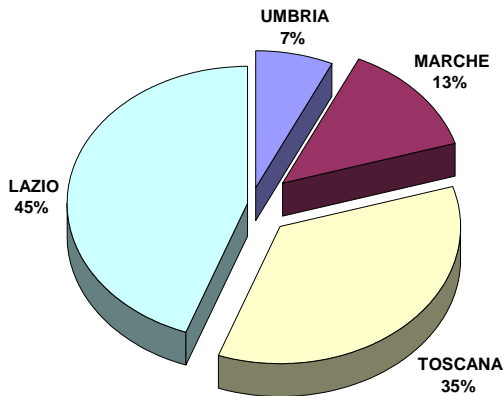


2.3.2 Le Regioni del Centro

Anche qui il mercato del settore Commerciale, come già notato per gli uffici, mostra, nella distribuzione per quota tra le regioni del Centro, che nel Lazio si concentra il 47% del volume di compravendite, in crescita di 4 punti rispetto al 43% del 2004. Segue la Toscana, dove, al contrario, il mercato diminuisce passando dal 37% al 33% ed attestandosi ai valori del 2003, mentre sia l'Umbria che le Marche coprono entrambe il 20% del mercato.

Figura 2.98: distribuzione percentuale NTN 2006 del settore Commerciale tra le regioni del Centro



Analizzando gli andamenti del settore Commerciale, Figura 2.99 e Figura 2.100, si nota la crescita dei mercati regionali nel 2002, meno accentuata per il Lazio e più forte per la Toscana e Marche, mentre si diversificano tra il 2003 e il 2005. In particolare, nel Lazio si riscontra una ripresa nel 2004 che porta il mercato di questa regione a livelli vicini a quelli del 2002, con un incremento rispetto al 2000 del 16% ed un tasso medio dal 2000 al 2005 del 3,8%. La risalita si completa nel 2005 con una percentuale che supera il valore del 2002. Infatti l'indice si innalza fino a 123,41 rispetto al 120% circa del 2002. Anche nell'Umbria si registra una buona ripresa nel 2005 pur non raggiungendo il valore del

2002. In leggera ripresa il settore Commerciale nelle Marche, che rimane molto distante dagli incrementi del Lazio e dell'Umbria. Infine, la Toscana, per la quale, anche per questo settore si registra una contrazione delle compravendite nel 2005, portando questa regione ad una crescita molto esigua rispetto al 2000, pari al 2,7%.

Figura 2.99: n. indice NTN settore Commerciale 2000-06 regioni del Centro + totale

