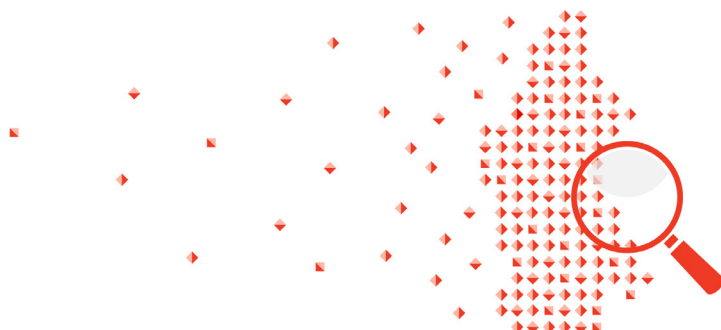




L'andamento delle imprese terziarie nel periodo natalizio 2021



Comunicato stampa

Novara, 28 gennaio 2021

L'impatto dei provvedimenti ministeriali sulle imprese dell'Alto Piemonte

Premessa di Alessandro Minello, docente Università Ca' Foscari Venezia e Responsabile Centro Studi

Il Natale appena trascorso - complici le restrizioni, l'incertezza e la paura - non ha stimolato i consumi e risollevato le sorti delle imprese. La clientela ha ridotto molto gli acquisti e rivisto le modalità di acquisto, privilegiando l'online.

Il Terziario è il settore che più di tutti sta pagando gli effetti della pandemia, con impatti negativi asimmetrici al suo interno. Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, il "Turismo" è un settore quasi azzerato con pesanti cali di fatturato, mentre il "Commercio" - con l'eccezione dell'ambulantato, in grave difficoltà - è il settore che ha resistito meglio all'emergenza, grazie alla componente alimentare esente dalle restrizioni. Si registrano diminuzioni importanti del fatturato nei "Servizi" alla persona, resistono invece quelli alle imprese legati alle commesse pubbliche e del manifatturiero. **Soffrono di più gli esercizi nelle zone centrali, mentre quelli nelle aree più periferiche evidenziano una maggiore resilienza.**

Solo una piccola parte degli esercizi si è avvalsa dell'opportunità, concessa dalla Regione, di effettuare promozioni prima dei saldi, soprattutto nel commercio e nelle zone centrali urbane. Il sistema commerciale e turistico (soprattutto a Novara) si è riorganizzato, proponendo forme di vendita alternative, ma i risultati sono stati inferiori alle aspettative, sia per fatturato che per soddisfazione dei clienti. **La qualità e la redditività della diversificazione delle modalità di vendita rappresentano elementi critici su cui lavorare in futuro,** investendo in nuove professionalità e competenze.

Il sistema terziario esce dal periodo natalizio con gravi difficoltà, ha provato a reagire e chi ha potuto e/o è riuscito a tenere aperto ha limitato le perdite. Ma **per un rilancio vero serve che il mercato riprenda a funzionare. Serve favorire una ripresa collettiva, in grado di rinnovare, anche qualitativamente, il circolo lavoro-reddito-consumo,** attualmente bloccato.



L'ambito dell'indagine

Anche durante il periodo natalizio, le misure restrittive del Governo per il contenimento della pandemia hanno influito su diversi settori economici. Il questionario promosso dal **Centro Studi sul Terziario del Piemonte Nord**, in collaborazione con "EconLab Research Network", si è posto l'obiettivo di indagare l'andamento delle attività di impresa tra il 01 dicembre 2020 e il 06 gennaio 2021.

Condotto su un campione complessivo di 513 realtà imprenditoriali dell'area, ha consentito di mettere a fuoco **gli effetti delle restrizioni dovute alla pandemia sulle aziende del territorio, in uno dei periodi solitamente più proficui dell'anno**. Di seguito, i risultati provenienti dalle 293 attività del terziario, afferenti alle province di Novara e Verbano Cusio Ossola.

I risultati delle 293 realtà imprenditoriali intervistate

Nell'area geografica dell'**Alto Piemonte, più dei due terzi (68%) delle imprese terziarie intervistate hanno dovuto limitare le aperture durante il periodo natalizio**, secondo le restrizioni imposte dal Governo, con una maggiore incidenza (69%) nella provincia di Verbano Cusio Ossola.

Solo il 32% ha potuto tenere sempre aperta l'attività tra il 01 dicembre 2020 e il 06 gennaio 2021. Dal punto di vista territoriale, sono in prevalenza i centri urbani (70%) a subire gli impatti di tali contenimenti precauzionali. A risentirne maggiormente è stato il **settore turistico, dove solo il 4% degli esercizi ha potuto dare continuità al servizio offerto**. Più agevolati, invece, i comparti dei servizi e del commercio, dove rispettivamente il 93% e il 48% delle imprese ha dichiarato una maggior costanza.

Nel 2020, diversamente dagli anni precedenti, **la Regione Piemonte ha deciso di consentire le vendite promozionali nei 30 giorni precedenti ai saldi** (solitamente fissati per i primi di gennaio).

