Terziario, fatturati in crescita. Migliora la fiducia delle imprese

I dati della Camera di Commercio relativi al I trimestre 2023, evidenziano variazioni positive, del 2,8%, nel commercio al dettaglio

Nel primo trimestre 2023 prosegue la crescita del fatturato a Bergamo per le imprese del terziario con almeno 3 addetti: la variazione rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è pari al
+6,5% nei servizi e al +9,3% nel commercio al dettaglio. Nei servizi il numero indice del fatturato sale così a quota 113,8, registrando una crescita del +1,7% rispetto al trimestre precedente, una
"velocità di crociera" in linea con quella evidenziata a fine 2022, mentre il commercio al dettaglio mostra un'accelerazione (+2,8%) consentendo all'indice di raggiungere quota 100 e recuperando
così, almeno in termini nominali, il livello del 2010.
L'andamento del fatturato risulta condizionato dalla dinamica dei prezzi, che mostrano segnali contrastanti: se nel commercio al dettaglio emergono prime indicazioni di allentamento delle
tensioni, con una crescita congiunturale del +2,9% dopo il +5% registrato nel trimestre scorso, nei servizi i prezzi tornano ad accelerare (+3%). Nonostante il percorso di rientro dell'inflazione si
prospetti quindi non scontato nei tempi e nelle modalità, gli imprenditori si dichiarano comunque moderatamente ottimisti, con aspettative positive e in miglioramento in entrambi i comparti.
L'andamento del fatturato delle imprese bergamasche dei servizi evidenzia un proseguimento della tendenza recente: sia

l’incremento tendenziale (+6,5%) che quello congiunturale (+1,7%)
sono infatti in linea con quanto registrato a fine 2022, dopo lo stop che aveva invece caratterizzato il terzo trimestre dello scorso anno (-0,2% congiunturale). Si tratta di una dinamica simile a quella osservata in Lombardia (+8,5% la variazione tendenziale regionale e +1,7% quella congiunturale), che rispetto ai livelli pre-Covid ha portato a una crescita complessiva del fatturato in termini nominali del +22,5% a Bergamo e del +21,2% in regione.
La crescita più vivace si registra nelle attività legate al turismo, in particolare quelle di alloggio e ristorazione, che rispetto agli altri settori hanno iniziato più tardi il percorso di ripresa a seguito
dell’emergenza Covid, mentre il commercio all’ingrosso registra una battuta d’arresto, dopo il forte aumento di fatturato registrato nel 2022.
Anche i prezzi seguono dinamiche diverse a seconda del settore di appartenenza: in particolare le tensioni stanno rientrando nei settori più a monte della filiera, come il commercio all’ingrosso dove si erano concentrati i maggiori rialzi nel 2022, mentre sono ancora in aumento nelle attività che si rivolgono direttamente ai consumatori. Il risultato complessivo è una crescita dei listini che torna ad accelerare (+3% congiunturale) dopo i segnali distensivi che erano emersi nel trimestre scorso. Dal punto di vista dell’occupazione, si registra una crescita del numero di addetti tra inizio e fine trimestre (+1,6%), confermando la tendenza positiva già emersa nella seconda parte del 2022.
Dopo un 2022 caratterizzato da una stagnazione dei livelli di fiducia, che hanno oscillato intorno al valore nullo per gran parte dell’anno, il primo trimestre 2023 mostra un deciso miglioramento delle aspettative degli imprenditori: il saldo tra previsioni di crescita e diminuzione raggiunge il +20 per il fatturato, superando anche i livelli che avevano caratterizzato il 2021, mentre per l’occupazione il valore risulta pari a +11. Nel settore dei servizi gli operatori

