

## Covid e crisi: a Rimini sparite 237 attività. L'analisi di Confcommercio

**Attualità** - 22 febbraio 2021 - 16:11



L'Ufficio Studi di Confcommercio su dati del Centro Studi delle Camere di Commercio "G. Tagliacarne", ha elaborato anche per il 2020 l'analisi "Imprese e Città – Demografia d'impresa nelle città italiane", giunta alla sesta edizione, con l'obiettivo di qualificare la demografia d'impresa guardando come gli aggregati si muovono nelle aree centrali delle città rispetto al resto del comune, focalizzando l'attenzione sulle medie città.

**L'emergenza** Covid in atto ormai da un anno, si è abbattuta in maniera drammatica sul nostro sistema di imprese colpendo, in particolare, le filiere del turismo e della ristorazione che hanno fortemente ridotto i loro fatturati, ma anche moltissime imprese del commercio al dettaglio e del comparto del tempo libero (attività artistiche, sportive e di intrattenimento) che hanno chiuso definitivamente l'attività. Per il 2020 l'Ufficio Studi di Confcommercio stima una riduzione di oltre 300mila imprese del commercio non alimentare e dei servizi, di cui circa 240mila esclusivamente a causa della pandemia. Tuttavia nel 2020 si è osservato un tasso di cancellazione (sia al lordo, sia al netto delle cancellazioni d'ufficio) straordinariamente basso: la media tra 2015 e 2019, infatti, è di 350.000 imprese cancellate, nel 2020 308.000. Un dato che, come vedremo, non si può spiegare con la sola lettura dei numeri.

**Tutte** le attività considerate oggi ammontano a oltre 925mila unità: 474mila riguardano il commercio al dettaglio in sede fissa; gli ambulanti sono circa 80mila; quasi 346mila è il totale di bar, ristoranti e alberghi; quasi 25mila le attività registrate come altro commercio (vendita on-line, porta a porta, corrispondenza e distributori automatici). In Italia tra il 2012 e il 2020 sono spariti 77mila negozi in sede fissa, con una riduzione del 14%; al contrario cresce dell'8,8% il numero di attività di alloggio e ristorazione. Se si focalizza l'attenzione sull'e-commerce, si nota un'impennata della vendita di beni (+30,7% sul 2019), ma un crollo della vendita on-line di servizi (-46,9%). Anche il commercio online, che vale 30 miliardi di spesa (una percentuale compresa tra il 6 e il 7% del totale) registra dunque cambiamenti a causa della pandemia.

**La dinamica** d'impresa nelle aree cittadine più centrali è una questione eccezionalmente rilevante, perché si tratta di capire come vivremo nel futuro prossimo. Per quanto riguarda i 120 comuni presi in analisi, una prima evidenza meritevole di attenzione è la riduzione del commercio al dettaglio in sede fissa nei centri storici (-14,9% dal 2012), solo leggermente superiore a quella fuori dai centri storici (-14,5% dal 2012). Ancora positiva la dinamica dei pubblici esercizi (dal 2012 +14,2% in area centrale e +11% al di fuori).

**La stima** elaborata per il 2021, dunque le possibili chiusure di attività nelle zone centrali dovute alla pandemia, è allarmante: nell'anno in corso si stima la chiusura del 17,1% delle imprese di commercio al dettaglio (con maggiore incidenza per i negozi di abbigliamento con un -19,7%) e del 24,9% delle imprese di alloggio e ristorazione, dove a trainare il dato al ribasso sono bar e ristorazione (-27,2%).

## I DATI DI RIMINI

L'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio coinvolge anche la città di Rimini, suddivisa attraverso i Cap (Codici di avviamento postale) in area centrale e area non centrale.

Analizzando il periodo 2012-2020, il saldo delle imprese di commercio al dettaglio nel Comune di Rimini ha un saldo negativo di 237 unità, con un calo di 129 in periferia e un'incidenza percentuale di -9.85%, rispetto all'area centrale (-108 unità, -13.32%). Pesano particolarmente sul totale del saldo negativo le chiusure di esercizi specializzati in altri prodotti non alimentari (-158) quali abbigliamento, calzature, pelletteria, cosmesi, profumeria, fiori e piante, gioiellerie, mobili per ufficio, ottica e fotografia e dei negozi specializzati in articoli culturali e ricreativi (-40) come supporti musicali, giocattoli, articoli sportivi, libri e giornali.

Per quanto riguarda le aziende del turismo, si abbassa la quota degli alberghi chiusi: -19 in zona centrale con un'incidenza del -6,03% e -39 al di fuori, con percentuale del -5,28%, mentre tengono le altre tipologie come bar e ristoranti (+29).

“Quest'anno i dati dell'indagine dell'Ufficio Studi risultano fin troppo positivi – **spiega il direttore di Confcommercio della provincia di Rimini, Andrea Castiglioni** - ma ciò accade per un fenomeno che realisticamente dobbiamo addebitare ad una 'ibernazione' del tessuto produttivo, dovuta al blocco dei licenziamenti, al massiccio ricorso alle forme di Cassa integrazione e alle promesse di ristori. Molte imprese dunque sono già chiuse, nel senso che pur rimanendo iscritte ai registri non operano e non opereranno mai più, con un riflesso statistico che si avrà probabilmente nei prossimi trimestri. L'analisi restituisce dinamiche già in atto, come l'aggravarsi della crisi del commercio al dettaglio non alimentare che vive una sempre maggiore difficoltà a rimanere sul mercato e che durante la pandemia ha visto al contrario l'e-commerce realizzare numeri da capogiro come il +30% di beni venduti. Anche questo un processo già in atto anche in Italia, che la pandemia ha accelerato manifestando

---

una volta di più la necessità per le micro e piccole imprese di aprirsi a nuovi asset. A questo però si aggiunge una totale incertezza per il futuro di pubblici esercizi, che al contrario mostravano su una notevole vivacità”.

“Da questo quadro emerge la prova che le nostre città stanno morendo – **dice il presidente di Confcommercio della provincia di Rimini, Gianni Indino** -. Le imprese sono in ginocchio e la gestione della pandemia così come è stata portata avanti finora non le ha aiutate a sopportare il periodo di emergenza. Continuiamo a chiedere aiuti reali e congrui, che consentano al nostro tessuto economico, ma anche sociale, di non implodere. Ancora una volta ci siamo trovati in zona arancione da un momento all’altro, ancora una volta siamo figli dell’incertezza, ancora una volta siamo a evidenziare le grandi difficoltà di sopravvivenza di commercio al dettaglio e pubblici esercizi. Se ieri il quadro era caratterizzato da meno commercio e più turismo con una rilevante dinamicità delle attività di pubblico esercizio, domani probabilmente sarà meno commercio e meno turismo, con inediti problemi di equilibrio nella vita sociale dentro le città. I dati e le previsioni non ci stupiscono: il rischio più che mai concreto è che il report 2021 fotograferà un quadro ancora più preoccupante. Per questo bisogna agire ora, sostenendo le imprese colpite pesantemente dal lock down e introducendo finalmente una giusta web tax che risponda al principio ‘stesso mercato stesse regole’. Imprescindibile inoltre un urgente piano di rigenerazione urbana per rilanciare i valori identitari e sociali delle nostre città”.