

Le sfide del nuovo anno/1

Consumi legati all'emergenza Servono aiuti

Sabina Quarantini*



Il bilancio sulle vendite di queste festività natalizie 2021 rispecchia il particolare momento che stiamo attraversando. Le vendite del mese di dicembre sono partite a rilento, i consumi si sono concentrati nell'ultima settimana, rispecchiando la caratteristica tipica degli acquisti natalizi fatti nei giorni prossimi al Natale. L'acquisto degli ultimi giorni e dell'ultimo momento hanno portato gente in città e favorito i negozi di vicinato che hanno saputo trasmettere sicurezza ai clienti in diligente attesa di poter entrare ad acquistare. Lo shopping natalizio, con un dato di ripresa rispetto all'anno scorso, ha portato un po' di sollievo agli imprenditori che hanno beneficiato della voglia dei cittadini di fare spesa nei negozi di città. Il canale dell'on-line è ancora molto utilizzato ma c'è stato un ritorno al negozio fisico perché si è percepita la sicurezza dello shopping e questo è un segnale incoraggiante di fiducia che deve essere valorizzato e sostenuto. La tendenza di crescita delle vendite, un leggero aumento, si è manifestata maggiormente nei generi alimentari, abbigliamento e pelletteria, ed in tono minore nei settori libreria, tecnologia ed elettronica, profumeria, bigiotteria e gioielli, giocattoli. I numeri delle vendite non sono certo quelli degli anni pre-pandemia e le difficoltà per il settore commercio, dei pubblici esercizi e della ristorazione non sono finite. Nel settore ristorazione le numerose disdette hanno ridotto le aspettative di un Natale con i locali pieni ed il fatturato in crescita. Preoccupante è anche il nuovo obbligo dal 10 gennaio dell'uso del green pass rafforzato fino alla fine dello stato di emergenza, per i servizi di ristorazione all'aperto inserito nel decreto di mercoledì. Il futuro sarà ancora caratterizzato da una propensione al consumo condizionata dall'emergenza e dal peso del rispetto delle regole. È a necessario evitare altre restrizioni così come è necessario prevedere delle indispensabili misure di sostegno.

*Presidente Confesercenti Imola

Le sfide del nuovo anno/2

Fase decisiva Dimostrare senso civico

Amilcare Renzi*



Un Natale migliore di quello di un anno fa quando era tutto chiuso. Un Natale che esalta la tradizione, la famiglia, la voglia di stare assieme. Ma anche un Natale incerto, scandito da un aumento dei contagi che preoccupa. Ci auguriamo che i comportamenti nei prossimi

giorni siano all'insegna della responsabilità per non aggravare la situazione sanitaria, anche se ci solleva il fatto che vi sia una tenuta dei nostri ospedali e che, rispetto al passato, la situazione sia comunque migliore. I nostri operatori ci hanno mandato segnali positivi per quanto riguarda i giorni pre natalizi, Natale e Santo Stefano. Ora, però, sta crescendo la preoccupazione perché stanno saltando diverse prenotazioni. Se la situazione dovesse aggravarsi dovremo essere capaci di interagire con il livello politico a supporto di quelle attività che avranno delle difficoltà. Voglio poi sottolineare l'importanza di questo fermento imprenditoriale che ha portato all'apertura nel nostro centro

storico di diversi negozi. Riemerge così il valore dei negozi di vicinato, la loro capacità di esaltare le specificità del made in Italy e del territorio. Queste botteghe, al di là degli aspetti commerciali, portano nuove idee, socialità, collaborazioni, segni di una comunità che dialoga per il bene complessivo. Più in generale l'economia del territorio sta viaggiando a ritmi inaspettati solo un anno fa, pur in presenza di elementi di preoccupazione causati da un aumento dei prezzi delle materie prime, energia e gas in primo luogo, fuori controllo e da una persistente difficoltà a reperire manodopera specializzata.

