

Commercio, quel ciclone Befane

– I 9000 negozi della provincia di Rimini hanno retto la forza d'urto del ciclone Befane, forte di un supermercato davvero super e delle bocche di fuoco di 132 negozi, un cinema con 9 schermi, 3.000 posti auto.

Ed ha retto la novità anche la catena dei supermercati. Uno a 5 chilometri, in dicembre, ha segnato un meno cinque per cento rispetto agli anni precedenti; era l'aspettativa più rosea messa in conto dai gestori. Mentre un supermercato simile ma a 20 chilometri dalle Befane, sempre a dicembre, rispetto al mese dell'anno precedente, ha segnato un più 15 per cento, ma con la media annuale sul più 30 per cento. Dati difficili da analizzare.

Altro riferimento statistico. La catena provinciale Conad dei supermercati ha avuto una lieve flessione lo scorso dicembre, meno rispetto a quanto messo in conto.

Le bruciatore maggiori se le sono beccate gli ambulanti del centro storico di Rimini ed i supermercati sulla superstrada per San Marino. E forse è stata una sorpresa. Il futuro: gli analisti affermano che ogni anno dovrebbero passeggiare sotto le volte delle Befane 3 milioni di appassionati dello shopping. Negli stessi giorni apertura anche per l'iper Malatesta, dove sono attesi altri 700-800.000 acquirenti.

“Non è una rivoluzione – argomenta perentorio Marco Mussoni, segretario della Confcommercio della provincia di Rimini; è semplicemente il mercato che va avanti. Era previsto da tempo, il problema è che hanno aperto sotto Natale in due ed hanno avuto dalla loro cinque domeniche piovose. Altrimenti centri avrebbero avuto più acquirenti”.

“Gridare al lupo, al lupo – continua Mussoni – credo che sia troppo. Alcuni dei nostri associati hanno chiesto la nostra consulenza se aprire o no. Valutato costi e benefici, abbiamo loro consigliato di desistere”.

Continua la riflessione di Mussoni: "Mi preoccupano più le carenze strutturali del nostro territorio. Da Milano a Rimini, 290 km, ci vogliono 9 ore la domenica per rientrare".

Mirco Pari, segretario della Confesercenti provinciale. "L'apertura è una programmazione – argomenta – che ha completato lo sviluppo commerciale della nostra provincia. E' un concorrente che può creare problemi al commercio cittadino di vicinato. In ogni caso penso che si possa convivere a patto che il piccolo commercio possa essere messo nelle stesse condizioni. Il blocco del traffico lo premia. L'altro dato è che la città deve essere facilmente raggiungibile, come il Centro. Loro hanno 3000 parcheggi, il centro una deficienza cronica".

"Alla fine – affonda Pari – il Centro commerciale ed il centro delle città hanno due segmenti di mercato. Il tradizionale significa servizio, qualità, eccellenza dei prodotti. Là c'è la globalizzazione, la standardizzazione. Della serie: visto uno visti tutti".

Mussoni e Pari alzano gli sguardi anche sul futuro, sia commerciale, sia politico-culturale.

Mussoni: "Se non diamo valore ed opportunità ai centri commerciali naturali come i centri delle città, avremo grossi squilibri. La Regione ed i Comuni dovrebbero intervenire con qualche motorino economico: incentivi a chi riqualifica, parcheggi, eventi culturali e di intrattenimento che facciano da richiamo. Ci vorrebbe un progetto a 360 gradi, con un forte coinvolgimento tra pubblico e privato; invece con i politici si parla solo di tagli, quando questa provincia ha potenzialità uniche, che altri non possiedono".

Pari: "E' evidente che chi decide di restare sul mercato, i giovani, coloro che ci credono, devono riqualificare. Chi affronterà questo percorso avrà risultati positivi. Al momento siamo in mezzo alla confusione. Le due grandi strutture commerciali sono una novità che lasciano disorientati; per ben valutare bisogna aspettare ancora un po' di tempo, che le acque si ritirino. Dopo ci sarà il ritorno alla normalità ed alla giusta riflessione".

di Francesco Toti

Mussoni, Confcommercio: “Non è una rivoluzione; è semplicemente il mercato che va avanti. Era previsto da tempo, il problema è che hanno aperto sotto Natale in due ed hanno avuto dalla loro cinque domeniche piovose”

Pari: “E’ un concorrente che può creare problemi al commercio cittadino di vicinato. In ogni caso penso che si possa convivere a patto che il piccolo commercio possa essere messo nelle stesse condizioni”

NUMERI

Commercio, terzi in regione

– Il reticolo commerciale della provincia di Rimini occupa il terzo posto; è preceduto solo da Bologna e Modena. Il dato non si spiega con la popolazione, ma con la stagione estiva. Conta 8.875 aziende commerciali, il 59 per cento è commercio al dettaglio, il 31 ingrosso ed il 10 riparazione e manutenzione di autoveicoli e motocicli.

Quasi 9.000 commercianti

Imprese commerciali 2000*

Bellaria 473

Cattolica 706

Coriano 135

Gemmano 8

Misano 279

Mondaino 25

Monte Colombo 26

Montefiore 10

Montegridolfo 17

Montescudo 26

Marciano 150

Poggio Berni 20

Riccione 1.226
Rimini 3.329
Saludecio 18
San Clemente 29
San Giovanni 102
Santarcangelo 303
Torriana 14
Verucchio 120

Provincia totale 7.016

*Fonte: Iscom Rimini. La vecchia tabella vuole dare un senso al commercio legato alle varie cittadine provinciali. In 4 anni gli esercizi sono aumentati di 2.000 unità. Oggi sono circa 9.000.

I NUMERI

Soffrono gli ambulanti Tengono i centri storici

Sondaggio su 200 aziende della Confcommercio

– Soffrono gli ambulanti e la superstrada di San Marino. Tenuta del centro storico di Rimini, Cattolica e Morciano. Calo del mitico viale Ceccarini. Lo dicono i numeri di un sondaggio effettuato dalla Confcommercio, intervistando un campione di 200 esercenti nella provincia di Rimini (80 dei quali del centro di Rimini). Gli ambulanti del centro storico di Rimini hanno fatto segnare un meno 30 per cento. I negozi del centro di Rimini hanno retto, con i pubblici esercizi che hanno segnato un più quasi 5 per cento. Mannaia anche su viale Ceccarini, meno 10 per cento. In compenso c'è stata la conferma per Cattolica e Morciano. L'8 gennaio, col sole e gli sconti, i centri di Rimini, Riccione e Cattolica, si sono riempiti come non mai.