

6. Commercio, servizi alle imprese, turismo

di Luca Bertuola, Meri Dalla Libera e Alberto Tessariol*

Il rapporto per il settore del commercio e del turismo prende in considerazione i dati camerali sulla consistenza delle imprese. Per quanto riguarda strettamente il settore del commercio raffronta il numero di esercizi e le superfici con un approfondimento sulla realtà della grande distribuzione organizzata.

Un'analisi è stata riservata anche alle tipologie di impresa e infine alla nazionalità degli imprenditori e al genere degli stessi.

Con riguardo allo stato di crisi dell'economia in generale, rispetto ai dati dell'Ente bilaterale di Treviso si è cercato di capire quali effetti ha avuto la crisi stessa sui livelli occupazionali del settore terziario.

In premessa va peraltro detto che l'analisi non offre un quadro molto diverso dal 2009, confermando che la difficoltà dei settori presi in esame effettivamente è quella propria di una crisi strutturale.

1. Consumi e consistenza delle imprese

I dati rilevati dall'indagine Unascom Confcommercio nell'ultimo trimestre 2010 confermano il trend di tutto l'anno passato, teso ad un calo evidente dei consumi, con un ulteriore dato di allarme sull'aumento dei prezzi.

In particolare per quasi 4 operatori su 10 le vendite in quantità sono calate, solo un quarto di operatori ne riporta una crescita e per il resto la situazione appare invariata.

Gli stessi esiti vanno registrati per quanto riguarda il dato sul fatturato.

Il calo è più consistente nei settori della distribuzione di carburante, della ristorazione, della moda, della cultura e dei prodotti per la casa.

Risulta al contrario più contenuto negli altri settori merceologici, con particolare riferimento al settore alimentare.

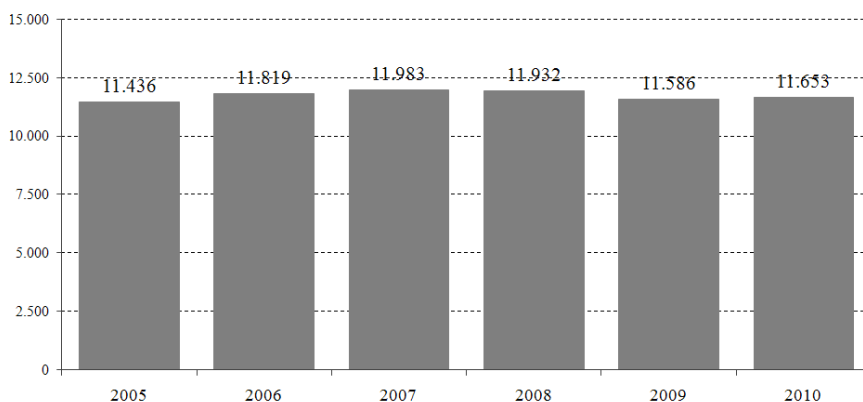
Per quanto riguarda la dimensione di impresa, il calo si è manifestato in maniera più evidente nella distribuzione di vicinato e tradizionale rispetto alla grande distribuzione organizzata.

* Luca Bertuola e Alberto Tessariol, di Unascom Confcommercio Treviso, hanno redatto i paragrafi 1, 2, 3, 4, 6 e 7; Meri Dalla Libera, dell'Ufficio Studi della Camera di Commercio di Treviso, il paragrafo 5.

Altro dato molto importante è un aumento, riferito dal 70% del campione di operatori intervistato, sui prezzi di acquisto dei prodotti che inevitabilmente si riflette sui prezzi alla vendita, i quali risultano aumentati per il 46% del campione.

Il 2009 aveva fatto registrare, per evidenza di vari indicatori, l'arrivo della crisi economica anche nel settore commercio, il quale – ultimo anello del sistema che dalla produzione arriva fino alla distribuzione – aveva, sino a quel momento, retto nella consistenza numerica degli esercizi così come nell'estensione della superficie di vendita complessiva. Giunti alla fine di quell'anno, però, si è registrata una diminuzione di quasi il 3% degli esercizi commerciali attivi censiti in provincia di Treviso (significante un venir meno di ben 346 unità). Un piccolo segnale di allerta lo si era già registrato a fine 2008, periodo nel quale le unità in questione ammontavano a 11.932, vale a dire 51 in meno rispetto all'anno precedente (-0,4%).

