

“ Il rischio di una desertificazione è alto e concreto, dobbiamo agire ora per mantenere vive le nostre città

G. GILETTA
direttore Ascom



Regis, Gribaudo e Giletta

di laura mina

«La nostra mission è erogare servizi alle imprese, ma crediamo fortemente di avere anche un ruolo di divulgazione delle dinamiche e delle difficoltà del commercio. Ed è proprio in quest'ottica che abbiamo raccolto una serie di dati relativi agli effetti che le restrizioni dovute alla pandemia hanno avuto sulle imprese del territorio». Così il direttore Ascom Giulio Giletta alla presentazione di un'approfondita ricerca che ha confrontato gli anni della pandemia con il 2019, prima che lo tsunami del Covid si abbattesse su attività e consumatori, misurando le variazioni sui volumi d'affari delle piccole e medie realtà del mondo del commercio, del turismo, dei servizi e dei trasporti fino al 31 dicembre 2021.

Tra i presenti, la nuova vice sindaco Federica Brizio, il primo cittadino di Racconigi Valerio Oderda, accompagnato dall'assessore Annalisa Allasia, e il direttore generale della Banca Crs Emanuele Regis, cui sono andati i ringraziamenti dell'associazione di categoria: «L'istituto bancario ci supporta nelle nostre iniziative, compresi questi studi, e anche con consigli finanziari», ha sottolineato Giletta.

L'analisi è stata realizzata su un totale di 294 imprese, ripartite tra 14 settori di attività e 24 categorie merceologiche e, come ha ben evidenziato il presidente dell'associazione di categoria Agostino Gribaudo «L'intento, oltre a fornire dei numeri e spostare l'attenzione sulle criticità, vuole essere quello di portare idee e soluzioni».

LE CATEGORIE PIÙ COLPITE

A patire di più sono state senza subbio le discoteche e sale da ballo in genere con un meno 93% di volume d'affari nel 2020, ulteriormente aggravato nel 2021 (-95%). Seguono subito dopo le palestre, fortemente penalizzate dalle chiusure, con un -43,35% paragonando il 2020 al 2019 e un -56,13% con i valori del 2021 sempre in relazione al 2019, preso come anno zero in quanto pre-pandemia.

Con i viaggi bloccati, sono scesi drasticamente anche i numeri del trasporto passeggeri (-63,69% e -38,20%). E arriviamo alla ristorazione che ha fatto i salti mortali per adeguarsi ai cambiamenti, ad esempio rinnovando i menù per renderli più adatti all'asporto nel periodo in cui era l'unico modo per continuare a lavorare (-32,93% nel 2020 e -22,66% nel 2021).

Commercio stanco

L'Ascom ha messo a confronto i dati prima e dopo lo tsunami del Covid

Lo stop alle cerimonie, vedi matrimoni ma anche cresime e comunioni, ha fermato gli affari di chi lavora nella cura della persona (-21,54% e -8,53%). Valori in linea con il settore moda dove, va precisato, si assisteva a un momento di crisi già prima del lockdown. Anche i dati relativi a giornali e riviste, per quanto in calo (-1,71% e -3,89%), sono un segnale più culturale, effetto della digitalizzazione che prende spazio a questo mercato, più che della pandemia.

Tengono invece i libri, in difficoltà nel 2020 ma in ripresa nel 2021 (-0,24%).

CHI È CRESCIUTO

I tabaccaia non sono mai stati costretti a chiudere: qui un calo nei volumi è riconducibile a quando hanno bloccato le giocate per un certo periodo, ma dopo una lieve diminuzione chiudono il 2021 con il segno più.

In crescita (+4,48% nel 2020 e +2,03% nel 2021) il commercio al dettaglio degli alimentari, perché alcune persone hanno cominciato a frequentare il negozio sotto casa e parte di quella clientela non se n'è più andata.

È salito anche il commercio all'ingrosso (+0,41% e +2,39%).

Dopo una contrazione nel 2020, l'alimentari ambulante è aumentato di un +4,76%, forse perché alcuni hanno preferito fare acquisti all'aperto piuttosto che al chiuso.

Altalenante l'andamento per i generi non alimentari che hanno registrato un -8,35% nel 2020 ma un +5,56% nel 2021: «Credo che il calo sia dovuto al Natale del 2020, quando molte persone hanno finito per fare gli acquisti natalizi su internet», ha commentato Giletta, spiegando ancora come l'inversione di tendenza di alcuni settori, nel 2021 non più in perdita, sia in parte già riconducibile agli aumenti dei prezzi.

Sempre in salita il consumo di colori e vernici e ovviamente il volume di affari delle farmacie, specie nel 2020, così come le ferramenta e le biciclette (per le e-bike). Quest'ultimo settore però è quello che prima degli altri ha dovuto fare i conti con la mancanza di materie prime. Le produzioni artigianali (dopo un -2,82% nel 2020) arrivano al +12,57% nel 2021.

Bene naturalmente l'edilizia, complici gli incentivi del superbonus, con un +42,91% nel 2021.

LE PROSPETTIVE

Non c'è soltanto la crisi sanitaria.

Nell'ultimo periodo si devono aggiungere gli effetti della guerra, quindi la crisi energetica, e i

cambiamenti climatici, con la drammatica condizione di siccità che sta già avendo conseguenze sull'agricoltura locale.

La prospettiva più preoccupante per il prossimo futuro è la perdita del potere d'acquisto per le famiglie, cui si somma la mancanza di materie prime, ma anche di manodopera, e la sempre più radicata tendenza a fare acquisti online.

«Le cause che porteranno a una costante e graduale chiusura dei nostri negozi sono molteplici e il rischio di una desertificazione commerciale è alto e concreto - ha detto il direttore Giletta - con l'inevitabile conseguenza di trasformare i nostri centri abitati in quartieri dormitorio».

Un futuro quindi che non si presenta roseo, ancor più se alla domanda su quale sia in questo momento l'umore dei nostri imprenditori, al di là delle cifre, Giletta risponde: «In una parola posso dire rassegnazione». Ma questo non vuol dire che non si debba combattere ed è quello che si intende fare fin da subito, perché il commercio locale è la linfa vitale delle nostre cittadine.

Analisi su 294 piccole e medie imprese

