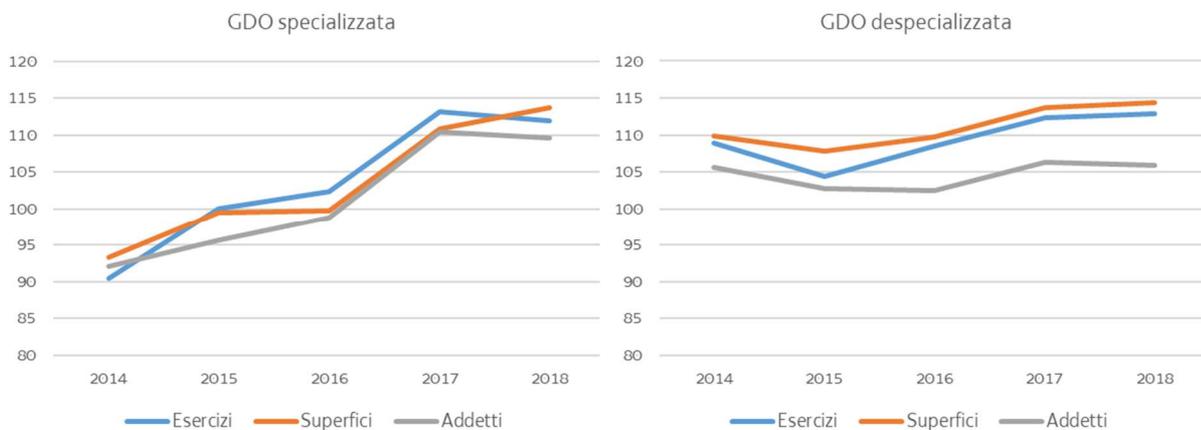


Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di statistica su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico

Nell'ambito della Grande Distribuzione (GD) si possono distinguere due principali categorie:

- Grande Distribuzione specializzata, ossia gli esercizi che sono specializzati nella vendita in un unico settore, (arredamento, elettronica, abbigliamento ecc.). Si tratta di punti vendita di grandi dimensioni, oltre 3.600 mq, e con 29 addetti per esercizio, in media.
- Grande Distribuzione despecializzata che comprende ipermercati, supermercati, minimercati e grandi magazzini. I punti vendita hanno mediamente 990 mq di superficie e 16 addetti per esercizio.

Esercizi, superfici e addetti della GDO specializzata e despecializzata in Friuli Venezia Giulia. Numeri indice base 2013=100. Anni 2014-2018



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di statistica su dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio del Ministero dello Sviluppo Economico

Il numero di questi punti vendita è aumentato nel tempo, dai 535 del 2008, ai 611 del 2013, ai 689 del 2018. Più ancora si sono sviluppate le loro dimensioni, visto un incremento complessivo del 14% dei mq dal 2013 al 2018. In termini di addetti, l'aumento è più netto nella GD specializzata (+10% dal 2013, contro il +6% degli addetti della GD despecializzata). La forza lavoro è caratterizzata da una netta prevalenza femminile, pari al 65% su 12.150 addetti totali.

La legge regionale LR 29/2005 e la successiva modifica della LR 15/2012 tutela le esigenze di "armonico sviluppo del sistema distributivo, di salvaguardia e sviluppo sostenibile del territorio e dell'ambiente, nonché dell'interesse dei consumatori". Ai sensi della Legge Regionale possono essere stabilite limitazioni all'insediamento di esercizi di vendita per motivazioni di equilibrio urbanistico, salvaguardia e tutela dell'ambiente, tutela del pluralismo e dell'equilibrio tra le diverse tipologie distributive.

Ai sensi della normativa, l'Osservatorio Regionale del Commercio¹ opera per monitorare la rete commerciale in coordinamento con l'Osservatorio nazionale costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico. L'Osservatorio Regionale elabora e diffonde ai soggetti richiedenti i dati aggregati per la programmazione e la conoscenza del settore commerciale, monitora le superfici di vendita, esprime i pareri in merito alla congruità dei piani comunali di settore per le grandi strutture e dei criteri per le medie strutture maggiori; inoltre, monitora l'evoluzione della disciplina in materia di aperture e orari degli esercizi e collabora, mediante l'analisi dei dati di monitoraggio, all'estensione della "clausola valutativa" di cui all'articolo 105 della legge regionale 29/2005.

Per la clausola valutativa relativa al triennio 2015 – 2017 sono stati elaborati i dati di dettaglio comunale, riferiti all'intera rete distributiva regionale, aggiornati al 31 dicembre 2017 e utilizzati per il presente report. In base alle definizioni normative e ai dati raccolti, i principali oggetti di analisi sono definiti come segue:

- centro commerciale al dettaglio: un insieme di più esercizi al dettaglio, realizzati secondo un progetto unitario, con infrastrutture e servizi gestiti unitariamente, la cui superficie complessiva di vendita sia superiore a 1.500 mq e la cui prevalente destinazione commerciale possa essere integrata da servizi all'utenza diversi da quelli esclusivamente commerciali, incluse le attività di intrattenimento e svago, con esclusione delle attività di vendita all'ingrosso;
- complesso commerciale: un insieme di più esercizi sia di vicinato, che di media o grande struttura, insediati in uno o più edifici, funzionalmente o fisicamente integrati tra loro, o che facciano parte di un unico Piano attuativo la cui superficie complessiva di vendita sia superiore a 1.500 mq e la cui prevalente destinazione commerciale possa essere integrata da servizi all'utenza diversi da quelli esclusivamente commerciali, incluse le attività di intrattenimento e svago.

¹ Si veda il sito internet: <http://www.regione.fvg.it/rafvfg/cms/RAFVG/economia-imprese/commercio-terziario/FOGLIA5/>

L'ANALISI DELLE PRESENZE NEI PRINCIPALI SITI COMMERCIALI

L'analisi che segue è concentrata sui centri o complessi commerciali con almeno 10 mila mq di superficie attivata, dove per "attivata" si intende la superficie dell'esercizio commerciale autorizzato e funzionante. Si tratta di centri di grandi dimensioni, con un'offerta spesso molto diversificata, tanto da poter essere considerate delle moderne 'piazze' di svago, dei luoghi di incontro per i cittadini o di attrazione per lo shopping turistico.