sembrano quindi scommettere sul proseguimento della dinamica positiva dei consumi, nonostante i rischi derivanti dall'inflazione ancora elevata e dalla crescita dei tassi di interesse.
Nel commercio al dettaglio sia la variazione tendenziale (+9,3%) sia quella congiunturale (+2,8%) evidenziano un miglioramento della dinamica del fatturato che aveva caratterizzato il
2022, in misura più marcata di quanto avvenga a livello regionale dove il progresso è meno evidente (+7,2% l'incremento tendenziale in Lombardia e +1,8% quello congiunturale). Il numero
indice del fatturato raggiunge quota 100, ovvero il valore medio del 2010 – considerato come anno di riferimento – mettendo a segno una crescita complessiva rispetto ai valori pre-Covid pari al
+14,4%.
L'andamento del fatturato è stato naturalmente influenzato dai prezzi di vendita, che nel corso del 2022 hanno registrato un forte impulso per via dei rincari energetici e delle materie prime, mentre le quantità, secondo i dati nazionali diffusi da Istat, hanno mostrato una tendenza cedevole. Nel primo trimestre 2023 le imprese bergamasche del commercio al dettaglio forniscono però un primo segnale di rallentamento dei listini, che crescono del +2,9% su base congiunturale dopo l'incremento record registrato a fine 2022 (+5%).
La dinamica inflattiva risulta ancora particolarmente marcata nei supermercati e minimarket, sostenendone da un lato il fatturato, cresciuto in maniera significativa, ma accentuando il rischio di
una compressione dei volumi venduti. La situazione appare più favorevole negli esercizi non alimentari, dove a una crescita comunque robusta del fatturato si accompagna un incremento limitato dei listini.
Segnali di miglioramento giungono anche dalle valutazioni sugli ordini ai fornitori, che tornano a essere positive (+5,6 il saldo tra giudizi di aumento e diminuzione su base annua)

dopo il calo del
trimestre scorso, e da quelle sulle scorte, che interrompono il trend di crescita (saldo pari a +7,1 dopo il +8,5 di fine 2022) stabilizzandosi su valori in linea con quelli pre-Covid.
L'occupazione delle imprese del commercio al dettaglio mostra un lieve ripiegamento, con una variazione del numero di addetti pari a -0,2% tra inizio e fine trimestre, dovuta anche a effetti
stagionali legati alla fine del periodo di picco di vendite delle festività natalizie.
Coerentemente con i segnali distensivi emersi dagli indicatori congiunturali, migliora il clima di fiducia degli operatori del settore dopo il pessimismo che aveva caratterizzato la fine del 2022: il
saldo tra previsioni di crescita e diminuzione torna in territorio positivo sia per il fatturato (+8) che per l'occupazione (+4), mentre resta lievemente negativo per quanto riguarda gli ordinativi ai
fornitori (-2), valori che risultano in linea con quelli registrati nell'analogo periodo dell'anno scorso.

Nuove imprese straniere: nel terziario 1 su 2 è donna

Nel terzo trimestre sono in crescita le attività del commercio non alimentare che con 23 nuove aperture guidano la classifica, rappresentando il 42% del totale

La pandemia non frena l'iniziativa imprenditoriale straniera e, in particolare, quella individuale e femminile: le imprese del terziario a conduzione non italiana iscritte nel Registro Imprese della Camera di Commercio di Bergamo sono infatti in

crescita e si attestano a quota 2482, pari al 10% del totale (24.901). Ma non solo: su un totale di 267 imprese aperte nel terzo trimestre 2021 sono 55, oltre il 20%, quelle con titolare nato all'estero.
E se il trend è in linea con i dati dell'Osservatorio delle imprese della Camera di Commercio – circa mille imprese in più nel terzo trimestre con un aumento dell'1,4% su base annua – questo boom dell'imprenditorialità straniera non rispecchia il calo degli stranieri residenti in Bergamasca dopo anni di crescita significativa.