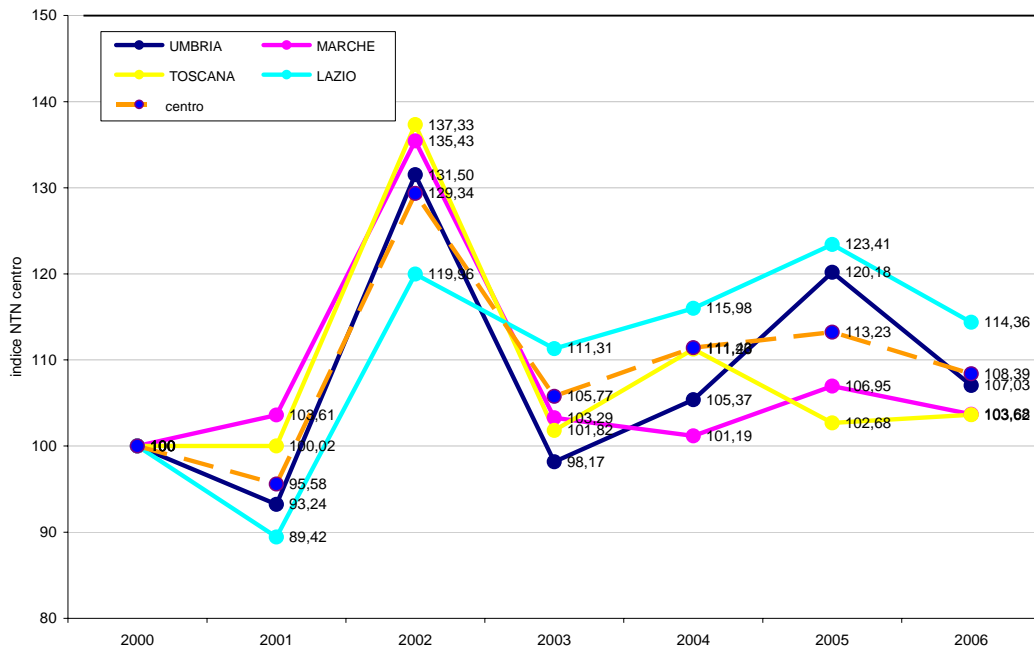
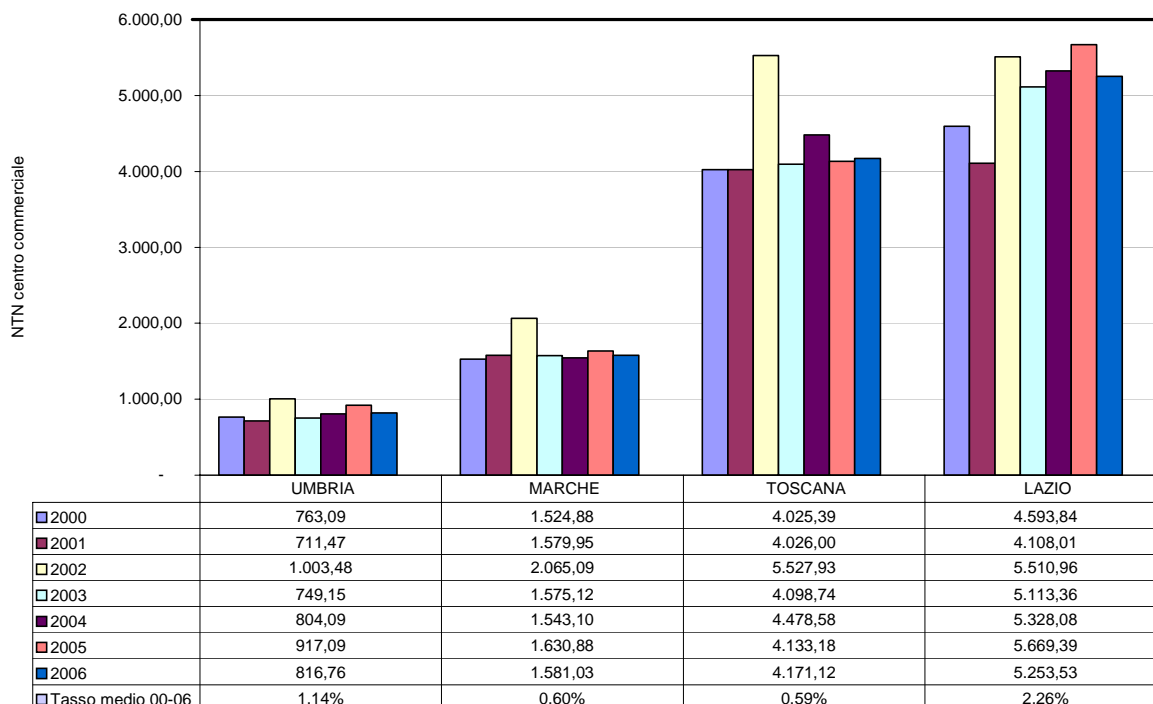