Lo studio riguarda quindi non tanto la dimensione commerciale o il valore delle vendite, ma l'attrattività di alcuni di questi centri, misurata in termini di presenze di visitatori regionali, da fuori regione oppure stranieri. Tali informazioni sono prodotte da Vodafone Italia, nel rispetto della privacy, tramite lo strumento Vodafone Analytics a partire alle schede telefoniche attive in determinati luoghi e periodi, per una determinata durata temporale.

Le stime si basano sul conteggio, per ogni giorno, degli utenti unici di una determinata area², presenti per almeno un'ora. Le analisi prodotte sono inferenziate al totale della popolazione di riferimento che ha almeno un telefono cellulare: le stime pertanto tengono conto di tutti gli operatori telefonici rilevati sul territorio, compresi quelli esteri³, e fanno riferimento all'utenza sia di tipo business che privato. In generale, il conteggio delle "presenze" è una variabile *proxy* di quello dei visitatori del sito commerciale. Il numero di visitatori, che si intende analizzare, può essere sovra o sotto stimato a causa di diversi fattori, che in parte possono compensarsi. La sottostima può derivare da:

- nel sito sono presenti persone senza un telefono cellulare. Si tenga conto che nel caso dei minori che la posseggano, la SIM risulta intestata ad altra persona adulta, elemento che va preso in considerazione per eventuali analisi sull'età dei visitatori;
- vanno a visitare il sito commerciale persone che abitano nei pressi (in certi casi nello stesso comune) e che pertanto non vengono conteggiate due volte (una volta a casa, una volta nel sito commerciale);
- la visita al sito è di durata inferiore all'ora;
- la stessa persona visita più volte in un giorno lo stesso centro commerciale o diverse parti dello stesso complesso commerciale (viene contata una presenza sola).

Si può incorrere in una sovrastima se:

- le persone presenti non sono visitatori del sito commerciale, ma personale addetto o altra persona presente nella zona per altri scopi;
- la zona individuata dal sistema è più ampia rispetto a quella strettamente dedicata al sito commerciale;
- nel calcolo degli stranieri, alcuni residenti possono avere una scheda telefonica straniera.

I grandi centri e complessi commerciali in alcuni casi sono situati all'interno o nei dintorni di grandi centri urbani o suburbani (ad esempio: Torri d'Europa a Trieste o Terminal Nord a Udine), in altri sono sorti in zone più isolate, in territori di comuni di piccole-medie dimensioni (outlet village di Aiello, Tiare di Villesse). Nel primo caso la scelta è stata di indagare una porzione di territorio, e il relativo segnale telefonico, specificatamente selezionata ai fini di questa analisi; nel secondo caso, il dato della zona commerciale si sovrappone a quello comunale complessivo, che verrà tenuto in considerazione in sede di analisi per opportune correzioni.

² Nota: per esempio, se un utente nel medesimo giorno era al mattino in provincia di A, al pomeriggio in provincia di B, e la sera di nuovo in provincia di A, contribuirà come presenza (utente unico) per una unità relativamente alla provincia di A e una unità relativamente alla provincia di B per quel giorno.

³ Nota: le definizioni delle aree di abitazione degli utenti si basano sulla residenza telefonica degli utenti, definita dalla cella notturna prevalente degli ultimi due mesi precedenti all'analisi. L'area di abitazione può essere sia interna all'intera Area ("interni"), sia per tutto il territorio nazionale. L'attribuzione della nazionalità degli utenti stranieri avviene sulla base del codice MCC (Mobile Country Code) della SIM.

Per la presente analisi sono stati considerati i seguenti siti di interesse commerciale:

PALMANOVA OUTLET VILLAGE: centro commerciale di quasi 13 mila mq⁴ situato nel comune di Aiello. Per la rilevazione delle presenze di visitatori sono stati presi in considerazione i dati dei comuni di Aiello e Visco;

COMPLESSO COMMERCIALE "EMMEZETA": di quasi 16 mila mq situato nel comune di Bagnaria Arsa, a cui si riferiscono i dati analizzati;

COMPLESSI COMMERCIALI DI FIUME VENETO: nella zona Nord del Comune di Fiume Veneto sono situati a poca distanza due complessi per una superficie totale di quasi 30 mila mq. Anche in questo caso i dati di partenza sono quelli del comune di Fiume Veneto e non è stata individuata una zona suburbana specifica;

PRADAMANO SHOPPING CENTER: centro commerciale di oltre 17 mila mq situato a Pradamano;

VILLESSE SHOPPING CENTRE: centro commerciale di 53 mila mq le cui presenze sono rilevate sia a Villesse (comune di ubicazione), sia a Romans d'Isonzo (comune limitrofo);

AREE COMMERCIALI REANA DEL ROJALE, TAVAGNACCO E UDINE: è una somma di siti commerciali afferenti a tre comuni, che si snodano lungo la via Nazionale a partire dal 'Terminal nord' di Udine, per un totale di oltre 64 mila mq di superficie attivata. La scelta di aggregare più centri è funzionale ad avere un quadro unico per una zona ad alta densità 'commerciale', per quanto l'area così definita possa comprendere anche strutture di diversa destinazione. Al punto di interesse così individuato è sommato il comune di Tavagnacco;

CITTÀ FIERA: complesso commerciale situato a Martignacco con una superficie di oltre 61 mila mq. L'area di riferimento è la somma del punto di interesse specificatamente individuato e del comune di Martignacco;

MONTEODORO FREETIME: centro commerciale di oltre 19 mila mq, situato a Muggia. I dati si riferiscono al punto di interesse appositamente individuato.

GRAN SHOPPING BELFORTE A MONFALCONE: centro commerciale di quasi 14 mila mq, situato a Monfalcone. I dati si riferiscono al punto di interesse appositamente individuato.

