

**UN DICEMBRE “NERO” PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO, CODELUPPI:  
“SEGNALE PREOCCUPANTE CHE DEVE ESSERE SUBITO COLTO: LA CRISI  
E’ GENERALE, MA ANCHE NELLA NOSTRA REALTA’ E’ POSSIBILE CERCARE  
DI INTERVENIRE PER FAVORIRE UNA INVERSIONE DI TENDENZA”**

I dati diffusi oggi dall’Istat sul commercio al dettaglio rappresentano un inquietante campanello d’allarme, che non può essere sottovalutato o persino trascurato. Quando nel mese di dicembre, normalmente caratterizzato dalla spinta ai consumi impressa dallo shopping natalizio, si registra una flessione delle vendite sia per valore che per volume rispetto al mese di novembre, ci sono ben pochi margini di interpretazione. Anche se non disponiamo di dati scorporati su base locale, sarebbe illusorio e sbagliato pensare che la nostra realtà sia rimasta indenne da questo fenomeno: occorre quindi assumere questo dato come un elemento di profonda riflessione e produrre uno sforzo per mettere in campo misure ed iniziative che aiutino il commercio al dettaglio a invertire questa pericolosa tendenza.

Lo dichiara Vittorio Codeluppi, presidente di Asvicom Sistema Impresa della Provincia di Lodi, sulla base della nota diramata dall’Istituto nazionale di statistica, che fotografa un momento di particolare fragilità del settore.

“In questi dati ci sono molti aspetti specifici che colpiscono. Per esempio, la flessione dei beni alimentari del tutto omogenea a quella dei non alimentari, in entrambi i casi con cali di circa lo 0,7% sia in termini di valore che di volume, quando normalmente il periodo delle festività, con le numerose ricorrenze vissute in famiglia, contribuisce a sostenere i consumi di cibi e bevande. L’indicatore a cui la nostra associazione è naturalmente più sensibile è quello dell’andamento delle piccole superfici di vendita, i negozi che costituiscono l’asse portante della rete commerciali dei nostri centri urbani: sotto questo profilo, il confronto tra dicembre 2018 e dicembre 2017 è particolarmente negativo, con una flessione del valore delle vendite di ben il 2,2%, a fronte di una sostanziale tenuta della grande distribuzione (+ 0,2%), mentre il commercio elettronico cresce ma senza performance ragguardevoli (+ 0,6%”.

“E’ chiaro che si tratta di una situazione che sconta numerosi e differenti fattori di scala macro, che sfuggono a politiche locali - sottolinea Codeluppi - ma sarebbe sbagliato pensare che la città ed il territorio si debbano limitare ad assistere passivamente all’evoluzione di questa congiuntura, aspettando interventi strutturali da altri livelli istituzionali. Ci sono cose, forse non decisive ma sicuramente utili, che possono essere fatte anche a Lodi, iniziando ad affrontare le criticità segnalate dalla

categoria e a valutare le proposte avanzate dagli operatori. Si tratta anche di dare un segnale di vitalità e di impegno ad affrontare uno stato di difficoltà che non si esaurirà d'incanto. I temi sul tavolo del confronto locale sono numerosi, ora più che mai è necessario intensificare il lavoro e accelerare la messa a punto di soluzioni”.