

FIRENZE



La "smart economy" del commercio e dei servizi come chiave per lo sviluppo sociale

Il 10' convegno nazionale sul commercio organizzato da Unioncamere. Il presidente nazionale Dardanello: "Eliminare la sovrapposizione legislativa fra Stato e Regioni"

[Tweet](#) 0[Mi piace](#) 0

05/12/2012 - 19:14

0 commenti

Oltre 4,5 milioni di occupati, di cui quasi 400mila immigrati e oltre 750mila giovani al di sotto dei 30 anni. Quasi due milioni di imprese (un terzo del totale), delle quali quasi 550mila gestite da donne, 200mila da cittadini extracomunitari, 250mila da under 30 e 64mila da over 70. Sono i numeri "chiave" di due settori economici ad alto tasso di inclusione sociale (commercio e servizi di alloggio e ristorazione), cuore pulsante (e produttivo) di quelle città che l'Europa ci chiede diventino sempre più intelligenti, sostenibili e inclusive, tanto da destinare ad esse il 25% delle risorse che saranno disponibili nel prossimo Quadro comunitario di sostegno. Si focalizza proprio su queste attività che "abitano" le città, con uno sguardo volto alle opportunità di sviluppo economico di questa "smart economy" (la cui integrazione è fondamentale per realizzare le "smart city"), il X Convegno nazionale sul commercio, promosso da Unioncamere-Indis, in corso oggi a Firenze.

Un appuntamento che vuol guardare "oltre" la crisi, per individuare le concrete possibilità di crescita di queste realtà, ricordandone ad un tempo la forte valenza di coesione sociale che esse svolgono. Un modo per riportare all'attenzione del legislatore il ventaglio delle opportunità che si aprono (e le incongruenze di una legislazione e di una azione amministrativa che continua a lavorare per singoli comparti, mentre, oggi più che mai, proprio in un'ottica europea, sarebbe utile ragionare per sintesi).

"La sovrapposizione legislativa - e talvolta l'aperta conflittualità giunta poi alla Corte Costituzionale - tra Stato e Regioni sono all'origine di situazioni disciplinari che possono essere fortemente disarmoniche tra una Regione ed un'altra", ha detto il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello. "Oggi questo costo non è più sostenibile. Occorrono regole che incoraggino la ristrutturazione del sistema del commercio e delle altre attività che vivono le città pensate per dare supporto allo sviluppo del franchising, alla multifunzionalità tra commercio, somministrazione, artigianato e servizi, al rafforzamento delle interconnessioni funzionali tra commercio, turismo e cultura, all'integrazione tra commercio fisico e commercio virtuale. Lo Stato potrebbe immaginare - in un clima di condivisione con le Regioni, gli altri enti locali e le rappresentanze dei titolari di interessi - poche e chiare regole di riferimento non discutibili, lasciando poi ai territori individuare le ulteriori poche e chiare regole per sviluppare l'economia. Su questi obiettivi, per la competitività e per la rigenerazione delle nostre città, si stanno impegnando le Camere di commercio".

“Un settore strategico come il commercio può crescere anche in una fase congiunturale complessa come quella attuale, non in termini di fatturato, ovviamente, ma in termini di valorizzazione della rete commerciale, di sviluppo di nuove sinergie con altri settori, di miglioramento delle strategie competitive, di maggiore qualificazione e formazione del personale addetto, di flessibilità nell’approccio al cliente”. Ha detto il presidente della Camera di Commercio di Firenze e di Unioncamere Toscana, Vasco Galgani.

Come “Sistema camerale toscano lavoriamo da sempre e continueremo a farlo su misure diversificate e mirate di sostegno al settore, come è successo con “Vetrina Toscana” e con i Centri Commerciali Naturali, che puntano a creare economie di scala tra operatori ed a rafforzare strategie di rete. È innegabile, infatti, che la crescita del commercio passi dal miglioramento dei servizi, come dalla personalizzazione dell’offerta consentita dall’uso delle nuove tecnologie.

Penso a supporti hardware, come smartphone, tablet e pc portatili, che possano orientare con tempestività il consumatore per trovare i beni che gli servono senza dover uscire dai centri storici, magari con il sacrificio di un qualcosa in termini di convenienza, ma con un guadagno nella praticità delle soluzioni e per qualità della vita. Questo offrendo allo stesso tempo all’operatore opportunità di fidelizzazione e profilazione del cliente, per gestire al meglio le sue esigenze, per assecondare i suoi bisogni con ciò che di meglio il territorio mette a disposizione.

D’altro canto non possiamo non lavorare sul fronte dell’accesso al credito delle imprese. Se da una parte è facile parlare di innovazione, di qualità dei servizi, di adeguamento delle strutture, dall’altra è necessario poter contare su un sostegno finanziario a condizioni sostenibili, in termini di accesso e di tassi di interesse. I margini, in questo senso, ci sono, anche coinvolgendo le fondazioni bancarie, in particolare per supportare i progetti più complessi ed innovativi che coinvolgano una base significativa di imprese.”