Non rientrano invece nell'analisi le seguenti unità:

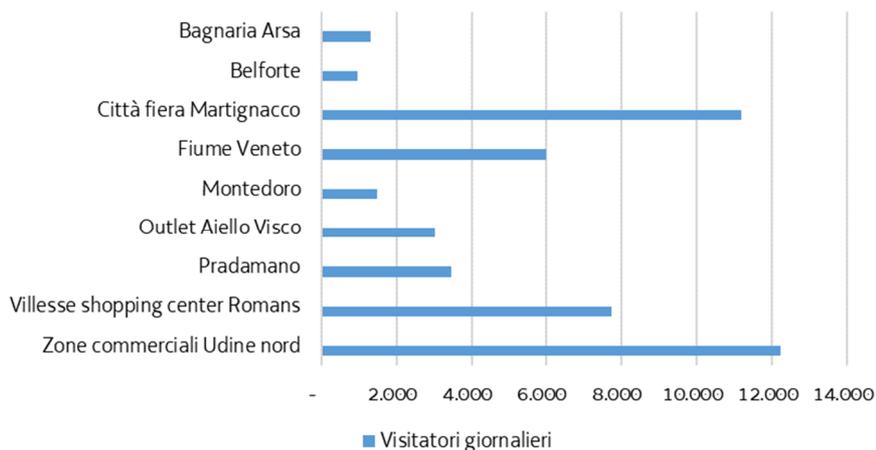
CENTRO COMMERCIALE I SALICI: centro commerciale di oltre 11 mila mq ubicato a Sacile, vicino al confine con il Veneto. Sui dati relativi a questo sito influiscono le rilevazioni delle celle oltre il confine regionale, che non sono disponibili;

CENTRO COMMERCIALE 'TORRI D'EUROPA': per la rilevazione delle visite a questo centro commerciale di 17 mila mq è stata individuato un punto di interesse specifico, ma i dati si confondono con il complesso della zona suburbana in cui è compreso.

Per avere un'idea della portata delle presenze nei più grandi spazi commerciali regionali è stata realizzata un'analisi preliminare confrontando il periodo settembre 2019 – febbraio 2020 (situazione ordinaria, per quanto influenzata da stagionalità) con il periodo di lockdown dovuto all'emergenza Covid-19 a partire dall'11 marzo, che ha chiuso buona parte delle attività commerciali, mentre quelle industriali sono rimaste aperte almeno potenzialmente. Dal 22 marzo le misure sono state intensificate con ulteriori chiusure delle attività produttive in tutta Italia. Come baseline sono considerati pertanto i giorni feriali dall'11 al 22 marzo, in cui in le presenze su un dato territorio sono la somma di residenti o domiciliati, lavoratori in stabilimenti industriali attivi che non lavorano da casa e personale impiegato in servizi essenziali. Va tenuto conto che quasi tutti i siti commerciali comprendono esercizi di vendita di prodotti alimentari che sono rimasti aperti e che nello stesso sito possono trovarsi localizzate attività produttive con personale in servizio.

⁴ Nota: le superfici si riferiscono alle superfici attivate al 2017

Visitatori medi giornalieri stimati per sito di interesse commerciale. Settembre 2019 – febbraio 2020



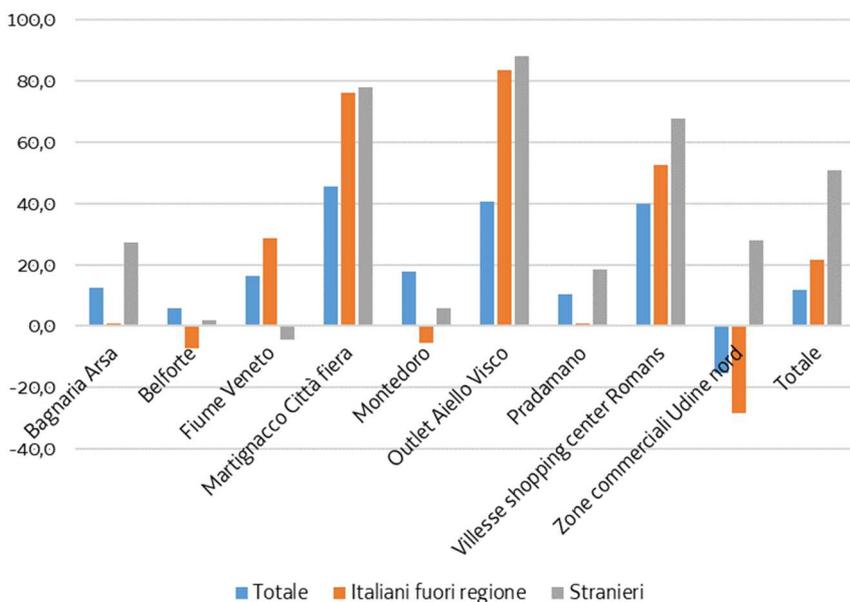
Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Questi dati preliminari permettono alcune considerazioni: i siti commerciali di maggior richiamo, per come sono stati tracciati, risultano le zone di Città fiera e Martignacco e le aree di Reana Del Rojale, Tavagnacco e Udine, con almeno 10.000 visitatori al giorno ciascuna, al netto dei residenti e di almeno una parte delle presenze di lavoratori in stabilimenti della zona. Seguono il centro commerciale di Villesse con oltre 7.000 visitatori e le zone commerciali di Fiume Veneto (6.000). Il sito di Pradamano conta quasi 3.500 visitatori al giorno, ma se, come emerge nel seguito dell'analisi, parte delle presenze sono rilevate nel confinante comune di Remanzacco, questa stima potrebbe raggiungere le 7.000 unità. Nei casi in cui, come il centro commerciale di Montedoro o il Belforte, i dati sono rilevati in punti di interesse suburbani, i valori espressi sono probabilmente sottostimati.

IL PERIODO SETTEMBRE-DICEMBRE 2019: ANDAMENTO SETTIMANALE ED EFFETTO DELLE FESTIVITÀ

L'andamento settimanale delle presenze nei siti commerciali nel periodo settembre – dicembre 2019 (senza quindi condizionamenti dovuti all'emergenza sanitaria) rivela alcune caratteristiche delle preferenze dei visitatori. Dall'analisi dei dati complessivi emerge una netta preferenza per le visite nel fine settimana. Il giorno con più presenze è il sabato, seguito dalla domenica e dal venerdì. Il meno frequentato è il mercoledì. I visitatori "esterni", ossia italiani da fuori regione, prediligono la domenica, mentre frequentano di meno il lunedì. Gli stranieri sono più numerosi di sabato e meno di mercoledì.