"È un dato in controtendenza ma che testimonia il fatto che la vivacità economica del nostro settore offre numerose opportunità anche all'universo multietnico presente sul territorio – sottolinea **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Quello che ci colpisce è che nell'ultimo trimestre un'impresa nuova su 5 è straniera e a spingere questa nuove attività sono soprattutto le donne che superano gli uomini (54,5%)". Ma c'è di più: con solo un'apertura nel trimestre, gli ambulanti stranieri confermano il loro calo ormai strutturale, mentre sono in netta crescita le attività del commercio non alimentare che con 23 nuove aperture guidano la classifica, rappresentando il 42% del totale delle nuove imprese. Bene anche la ristorazione (16 nuovi bar e ristoranti) che si piazza al secondo posto (29%). Resistono infine i servizi (8 nuove attività, pari al 14,5%) e il commercio alimentare (7 attività, pari al 12,7%).

"Non deve passare in secondo piano il fatto che il totale delle imprese avviate nel terzo trimestre sia composto solo ed esclusivamente da ditte individuali, un dato in linea con il totale delle imprese del terziario per cui solo il 5,% sono società -conclude Fusini -.La piccola impresa si conferma quindi un importante salvagente nel 'mare' economico attuale, soprattutto per gli stranieri. È un segnale sia di maggiore intraprendenza e di emancipazione sociale se pensiamo all'aumento delle donne titolari di impresa oppure, al

contrario, specchio delle difficoltà di trovare un’occupazione dipendente in un periodo come questo in cui il mercato del lavoro è sempre più selettivo”.

Camera di Commercio, in arrivo fondi per sostenere le imprese

Voucher del valore di 1.900.000 euro per interventi di consulenza e formazione per lo sviluppo di impresa e l’internazionalizzazione

Sostenere il mondi imprenditoriale per tornare ad essere competitivi sul mercato: la Camera di commercio di Bergamo offre alle imprese del territorio la possibilità di fruire di 1.900.000 euro di finanziamenti sotto forma di voucher per la ripresa economica dopo la crisi da Covid-19. Le iniziative per lo sviluppo di impresa e l’internazionalizzazione sono riservate a micro, piccole e medie imprese, quella sulla formazione è aperta a tutte.
L’accesso ai concorsi, coordinati da Bergamo Sviluppo e gestiti dai soggetti attuatori accreditati, è regolato dalle norme dei relativi bandi. Resterà aperto fino ad esaurimento dei fondi in dotazione o comunque fino al 31 dicembre 2021.

Sviluppo d’impresa

Il fondo di 628.000 euro finanzia l’assistenza e la consulenza non collegate alla produzione primaria di prodotti agricoli. Per interventi di assistenza e consulenza relativi alla produzione primaria dei prodotti agricoli, invece, è

previsto un fondo a parte di 165.000 euro.

La pandemia da Covid-19 ha provocato uno sconvolgimento economico tutt'ora in corso. In questa situazione la consulenza d'impresa riveste carattere strategico e può rappresentare la via d'uscita dalla crisi, o almeno una strada per raggiungere nuovamente l'equilibrio e la redditività. Per rispondere alla situazione in essere la Camera di commercio ha destinato dei fondi alla realizzazione di interventi di assistenza e consulenza, con l'obiettivo di sostenere i processi di sviluppo, consolidamento e accrescimento competitivo delle imprese. Tra gli interventi ammessi ricordiamo ad esempio quelli finalizzati al rafforzamento della cultura digitale, all'accesso al credito e ai finanziamenti, nonché quelli legati alla tematica della sicurezza igienico-sanitaria.

Internazionalizzazione

Un fondo di 481.000 euro finanzia l'assistenza e la consulenza ai progetti di internazionalizzazione non collegati alla produzione primaria di prodotti agricoli.

Nell'auspicio di vedere superata la crisi economica conseguente al Covid 19, diventano più strategici che mai gli interventi consulenziali per sostenere i progetti di internazionalizzazione, che rappresentano un concreto aiuto per le imprese che cercano di riposizionarsi o di affrontare i mercati esteri. Consapevole di queste esigenze, la Camera di commercio ha destinato un fondo alla realizzazione di interventi di assistenza e consulenza per supportare le imprese nell'implementazione dei processi di revisione dell'organizzazione ed orientarla all'internazionalizzazione.

