
La crisi non si ferma nel settore del commercio

Secondo l'indagine sul commercio al dettaglio condotta da Unioncamere Emilia-Romagna in collaborazione con Confcommercio Emilia-Romagna nel 2009 le vendite sono diminuite mediamente del 2,9 per cento rispetto al 2008. Per la prima volta in calo, anche se moderato, la grande distribuzione.

Nel 2009, gli esercizi commerciali dell'Emilia-Romagna hanno registrato una diminuzione media delle vendite pari al **2,9 per cento**, rispetto al 2008 con una intensità mai riscontrata dal 2000. È quanto emerge dall'indagine congiunturale condotta da **Unioncamere Emilia-Romagna** in collaborazione con **Confcommercio Emilia Romagna** su un campione rappresentativo di imprese operanti nel settore del commercio al dettaglio. L'andamento nazionale è apparso ancora più negativo, segnato da una flessione media del 4,4 per cento, la più vistosa degli ultimi dieci anni. Anche il settore delle vendite al dettaglio ha risentito della crisi globale, riflettendo la frenata dei consumi delle famiglie.

In linea con il passato, sono state le *imprese di minori dimensioni* ad accusare i cali più sostenuti. Per la piccola e media distribuzione è stata registrata una diminuzione media pari rispettivamente al 5,5 e 4,6 per cento. La grande distribuzione, che in passato aveva spesso compensato i cali delle dimensioni piccola e media, ha registrato una diminuzione media dello 0,8 per cento. Tra i settori di attività, le maggiori difficoltà hanno interessato il commercio dei prodotti non alimentari, che ha accusato su base annua una flessione media del 4,5 per cento, con una punta del 6,0 per cento relativa ai prodotti dell'abbigliamento e accessori. Le stesse vendite di prodotti alimentari sono scese con una intensità mai riscontrata in passato (-2,8 per cento rispetto al 2008).

*“Questi dati sul commercio al dettaglio non ci sorprendono – commenta il presidente di Confcommercio Emilia Romagna **Ugo Margini** – testimoniano infatti il sensibile contenimento della spesa delle famiglie che ha caratterizzato tutto il 2009, e che vede soltanto ora un lieve miglioramento.”*

L'indagine del sistema camerale ha preso in esame **per la prima volta le intenzioni di investimento nel 2010**.

Sotto questo aspetto, sono emersi dei segnali moderatamente positivi. Il 43 per cento delle imprese ha previsto di effettuare investimenti nel 2010, in misura superiore rispetto alla percentuale del 37 per cento riscontrata nell'industria.

Il 35 per cento delle imprese ha previsto di investire di più rispetto al 2009, a fronte del 31 per cento che ha invece prospettato una riduzione. Il saldo leggermente positivo che ne è derivato è dipeso essenzialmente dagli esercizi meno strutturati.

*“Se per la prima volta anche la grande distribuzione ha chiuso l'anno con una riduzione delle vendite, ad indicare come la fase recessiva abbia interessato tutto il settore – commenta il presidente di Unioncamere Emilia Romagna, **Andrea Zanlari** – è però positivo che molte imprese abbiano previsto di effettuare investimenti nel corso del 2010, segnale di un comparto che sa reagire proattivamente alle difficoltà legate alla crisi internazionale nonché al calo dei consumi, una tendenza quest'ultima che, oramai, ha più carattere strutturale che congiunturale”.*

Uno scenario complesso in cui alle difficoltà delle vendite si è però affiancata una incoraggiante ripresa degli investimenti.

“Questo andamento – commenta il presidente di Confcommercio Emilia Romagna, Ugo Margini – non ha quindi scalfito la fiducia delle nostre imprese commerciali nella ripresa. Credo che la crescita della propensione agli investimenti evidenziata dall'indagine, che si è concentrata proprio nelle attività commerciali di minori dimensioni, sia un segnale positivo della volontà e della spinta verso una rinnovata crescita economica, proprio a partire dal commercio.”

In uno scenario ancora incerto, in cui l'atteggiamento delle famiglie è di estrema cautela secondo Margini *“occorre sottolineare e premiare l'impegno delle imprese che continuano ad investire*

intervenendo, con il sostegno delle Istituzioni, su quegli aspetti che risultano oggi cruciali per dare stabilità e rafforzare le PMI di settore. In particolar modo sulla leva del credito, fattore indispensabile per sostenere la capitalizzazione e quindi gli investimenti e l'innovazione del nostro commercio.”

DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE - Per quanto riguarda la compagine imprenditoriale, il 2009 si è chiuso in termini moderatamente negativi. Il saldo tra imprese iscritte e cessate, al netto delle cancellazioni d'ufficio che non hanno alcuna valenza congiunturale, è risultato in rosso per 1.515 unità. La consistenza delle imprese attive è scesa dalle 97.684 di fine 2008 alle 97.385 di fine 2009, per una variazione negativa dello 0,3 per cento, leggermente più contenuta rispetto a quella rilevata in Italia (-0,4 per cento).

*“L'analisi demografica - dichiara il direttore di Confcommercio Regionale **Davide Urban** - evidenzia la dinamica di cambiamento interna al settore, che presenta un volto sempre più “internazionale” per la presenza ormai consistente dell'imprenditoria straniera. Si tratta di una trasformazione che va gestita correttamente, insieme alle organizzazioni economiche, al fine di valorizzare ruolo e valore di tali risorse per lo sviluppo futuro del settore, nel pieno rispetto della qualità del nostro commercio e delle regole che lo governano.”*

Sotto l'aspetto della **forma giuridica**, si è rafforzato, in linea con l'andamento generale, il **peso delle società di capitale** (+1,3 per cento), a fronte delle diminuzioni riscontrate nelle forme giuridiche “personali”. La relativa incidenza sul totale delle imprese è salita al 15,3 per cento, rispetto al 14,8 per cento di fine 2008.

Per quanto concerne la classe di capitale sociale, le attività commerciali dell'Emilia-Romagna hanno evidenziato a fine 2009 una quota di imprese attive fortemente capitalizzate (con almeno 500 mila euro) pari all'1,3 per cento, a fronte della media generale dell'1,7 per cento. Le imprese super capitalizzate, con almeno 5 milioni di euro di capitale sociale, sono risultate 518, equivalenti allo 0,5 per cento del totale, a fronte della media generale dello 0,6 per cento.

*“Il calo dei consumi non ha comunque frenato -sottolinea **Ugo Girardi**, segretario dell'Unioncamere Emilia-Romagna - la tendenza, in atto da alcuni anni, a irrobustire le modalità di gestione imprenditoriale nel commercio al dettaglio, per elevare il livello di capitalizzazione: anche nel 2009 è cresciuto (+ 1,3 per cento) il peso delle società di capitale nel commercio, a fronte di un'ulteriore riduzione delle società di persone, che restano comunque la forma giuridica di gran lunga più diffusa”.*

Da sottolineare infine che le imprese commerciali prive di capitale sociale hanno inciso per il 48,8 per cento del totale, contro il 55,9 per cento della media generale. Il gruppo più consistente, costituito dalle imprese individuali, è risultato in calo dello 0,2 per cento (-0,9 per cento in Italia) e ancora più ampia è apparsa la diminuzione delle società di persone pari all'1,6 per cento (-0,9 per cento in Italia).

Segno moderatamente positivo nel piccolo gruppo delle “altre forme giuridiche”, costituito da appena 606 imprese attive (+0,3 per cento).

Sono in pratica i piccoli esercizi, la cui forma giuridica è prevalentemente personale, che hanno pagato il prezzo più elevato in termini di chiusure.

Bologna, 09/03/2010