*Segretario Confartigianato Bologna metropolitana



Per le attività commerciali del territorio è stato un Natale di rilancio, ma la nuova impennata dei contagi inizia a preoccupare

Le sfide del nuovo anno/3

Ristorazione e alimentari, punto di svolta

Danilo Galassi*



La tempesta Covid ha spazzato via tante certezze e ha influenzato, forse in modo permanente, consuetudini acquisite e momenti della vita quotidiana. Una cosa però sembra essere rimasta in piedi: la tradizione del regalo di Natale. Secondo un'indagine

sui consumi di Natale 2021 tre italiani su quattro si sono scambiati doni con parenti e amici anche se il restante 26% ha deciso di non farne, scelta legata a esigenze di risparmio o per evitare gli incontri per lo scambio dei regali o magari per attendere la stagione dei saldi. Inoltre positivo è stato il riscontro avuto, soprattutto nel settore alimentare, dai negozi tradizionali e di vicinato del Circondario Imolese che sono stati preferiti, più dell'anno precedente, agli acquisti online. Per quanto riguarda invece Capodanno, se in generale dalle statistiche nazionali emergono disdette nei 70mila ristoranti italiani che sono rimasti aperti per permettere di festeggiare il nuovo anno, il nostro territorio, ancora in

zona bianca, non ha subito gravi contraccolpi. Con le nuove normative imposte dal Decreto Natale, grazie anche al distanziamento garantito nei nostri locali con al massimo sei persone per tavolo, sarà possibile, anche nelle prossime settimane, cenare e in sicurezza nei vari ristoranti di città e circondario che, per quanto riguarda le settimane che hanno portato al Natale, si sono dichiarati soddisfatti per il numero dei clienti.

*Presidente Ascom Imola

Pranzi e cene ancora più sicuri con l'ulteriore giro di vite disposto dal Governo

Le sfide del nuovo anno/4

Pandemia, rincari e bollette Tante le sfide

Luca Palladino*



È tempo di bilanci per le nostre imprese. Speravamo in un periodo natalizio più sereno, ma il repentino aumento dei contagi e dei ricoveri ci ricordano purtroppo che il livello di attenzione dovrà essere ancora elevato da parte di tutti. Da alcune interviste a campione, tra i nostri associati, è emerso un quadro che testimonia una ripresa rispetto al 2020, con valori positivi per vari settori: dall'arredamento all'abbigliamento e calzature, fiori e articoli per la casa. Le attività commerciali hanno investito anche in nuove forme di vendita on line, aprendosi così ad una nuova fetta di mercato fuori territorio; questa modalità si è fortemente sviluppata negli ultimi anni e riguarda tanti settori, anche se non sufficiente a colmare le perdite dovute alla pandemia e reso difficile dalla concorrenza della grande distribuzione. Suggeriamo ancora una volta di acquistare nei negozi delle nostre cittadine, per favorire la crescita dell'economia del nostro territorio e tutelare l'occupazione. Il settore food, pur registrando un dato positivo, risente dell'appesantimento normativo del "super green pass" necessario per la tutela della salute e per garantire alle imprese di poter continuare a svolgere la loro attività, evitando in tal modo il "lockdown" che nel 2020 ha causato enormi problemi economici-finanziari: Problemi che hanno messo a repentaglio la continuità anche di aziende consolidate sul mercato. Un aspetto più volte richiamato dai nostri imprenditori è quello dei controlli, poiché si lamenta la concorrenza sleale di chi non si attiene alle norme, emerge tuttavia una grande voglia di fare e di innovare. L'incremento delle vendite su base annua è un fattore positivo, per il 2022 ci preoccupano in particolare l'inflazione elevata con un incremento dei prezzi in tutti i settori che, unito ai forti rincari delle bollette energetiche, rischiano di determinare un rallentamento dei consumi. Riteniamo positiva l'azione del Governo di ridurre la quarantena poiché cominciano ad essere molti i settori che rischiano un rallentamento per la mancanza del personale.

*Presidente Cna Imola