Variazione delle presenze nei siti di interesse commerciale durante il fine settimana rispetto ai giorni infrasettimanali (valori %). Settembre – dicembre 2019



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Questo andamento generale presenta alcune differenze tra i siti: in quelli riconducibili al centro commerciale 'Città Fiera', al 'Villesse shopping center' e al 'Palmanova outlet village' la differenza tra l'affluenza del fine settimana e quella infrasettimanale supera il 40%. Per i visitatori stranieri o da fuori regione questa differenza è ulteriormente accentuata: supera l'80% nei comuni di Visco e Aiello (in cui sono registrati i visitatori del 'Palmanova outlet village'), che quindi si caratterizza come una vera e propria destinazione turistica per i week-end, e il 75% al sito di Martignacco - Città Fiera. Durante il fine settimana il 'Villesse shopping center' attira nei comuni di Romans d'Isonzo e Villesse il 68% di visitatori stranieri in più rispetto ai giorni feriali. Nelle aree commerciali di Reana del Rojale, Tavagnacco e Udine, e Bagnaria Arsa (per il complesso commerciale 'Emmezeta') i visitatori stranieri del fine settimana aumentano di circa il 30%. Fiume Veneto riscontra un aumento simile per i visitatori da fuori regione. Va detto che per le aree commerciali di Udine nord il dato dei visitatori regionali e fuori regione è in controtendenza rispetto agli altri siti commerciali, ossia si riscontra un minor afflusso nel fine settimana. Questo indica che nella zona si sovrappongono i dati dei visitatori delle aree di shopping con quelli di chi frequenta quella zona per motivi lavorativi. Di tale risultato va tenuto conto nelle considerazioni successive.

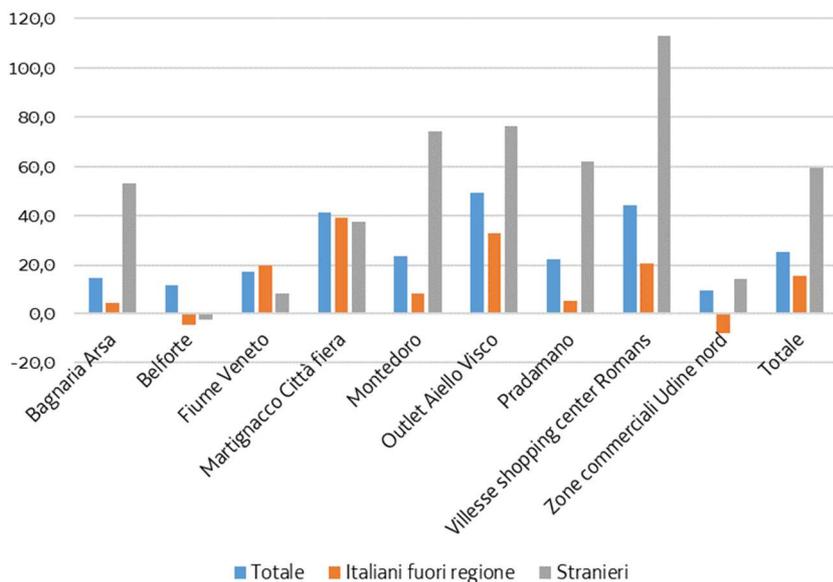
Negli ultimi mesi del 2019 due momenti spiccano per l'afflusso nei siti commerciali. Il primo è il fine settimana coincidente con il c.d. Black Friday: il giorno di venerdì 29 novembre (+32% di presenze rispetto alla media della serie) ha fatto da traino a sabato 30 novembre (+23%) e a domenica 1° dicembre (+20%)⁵. Il picco di visitatori dell'ultimo fine settimana di novembre è stato ancora più accentuato nei siti che corrispondono alle strutture di

⁵ Nota: Il sito di Pradamano, per il quale, in base ai dati di presenze comunali, si può stimare un incremento delle presenze pari al 22%, potrebbe aver influito sul dato del comune confinante di Remanzacco nel quale le celle telefoniche hanno registrato per il 29 novembre un aumento anomalo delle presenze. In tal caso la stima dell'"effetto Black Friday" potrebbe essere di +40%.

I PRINCIPALI CENTRI E COMPLESSI COMMERCIALI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

maggiori dimensioni: Palmanova outlet village, Villesse shopping center e Città fiera (tra il +40% e il +50%) e ancora di più per gli stranieri, raddoppiati a Villesse e Romans d'Isonzo, aumentati del 75% al Montedoro e al nei comuni di Aiello e Visco.

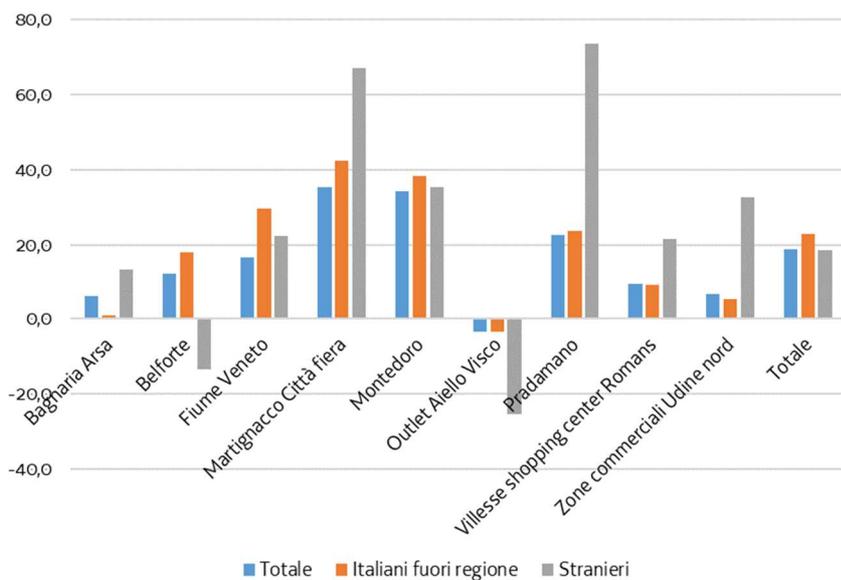
Variazione delle presenze nei siti di interesse commerciale nei giorni 29 novembre – 1° dicembre rispetto alla media del periodo (valori %). Settembre – dicembre 2019



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Il secondo picco di presenze nei siti commerciali comprende il dato di massimo della serie storica, che coincide con il giorno di domenica 22 dicembre. Nei giorni da venerdì 20 dicembre a martedì 24 dicembre le presenze si sono attestate a +24% sopra la media della serie, per poi calare fino al punto di minimo del giorno di Natale (-32%).

