

## IL CROLLO DEI CONSUMI

Il commercio potrebbe perdere 90mila posti diretti conseguenza del taglio alle spese cui sono costrette le famiglie italiane

Devastante l'impatto della grande distribuzione: nei supermercati le vendite salgono (più 1,6%) nei negozi di quartiere scendono (meno 1,2%)

# La crisi al di là del bancone A rischio 40mila negozi

■ di Marika Dell'Acqua / Milano

È l'altra faccia della crisi. Non colpisce solo famiglie e consumatori, ma anche chi sta dall'altra parte del bancone. Potrebbero essere 40mila i negozi e i piccoli esercizi commerciali costretti a chiudere alla fine del 2008, con una perdita secca di 80/90mila posti di lavoro. A confermarlo è uno studio di Confesercenti ma con questo trend le cose potrebbero anche peggiorare. Se a giugno le vendite nei tradizionali negozi sotto casa sono crollate del 3,4%, il tradizionale ossigeno dei saldi a molti negozi non è arrivato. Un po' dovunque nelle città italiane, sono i dati di Federmoda, le vendite sono calate del 5% rispetto all'estate del 2007 e la spesa degli italiani si è fermata a 3,8 miliardi di euro.

«Se pensiamo che il 70% degli esercenti ha puntato sui saldi per recuperare una parte di fatturato persa durante l'anno - spiega Renato Borghi, presidente di Federmoda - non possiamo che essere dispiaciuti per come è andata».

Colpiti, da questa stangata, soprattutto i negozi del «settore food», quello alimentare, dove opera circa il 25% dei punti vendita al dettaglio e ha già fatto chiudere 2.865 macellai e 1.922 ortofrutticoltori. Ma la crisi si è aggiunta a un nuovo modo di fare la spesa cominciato cinquant'anni fa con i primi supermercati diventati subito uno dei luoghi preferiti delle famiglie per gli acquisti. Supermercati diventati poi ipermercati, centri commerciali e outlet, che han-

no lentamente sostituito i luna-park. Tanto che la domenica numerose famiglie con amici al seguito vi si avventurano a caccia dell'offerta migliore anche su cellulari, mobili, tv al plasma, mettendo in ginocchio, secondo il Rapporto sulle Economie Territoriali di Confcommercio, 5.733 negozi di elettrodomestici e 4.789 negozi specializzati, dallo sport alla musica, dai mobili ai tappeti. E il primo trimestre del 2008 conferma il trend negativo dei piccoli esercizi, specie quelli a conduzione familiare. In aprile, infatti, le vendite nella grande distribuzione sono salite dell'1,6%, quelle nei negozi di quartiere sono scese dell'1,2%. E se tra il 2002 e il 2007 sono stati proprio gli alimentari con un meno 8,5% a segnare il calo più negativo in assoluto a livello nazionale, il settore dei tabacchi con un più 15,4% traina l'economia del comparto «non-food», seguito dal trio abbigliamento-calzature-cosmetici a basso costo. Fenomeno, anch'esso sintomo della crisi, riconducibile alla presenza di molti imprenditori stranieri, soprattutto extracomunitari, che si lanciano nel settore.

Tuttavia se per qualcuno è crisi nera, per altri è un periodo dalle uova d'oro. Tra il 2002 e il 2007, infatti, i venditori ambulanti sono cresciuti esponenzialmente con 35.936 lavoratori in più e questa volta, nell'eterno dualismo Nord-Sud, a vincere è il Mezzogiorno con il 46% degli ambulanti, rispetto al 36% del Nord e al 18% del Centro.

Alla grande anche i venditori a domicilio, così come vincente si è rivelata la formula del franchising. Nel primo trimestre del 2008 le imprese associate Avedisco, l'associazione delle vendite dirette ai consumatori, hanno incrementato il proprio fatturato del 5,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il settore più dinamico è stato quello dei «servizi» con un'impennata del 28,4%, seguito da quello «alimentare», che ha segnato un più 8,9% e dalle performance dei «beni durevoli casa», che con una quota di mercato del 47,3%, continuano a essere il settore più importante della vendita a domicilio. Idem per lo stuolo di venditori porta a porta, ormai oltre 230mila, aumentati del 6,6%. «L'economia italiana stenta a riprendersi - commenta Luca Pozzoli, presidente di Avedisco - ma la vendita porta a porta piace sempre».

Sulla scala del successo si afferma senza ombra di dubbio il franchising, adatto per chiunque voglia aprire un'impresa senza l'onere di partire da zero. Secondo le stime dell'associazione di settore, nel 2007 le reti affiliate in Italia hanno segnato un incremento dell'8,9% rispetto al 2006 e un giro d'affari di oltre 21 miliardi di euro. E in questo caso sono proprio gli alimentari, le agenzie immobiliari e creditizie, l'abbigliamento e i viaggi a emergere come i portenti del fatturato italiano superando la soglia di un miliardo e mezzo di euro all'anno.

## I NUMERI DEL DISASTRO

**40 MILA** sono le piccole imprese del commercio al dettaglio a rischio chiusura a causa del crollo dei consumi registrato negli ultimi mesi

**90 MILA** sono i posti di lavoro che verrebbero cancellati in seguito alla crisi del commercio al dettaglio

**5,4%** È L'INCREMENTO annuale del fatturato registrato dalle vendite dirette dai produttori ai consumatori

**3,4%** È IL CALO dei consumi registrato dall'Istat nel mese di giugno: era dal 2005 che non andava tanto male