

Cambio rotta, in tre mesi Roma perde 340 negozi

Per Confesercenti a rischio chiusura oltre 4mila esercizi

PAGINA A CURA DI

Ester Mielì

Il Lazio era rimasto nel 2008 l'unica isola felice del commercio, invece i primi mesi del 2009 sono all'insegna della crisi. Inizia la discesa, seppur non troppo ripida.

I commercianti avevano retto bene il momento di disagio, mentre da gennaio a marzo hanno iniziato a chiudere molte attività, per lo più quelle a conduzione familiare. Solo Roma - secondo i dati di Confesercenti e Concommercio - nei primi tre mesi 2009 ha "perso" 340 negozi. Tra le motivazioni principali gli affitti troppo alti, le difficoltà di accesso al credito, molti meno clienti. Dopo sette anni di crescita il saldo tra le attività aperte e chiuse parla al negativo.

L'andamento

La ricognizione fatta dal ministero dell'Osservatorio sul commercio del ministero dello Sviluppo raccontava di 346 negozi in più nel 2008 in regione, su un totale di 71.795, e 561 nella capitale (49.527 in tutto), in controtendenza con il dato nazionale. Un crescita comunque più contenuta che

nel passato. Ora, però il copione cambia, soprattutto a Roma, dove tra gennaio e marzo, i consumi sono scesi di circa il 9 per cento.

Sisalvano solo alcuni settori, come quello della cura della persona (parrucchieri, centri estetici) che registrano 147 nuove unità, accanto a quello del divertimento. Crescono, infatti, i luoghi d'aggregazione come le enoteche, rivolte a un pubblico anche molto giovane (+103 negozi). Male anche le macellerie (che insieme agli alimentari hanno perso 120 punti vendita) e i casalinghi che non tengono la concorrenza dei big (-90).

«C'era già stata un'iniziale recessione del mercato nel 2008 - afferma Carlo Stirpe presidente Unisca, l'unione imprenditori settore carni - le cause sono da una parte la mancanza di personale, i giovani non si avvicinano più a questo mestiere. La categoria, negli anni, ha subito parecchie perdite. Da qui al 2010 temo che un altro 10% delle macellerie possano chiudere. Abbiamo intenzione di fare dei corsi di formazione per coinvolgere le nuove generazioni, abbiamo mol-

te richieste da parte della grande distribuzione».

Allarme chiusure

Pochi giorni fa, poi, è arrivato anche il grido d'allarme degli artigiani di via dei Coronari, costretti in molti a chiudere perché «c'è meno lavoro e troppe bollette da pagare». Al loro posto arrivano imprenditori cinesi che comprano in contanti e aprono, al posto di questi angoli di storia, per lo più "chincaglierie". Chiudono negozi storici per mancanza di ricambio generazionale il caso, ad esempio, di alcuni negozi storici di via Cola di Rienzo, come la gelateria Pelliccia.

Non va meglio per le profumerie, mentre abbassano la serranda i negozi di piccoli elettrodomestici di periferia che non riescono a tenere la concorrenza sia sul prezzo sia sugli spazi ampi e confortevoli dei mega centri divisi per reparti.

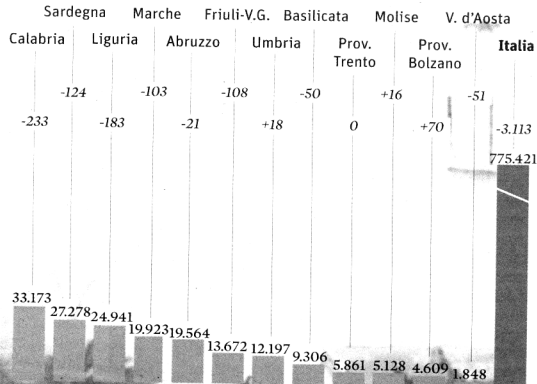
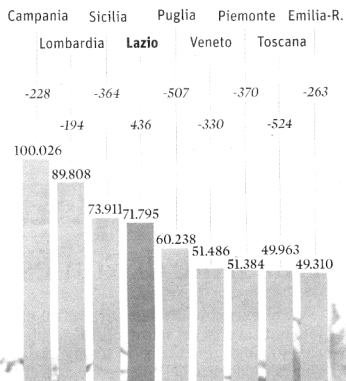
Il segretario generale Valter Giammaria di Confesercenti Roma, parla di problemi seri per il commercio romano. «In questi primi tre mesi del 2009 le cose non sono andate bene - conferma Giam-

maria - ma il peggio deve ancora arrivare. Prevediamo la chiusura di oltre 4mila esercizi. Un vero disastro per l'intera economia romana, fino a oggi il fiore all'occhiello anche di quella nazionale. Le cause vanno rintracciate nel calo dei consumi, ma anche nel caro affitti. Le aperture domenicali non bastano ad arginare il problema. Aperture che diventano un'altra spesa per i negozi di periferia che risentono di più della situazione. Altro discorso per il centro storico, che può godere del valore aggiunto dei turisti».

Tengono i parrucchieri che crescono del 10% (dati Cna). Segno negativo invece per l'abbigliamento, settore che perde circa un centinaio di punti vendita. «Nei centri commerciali e nelle periferie, chiudono perché non arrivano nemmeno a pagare l'affitto - sostiene Roberto Polidori presidente di Federabbigliamento-Concommercio Roma - noi siamo consapevoli delle difficoltà che sta attraversando il nostro paese, questo fenomeno, viste le previsioni, non potrà che aggravarsi».

Lazio al quarto posto per stock

Numero di negozi su base regionale al 31 dicembre 2008 e variazione numerica sul 2007

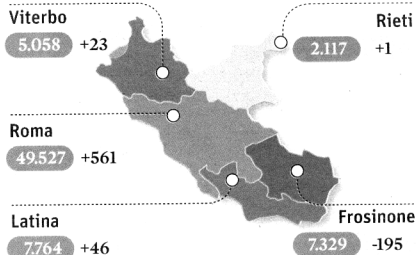


Fonte: Osservatorio nazionale del commercio

La mappa in provincia

Punti vendita nel Lazio al 31 dicembre 2008 e variazione sul 2007

● Negozi nel 2008 Var. numerica annua



Fonte: Osservatorio nazionale del Commercio