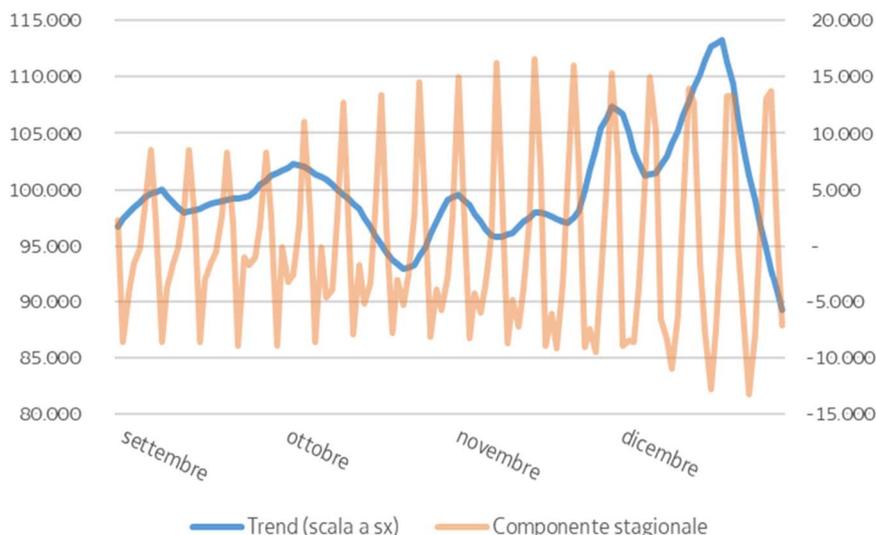
Variazione delle presenze nei siti di maggior interesse commerciale nei giorni 20 – 23 dicembre rispetto alla media del periodo (valori %). Settembre – dicembre 2019



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

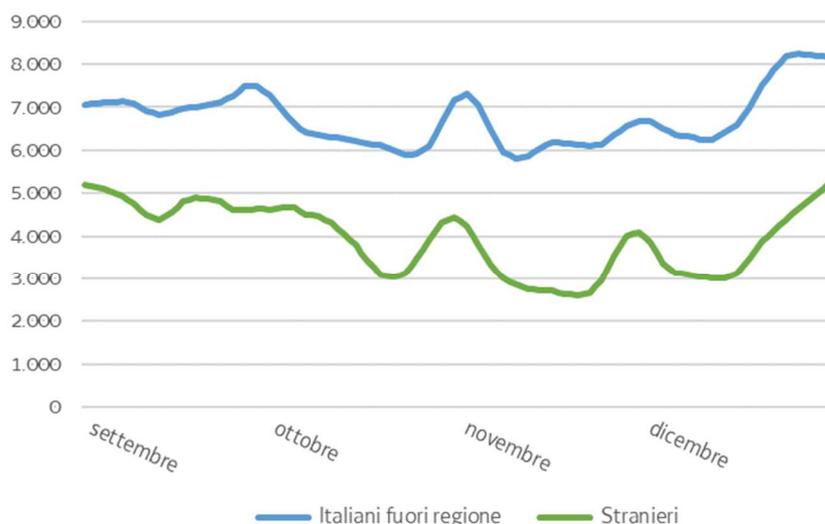
La decomposizione della serie storica in trend (tendenza) e stagionalità⁶ (ossia l'effetto del giorno della settimana) individua il punto di massimo del trend in corrispondenza dei giorni di vigilia di Natale e un massimo relativo in quelli del Black Friday. Punti di minimo, oltre al giorno di Natale, sono i giorni infrasettimanali tra il 20 e il 23 ottobre. L'analisi di trend suggerisce inoltre che al picco del Black Friday segue un calo, prima dell'incremento prenatalizio. La curva degli effetti stagionali settimanali è più accentuata nei mesi autunnali rispetto a settembre, quando l'effetto del giorno della settimana risulta meno rilevante. La stessa analisi di trend condotta per i sottoinsiemi degli italiani da fuori regione e degli stranieri mostra per le loro presenze l'effetto attrattivo del ponte del 1° novembre e delle vacanze natalizie.

Trend destagionalizzato (scala a sx) e componente stagionale (scala a dx) delle presenze totali nei siti di interesse commerciale. Settembre – dicembre 2019



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Trend destagionalizzato delle presenze di stranieri e italiani da fuori regione nei siti di interesse commerciale. Settembre – dicembre 2019



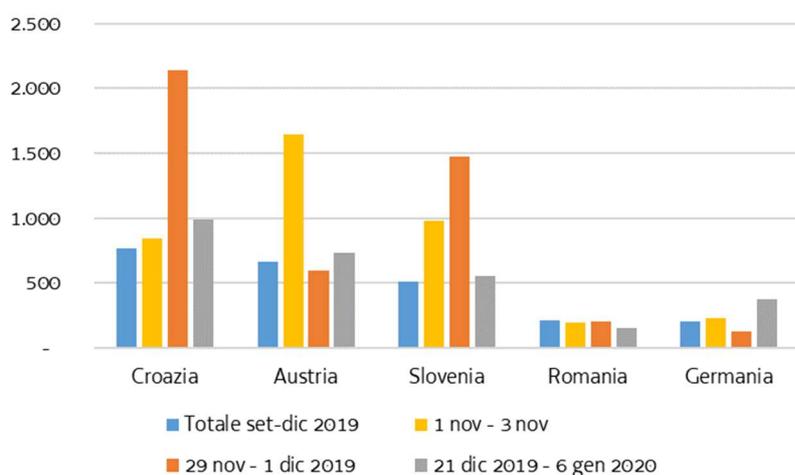
Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

⁶ Nota: per la stima delle componenti della serie storica è stata utilizzata la decomposizione con metodo loess basato su regressione locale.

Per quanto riguarda i visitatori stranieri, nei siti considerati si rileva la presenza in particolare di persone provenienti, nell'ordine, da Croazia, Austria, Slovenia, Romania e Germania. In alcuni casi può trattarsi di residenti con scheda telefonica straniera. Il fine settimana del Black Friday è particolarmente attrattivo per croati e sloveni (le cui presenze sono quasi il triplo rispetto alla media del periodo), mentre le vacanze di Natale richiamano anche austriaci e tedeschi. I giorni del ponte del 1° novembre attirano soprattutto austriaci, in particolare verso il Palmanova outlet village.

Nel dettaglio, particolarmente attrattivi per gli stranieri sono il Villesse shopping center e il Palmanova outlet village. Il primo è scelto da chi proviene da Slovenia (237 e 153 presenze media giornaliera rispettivamente) e Croazia (230 e 280 presenze), il secondo anche da visitatori austriaci (oltre 200 presenze medie giornaliera), oltre a presenze rilevanti di visitatori dall'est Europa (Ungheria, Serbia, Romania, Bulgaria) e dalla Germania. I siti commerciali della zona di Udine nord e di Martignacco – Città fiera registrano invece una più numerosa presenza dall'Austria (205 e 139 visitatori in media, rispettivamente).

