

ECONOMIA Nel 2020, primo anno della pandemia, registrate più aperture che cessazioni

Commercio, i dati che non ti aspetti

Nell'anno in cui è arrivato il Covid, il 2020, si sono sentite più e più volte voci negative provenienti dal settore del commercio, specie di quello di prosimità. Invece, a ben vedere i dati riguardanti la situazione del comparto nella nostra città, sembrerebbe che Savigliano nel 2020 sia stata un'oasi felice.

Ma non è tutto oro quello che luccica. Infatti, se da un lato 19 nuove aperture contro le 8 cessazioni indicano una vitalità commerciale, dall'altro la crescita potrebbe riguardare non un nuovo negozio, ma semplicemente l'apertura di nuove attività all'interno degli stessi locali. Per fare un esempio, un esercizio che, oltre all'abbigliamento, si è messo a vendere anche l'intimo.

Tornando alle 19 nuove aperture, si sono registrate più nei settori non alimentari che in quelli alimentari (410 contro i 208 metri quadri), mentre i subingressi, ovvero cessione o affitto di aziende esistenti, sono stati 16. In parità gli acconciatori ed estetisti: a fronte di 4 cessazioni (2 per ognuna delle ca-

tegorie) si sono avute 4 aperture (2 acconciatori e 2 estetisti), mentre ulteriori 2 sono stati i subingressi.

Riguardo ai pubblici esercizi che somministrano alimenti e bevande, anche qui il saldo è positivo (+2), con 1 cessazione e 3 aperture; 2 i subingressi.

Da ultimo i dati riguardanti il commercio ambulante, quello sui mercati. Qui se è presente molta più rotazione degli operatori (11 sono i subingressi), d'altra parte è in perfetta parità (3) il numero di chi ha aperto e di chi ha cessato.

I commenti ai dati. «Seppur una buona parte di queste nuove aperture possa essere riconducibile ad ampliamenti o integrazioni oppure ancora di attività secondarie di quelle già esistenti, questi numeri possono essere letti come positivi – sottolinea Livio Raballo, direttore dell'Ascom cittadina –. Se dovessi esprimermi con un voto, darei un bel 6+. Quello che è incoraggiante è che, nonostante le problematiche del Covid, il settore è vivo e mantiene viva la città. Ed è bello vedere che il



I negozi saviglianesi: nel primo anno della pandemia, registrati diversi segnali positivi

settore del commercio in città continua, così come è positivo che ci sia interesse anche in questo periodo critico. Se solo ottenessimo la considerazione giusta e il giusto rispetto in termini economici (i cosiddetti ristori, ndr) si potrebbe fare molto meglio».

Quello che è negativo per Raballo «è proprio il discorso economico, perché questo alta-

lenarsi di restrizioni senza fine produce effetti gravissimi sulle vendite. Infatti, al di là delle attività, c'è meno gente in giro oppure disposta a fare acquisti. Quanto ai ristori, gli ultimi sono ridicoli: aver fissato una soglia senza progressione è iniquo. Poi, la cifra è completamente insufficiente: non riesce a coprire nemmeno una piccola parte delle spese fisse».

A fianco del commercio cittadino si è schierata anche l'amministrazione comunale. «È vero che questi numeri devono essere interpretati, ma a mio parere la situazione non è del tutto positiva – esordisce l'assessore Michele Lovera –. Come Comune cercheremo di portare avanti, e migliorare se possibile, tutte quelle agevolazioni già messe in campo lo scorso anno (dal-

le opportunità per realizzare nuove vetrine all'allargamento dei dehors). Poi, stiamo collaborando molto con l'Ascom cittadina, ad esempio con il bando regionale inerente il distretto diffuso del commercio. A breve partiremo con lo studio della "Savigliano che vorremmo" (la cosiddetta "vision" della città): è assodato che i desiderata non saranno più gli stessi del tempo pre-Covid. Senza dimenticare gli artigiani che hanno attività produttive. Tornando ai numeri, sono belli se li leggo come assessore al Bilancio, ma se indosso la delega alle attività produttive c'è anche qualche ombra».

Anche per il comandante della Polizia Locale Rocco Martini i dati sono da interpretare: «Nonostante un aumento numerico – evidenzia Martini – questo di per sé non è un indice di ripresa del commercio; molti intraprendono quest'attività perché disoccupati o in difficoltà in altri settori. È un indicatore triste, perché il commercio "da ultima spiaggia" non è più un investimento remunerativo».

Paolo Biancardi