Formazione (anche per grandi imprese)

Il fondo di 603.000 euro finanzia la formazione non connessa al settore della produzione primaria dei prodotti agricoli,

per imprese di tutti i settori. Se gli interventi di formazione sono relativi alla produzione primaria dei prodotti agricoli, si accede al fondo separato di 23.000 euro.

Alla luce della situazione economica venutasi a creare, gli interventi formativi e consulenziali sono ora ancora più strategici perché possono rappresentare un supporto importante per la ripresa delle imprese, favorendo il raggiungimento di un nuovo equilibrio e di una rinnovata stabilità. Con questa finalità la Camera di commercio ha destinato il fondo alla realizzazione di interventi di formazione, contribuendo ad aumentare la competitività delle imprese attraverso il rafforzamento professionale e occupazionale dei lavoratori operanti al loro interno, ne sono un esempio gli interventi formativi finalizzati al rafforzamento della cultura digitale, soprattutto attraverso metodologie innovative di apprendimento a distanza, nonché quelli legati ai temi sulla sicurezza igienico-sanitaria (sono esclusi i corsi obbligatori).

Commercio al dettaglio in rosso Resistono l'alimentare e la Gdo

Il comparto alimentare e non alimentare su strade diverse nel quarto trimestre. Per commercio e servizi il calo annuo di fatturato supera il record negativo del 2009

Gli ultimi dati della Camera di Commercio di Bergamo non fanno sperare per il settore del commercio al dettaglio in

provincia. Nel quarto trimestre torna infatti ad aggravarsi la situazione delle imprese con almeno 3 addetti attive nel commercio al dettaglio: il calo di fatturato rispetto allo stesso periodo del 2019 è pari al -5,4%, in peggioramento rispetto al -2,4% registrato nel terzo trimestre. L'intensificarsi dei contagi da Covid-19 da ottobre in poi ha comportato l'adozione di nuove misure di contenimento.

A essere penalizzati sono stati ancora una volta gli esercizi non alimentari, che dopo il recupero dei mesi estivi hanno subito un nuovo calo delle vendite nel quarto trimestre, nell'ordine dei 10 punti percentuali rispetto ai livelli del 2019.
I negozi alimentari – e la grande distribuzione in particolare – non hanno invece subito contraccolpi, non solo perché sono potuti restare aperti, ma anche per via della crescita del consumo domestico di beni alimentari a scapito di quello fuori casa e la maggiore diffusione del lavoro agile.

Il 2020 nel suo complesso archivia un calo del fatturato del -8,1%, il peggior risultato della serie storica (il precedente primato negativo era il -7,1% del 2012); ancora una volta va però sottolineata l'estrema variabilità di questo risultato, che se per i negozi non alimentari certifica un annus horribilis con perdite superiori ai 15 punti percentuali, per la grande distribuzione ha invece rappresentato un'annata di significativa crescita.

I prezzi tornano a crescere negli ultimi tre mesi del 2020 (+0,3%), chiudendo un anno che ha visto comunque una dinamica positiva dei listini, sebbene in rallentamento rispetto al 2019. Oltre alle dinamiche settoriali, hanno influito anche i maggiori costi sostenuti per l'adeguamento ai protocolli di sicurezza. Le valutazioni sugli ordini ai fornitori, nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, mostrano ancora una netta prevalenza di indicazioni di diminuzione su quelle di aumento, ma il saldo conferma il trend di miglioramento già evidenziato nel terzo trimestre. Negative

invece le notizie sul fronte delle scorte, con il saldo tra giudizi di eccedenza e scarsità che torna a crescere e si attesta su livelli decisamente più elevati rispetto al 2019.

L’andamento dell’indice del fatturato mostra chiaramente l’evoluzione nel corso del 2020 che ha visto il forte calo dei primi due trimestri al minimo storico di 72,6 (2010=100), la risalita a quota 85,7 nel terzo e la nuova caduta – fortunatamente meno pronunciata – nel quarto, oltre quattro punti sotto i livelli di fine 2019. La dinamica della Lombardia è simile, anche se il calo meno marcato nella prima parte dell’anno consente alla regione di archiviare una flessione tendenziale più ridotta nel quarto trimestre e una variazione media annua migliore: il risultato è un allargamento del gap negativo di Bergamo nei confronti dell’indice lombardo.