Presenze medie giornaliere degli stranieri nei siti di interesse commerciale per provenienza. Periodo settembre – dicembre 2019



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Relativamente ai visitatori provenienti da altre regioni italiane, si tratta principalmente di veneti (3.800 presenze giornaliere, in particolare concentrati su Fiume Veneto, probabilmente in parte per motivi lavorativi) e di lombardi (670 presenze giornaliere).

L'EFFETTO DELL'EMERGENZA SANITARIA E LE RIAPERTURE DURANTE LA STAGIONE ESTIVA 2020

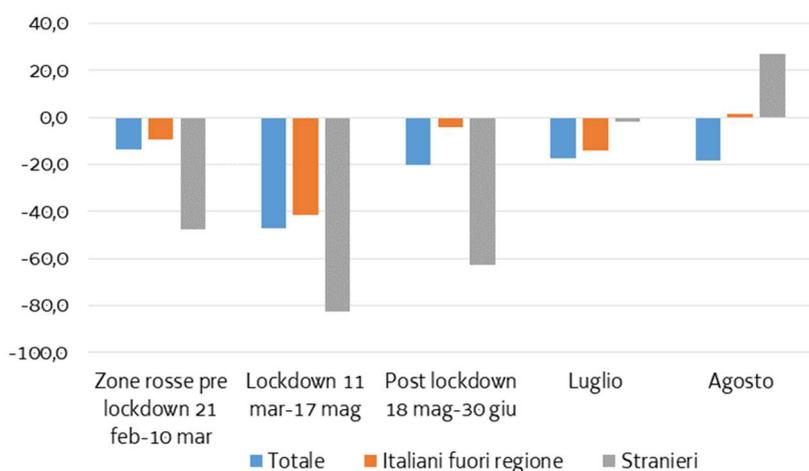
L'ammontare delle presenze registrate nel 2020 è condizionato dalle diverse fasi dell'emergenza sanitaria Covid-19. Nel seguito i dati sono stati ripartiti nei seguenti periodi:

- Dal 1° gennaio al 20 febbraio: periodo pre-lockdown. Nonostante, a seguito dei casi di contagio da corona virus, lo Stato italiano abbia dichiarato lo stato di emergenza il 31 gennaio 2020, non sono stati presi provvedimenti di restrizione degli spostamenti e delle aperture degli esercizi commerciali.
- Dal 21 febbraio al 10 marzo: periodo delle 'zone rosse'. Si registra il primo contagio in Italia e, con diversi provvedimenti successivi, vengono limitati gli spostamenti in alcune zone del Paese.
- Dal 11 marzo al 17 maggio: lockdown sull'intero territorio nazionale, con un inasprimento a partire dal 22 marzo (chiusura di una parte consistente delle attività produttive) e aperture graduali a partire dal 26 aprile. I grandi centri commerciali hanno potuto tenere aperti solo gli esercizi considerati essenziali (alimentari, tabacchi, edicole, farmacie, negozi di ottica e fotografia...).
- Dal 18 maggio: allentamento delle principali misure di limitazione agli spostamenti e di chiusura delle attività commerciali. Nel seguito dell'anno i dati sono distinti per mese al fine di analizzare l'effetto delle vacanze estive.

Dall'analisi emerge che una prima contrazione delle presenze nei siti di interesse commerciale si registra prima del lockdown. Dal 21 febbraio le presenze medie giornaliere, in confronto con la media 2020 fino a quella data, diminuiscono del 14% complessivamente e del 48% tra i visitatori stranieri.

Con l'11 marzo inizia il lockdown nazionale, che per buona parte dei provvedimenti restrittivi si può ritenere concluso con il 18 maggio. In questo periodo le presenze sono il 47% in meno rispetto al periodo pre-lockdown per il totale dei visitatori, il 42% in meno per gli italiani che provengono da fuori regione, dell'83% per gli stranieri. Questi valori sono ancora più accentuati nel mese di aprile (-51% di visitatori totali, -85% gli stranieri). In confronto, le presenze totali in Friuli Venezia Giulia nello stesso periodo sono diminuite del 9% complessivamente, del 12% per gli italiani da fuori regione e del 55% per gli stranieri.

Variazione delle presenze nei siti di interesse commerciale a partire dal 21 febbraio 2020 rispetto alla media del periodo 1° gennaio – 21 febbraio 2020

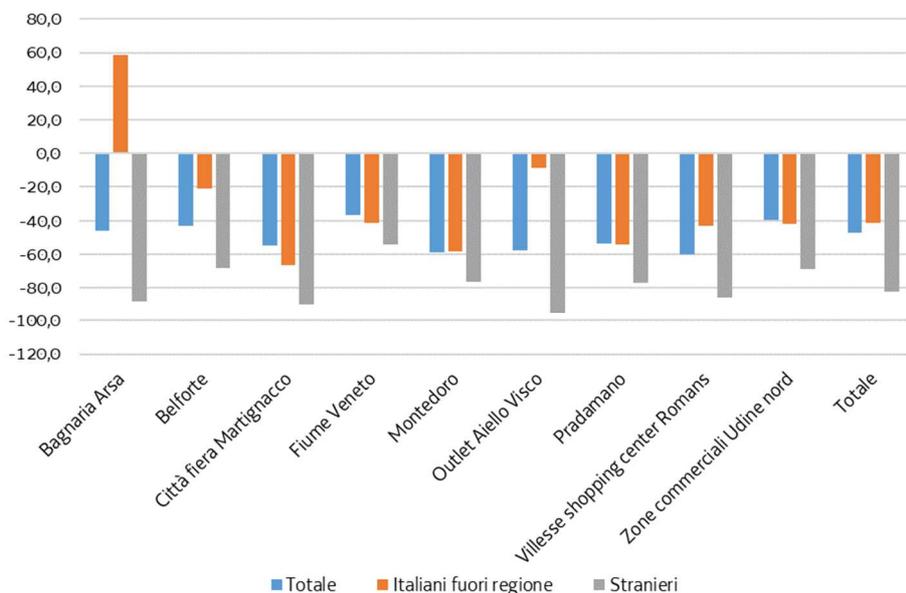


Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Tra l'11 marzo e il 17 maggio si riduce anche l'afflusso del fine settimana: se durante il 2019 le persone presenti nei siti considerati di sabato e di domenica erano mediamente il 12% in più rispetto al resto della settimana, durante il lockdown le presenze diminuiscono del 14%, non essendoci la possibilità di frequentare locali commerciali tranne che per la spesa alimentare e di altri beni di prima necessità. Tale valore è ancora più netto per gli stranieri (-27%).