Graf. 1 – Consistenza esercizi commerciali.



Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

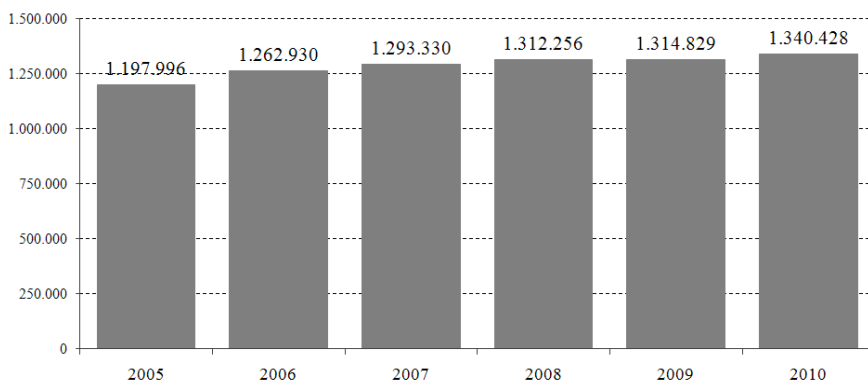
Il dato relativo al 2010 riporta, fortunatamente, una frenata della tendenza negativa appena accennata nel 2008 e poi manifestatasi appieno nel 2009. Al termine dello scorso anno, infatti, i punti vendita in attività hanno toccato quota 11.653, facendo così segnare un saldo positivo di 67 esercizi rispetto all'annualità precedente. In termini percentuali si tratta di un aumento di poco conto (+0,5%), benché importante per segnare – se non un'inversione di tendenza – quantomeno lo stop di un biennio contraddistinto da calo numerico di esercizi.

Quanto alla consistenza in mq della superficie di vendita complessiva in provincia di Treviso, questa è in costante ascesa dall'inizio degli anni duemila. Tale estensione è aumentata anche in coincidenza del trend negativo del numero di esercizi commerciali attivi fatto registrare nel 2008 e 2009. L'aumento è avvenuto in modo proporzionalmente inverso rispetto al calo dei punti vendita: nell'anno (2008) in cui questi ultimi sono calati di sole 51 unità (-0,4%), infatti, la superficie di

vendita è aumentata di ben 19 mila mq circa (+1,4%). Nel 2009, invece, a fronte della significativa perdita di 346 esercizi (-2,9%), la superficie di vendita è aumentata di “soli” 2.573 mq (+0,2%).

A fine 2010 questo dato raggiunge un nuovo record, così come di regola avvenuto anno dopo anno: la superficie di vendita arriva a quota 1.340.428 mq, +1,9% rispetto all’annualità precedente. Si conferma l’analisi in base alla quale l’aumento di superficie non è imputabile – se non in minima parte – alla crescita o alla diminuzione di esercizi di dimensioni piccole o medio-piccole, quanto piuttosto a poche grandi aperture, o ampliamenti di una certa consistenza.

Graf. 2 – Consistenza mq di superficie di vendita.