Torna a salire la percentuale di imprese che dichiara un calo di fatturato su base annua, sebbene rimanga lontano il livello record raggiunto nel secondo trimestre, quando le imprese in perdita rappresentavano oltre il 60% del campione. Parallelamente aumenta – sebbene lievemente – la quota di imprese con un fatturato in crescita, mentre si riducono le imprese che dichiarano una situazione di stabilità. La distribuzione delle risposte conferma quindi una crescita della variabilità rispetto al trimestre precedente, quando il recupero era stato generalizzato.

Nel 2020 bene solo la Gdo che chiude l’anno in positivo (+5,5%)

I dati forniti sulle vendite di prodotti di largo consumo confezionato da parte di ipermercati e supermercati confermano l’andamento positivo delle vendite: crescono infatti su base annua il valore e le quantità vendute, con incrementi nuovamente in accelerazione dopo il rallentamento dei mesi estivi. L’anno si chiude con un risultato positivo sia in valore (+5,5%) che in quantità (+2,8%), dopo un 2019 di stagnazione. L’emergenza sanitaria ha rappresentato un vantaggio per supermercati e ipermercati, spostando una significativa quota dei consumi alimentari dal canale Ho.Re.Ca alle mura domestiche.
Il quarto trimestre registra un saldo positivo del numero di addetti (+0,8%), frutto della contemporanea crescita del tasso di ingresso e del calo di quello relativo alle uscite: gli strumenti a sostegno dell’occupazione e il blocco dei licenziamenti, da un lato, e le esigenze di manodopera da parte degli esercizi che hanno sperimentato una crescita di domanda, dall’altro, hanno permesso all’occupazione delle imprese commerciali – almeno per quelle con 3 addetti e oltre

– di superare il 2020 senza subire particolari perdite, anche se il trend positivo degli anni precedenti ha mostrato un rallentamento.

Le aspettative degli imprenditori del commercio al dettaglio evidenziano un netto peggioramento negli ultimi tre mesi dell'anno, riportando i saldi tra previsioni di crescita e diminuzione sui livelli molto negativi dei primi due trimestri. Anche tenendo conto degli effetti stagionali, che vedono un calo fisiologico delle vendite dopo il picco di fine anno, questo calo brusco testimonia una scarsa fiducia degli imprenditori nella possibilità di una rapida ripresa nella prima parte del 2021.

"La stessa situazione rilevata dall'osservatorio della Camera di Commercio si registra anche nei negozi con meno di tre addetti – sottolinea **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Anche le piccole e piccolissime attività alimenti hanno chiuso in positivo mentre i non alimentari hanno registrato una forte sofferenza, non solo per il fatto che sono stati costretti a chiusure forzate ma anche per la minor circolazione delle persone per effetto della zona rossa e arancione. A questo si aggiunge un ulteriore problema che riguarda tutta la filiera, dall'agroalimentare al grossista fino ad arrivare a commerciante ultimo. In particolare ha perso pesantemente tutta la filiera legata all'horeca per la chiusura di bar, ristoranti e per la perdita di attività negli alberghi".

I servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione i più colpiti

Nel quarto trimestre la variazione tendenziale del fatturato per le imprese bergamasche dei servizi con almeno 3 addetti è pari al -6,2%: nonostante il dato rappresenti una diminuzione meno accentuata se confrontato con i tre mesi precedenti, si tratta del divario più elevato rispetto ai livelli di attività del 2019 tra tutti i macro-settori dell'economia provinciale. In media annua il calo di fatturato raggiunge il -12,7%, superando il record negativo del 2009 (-8%). Un'estrema variabilità caratterizza anche i risultati dei vari comparti dei servizi: sebbene per tutte le attività il 2020 abbia comportato flessioni di fatturato significative, i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso sono riusciti a contenere le perdite, anche grazie all'utilizzo del lavoro agile, mentre i servizi alla persona e le attività di alloggio e ristorazione sono stati tra i comparti più colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia: per i primi la diminuzione di fatturato nel 2020 ha superato il -20%, per le seconde il -30%.