Settori ad alto tasso di inclusione sociale

- Le imprese del commercio spiegano un quarto del tessuto imprenditoriale nazionale (25,4% del totale nel 2011, pari a 1.550.863 imprese). Le attività che si occupano dei servizi di alloggio e ristorazione sono il 6,4% del tessuto produttivo nazionale (pari a 392.337 unità).
- Il settore commerciale dà lavoro a quasi 3,3 milioni di persone; quello dei servizi di alloggio e ristorazione a circa 1,2 milioni. Entrambi contribuiscono a circa un quinto dell’occupazione in Italia

Gli immigrati

- Nei settori del commercio e dei servizi di alloggio e ristorazione lavorano il 14,7% degli occupati dipendenti stranieri presenti in Italia (286.626 persone). Tra il 2007 e il 2011 l'occupazione straniera è cresciuta nei due settori del 48% (+93mila unità) a fronte di una riduzione, seppure lieve, di quasi un punto percentuale (-0,9%) a livello complessivo (italiani e stranieri). Nel periodo considerato, l'incidenza degli stranieri sul totale degli occupati nell'intero aggregato del commercio, alloggio e ristorazione è passata dal 6,9% del 2007 al 10,3% del 2011.
- Commercio, servizi ricettivi e ristorazione vedono impegnati circa 4 imprenditori stranieri su 10 che lavorano in Italia, passando nel giro di un anno da 179.871 al 30 giugno 2011 a 192.707 l'anno successivo (+7,1%).
- Nel 2011 oltre un terzo delle imprese guidate da stranieri sono gestite da under 30, mentre quelle capitanate da giovani italiani sono poco più del 10% del totale.
- Le imprese straniere giovani nel commercio sono quasi 39mila a cui vanno ad aggiungersi altre 8mila nei servizi di alloggio e ristorazione, costituendo un universo di 46.550 imprese giovanili straniere in questi due settori di attività (33,2%).
- Le imprenditrici straniere del commercio, ricettività e ristorazione sono 51.400 al 30 giugno scorso ed incidono sull'imprenditoria immigrata per il 26,7%. Esse sono aumentate tra giugno 2011 e giugno 2012 del 7,1%.

Le donne

- Nel commercio operano quasi 415mila imprese femminili (pari quasi al 30% del totale delle imprese gestite da donne); in quello dei servizi di alloggio e ristorazione oltre 127mila (pari al 10% del totale femminile). In questi due ambiti il "tasso di femminilizzazione" (dato dal rapporto tra imprese femminili e totale delle imprese) è piuttosto elevato, pari al 26,7% nel commercio e al 32,4% nel comparto alloggio e ristorazione.
- Tra giugno 2011 e giugno 2012, le dinamiche dell'imprenditoria femminile nei due settori sono state differenti: in diminuzione quella del commercio (-0,6%), in aumento quella degli alberghi e ristoranti (+2,4%). Il saldo accorpato dei due settori risulta così solo lievemente positivo (+520 unità), come risultato della flessione di quasi 2.500 imprese femminili nel commercio, controbilanciata dall'aumento di quasi 3mila unità nei servizi ricettivi e di ristorazione.

I giovani

- Sono oltre 330mila i giovani tra i 15 e i 24 anni che svolgono un lavoro all dipendenze nel settore del commercio e in quello legato agli alberghi e ristoranti. Considerando anche la classe d'età superiore (25-29 anni), gli under 30 arrivano a 751mila unità, rappresentando più di un quarto di tutt coloro che svolgono un lavoro alle dipendenze in queste attività.
- Nel settore commerciale, tra il 2007 e il 2011 il numero di occupati dipendenti tra i 15 e i 24 anni si è ridotto di circa 45mila unità (-18,6%), così come nella fascia di età 25-29 anni il calo è stato di oltre 46mila (-14,2%). Nel comparto degli alberghi e della ristorazione il numero degli under 25 è calato di quasi 12mila unità (-8,1%), mentre è aumentato di oltre 19mila quello dei 25-29enni (+16,5%). Il saldo occupazionale dell'aggregato commercio-servizi di ristorazione e alloggio risulta quindi negativo di oltre 57mila unità tra i dipendenti under 25 e di oltre 27mila tra quelli di 25-29 anni (rispettivamente -14,7% e -6,2%).
- Più intensa della media la partecipazione dei giovani al mondo dell'impresa: le 193mila imprese giovanili che operano nel commercio rappresentano il 12,4% del totale del settore, mentre le 58mila imprese giovanili nei servizi ricettivi e di ristorazione assorbono quasi il 15%. In entrambi i casi, si registra un contributo dei giovani superiore a quello medio generale, pari all'11,4%.

Gli anziani

- Commercio e servizi di alloggio e ristorazione hanno conosciuto un aumento negli ultimi 4 anni di dipendenti over 65 superiore a quello del totale dell'economia (+15,4% contro 10,9%). Nel commercio lavorano 5.380 persone con oltre 65 anni, mentre nel settore dell'alloggio e ristorazione circa 2.500.
- A metà di quest'anno, i titolari di impresa ultrasettantenni nei due settori considerati erano quasi 64mila, in aumento di circa mille unità rispetto al giugno 2011.

L'opinione degli operatori

- Una indagine sugli operatori sul tema ha evidenziato come la scelta di intraprendere un'attività nel settore sia collegata all'esistenza di un'attività già avviata in famiglia (54% degli intervistati) e alla possibilità di godere di una maggiore indipendenza lavorativa (36,6%, per i giovani imprenditori: 40,9%).
- Intraprendere una attività nel settore nasce sì dalla motivazione di aumentare guadagni (58,4%), ma sia legata anche alla possibilità di realizzare una vita sociale-lavorativa più impegnata (41,6%; giovani imprenditori: 55,6%). Per gli imprenditori stranieri ciò rappresenta anche un modo per facilitare l'integrazione socio-culturale (28,6%).
- E' elevata l'incidenza di coloro che ritengono come gli esercizi commerciali di quartiere contribuiscano a migliorare la vita ai soggetti più deboli a livello sociale, si pensi anzitutto agli anziani. Ciò in ragione soprattutto della vicinanza dell'esercizio commerciale all'abitazione (63,4%) e al rapporto di fiducia instaurato con il titolare (53,9%).
- Per quanto riguarda il tema commercio-città, secondo gli operatori, il commercio determina un miglioramento dello stato urbano del quartiere di ubicazione, soprattutto per via di una maggiore vivacità socio-culturale che il settore può portare (65,7%).