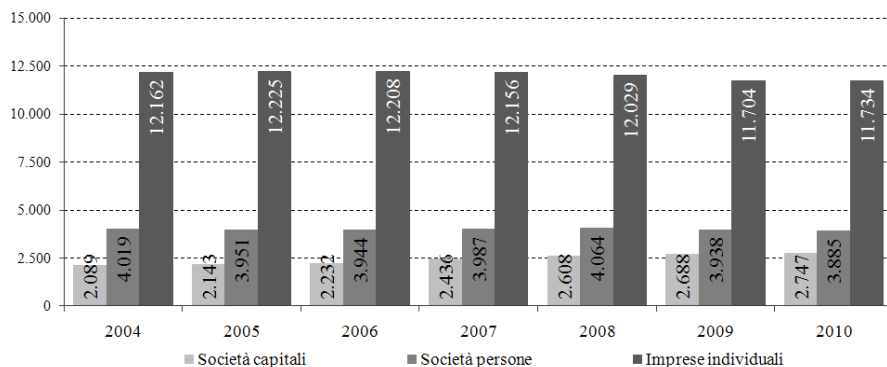


Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

2. Imprese e imprenditori nel settore terziario

Analizzando la realtà aziendale del settore terziario secondo la prospettiva della natura giuridica, le valutazioni che se ne possono trarre rimangono variegata e dalle diverse sfumature. Da una parte le società di capitale – la forma aziendale meno presente nel nostro territorio, per quel che riguarda il settore – prosegue la sua lenta crescita, fatta di piccoli numeri ma costante. Ne erano sorte 80 di nuove entro il termine del 2009, ad un anno di distanza ulteriori 59 società risultano attive. Totale 2.747. A partire dall’anno 2005 si è registrato, invece, un trend negativo per quel che riguarda la consistenza delle ditte individuali. Il lungo periodo di flessione trova termine proprio col saldo 2010: la forma giuridica che, nonostante tutto, è rimasta e rimane di gran lunga la più utilizzata dagli operatori del settore in provincia di Treviso, torna a crescere (seppur di sole 30 unità), attestandosi a quota 11.734. Infine, sono le società di persone a far registrare l’andamento più altalenante: a fine 2010 il computo di queste ultime è di 3.885, risultato di una flessione di 53 unità rispetto all’anno precedente.

Graf. 3 – Consistenza imprese del commercio per natura giuridica.

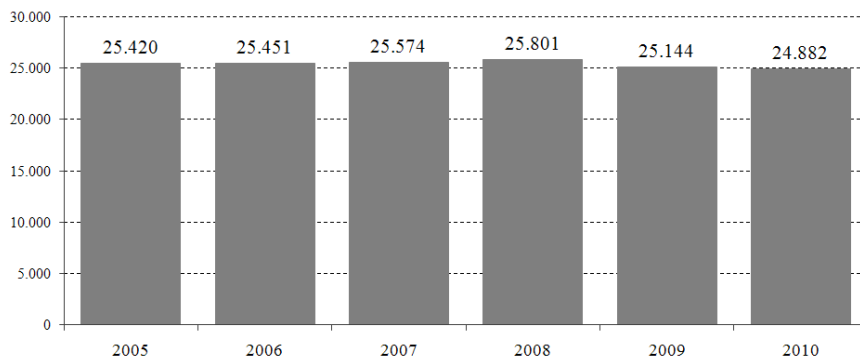


Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

3. Imprenditori per nazionalità

Tra 2008 e 2009 vi è stato un calo importante del numero di imprenditori di nazionalità italiana impegnati nel settore terziario. Da 25.801, infatti, si è passati a 25.144, diminuzione consistente in un venir meno di 657 individui nelle vesti di imprenditori (-2,6%). Il 2010 dà continuità a questo trend facendo registrare un calo di ulteriori 262 unità. Senza dubbio si tratta di una flessione di minor conto, poco più di un terzo di quanto avvenuto nel corso del 2009, ma senz'altro indicativa di una tendenza che vede sempre più emergere imprenditori di origine straniera in luogo degli autoctoni.

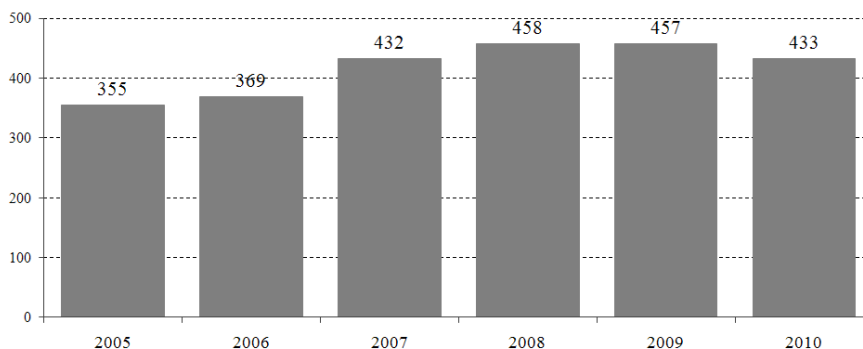
Graf. 4 – Consistenza imprenditori italiani nel settore commercio.



Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

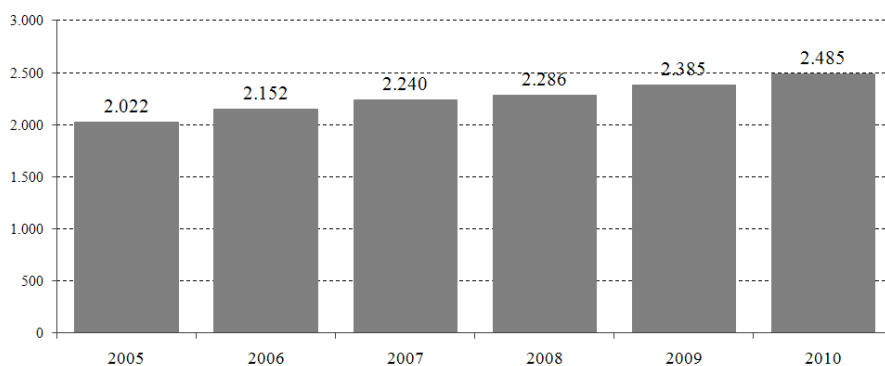
È pressoché stazionario il numero degli imprenditori stranieri di provenienza comunitaria: 458 nel 2008, 457 nel 2009 e 433 a fine 2010, ovvero 24 in meno rispetto all'anno precedente. All'interno di questo insieme, è predominante la componente francese, 134 imprenditori in tutto.

Graf. 5 – Consistenza imprenditori comunitari nel settore commercio.



Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

Graf. 6 – Consistenza imprenditori extracomunitari nel settore commercio.



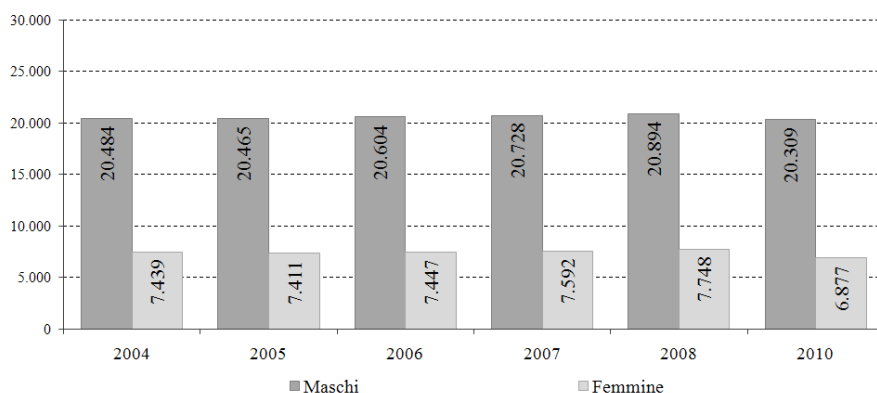
Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

Continua, invece, la propria ascesa la consistenza degli imprenditori di origine extra comunitaria in provincia di Treviso. Al pari della superficie di vendita complessiva, anche costoro – infatti – fanno registrare numeri costantemente crescenti dall'inizio degli anni duemila. Da un anno a questa parte, tra fine 2009 e fine 2010, sono aumentati di 100 unità, giungendo a quota 2.485. Se il loro numero era cresciuto del 6% nel corso del 2009, il dato che consegna il 2010 è un +4%. La rappresentanza più ampia è quella di origine marocchina (723 imprenditori). Si distinguono anche le nazionalità cinese (249) e senegalese (190). Al secondo posto

in termini di numerosità, però, dopo gli imprenditori di origine nord-africana, ci sono gli svizzeri (341 persone, un curioso 1,2% sul totale). In generale, comunque, si palesa sempre più il ricorso all'imprenditoria quale possibile via di inserimento economico e sociale per gli stranieri e forma di accesso al lavoro in seguito alla perdita di un posto in posizione dipendente.