I prezzi nel quarto trimestre confermano la velocità di marcia

già evidenziata nei tre mesi precedenti (+0,5%), in accelerazione rispetto agli incrementi marginali registrati nella prima metà dell'anno. Nel 2020, nel complesso, i listini hanno comunque mostrato un raffreddamento rispetto ai ritmi di crescita che avevano caratterizzato il biennio precedente.

Nonostante la situazione di grave difficoltà, l'andamento del fatturato delle imprese bergamasche dei servizi nel quarto trimestre risulta migliore rispetto alla media lombarda: l'indice di Bergamo segna un ulteriore lieve incremento dopo il recupero del terzo trimestre, mentre in Lombardia arretra, allargando il divario con i livelli di fine 2019. Nella media del 2020 il risultato della provincia è tuttavia allineato a quello regionale (-12,3%), che conferma un livello più elevato dell'indice del fatturato per via della maggiore crescita degli anni precedenti.

Anche la distribuzione delle risposte all'interno del campione mostra un miglioramento rispetto al terzo trimestre: la quota di imprese con un fatturato in crescita su base annua si espande, mentre quella relativa alle imprese con fatturato inferiore al 2019 scende sotto il 50%. Le imprese in perdita si confermano comunque più numerose e risultano inoltre caratterizzate da flessioni di entità significativa: la quota di quante dichiarano perdite superiori ai 5 punti percentuali è pari al 41%, a fronte del 31% che registra incrementi di tale entità. I servizi non solo hanno subito il maggior impatto negativo in termini di calo dei livelli di attività, ma sono anche il settore dove sono state più evidenti le ripercussioni sull'occupazione, anche per via di una forza lavoro caratterizzata da un'ampia quota di contratti poco protetti (soprattutto in quei settori, come la ristorazione, maggiormente colpiti dalle misure di restrizione). Il numero di addetti scende del -0,8% nel quarto trimestre, per via della crescita del tasso di uscita (4,2%) e del calo di quello di entrata (3,5%). Al netto degli effetti stagionali, è evidente come la fase discendente dell'occupazione dei servizi

fosse già iniziata nella seconda parte del 2019 ma sia stata intensificata dallo scoppio dell'emergenza sanitaria.

Le aspettative degli imprenditori restano prudenti sulle prospettive per il prossimo trimestre, mostrando solo un lieve progresso rispetto ai valori registrati nei mesi estivi e rimanendo comunque in territorio negativo. Il valore minimo lo esprimono le attività di alloggio e ristorazione e i servizi alla persona. "Le misure di contenimento della seconda ondata autunnale le ritroviamo tradotte nei numeri negativi del quarto trimestre, sebbene le diverse abitudini di consumo abbiano invece avvantaggiato il commercio alimentare – commenta il **presidente della Camera di Commercio, Carlo Mazzoleni** -. Il commercio non alimentare ha purtroppo pagato un nuovo scotto. Notevoli divari anche tra i servizi alle imprese e il commercio all'ingrosso da un lato, e i servizi alla persona, l'alloggio e la ristorazione dall'altro. I numeri annuali per entrambi i settori sono i peggiori della serie storica e le aspettative, alla luce della ripresa della curva dei contagi e di possibili nuove restrizioni, rimangono purtroppo negative".

