

COMMERCIO » IL MIRAGGIO DELL'OCCUPAZIONE

Negozianti per necessità ma reggono solo 5 anni

Nel 2012 avviate 170mila attività da persone rimaste senza lavoro. Però la ripresa è lontana anche in Toscana, dove le vendite calano meno che nel resto d'Italia

di Ilaria Bonuccelli

Da cinque a sette anni. Con più chance di sopravvivenza nel turismo che nel commercio. È questa la vita media delle aziende di nuova apertura. E neppure i timidi segnali di ripresa delle vendite, registrati in Toscana nel secondo trimestre 2013, possono cancellare il pessimismo. Il fatto che fra marzo e giugno le vendite al dettaglio siano calate solo del 4,8% (contro la media italiana del 7,6%) non può fare dimenticare - denuncia Massimo Vivoli, presidente regionale e vicepresidente nazionale di Confesercenti - che il 40% delle imprese aperte nel 2007 oggi ha chiuso. E che sui consumi pendano due incognite: l'aumento dei prezzi (per quanto rallentato rispetto al passato) e il rischio di un ulteriore aumento dell'Iva.

Secondo il ragionamento di Vivoli, delle 172mila imprese reali aperte in Italia nel 2012, al ritmo di 471 al giorno, fra il 2015 e il 2017 ne resteranno in piedi circa 70mila, nonostante ad avviarle siano stati, spesso, imprenditori al di sotto dei 30 anni. Magari già espulsi dal mondo del lavoro dipendente. «Con la crisi in corso - conferma Vivoli - la gente si sta inventando un posto di lavoro. E come da sempre accade, cerca di crearselo nel piccolo commercio. Sapendo che questa è la tendenza, da tempo chiediamo alla Regione Toscana formazione per gli (aspiranti) imprenditori, accesso al credito agevolato

per le imprese giovanili e femminili. Le donne cercano un'occupazione: se non c'è nell'industria, la cercano nel turismo o nel piccolo commercio». Trovarla, però, non è così facile, insiste Vivoli. E non devono trarre in inganno i segnali minimi di ripresa rilevati da Unioncamere. In effetti, in Toscana nel secondo trimestre dell'anno, la vendita al dettaglio è calata meno sia rispetto al periodo gennaio-marzo, sia rispetto alla media nazionale. E questa tendenza è evidente sia nel settore alimentare che non alimentare: in percentuale consumi in Toscana diminuiscono la metà che nel resto d'Italia. Addirittura, per la prima volta - fa presente Unioncamere - «le strutture di media distribuzione fanno peggio dei piccoli negozi». E «supermercati, ipermercati, grandi magazzini perdono il 3,5%, registrando il peggior risultato trimestrale da quando viene effettuata la rilevazione sulle vendite».

Unioncamere rivela che si salvano, nel secondo trimestre 2013, soprattutto i negozi specializzati. Questo non significa che aumentino le vendite, solo che si frena il calo del fatturato: ad esempio il settore abbigliamento fa meglio di 3 punti rispetto al primo trimestre dell'anno. Ma questo non cambia un dato di fatto: i negozi continuano a chiudere. Se non bastasse vedere le saracinesche abbassate in tutte le città -

come sottolineano Vivoli e Andrea Nardin, direttore di Confcommercio Toscana - ci sono i numeri a parlare: fra marzo e giugno, hanno cessato l'attività in Toscana lo 0,3% delle attività aperte. Nel settore alimentare, la peggio l'hanno avuta gli esercizi non specializzati (-0,4%), mentre quelli specializzati hanno registrato un piccolo incremento (+1,6%). Nel settore non alimentare, invece, la contrazione di imprese è dello 0,6% rispetto al trimestre precedente. «C'è da stare poco allegri: gli effetti della crisi - commenta Nardin - sono sotto gli occhi di tutti. Basta fare un giro in centro a Firenze per non parlare della moria di negozi nelle periferie e nei piccoli centri. Ma per i negozi di vicinato la caduta libera sembra avvertire una lieve frenata e le piccole strutture, pur nell'andamento negativo delle vendite (-5,2%) non peggiorano rispetto al primo trimestre, con un trend migliore rispetto a quello nazionale». Se non fosse - obietta Vivoli - che il dato negativo «deve essere sommato a quello dei primi tre mesi. A conferma che il commercio è in caduta verticale, se si eccettuano compro-oro, attività per scommesse e negozi di sigarette elettroniche che lo Stato ha già trovato il modo di tassare al 53%». Ma potrebbe anche andare peggio con un «improponibile aumento dell'Iva - conclude Nardin - che vanificherebbe anche i timidissimi segnali di ripresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





VENDITE	TOSCANA	ITALIA
Alimentari	-5,3%	-10,7%
Non alimentari	-5,1%	-7,6%
Supermercati	-2,3%	-1,9%
TOTALE	-4,8%	-7,6%

Fonte: Centro Studi Unioncamere