Nel complesso, il rapporto di genere tra maschi e femmine è di 2,68, vale a dire che per ogni donna impegnata imprenditorialmente nel terziario vi sono quasi tre uomini. Tale rapporto, se confrontato con la situazione relativa agli anni precedenti, appare nella sostanza immutato: nel 2003, ad esempio, lo stesso indicatore era 2,75. A fine 2010 gli imprenditori maschi sono 20.309 e le femmine 7.562.

Graf. 7 – Consistenza imprenditori per genere nel settore commercio.



Fonte: elaborazioni Centro Studi Unascom Confcommercio su dati Infocamere.

4. Le grandi superfici commerciali

L'analisi dei dati riguardanti la consistenza degli esercizi commerciali nelle province venete ed il loro confronto restituisce alcune riflessioni interessanti. La provincia di Treviso è, fra quelle della Regione, il territorio sul quale ha maggior incidenza la distribuzione commerciale fatta di superfici di vendita di grandezza superiore ai 1.500 mq. Sono 32 le attività censite ed operanti nel trevigiano ad avere una superficie superiore a tale soglia, per un'incidenza equivalente del 22,1% sul totale regionale. In generale, sia considerando gli esercizi più piccoli (al di sotto dei 1.500 mq) sia considerando quelli più grandi, la provincia di Treviso detiene il primato regionale in termini di mq di superficie commerciale: 287.356 a fine 2010. Un dato certamente importante, alla luce anche della minor estensione geografica del trevigiano rispetto, ad esempio, alla province di Verona e Vicenza. Il rapporto tra il numero di abitanti e la superficie commerciale è 0,32 mq per abitante.

All'interno dello stesso territorio provinciale, è il comprensorio di Treviso (capoluogo e comuni limitrofi) a detenere il maggior numero di attività commerciali operanti (297) e conseguente maggior numero di mq di superficie di vendita (95.092 mq). Per quel che riguarda il resto della provincia, segue il mandamento di Conegliano: nella zona vi sono ben 131 strutture di vendita (tra le quali 8 con un superficie commerciale superiore ai 1.500 mq). Proprio quest'ultimo dato – esercizi di maggiori dimensioni – fa sì che nel coneglianese si trovi, nel complesso, un quarto di tutte le superfici di vendita superiori ai 1.500 mq della provincia (esattamente il 25% del totale). Per esaminare meglio la relazione tra la distribuzione tradizionale e la grande distribuzione organizzata si riporta la seguente analisi.

5. L'incidenza delle grandi superfici di vendita sul sistema distributivo provinciale e regionale

5.1. Premessa metodologica

Oggetto di questa sezione del capitolo è l'analisi sulla consistenza degli esercizi commerciali¹ attivi e dell'incidenza della tipologia distributiva – caratterizzata da una superficie di vendita superiore a 1.500 mq sulla superficie di vendita complessiva – per i due gruppi merceologici prescelti: quello misto caratterizzato dal commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande e quello del sistema moda costituito dal commercio di prodotti tessili, di articoli di abbigliamento, e di calzature e articoli in pelle.

L'indagine, dal punto di vista territoriale, è stata effettuata per le province venete e per le aree comunali (mandamenti) della provincia di Treviso mentre per quanto riguarda la serie storica si limita a comparare unicamente le ultime due annualità disponibili – 2010 e 2009 – che permettono una perfetta confrontabilità delle classi merceologiche in Ateco 2007.

