

Lunedì, 5 agosto 2024



Confcommercio Savona, primi segnali positivi contro la desertificazione commerciale

Sono aumentate le imprese attive (da 33.724 a 33.735) e sono cresciuti gli addetti (da 85.970 a 87.465, ossia una variazione del 1,7%)

Confcommercio **Savona** archivia il primo semestre 2024 con dati assolutamente incoraggianti, che testimoniano come tutto il settore del terziario sia riuscito non solo a superare il periodo Covid, ma anche a tornare a crescere, pur in una congiuntura economica complessa.

L'analisi nasce sulla scia dell'indagine realizzata da Confcommercio nazionale, in collaborazione con SWG e nell'ambito del progetto Cities, che si occupa di contrasto alla desertificazione commerciale nelle città italiane e sviluppo del valore sociale delle economie di prossimità. Lo studio prende in analisi le abitudini dei consumatori e mostra come gli italiani vogliono vivere nei quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità, perché questi rafforzano le comunità, fanno sentire più sicure le persone e contribuiscono alla crescita del valore delle abitazioni.

La chiusura dei negozi preoccupa e intristisce i cittadini, soprattutto al Nord e nelle città di medie dimensioni, che percepiscono chiaramente quali tipologie merceologiche sono a maggiore rischio.

Proprio la desertificazione commerciale, ovvero la riduzione o l'assenza dei negozi tradizionali vicino alle abitazioni, è il fattore che spinge a fare acquisti lontano dal proprio quartiere. In particolare, si registra una diminuzione dei negozi specializzati come quelli di abbigliamento ed elettronica (46%) e dei servizi essenziali, tra cui gli alimentari (42%). Tuttavia, i servizi per il tempo libero come bar e ristoranti sono percepiti in aumento dal 43% degli intervistati.

I cittadini preferiscono fare acquisti quotidiani di farmaci (64%) e tabacchi (59%) nei negozi vicini alla propria abitazione. Per abbigliamento (64%), alimentari a lunga conservazione (60%), accessori per la casa (60%) e prodotti di elettronica (53%), si rivolgono a centri commerciali e grandi strutture distributive.

Per quanto riguarda **Savona**, tra il 2012 e il 2021 la città era inserita nella graduatoria dei comuni ad alto rischio desertificazione, in base alla variazione delle unità locali del commercio al dettaglio e dei servizi di alloggio e ristorazione. La nostra provincia aveva fatto segnare un -24% per il commercio al dettaglio e un -6,7% per alloggio e ristorazione (dati ufficio studi Confcommercio).

I dati di oggi (registro imprese della Camera di Commercio) raccontano di un settore vitale, che ogni giorno combatte la desertificazione commerciale: in provincia tra marzo 2023 e marzo 2024 sono leggermente diminuite le imprese registrate (da 37.550 a 37.500), ma sono aumentate quelle attive (da 33.724 a 33.735) e sono cresciuti gli addetti (da 85.970 a 87.465, ossia una variazione del 1,7%).

Tra le imprese attive ci sono differenze: calano le attività manifatturiere (da 1.602 a 1.592 attività, -0,6%), il commercio all'ingrosso e al dettaglio, la riparazione di auto e veicoli (da 5.556 a 5.406 attività, -2,7%), ma crescono i servizi di alloggio e ristorazione (da 3.457 a 3.468, +0,3%), le attività immobiliari (da 1.412 a 1.423, +0,8%), il noleggio, agenzie viaggio e servizi di supporto alle imprese (da 866 a 879, +1,5%).

Interessanti sono i dati relativi al movimento turistico alberghiero ed extralberghiero: rispetto allo scorso anno, nel primo trimestre 2024 il Savonese ha fatto segnare un +7% negli arrivi (da 145.213 a 155.396), con un conseguente rialzo delle presenze, +6,2% (da 491.362 a 521.923%) caratterizzato da una sostanziale tenuta degli italiani (+3%, in gran parte lombardi, seguiti da piemontesi) e un notevole incremento (+22,7%) degli stranieri (in primis tedeschi, francesi e austriaci).

Su scala ligure il Savonese vale il 23% degli arrivi totali della regione (Genova 41%, Imperia 21%, La Spezia 15%). In termini di presenze il dato è 28% nel Savonese (Genova 34%, Imperia 26%, La Spezia 12%).

A fare una previsione rispetto allo scenario estivo è Fipe Confcommercio, che giovedì a Roma ha presentato un'analisi sugli orizzonti del sistema turistico. Si preannuncia un bilancio positivo, con circa 215 milioni di presenze turistiche nel nostro Paese, con un incremento dell'1,6% rispetto al 2023. La spesa turistica nel trimestre giugno-agosto sarà di 62 miliardi di euro, di cui 11,7 miliardi in bar e ristoranti per mangiare fuori casa.

Il mese di agosto si prospetta come un'importante boccata d'ossigeno per la stagione estiva, con oltre 84 milioni di presenze attese e una spesa turistica complessiva di 24 miliardi di euro. Per colazioni, pranzi, cene, aperitivi, dolci e gelati, i turisti spenderanno in questo mese circa 4,8 miliardi di euro.

L'estate si conferma il periodo prediletto per le vacanze, ma, rispetto al periodo pre-pandemia, l'analisi rileva un aumento dei soggiorni lunghi (4 o più notti), che nel 2023 erano il 59,4% del totale contro il 55,6% del 2019. I viaggi brevi (1-3 notti) scendono al 40,6%, dal 44,4% del pre-pandemia. Aumenta l'attrattiva del Nord (+2%) e del Mezzogiorno (+2,2%). Aumentano le prenotazioni fai da te: l'alloggio è prenotato direttamente dal turista nel 73,8% dei viaggi per vacanza in cui la struttura dove soggiornare è prenotata (era il 45,4% nel 2019). Cresce l'uso dell'online: nel 70,6% dei viaggi per vacanza degli italiani, la prenotazione dell'alloggio è avvenuta tramite il web, rispetto al 59,6% del 2019. Internet permette ai turisti di raccogliere autonomamente tutte le informazioni necessarie, confrontare prezzi e individuare le migliori opportunità sul mercato.

“Il nostro impegno è da sempre mantenere vivo il tessuto commerciale – interviene il presidente di Confcommercio Savona Enrico Schiappapietra -. I dati di oggi confermano quanto i negozi di vicinato siano insostituibili: rendono le città più vivibili, attrattive e sicure. Per questo continuiamo a contrastare la desertificazione commerciale, impegnandoci in più direzioni. Da una parte invitiamo i cittadini ad aderire alla nostra campagna #comprosottocasa, perché le loro scelte possono far la differenza e ogni vetrina accesa è un presidio di servizi e sicurezza per la collettività”.

“Dall'altra parte supportiamo gli imprenditori del terziario a stare al passo con le abitudini che cambiano e ad accedere a vari bandi, come per esempio “Cassacommercio”, per utilizzare i fondi a disposizione per incentivare l'innovazione. In questo contenuto richiamiamo anche l'importanza dei Civ: è utile per le attività commerciali costituirsi in Centri integrati di via, perché l'unità aiuta a reperire risorse e fare proposte più complete all'utente” conclude