L'impatto delle misure emergenziali è stato infatti più netto per i visitatori stranieri e nei siti di interesse che ne attirano di più: le presenze medie sono diminuite del 60% totale e dell'86% per gli stranieri, nei comuni di Villesse e Romans d'Isonzo (ricinducibili al Villesse shopping center); del 59% e del 76% per gli stranieri, nel sito di Montedoro; del 58% totale e del 95% per gli stranieri, nei comuni di Visco e Aiello (dove sono registrati i visitatori del Palmanova outlet village).

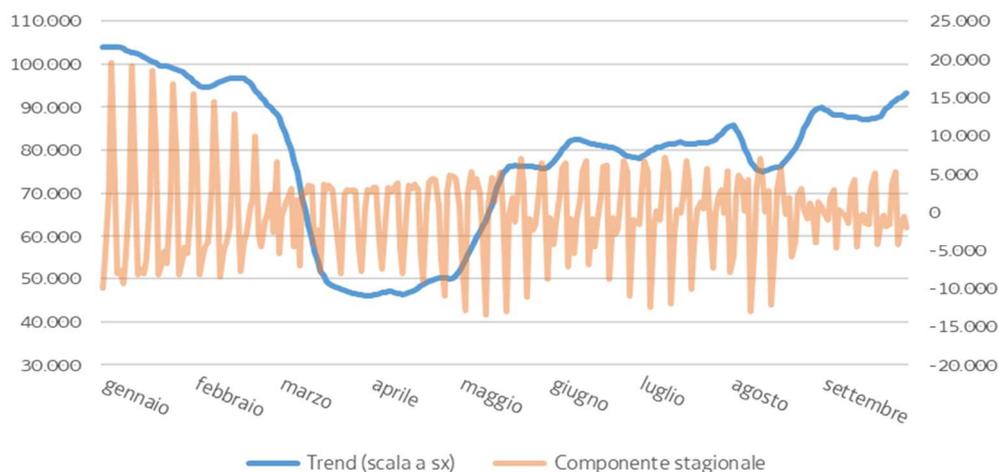
Variazione delle presenze nei siti di interesse commerciale nel periodo 11 marzo – 17 maggio rispetto alla media del periodo pre-lockdown 1° gennaio – 21 febbraio 2020



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

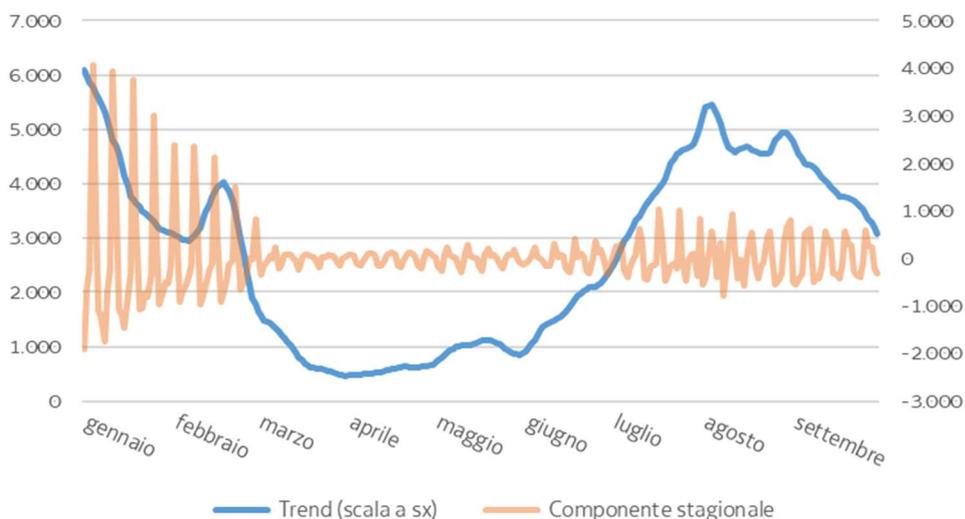
Già nelle prime due settimane di maggio si registra una ripresa delle presenze, soprattutto di italiani, interni e da fuori regione, e durante i mesi estivi il recupero è stato graduale e generalizzato: tra il 18 maggio, giorno di riapertura della maggior parte delle attività commerciali, e il 30 giugno, le presenze medie registrate nei siti di interesse sono state il 52% in più rispetto al periodo 11 marzo – 17 maggio (equivalente al 20% in meno rispetto al periodo pre-lockdown). Le presenze medie di stranieri raddoppiano, da 685 nel periodo di chiusura, a oltre 1.500 con le prime riaperture, fino a giugno. Per vedere un tangibile recupero dei visitatori stranieri bisogna però aspettare luglio e soprattutto agosto, quando le presenze straniere superano i mesi di gennaio e febbraio 2020 del 27%.

Trend destagionalizzato (scala a sx) e componente stagionale (scala a dx) delle presenze totali nei siti di interesse commerciale. Gennaio – settembre 2020



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

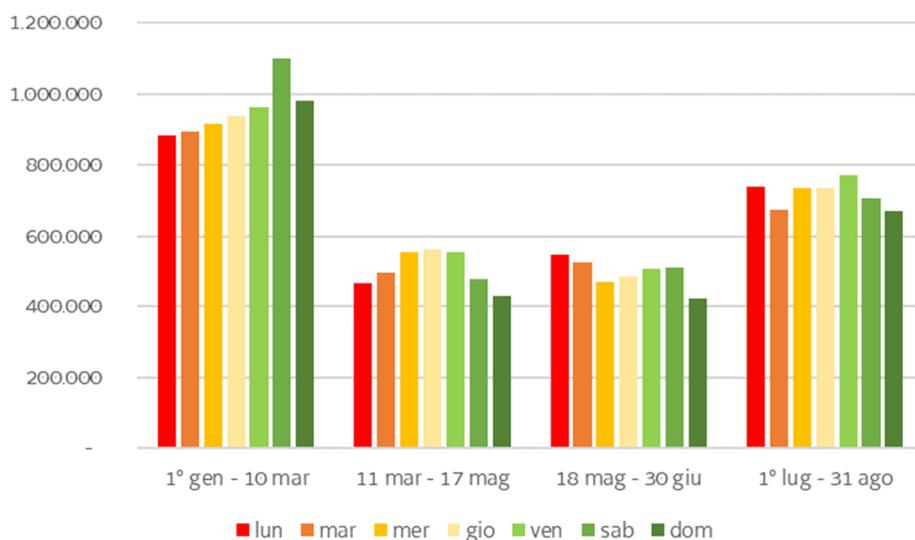
Trend destagionalizzato (scala a sx) e componente stagionale (scala a dx) delle presenze di stranieri nei siti di interesse commerciale. Gennaio – settembre 2020