Commercio e servizi, crollo del fatturato nel secondo trimestre

C'era da aspettarselo. Per le imprese bergamasche attive nel commercio al dettaglio la perdita di fatturato su base annua registrata nel secondo trimestre raggiunge il -17,1%, più che raddoppiando il divario negativo registrato nei primi tre mesi. Tale calo, pur molto rilevante, si conferma tuttavia più

contenuto rispetto agli altri macro-settori analizzati (industria -20,3%, artigianato -22,3%), per via della presenza di segmenti importanti della distribuzione commerciale che non hanno subito gli effetti negativi della quarantena, rimanendo aperti durante tutto il periodo di confinamento. Si tratta, da un lato, degli esercizi specializzati alimentari, composti soprattutto da negozi di piccole dimensioni, e, dall'altro, di quelli non specializzati, che comprendono la grande distribuzione a prevalenza alimentare. I supermercati, in particolare, si sono trovati a fronteggiare un forte incremento della domanda, per via della crescita del consumo domestico di prodotti alimentari a scapito di quello esterno. Non va però dimenticato che i negozi non alimentari, che occupano la maggioranza degli addetti del settore, sono stati uno dei comparti più colpiti dall'emergenza sanitaria, con vendite inferiori di circa il 30% rispetto al livello del 2019.

I prezzi tornano a crescere (+0,8% rispetto al trimestre precedente) dopo la stabilità dei primi tre mesi dell'anno: anche in questo caso è determinante l'apporto degli esercizi non specializzati, dove la domanda in forte crescita di alcuni prodotti, sia alimentari sia legati all'igiene della casa, e le difficoltà di approvvigionamento hanno causato un rincaro dei listini. Le valutazioni sugli ordini ai fornitori, nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente, vedono una netta prevalenza delle indicazioni di diminuzione su quelle di aumento. I giudizi sulle scorte confermano la situazione di sovrabbondanza che caratterizza i magazzini. Entrambi gli indicatori risentono delle difficoltà dichiarate dai negozi non alimentari.

L'indice del fatturato scende a quota 72,6, il livello più basso raggiunto da quando sono disponibili i dati dell'indagine (2006); rispetto al livello del trimestre precedente la variazione è pari a -10,4%. Il risultato provinciale non solo è in aggravamento rispetto al primo

trimestre, ma mostra anche una flessione più marcata rispetto alla media regionale. Si allarga di conseguenza il gap negativo tra l’indice di Bergamo e quello regionale.

La distribuzione delle risposte all’interno del campione mostra un’espansione della quota di imprese che dichiarano una diminuzione del fatturato su base annua (63%), tuttavia si conferma la presenza di una quota rilevante di imprese con fatturato in crescita (28%), con una componente significativa di imprese che registrano guadagni di fatturato superiori ai 5 punti percentuali (26%). Questa distribuzione estremamente polarizzata, con solo l’8% di imprese che dichiarano una situazione di stabilità, è la conseguenza del diverso impatto del confinamento sui canali commerciali, anche se l’evoluzione del secondo trimestre vede un generale peggioramento.

Analizzando i dati sulle vendite di ipermercati e supermercati in provincia di Bergamo, emerge un rafforzamento della dinamica positiva evidenziata nei primi tre mesi dell’anno. Le vendite risultano infatti in accelerazione sia in valore (+8,8% su base annua) che in quantità, evidenziando come la situazione di emergenza sanitaria abbia avvantaggiato questo canale distributivo per via del maggiore consumo di beni alimentari e di prodotti per la cura e l’igienizzazione della casa.

Tiene l’occupazione

Nonostante il calo di fatturato complessivo, non si registrano ancora contraccolpi evidenti sul fronte occupazionale, dove il numero di addetti mostra un lieve incremento (+0,4%) tra l’inizio e la fine del trimestre. In particolare l’occupazione risulta in crescita nei negozi non specializzati, che hanno dovuto fronteggiare sia una crescita della domanda sia le difficoltà logistiche legate agli approvvigionamenti e all’adeguamento ai protocolli di sicurezza, mentre il numero di addetti cala in misura limitata nei negozi non alimentari, dove le misure di sostegno all’occupazione hanno per il momento evitato un tracollo occupazionale.

Le aspettative degli imprenditori bergamaschi attivi nel commercio al dettaglio mostrano un rasserenamento per il prossimo trimestre ma in misura meno marcata che negli altri settori.