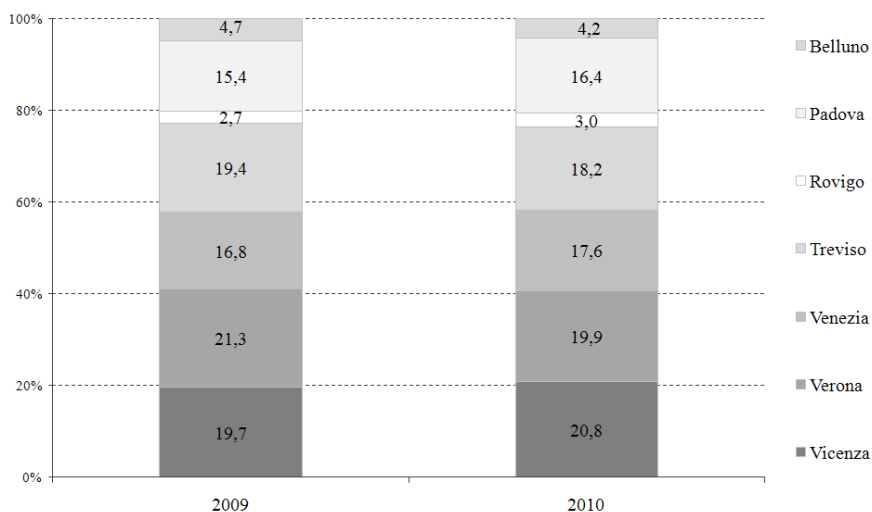
5.2. Il settore misto

Al 31.12.2010 si contano, in provincia di Treviso, 32 esercizi commerciali al dettaglio non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande (+3 unità rispetto alla consistenza di fine anno 2009) caratterizzati da una superficie di vendita

1. L'analisi sulla consistenza degli esercizi commerciali e dell'incidenza delle grandi superfici di vendita è stata effettuata su dati di fonte Infocamere attraverso la banca dati TradeView. Questo sistema statistico nasce dalla costituzione di un Osservatorio del commercio, coordinato da un Osservatorio nazionale presso il ministero delle Attività Produttive con d. lgs. n. 114/98, art. 6 e fornisce un monitoraggio periodico del sistema distributivo. La fonte primaria dei dati è l'archivio nazionale del sistema camerale, che raccoglie puntualmente le informazioni relative alle imprese iscritte al registro imprese, individuando gli esercizi commerciali della tipologia considerata – al dettaglio in sede fissa piuttosto che attraverso altre forme di vendita – attraverso il codice di attività Istat.

superiore ai 1.500 mq. Questi esercizi, su un totale di 864 strutture commerciali, rappresentano solo il 3,7% del totale provinciale, ma in termini di superficie di vendita generano un'area pari a oltre 91 mila mq (+3,4% rispetto all'anno precedente) che costituisce quasi un terzo (31,8%) della superficie complessiva della provincia trevigiana.

Graf. 8 – Settore misto (alimentare e non alimentare). Incidenza della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) per le province venete sul totale regionale. Anni 2009 e 2010.

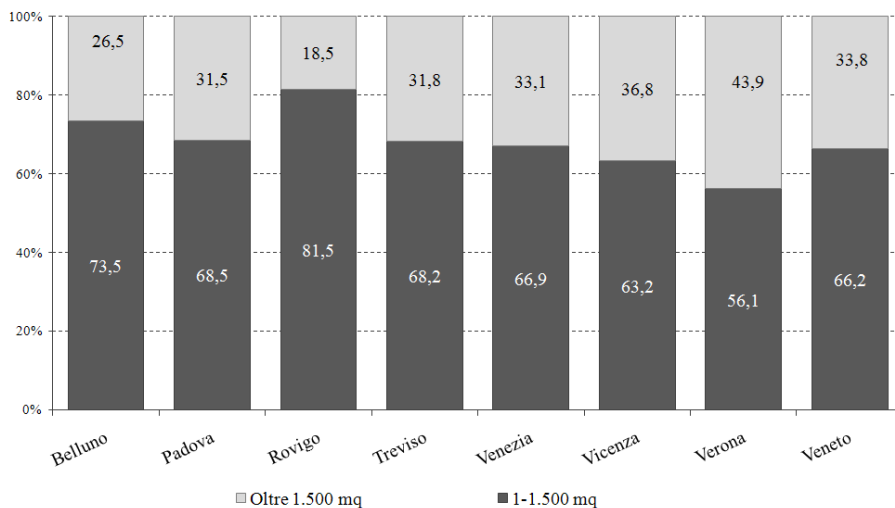


Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciao di Treviso su dati Infocamere.

