

Nella crisi, meno ombre e qualche speranza

Secondo l'indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna realizzata in collaborazione con Confcommercio Imprese per l'Italia Emilia-Romagna sul commercio al dettaglio nel primo trimestre 2010 le vendite calano dello 0,8 per cento, rispetto al trend del 3 per cento dei 12 mesi precedenti. In ripresa la grande distribuzione. Le aspettative per il futuro però sono positive per tutti gli esercizi

Il primo trimestre 2010 si è chiuso negativamente, ma in misura più contenuta rispetto all'andamento spiccatamente negativo che aveva caratterizzato il 2009. Le vendite sono diminuite tendenzialmente dello 0,8 per cento, a fronte del trend negativo prossimo al 3 per cento riscontrato nei dodici mesi precedenti. Sono continuate le difficoltà per la piccola e media distribuzione, ma in termini meno evidenti rispetto al trend, mentre la grande distribuzione è tornata a crescere, dopo sei mesi caratterizzati da una diminuzione media dello 0,9 per cento. Segno positivo per iper, supermercati e grandi magazzini, in miglioramento rispetto al trend. Sono questi alcuni dei principali dati dell'indagine congiunturale condotta da **Unioncamere Emilia-Romagna** in collaborazione con **Confcommercio Imprese per l'Italia Emilia Romagna** su un campione di oltre 500 imprese operanti nel settore del commercio al dettaglio. *“Nel contesto di una flessione delle vendite al dettaglio che si conferma per la piccola e media distribuzione, ma in misura più contenuta rispetto agli ultimi mesi- dice il presidente di Unioncamere Emilia-Romagna Andrea Zanlari - c'è da sottolineare una ripresa della grande distribuzione, che pure aveva accusato un calo nell'ultimo semestre dell'anno passato. Si va dunque ricostruendo la dicotomia tra grande e medio-piccola distribuzione che aveva caratterizzato il settore prima della crisi”.*

Aspetto comune e confortante di questa situazione è però che tutti gli esercizi hanno manifestato un miglioramento delle aspettative.

“Il leggero decremento delle vendite al dettaglio del primo trimestre 2010 - commenta il presidente di Confcommercio regionale Ugo Margini - è legato al periodo di difficoltà che il settore si sta lentamente lasciando alle spalle. La crescita delle aspettative di vendita, anche da parte delle piccole imprese, rappresenta un segnale importante che deve essere accompagnato e sostenuto da parte delle Istituzioni”

La decelerazione della fase negativa delle vendite al dettaglio si è coniugata al miglioramento del clima di fiducia delle imprese commerciali, che nei primi tre mesi del 2010, secondo le rilevazioni nazionali di Isae, ha evidenziato indici in ampia risalita rispetto alla situazione dell'analogo periodo del 2009.

“Nonostante le difficoltà ancora in essere- aggiunge Zanlari, presidente di Unioncamere - per la prima volta, dopo lungo tempo, le prospettive delle aziende del settore sono orientate alla fiducia. Per dare concretezza a ciò è necessaria una strategia per rilanciare la domanda interna ed i consumi delle famiglie, in modo che l'azione di tagli alla spesa pubblica non resti sterile” .

Altro aspetto significativo, è rappresentato dal fatto che la compagine imprenditoriale del commercio al dettaglio è cresciuta da 47.743 a 47.911 imprese attive per una variazione dello 0,4 per cento.

“Il dato relativo alla demografia delle imprese – sottolinea Ugo Margini - è in controtendenza con il dato nazionale. Questo testimonia una spinta alla auto imprenditorialità sia italiana che straniera. Occorre dare valore a quanti scelgono di investire in un’attività d’impresa, individuando, in accordo con le istituzioni regionali, gli strumenti di credito e formativi migliori per accompagnare nel tempo i neo-imprenditori. Solo così saremo in grado di preservare la ricchezza e la qualità del nostro tessuto imprenditoriale e di garantire l’alta professionalità degli operatori, individuando al tempo stesso una riqualificazione innovativa del comparto attraverso il contributo della piccola impresa”.

Per quanto riguarda ancora il dettaglio dei dati, in linea con il passato sono state le **imprese di minori dimensioni ad accusare i cali più pronunciati**. Per la piccola e media distribuzione sono state registrate diminuzioni tendenziali pari rispettivamente al 3,3 e 2,0 per cento. La **grande distribuzione** è tornata a crescere (+1,0 per cento), dopo sei mesi caratterizzati da una diminuzione media dello 0,9 rispetto allo stesso periodo del 2009. Nell’ambito delle varie tipologie, sono continuate le difficoltà del commercio specializzato, anche se in misura meno accentuata rispetto al trend dei dodici mesi precedenti. Nell’ambito dei prodotti non alimentari è stata rilevata una diminuzione del 2,3 per cento, più contenuta rispetto al trend negativo del 4,5 per cento. In questo ambito è da sottolineare il leggero calo, pari allo 0,9 per cento, evidenziato dai prodotti dell’abbigliamento e accessori, in netto rallentamento rispetto alla flessione del 6,0 per cento dei dodici mesi precedenti.

Le vendite di **prodotti alimentari** sono scese dell’1,8 per cento e anche in questo caso è da annotare il miglioramento avvenuto nei confronti dell’evoluzione dei dodici mesi precedenti (-2,8 per cento).

Ipermercati, supermercati e grandi magazzini hanno registrato un incremento delle vendite pari al 2,6 per cento, che è risultato coerente con la crescita della grande distribuzione descritta precedentemente. Rispetto al trend dei dodici mesi precedenti c’è stato un miglioramento superiore ai due punti percentuali.

La crisi economica ha comportato un maggiore ricorso agli **ammortizzatori sociali**, Cassa integrazione guadagni in primis. Secondo i dati ricavati dagli archivi gestionali dell’Inps, nei primi quattro mesi del 2010 le ore autorizzate in Emilia-Romagna per interventi straordinari sono ammontate a 3.145.479 rispetto alle appena 70.964 dell’analogo periodo del 2009. Il salto è notevole e testimonia come la crisi abbia inciso pesantemente sul settore del commercio.

*“Le pmi commerciali della nostra regione – afferma il direttore di Confcommercio regionale **Davide Urban** – hanno mostrato la capacità di guardare oltre le difficoltà, con fiducia. I nuovi dati segnalano come sia stato possibile, anche attraverso il Patto “per attraversare la crisi” e l’attivazione degli ammortizzatori sociali in deroga, garantire a questo settore una indispensabile boccata di ossigeno. Ora il nostro impegno, come Confcommercio Regionale, prosegue in una duplice direzione: da un lato intervenendo per semplificare l’attuale funzionamento degli ammortizzatori in deroga, per creare strumenti di sostegno al reddito sempre più adeguati, per tipologia ed operatività, alle piccole e medie imprese del commercio e dei servizi, e dall’altro definendo insieme al nuovo Governo regionale un nuovo Patto, questa volta per “superare la crisi”, che veda nel terziario uno dei protagonisti della ripresa economica”.*