

Intervento del Vice Presidente Vicario Confesercenti
Nico Gronchi
Assemblea elettiva FIESA 18-11-2021

Nel rivolgere il saluto di Confesercenti nazionale e mio personale all'Assemblea dei delegati Fiesca, evidenzio l'importanza del settore del commercio alimentare per l'economia nazionale e per la nostra Associazione.

Fiesca rappresenta l'aggregazione di tutte le tipologie d'impresa di mercato al dettaglio del comparto alimentare, rappresentando al suo interno i diversi settori delle carni, dell'ortofrutta e del pane, dell'ittico e delle gastronomie, delle enoteche e dei laboratori artigiani. Una Federazione che rappresenta dunque il front office del complesso sistema del mondo della produzione alimentare e del made in Italy che è anche uno dei pilastri della nostra economia e del nostro export.

In questi anni la Federazione è stata in prima linea nelle varie fasi di cambiamento della vita nazionale, dalle crisi sanitarie ai passaggi economici più impegnativi.

Per comprendere bene il ruolo svolto facciamo un esercizio di confronto tra ciò che era il Paese nel 1971 e ciò che è oggi nel 2021.

Il Pil stava a 820 mld, oggi siamo a 1.600 mld; il debito viaggiava al 41%, oggi si attesta al 158%; avevamo una mobilità con un parco Auto di 11 mln, oggi circolano sulle strade italiane 39 mln di veicoli.

Il Paese è cresciuto da 54 mln di abitanti a 59 mln, è anche diventato multietnico, con importanti novità alimentari implementate nell'offerta dei nostri negozi; avevamo 16 mln famiglie, oggi ne abbiamo 25 mln, il nucleo media delle famiglie si è ridotto da 3,3 a 2,2 componenti e la spesa alimentare delle famiglie, in linea con i paesi più sviluppati è scesa dal 37% al 20% della spesa complessiva.

In questi numeri possiamo trovare la traiettoria dello sviluppo del nostro paese, con gli indici che indicano un percorso di benessere crescente e allo stesso tempo di contraddizioni e nuove problematiche.

In questi anni gli esercizi di vicinato sono passati da oltre 400 mila a poco più di 100 mila, con una forte dispersione di valore per i territori e per l'occupazione. Oggi il vero rischio è la desertificazione di ampi territori. La crisi degli esercizi di vicinato è la crisi di un'intera comunità. È la messa in discussione di uno stile di vita e la scomparsa di un servizio primario per i cittadini, specialmente nei centri più piccoli.

Dalla ricerca Federconsumatori Fiesca Confesercenti, presentata stamane, appare che nelle chiusure 2019/2020, la maglia nera spetta alla Campania, con 531 esercizi chiusi, seguita dalla Sicilia con 422 e dalla Puglia con 385; e in ambito merceologico quella relativa al commercio al dettaglio di carni e prodotti a base di carne, ha registrato 2.193 chiusure, pari al 66%. Di questo passo, nel 2025 la riduzione degli esercizi commerciali di piccole dimensioni operanti nel settore alimentare oscillerà tra il -6,9% e il -8,4%. Il 73% delle chiusure si trova al di fuori dei grandi centri urbani.

Si tratta di numeri che devono interrogare e devono porre quesiti alle istituzioni sulla reale necessità di garantire un presidio territoriale per la vivibilità dei nostri territori.

Se, nella fase acuta della pandemia e del lockdown, il paese ha retto, dal punto di vista della coesione sociale, il merito è anche di questi nostri colleghi che hanno sfidato, a proprie spese e a proprio rischio, il pericolo del contagio, svolgendo un servizio essenziale. Perché non inquadrare queste imprese per quello che sono e fanno? Servizio Pubblico: lo sono state quando sono rimaste aperte per decreto fornendo beni di prima necessità, lo sono quando mantengono aperte attività in luoghi di montagna, campagna o piccoli borghi isolati, lo sono quando garantiscono qualità e spesso sostenibilità dei prodotti al posto della massificazione dell'offerta della GDO.

Il lockdown nella sua drammaticità ha sovvertito "verità" che sembravano assolute, dando ragione a chi come noi ha sempre difeso e sostenuto la necessaria pluralità della distribuzione in un mercato sempre più complesso, nel quale assumono un valore rilevante la concorrenza, la trasparenza nei confronti dei consumatori, la tutela dei lavoratori, la sostenibilità ambientale.

Più in generale, dopo il blackout di marzo e aprile dovuto al fermo delle attività, i consumi sono ripartiti lentamente. I dati di cui disponiamo sinora indicano che la spesa delle famiglie, a oltre otto mesi dalla "riapertura", non ha ancora ripreso un sentiero ben definito di recupero. A dimostrare l'andamento incerto basti citare i dati allarmanti di novembre, mese che ha segnato un calo dei consumi del 6,9%. Anche dopo il riavvio delle attività, infatti, gli italiani hanno continuato a tagliare gli acquisti: rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, nei sei mesi che vanno da marzo ad agosto la spesa media in beni non alimentari è scesa di 1.170 euro a famiglia.

A pesare sui consumi anche i riflessi dell'emergenza sulla disponibilità delle famiglie. L'incertezza aumenta la propensione al risparmio di alcune; per altre, la crisi si è trasformata in una flessione consistente dei redditi

da lavoro, con riduzioni del -11,3% per i dipendenti del settore privato e del -13,4% per gli autonomi. Un contesto difficile in particolare per i negozi tradizionali, se si considera che l'emergenza, oltre a ridurre la spesa totale delle famiglie, ne ha travasato una quota verso l'online.

Inoltre, tra il 2015 e il 2020 le piccole superfici registrano una crescita cumulata delle vendite alimentari pari al 2,1% mentre le attività non specializzate a prevalenza alimentare crescono del 7,7, facendo segnare anche un mutamento nelle abitudini degli italiani con il calo delle vendite degli ipermercati del 4%, mentre per i supermercati si registra una crescita del 9,4% e per i discount del 25,7%. Rimane da capire se il mutamento nei comportamenti di spesa sarà duraturo. Leggiamo in questo cambiamento una minor disponibilità dei consumatori alla mobilità forzata per gli acquisti e un ritorno alla spesa vicino casa, nel quartiere.

In questo senso ritengo corretto, e in linea con le aspettative dei cittadini e delle imprese, una proposta finalizzata a:

- Varare un grande piano di sostegno e di riconversione e di digitalizzazione delle attività, che permetta al tessuto imprenditoriale di ristrutturarsi per superare la crisi e tornare a crescere e a creare lavoro.
- mettere in cantiere un'iniziativa sulla Rigenerazione urbana utilizzando le risorse del PNRR privilegiando un approccio teso a valorizzare il legame profondo del commercio con i luoghi
- mettere a terra progetti a sostegno della conversione Green delle imprese, da prodotti di filiera corta, a quelli a basso impatto ambientale, a quelli derivanti da economia circolare.
- favorire la Proposta di Legge presentata stamane: sostegno agli esercizi di vicinato primari, un regime forfettario e innalzamento della soglia di accesso, contabilità semplificata, canoni locazione calmierati con gli strumenti fiscali e regime tributario locale dedicato alle pmi.