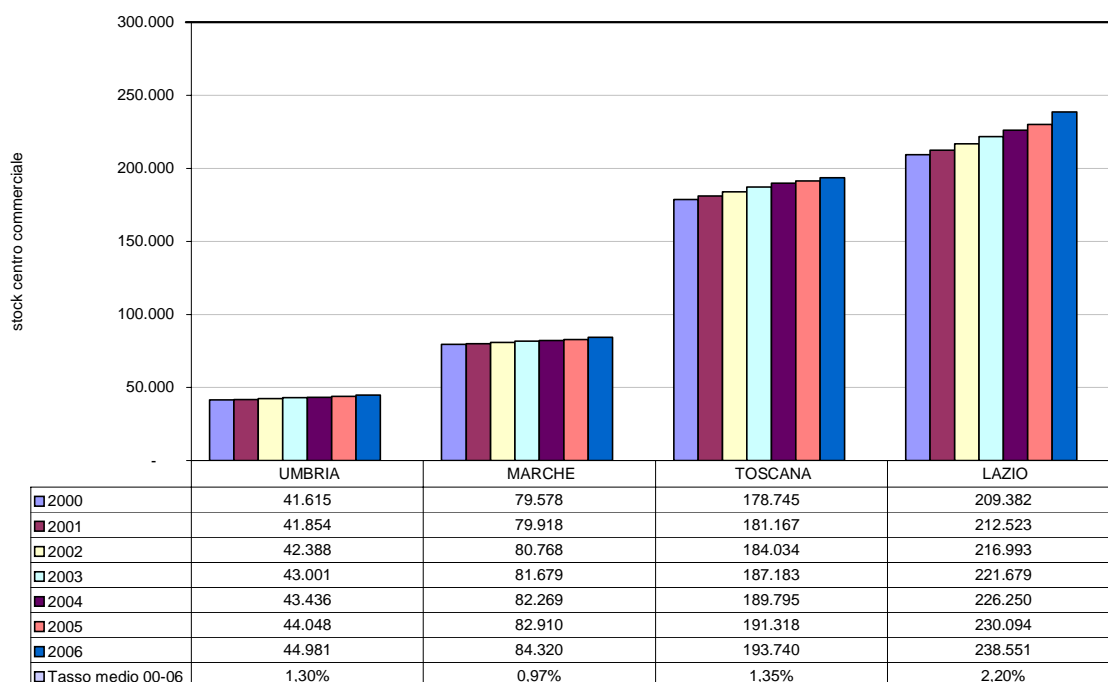


Figura 2.100: NTN settore Commerciale 2000-06 regioni del Centro



Lo *stock* del settore Commerciale risulta in ulteriore aumento nel Lazio, con un tasso medio annuo del 1,9%, mentre è più stabile nelle altre regioni, con incrementi intorno al 1-1,37%. L'IMI nel 2005 aumenta in Umbria e nelle Marche e nel Lazio, mentre, in Toscana diminuisce, seguendo l'andamento del mercato.

Figura 2.101: *stock* settore Commerciale 2000-06 regioni del Centro



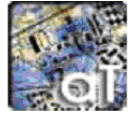
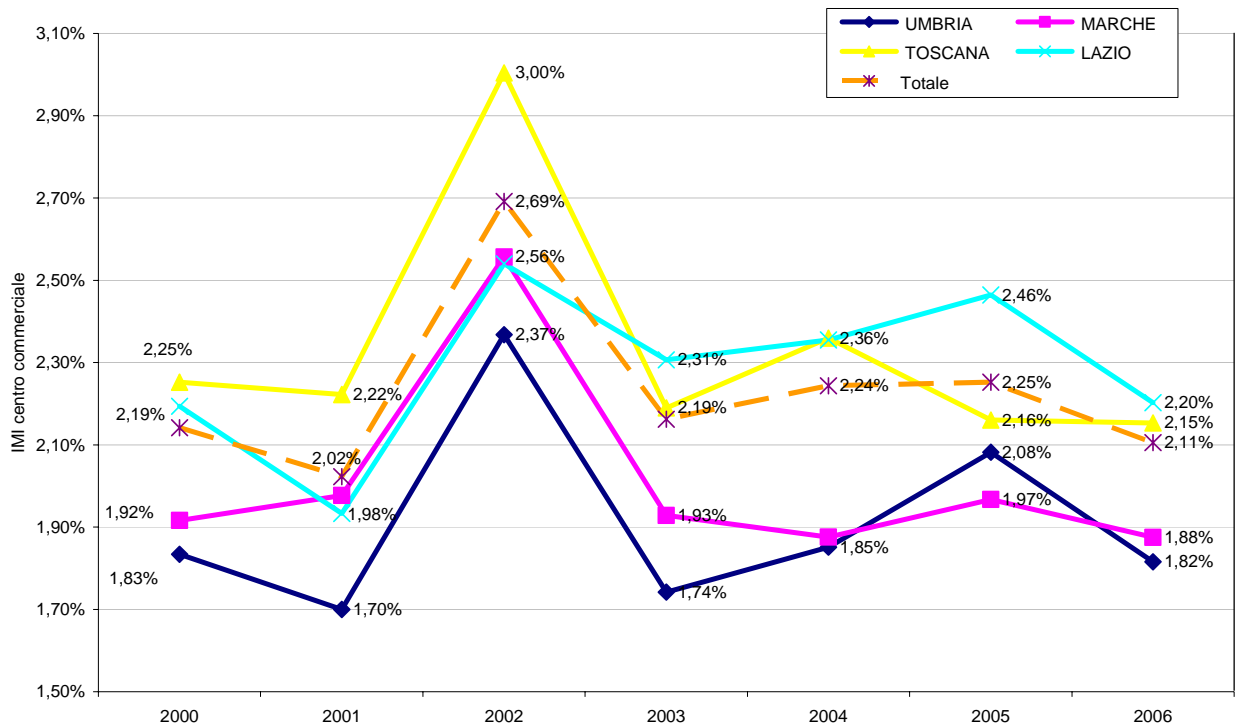


