

Cresce il turnover tra le vetrine

Sempre più ambulanti e meno mercerie - Alto rischio chiusura dopo l'avvio

Rossella Cadeo

Dieci anni di alti e bassi nel commercio al dettaglio: e non tanto sul fronte della domanda via via compressa dalla crisi, ma soprattutto sul panorama dell'offerta. Più negozi di cellulari e simili, panetterie che si trasformano in boutique, mercerie sempre più introvabili. A fornire un quadro dell'evoluzione della struttura distributiva sono le rilevazioni di Confesercenti relative a una dozzina di comparti (selezionati per confrontabilità dei dati statistici in questo arco di tempo) per un totale di quasi 290mila imprese registrate sul territorio.

Nel complesso le imprese del commercio al dettaglio dal 2004 al 2014 sono cresciute del 3,3% (poco sotto la quota di 844mila), una variazione che è la sintesi tra una fase di forte crescita (2004-2008), una di stagnazione (2008-2010), la crisi del triennio successivo e i primi segnali di ripresa nella seconda parte del 2014. Alla tenuta del settore hanno indubbiamente contribuito la crescita del turnover e il boom

del commercio ambulante.

«Quasi il 28% delle imprese di commercio avviate nel 2000 ha chiuso dopo tre anni - osserva Mauro Bussoni, segretario generale di Confesercenti -, mentre per quelle iscritte al Registro camerale nel 2011 le chiusure entro tre anni sfiorano il 43 per cento. Un problema, questo, che andrà affrontato anche favorendo con politiche attive una maggiore formazione in chi vuole avviare una start up nel settore».

Ma il fenomeno del decennio 2004-2014 è il commercio ambulante, aumentato del 36% e arrivato a rappresentare oltre un quinto delle imprese del commercio registrate: un incremento ascrivibile in parte alla popolazione immigrata, ma in parte a scelte di sopravvivenza, a fronte dei crescenti costi di gestione dei locali, soprattutto nei grandi centri urbani.

Se alcune imprese hanno chiuso i battenti o delocalizzato fuori città in zone meno care, non poche hanno deciso di spostare l'attività su

area pubblica o itinerante.

Ed è proprio l'espansione del commercio ambulante a influire sul significativo tasso di crescita rilevato nell'insieme delle undici categorie considerate dall'indagine di Confesercenti. Un 22% in più, spinto anche dall'aumento delle imprese di commercio di apparecchiature per le tlc e la telefonia (raddoppiate in dieci anni), di abbigliamento per adulti (+51%) e di panetterie/panifici (+15%). In ritirata, invece, soprattutto le mercerie (-37%), le pelliccerie (-32%) - che hanno ceduto il passo ad altre tipologie di capi altrettanto caldi ma meno costosi -, le attività di vendita di cappelli (-26%), le profumerie (-16%) e i fioristi (-9%).

Anche a livello territoriale (si vedano le schede in pagina), i comparti analizzati hanno seguito dinamiche differenziate. Spiccano, per aumenti superiori alla media, le province di Ragusa, Pordenone, Verona, Milano e Roma nelle tlc; Palermo e la capitale nel commercio ambulante; Massa Carrara

e Prato nell'abbigliamento. Tra gli arretramenti, invece, Pordenone e Terni sono le uniche province che perdono nel settore vestiario; cinque (tre sarde, oltre a Gorizia e Imperia) che non partecipano alla crescita nelle tlc; Bolzano e Biella, dove chiude un terzo dei fioristi.

«L'evoluzione del commercio al dettaglio segue i cambiamenti socio-economici e l'orientamento

dei consumi - commenta Bussoni - e oggi notiamo una tendenza alla specializzazione, all'offerta di nicchia e di qualità. In questi dieci anni le liberalizzazioni, la diffusione degli outlet, la presenza sempre più marcata della Gdo, gli acquisti online e la crisi hanno profondamente modificato la struttura distributiva. Quanto al futuro, il periodo peggiore dovrebbe essere alle spalle e ci sono spunti che alimentano aspettative ottimistiche. Per esempio l'Expo, di cui anche le attività commerciali dovrebbero avvantaggiarsi, oppure internet, tramite il quale i negozi tradizionali potrebbero trasformarsi in erogatori di servizi più complessi, garantendo consulenza, consegne, riparazioni, pagamenti, personalizzazioni. Resta il fatto che servirebbe comunque una politica più attenta a un settore che è fatto da micro-imprese, escluse dai provvedimenti di detassazione della componente lavoro e dai benefici riservati alle start up».

Il Sole **24 ORE**.com

INFODATABLOG

Panifici e panetterie, a Livorno il picco ogni 10mila abitanti

La mappa di panifici e panetterie in Italia e la classifica degli esercizi commerciali ogni 10mila abitanti

www.ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il trend

Imprese del commercio registrate nel 2014 per 11 comparti di attività economica e variazioni % 2004/2014



Fonte: elaborazioni su dati Confesercenti