Il 74% delle realtà intervistate non ha usufruito di tale possibilità, mantenendo il prezzo pieno dei propri prodotti e servizi (l'area del verbanese raggiunge una quota del 76%). Interessante notare come, la maggioranza di queste (54%) non abbia nemmeno proposto modalità alternative di servizio alla propria clientela. **Solo il 26% delle aziende ha applicato degli sconti** (percentuale che sale al 43% nel commercio), ma non su tutti i prodotti. La maggior parte di esse (61%) **ha preferito mettere in svendita solo parte della merce**. In concomitanza degli sconti, sono però di più (56%) le attività che hanno scelto di implementare al contempo nuove modalità di vendita. All'interno del territorio, si registra una **tendenza superiore nell'applicare sconti alle merci da parte delle aziende ubicate nei centri urbani (30%)**.



Nel complesso delle attività afferenti all'area dell'**Alto Piemonte**, quasi la metà (**49%**) ha adottato nuove soluzioni per la fornitura dei propri servizi (quota che sale al 51% nella provincia di Novara). Un loro maggiore utilizzo viene riscontrato negli esercizi turistici (55%), nei centri urbani (50%) e nelle zone semicentrali (56%)

Fra le modalità alternative proposte, **protagonista è il "Delivery" ovvero la consegna a domicilio, utilizzata dal 66% delle aziende** attivate in tal senso. Riguarda unicamente le attività del turismo e del commercio, con una maggior propensione per quest'ultime (85%). Sale rispetto alle precedenti rilevazioni la percentuale di **esercizi che hanno utilizzato il servizio di "Asporto" (48%)**, modalità adottata quasi esclusivamente dal settore turistico, in particolare da "Bar e ristoranti" (84%), obbligati dalle restrizioni imposte dal Governo durante il periodo considerato. Una percentuale inferiore delle aziende, ma pur sempre rilevante, ha attivato un servizio di **"Prenotazione (telefonica o telematica) con ritiro in negozio" della merce (31%)**, modalità adottata prevalentemente dagli esercizi commerciali (38%). Tra le proposte alternative, si rileva anche l'**adozione di nuovi "Canali digitali" (27%)**, come ad esempio l'e-commerce, strumento privilegiato rispetto ad altri dalle attività dei servizi (75%).

Complessivamente, il **riscontro ricevuto dalla clientela** in merito alle modalità alternative adottate non è stato sufficientemente positivo, attestandosi mediamente su un punteggio di 5,1 su una scala da 1 a 10.

Riscontri superiori alla media si evidenziano per le attività commerciali (5,2) e dei servizi (7), per quelle situate in zona semicentrale (5,3) rispetto al centro urbano e, in generale, per gli esercizi del verbanese (5,7). **Riscontri inferiori alla media** si evidenziano per gli esercizi turistici (4,9) e, in generale, per le attività del novarese (5).

Nonostante l'impegno nel fornire servizi supplementari rispetto all'attività ordinaria, **le nuove modalità proposte si sono rivelate poco redditizie**, ricoprendo nella maggioranza dei casi **una quota inferiore al 10% o addirittura al 5% del fatturato del periodo** (rispettivamente per il 23,8% e 37% delle imprese) e non dimostrandosi condizione necessaria e sufficiente a determinare un aumento del fatturato, nemmeno per chi ha potuto tenere sempre aperta l'attività.

Si sottolinea comunque il fatto che, rispetto allo stesso periodo del 2019, la maggior parte delle aziende (**79%**) **ha riscontrato un netto cambiamento nel comportamento della clientela**, condizionato certamente dalle limitazioni imposte dalla pandemia, soprattutto per quanto riguarda le attività commerciali (81%). Cambiamento che si è riscontrato in termini quantitativi più che qualitativi, concretizzandosi prevalentemente in una **"Riduzione degli acquisti"**, rilevata dal **74,6% delle imprese**.



L'insieme di tali contingenze ha determinato una diminuzione del fatturato complessivo nel corso delle festività natalizie per più dei tre quarti delle imprese intervistate (78,8%), nella maggior parte dei casi superiore al 30% rispetto allo stesso periodo della precedente annualità.

Le più penalizzate sono state le **attività turistiche (99% in perdita)**, il 95% delle quali evidenzia un calo di tali proporzioni (percentuale che si attesta al 100% per nelle strutture ricettive). Seguono gli **esercizi del commercio (68% in perdita)**, dove è il 34% ad indicare una riduzione oltre al 30% del fatturato (percentuale che si attesta al 75% negli ambulanti e al 53% nel settore moda). Di fatto, le **aziende dei servizi (53% in perdita)** sembrano aver subito un minor impatto: di queste, solo un terzo (33%) lamenta una flessione oltre il 30% del fatturato.

A vedere un **aumento del fatturato nel corso del periodo natalizio è solo l'11,6% delle aziende terziarie**, quasi esclusivamente attività del commercio.

A livello territoriale, si riscontrano **maggiori contrazioni nella provincia di Verbano Cusio Ossola (81% delle aziende) e nei centri urbani dell'area dell'Alto Piemonte (81% delle aziende)**. Inferiori, ma pur sempre importanti, quelle registrate nelle fasce semicentrali (79% delle aziende) e periferiche (75%).