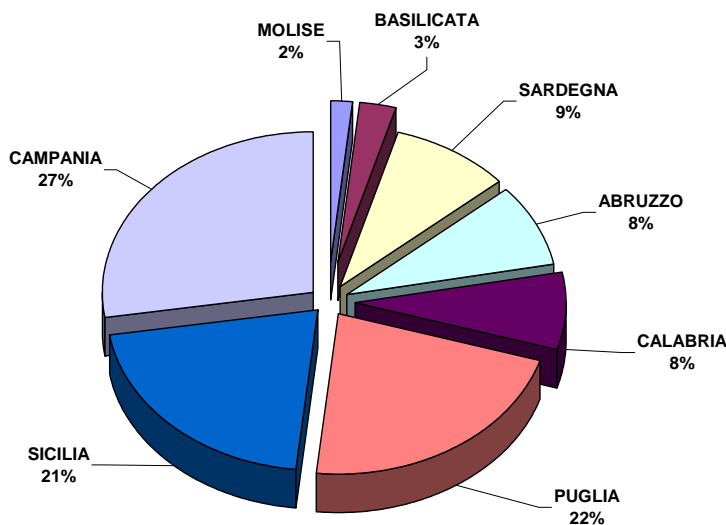
Figura 2.102: IMI settore Commerciale 2000-06 regioni del Centro + totale



2.3.3 Le Regioni del Sud

Il mercato del settore Commerciale si distribuisce tra le regioni del Sud in quote leggermente diverse da quelle del settore Residenziale. Infatti, aumenta la quota della Campania, 28% contro il 22%, e diminuisce quella della Sicilia, 21% rispetto al 27% del Residenziale.

Figura 2.103: distribuzione percentuale NTN 2004 del settore Commerciale tra le regioni del Sud



Nel periodo 2000 – 2006 si rilevano notevoli differenze tra gli andamenti del volume di compravendite delle diverse regioni e nel 2006 notiamo una crescita in Calabria e Basilicata mentre nelle altre regioni abbiamo una generale diminuzione delle compravendite.

Dal grafico della Figura 2.104 si rileva, in particolare, che la Campania, dopo il crollo del 2001, ha incrementato costantemente il numero delle compravendite arrivando a coprire il 30% del mercato del Sud. Nel 2006 però questa crescita si è interrotta. Stesso processo hanno subito le altre regioni del Sud fatta eccezione anche per la Basilicata che ha uguagliato il valore del 2001.

subito le altre regioni del Sud fatta eccezione anche per la Basilicata che ha uguagliato il valore del 2001.