A livello regionale si evidenzia un complesso di 145 grandi strutture commerciali (+12,4% rispetto al 2009) per un totale di oltre 500 mila mq di vendita (+10,6% rispetto all'anno precedente). Anche in Veneto questi esercizi rappresentano solo una piccola parte del sistema distributivo complessivo (2,6%), ma in termini di superficie di vendita il peso sale al 33,8%. Verona e Vicenza sono le province con la maggiore area dedicata alla grande distribuzione (oltre 100 mila mq che pesano rispettivamente per il 43,9% e il 36,8% del totale provinciale) mentre Treviso primeggia tra le province con il numero più alto di esercizi (32 unità). Fanalini di coda le province di Belluno e Rovigo che con rispettivamente 4 e 6 grandi strutture commerciali raggiungono superfici che rappresentano solo il 4,2% e il 3,0% della superficie complessiva regionale.

Rovigo rappresenta anche il territorio con la minore incidenza della grande distribuzione, in termini di superficie, sul totale della superficie commerciale provinciale (18,5%).

Graf. 9 – Settore misto (alimentare e non alimentare). Distribuzione percentuale della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) nelle province venete. Anno 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

Scendendo al dettaglio per aree comunali si evidenzia al primo posto – sia per numero di esercizi con oltre 1.500 mq di vendita, sia per superficie complessiva – l’area di Treviso con 13 strutture che danno origine a oltre 33 mila mq con un peso del 35,2% sul totale della superficie commerciale dell’area comunale.

Al secondo posto l’area di Conegliano con 8 strutture dedicate alla grande distribuzione che occupano una superficie di quasi 26 mila mq e un’incidenza del 44% sull’intero territorio coneglianese.

Da segnalare che, rispetto all’anno precedente, nell’area di Treviso, a parità di numero di esercizi, la superficie di vendita è diminuita di oltre 8 mila mq (era pari al 40,2% il peso sul totale dell’area al 31.12.2009) mentre nell’area di Conegliano si è aggiunta una nuova struttura di grandi dimensioni che ha incrementato la superficie di vendita di oltre 6 mila mq portando il peso dal 35,8% del 2009 all’attuale 44%.

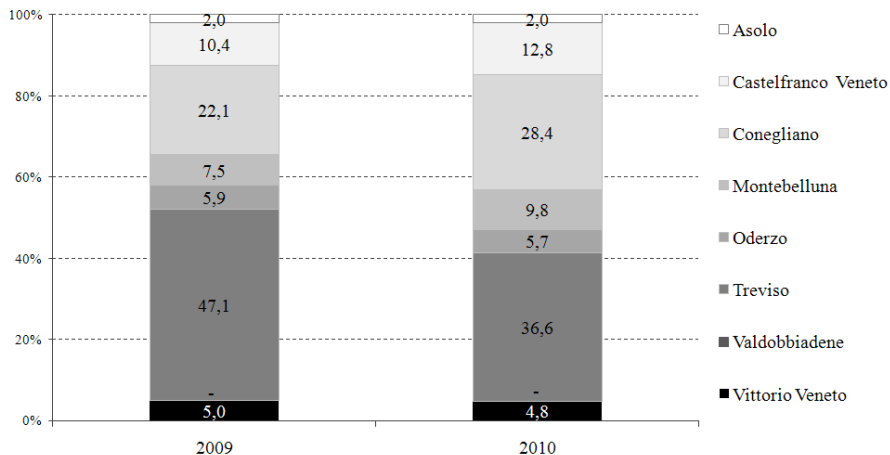
Seguono le aree territoriali di Montebelluna, Castelfranco Veneto e Vittorio Veneto con rispettivamente 4, 3 e 2 grandi strutture distributive e superfici di vendita che, ad eccezione della realtà di Castelfranco Veneto, non superano complessivamente i 10 mila mq.

Infine l’area di Asolo e quella di Oderzo evidenziano una unica struttura con superficie superiore ai 1.500 mq che, tuttavia pesa rispettivamente per il 13,1% e il 20,7% del totale del territorio di riferimento, mentre nell’area di Valdobbiadene il fenomeno della grande distribuzione è praticamente assente.