Le imprese dei servizi si confermano tra le più colpite

Le imprese dei servizi si confermano tra le più colpite dallo shock causato dal Covid-19: nel secondo trimestre 2020 a Bergamo il divario del fatturato rispetto allo stesso periodo del 2019 raggiunge il -24,2% (era il -12,1% nel primo trimestre). Si conferma l'estrema eterogeneità che l'impatto dell'emergenza sanitaria ha avuto sui diversi comparti dei servizi: le attività di alloggio e ristorazione in particolare hanno ricevuto il danno maggiore, con un calo dei livelli di attività che supera il 50%. Meno penalizzati sono risultati il commercio all'ingrosso, con un calo di circa il 25%, e soprattutto i servizi alle imprese (-15% circa), che pur risentendo delle difficoltà dei loro clienti hanno potuto nella maggior parte dei casi proseguire l'attività lavorando

in remoto.
I prezzi proseguono per ora la debole dinamica positiva (+0,2% la variazione rispetto al trimestre precedente), a differenza di quanto accade in regione. L'evoluzione futura dei prezzi sarà il frutto di due dinamiche che agiscono in senso opposto: da un lato la crescita sul fronte dell'offerta dei costi legati all'adeguamento ai protocolli di sicurezza, dall'altro la debolezza della domanda finale.

L'indice del fatturato scende al di sotto del minimo raggiunto nel 2014, attestandosi a quota 71,2; la variazione rispetto al trimestre precedente è pari al -13,6%, una velocità di caduta in ulteriore lieve peggioramento rispetto a quella registrata nei primi tre mesi dell'anno. In due soli trimestri la perdita cumulata dell'indice è stata di oltre 22 punti, un crollo senza precedenti nella serie storica: nella recessione del 2008-2009 i punti persi erano stati circa 11, mentre in quella del 2011-2012 il calo complessivo era stato di circa 10 punti. Il confronto con l'andamento regionale evidenzia un risultato simile.

Nonostante l'aggravamento della perdita media di fatturato su base annua, la quota di imprese che dichiarano un livello di fatturato inferiore al 2019 rimane di circa due terzi (67%), in linea con il trimestre precedente. Un segnale del deterioramento della situazione proviene però dall'assottigliarsi della percentuale di imprese che dichiarano una crescita di fatturato, che passa dal 27% al 20%.

A differenza degli altri macro settori analizzati dall'indagine, nei servizi cominciano a vedersi effetti negativi dell'emergenza sanitaria anche nei livelli occupazionali delle imprese, probabilmente per via della quota più elevata di contratti con un minor grado di protezione. La variazione del numero di addetti tra inizio e fine trimestre è pari al -0,6% e al netto degli effetti stagionali la diminuzione risulta ancora più significativa. Va detto che la

tendenza positiva che aveva caratterizzato gli anni precedenti si era già interrotta alla fine del 2019.

Il settore dei servizi ha pagato probabilmente il conto più salato della pandemia, con un calo dei livelli di fatturato mai registrato in precedenza e una perdita significativa di posti di lavoro. Gli imprenditori, che nel primo trimestre avevano correttamente previsto l'entità della crisi, manifestano ora maggiore ottimismo riguardo al futuro: il saldo tra aspettative di crescita e di diminuzione per il prossimo trimestre mostra un netto miglioramento. Si tratta di valori ancora decisamente negativi e distanti dai livelli pre-Covid, che risentono del maggior pessimismo di comparti come le attività di alloggio e ristorazione.

Commenta il presidente della Camera di Commercio, Carlo Mazzoleni: «Commercio e servizi hanno subito un contraccolpo molto significativo dalla pandemia. Gli imprenditori del commercio al dettaglio esprimono aspettative in miglioramento, ma con cautela perché la crescita delle vendite alimentari dovrebbe rientrare nei prossimi mesi e la domanda espressa dai consumatori dovrà fare i conti con le ripercussioni sul reddito disponibile delle famiglie. Per quanto riguarda i servizi, c'è ancora molta incertezza sulle prospettive, ma il miglioramento delle aspettative testimonia la volontà degli imprenditori di continuare l'attività anche dove lo shock è stato più forte».