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

L'andamento delle presenze totali nei siti di interesse commerciale, destagionalizzato della componente settimanale, evidenzia il crollo dovuto alle chiusure di marzo aprile e la ripresa graduale a partire da maggio. Nel mese di agosto si registra una contrazione delle presenze complessive, anche se dovuta essenzialmente alla componente interna, compensata dalle presenze di stranieri e italiani da fuori regione che in agosto superano i livelli di afflusso precedenti all'emergenza. La componente stagionale complessiva (ossia l'effetto del giorno della settimana) cambia andamento durante il lockdown: alla maggiore affluenza del fine settimana che si riscontra in tempi ordinari è speculare la minore presenza del periodo di marzo-maggio. A giugno l'effetto settimanale riprende una cadenza più simile all'ordinaria, ma in modo meno accentuato che nei primi mesi dell'anno. L'effetto attrattivo del fine settimana a favore delle presenze straniere, visibile nella componente stagionale della serie storica, non raggiunge durante i mesi estivi il livello pre-emergenza.

Presenze media giornaliere complessive nei siti di interesse commerciale per giorno della settimana in diverse fasi del periodo gennaio – agosto 2020



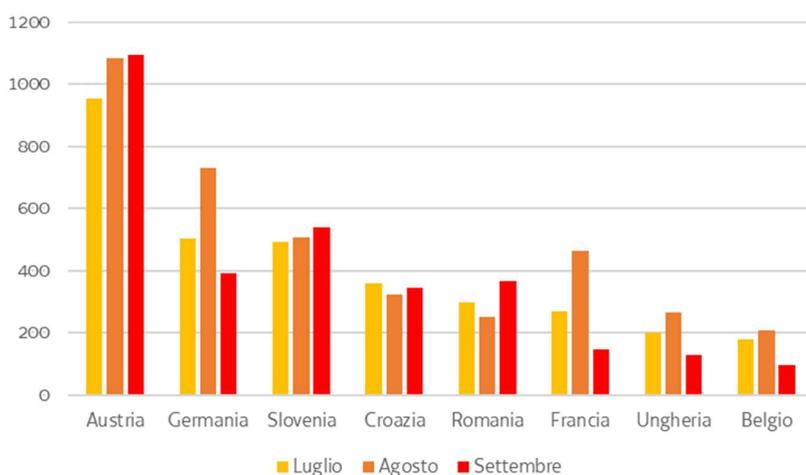
Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

I PRINCIPALI CENTRI E COMPLESSI COMMERCIALI DEL FRIULI VENEZIA GIULIA

Dai dati disponibili, i valori di settembre 2020 sono confrontabili con lo stesso mese del 2019: emerge che le presenze totali sono diminuite del 10% complessivamente, del 4% per i visitatori che provengono da fuori regione e del 18% per quelli provenienti dall'estero (pari a una media di 3.800 presenze giornaliere di stranieri contro le 4.700 di settembre 2019). Sono in controtendenza, registrando un aumento a settembre 2020 sul 2019, le strutture di Montedoro e di Bagnaria Arsa (complesso Emmezeta), quest'ultimo in particolare per la componente straniera (si tratta però di numeri piccoli che possono risentire più facilmente di fluttuazioni occasionali).

In generale, l'attrattività nei confronti di visitatori stranieri ha recuperato quota nei mesi di luglio, agosto e settembre, durante i quali le presenze più numerose sono state di austriaci e tedeschi (questi ultimi in particolare in agosto). Minore frequentazione invece si riscontra tra sloveni e croati, più presenti nei mesi autunnali del 2019. Agosto ha registrato l'arrivo anche di stranieri da Francia, Ungheria e Belgio.

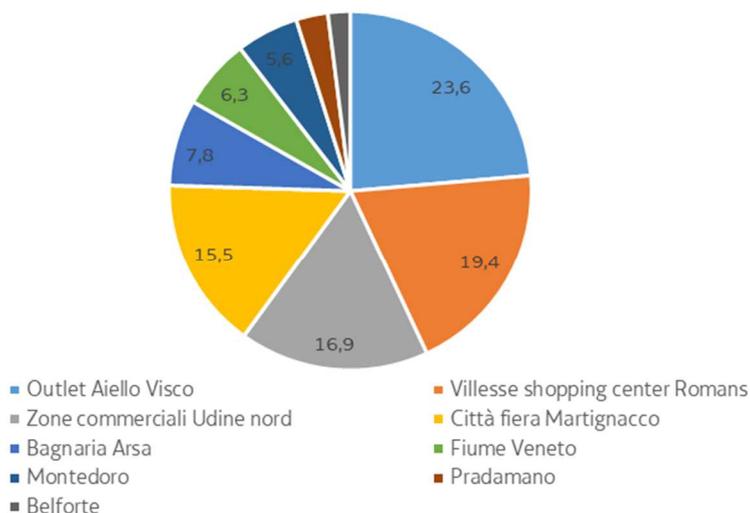
Presenze straniere medie giornaliere nei siti di interesse commerciale per provenienza. Luglio – settembre 2020



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Per i visitatori che provengono dall'estero le maggiori attrazioni, nell'estate 2020, come nella seconda metà del 2019, sono risultate il Palmanova outlet village (rilevazione dei comuni di Visco e Aiello), con quasi un quarto delle presenze nei siti commerciali considerati, e il Villesse shopping center (comuni di Villesse e Romans d'Isonzo), con un quinto delle presenze.

Presenze straniere per sito di interesse commerciale (composizione percentuale). Luglio – settembre 2020



Fonte: elaborazioni dell'Ufficio di statistica su dati Vodafone Analytics

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

www.regione.fvg.it/statistica

