LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO
16-MAG-2023
da pag. 10 / foglio 1
Quotidiano - Dir. Resp.: Oscar Iarussi
Tiratura: 8616 Diffusione: 6271 Lettori: 295000 (0006901)
DATA STAMPA
www.datastampa.it

LA LUNGA CRISI

UNO STUDIO DI CONFESERCENTI

NUOVE APERTURE? UN'ODISSEA

Secondo gli esperti è «difficile aprire una nuova attività: nel 2022 ne sono nate solo 22.608, il 20,3% in meno del 2021»

Commercio, scompaiono 18 negozi ogni giorno

Un'emorragia inarrestabile in tutta Italia. Lo studio di Confesercenti

● «Servono misure strutturali per sostenere i negozi di vicinato» avverte Confesercenti presentando uno studio realizzato con Ipsos: «continuano a diminuire. In confronto al 2019, a fine 2023 si conteranno oltre 52mila imprese del commercio in meno, per un declino complessivo del -7%».

STIME CATASTROFICHE - Incide la perdita di potere di acquisto degli italiani, «un vero e proprio crollo, che pesa sul tessuto dei negozi di vicinato più della concorrenza dell'online». Con la tendenza attuale, la stima per i prossimi sette anni, da qui al 2030 , è di una contrazione di circa 73 mila (-11% sul totale), «ad un ritmo di 18 negozi spariti al giorno».

LA PANDEMIA E IL CARO BOLLETTE - C'è «un'accelerazione del processo di desertificazione su cui incide la doppia crisi vissuta dal comparto che, dopo lo stop imposto dalla pandemia, ha visto interrompersi la ripresa a causa degli effetti di inflazione e caro-energia, che hanno eroso la capacità di spesa delle famiglie». È l'analisi che emerge da «Il Commercio oggi e domani», studio sul futuro della distribuzione commerciale condotto da Confesercenti e Ipsos e presentato ieri a Roma. Dalle risposte degli intervistati emerge anche quanto il negozio tradizionale sia ancora preferito agli acquisti online per la maggior parte delle categorie merceologiche (sei su nove) e da consumatori di tutte le età.

MODA E GIORNALI - A diminuire rispetto al 2019, in numeri assoluti, sono soprattutto i negozi di moda (-8.553 unità rispetto al 2019, con un calo del -6,3%), anche se le riduzioni percentuali più elevate vengono registrate da giornali e articoli di cartoleria (-13,5%, per 3.963 imprese in meno). In forte contrazione anche le imprese attive nella vendita di pane e torte, (-6,1%, per 679 attività in meno) e di carni (-5,7%, -1.663 imprese). Più contenuta la perdita per le librerie (-2%, o -112 imprese). «Non tutti i comparti merceologici, però, vanno male - viene indicato - . È il caso delle imprese specializzate nella vendita di frutta e verdura, che rispetto all'ultimo anno prima della pandemia crescono del 2%, per un totale di 432 imprese in più. Bene anche i negozi specializzati in Pesci, crostacei e molluschi (+107 attività, per una variazione positiva del +1,2%) e quelli della distribuzione bevande, che aumentano di 291 attività sul 2019, con una crescita del +4,5% rispetto al periodo precedente alla pandemia».

Confesercenti segnala anche quanto sia «difficile aprire una nuova attività: nel 2022 sono nate solo 22.608 nuove attività, il 20,3% in meno del 2021. «Un numero del tutto insufficiente a compensare le oltre 43mila imprese che hanno abbassato per sempre la saracinesca». La media è «di oltre due negozi spariti ogni ora. E nel 2023 la situazione non migliora: nei primi tre mesi dell'anno le nuove aperture sono ancora il 18% inferiori a quelle registrate nello stesso periodo del 2019».

LE SOLUZIONI - Per far fronte al rischio desertificazione Confesercenti propone misure fiscali per ridurre la pressione delle imposte sulle famiglie, come «detassare gli aumenti contrattuali per il prossimo biennio: potrebbe generare 3 miliardi di euro di consumi aggiuntivi già a partire dalla prossima tornata contrattuale». Poi, «misure strutturali, con un pacchetto di formazione per gli imprenditori, sostegni all'innovazione; Una fiscalità di vantaggio per le piccole imprese della distribuzione con fatturato inferiore ai 400mila euro annui, e la cedolare secca per le locazioni commerciali» «Siamo convinti - viene indicato - che, con queste misure, sarebbe possibile ridurre l'erosione delle quote di mercato delle piccole superfici, recuperando 5,5 miliardi di euro di vendite, e salvando quasi 30mila attività commerciali di vicinato dalla scomparsa nei prossimi sette anni». *(Ansa)*

Superficie 33 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1601 - T.1601