Anche in termini di incidenza di superficie della tipologia della grande distribuzione, delle singole aree comunali sul totale provinciale, spicca l’area di

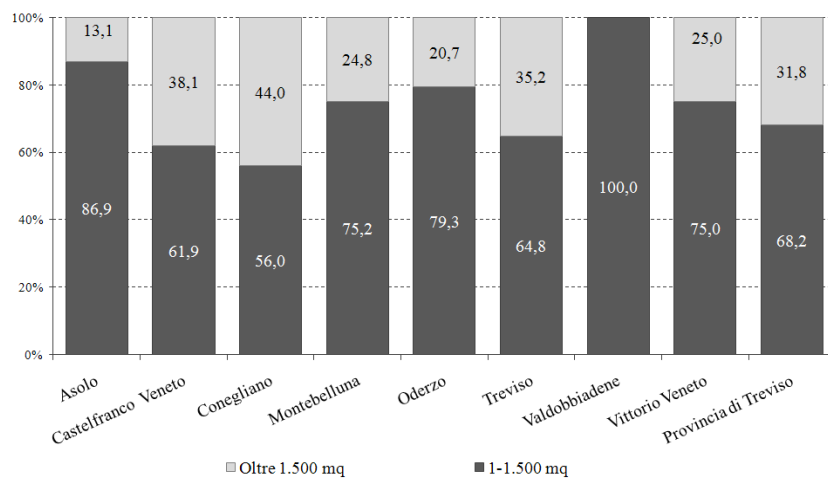
Treviso con un peso del 36,6%, seguita dall'area di Conegliano con un peso del 28,4% e da quella di Castelfranco con un peso del 12,8%.

Graf. 10 – Settore misto (alimentare e non alimentare). Incidenza della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) per aree territoriali sul totale provinciale. Anni 2009 e 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

Graf. 11 – Settore misto (alimentare e non alimentare). Distribuzione percentuale della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) nelle aree territoriali della provincia di Treviso. Anno 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

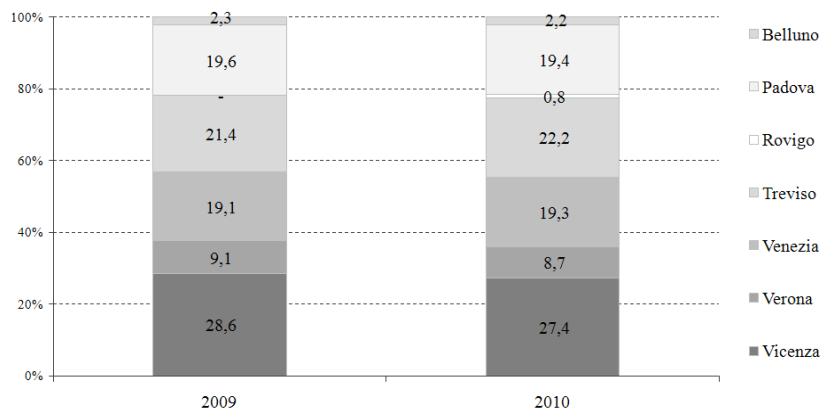
5.3. Il sistema moda

Per quanto riguarda il sistema moda – calcolato come aggregato del commercio di prodotti tessili, di articoli di abbigliamento, e di calzature e articoli in pelle – la provincia di Treviso presenta al 31.12.2010 una consistenza di 17 esercizi commerciali con superficie superiore a 1.500 mq (1'unità in più rispetto all'anno precedente) che rappresenta meno dell'1% degli esercizi complessivi provinciali; in termini di superficie queste strutture danno origine a quasi 50 mila mq di area commerciale (+8,1% rispetto al 2009) per un peso del 18,8% sul totale provinciale.

In Veneto si contano 70 esercizi appartenenti alla tipologia della grande distribuzione (4 unità in più rispetto all'anno precedente) che danno luogo a oltre 223 mila mq di superficie commerciale (+4,4% rispetto al 2009). In termini di incidenza percentuale la superficie degli esercizi con più di 1.500 mq rappresenta il 16,8% del totale regionale, quota leggermente al di sotto rispetto a quella registrata per la provincia di Treviso.

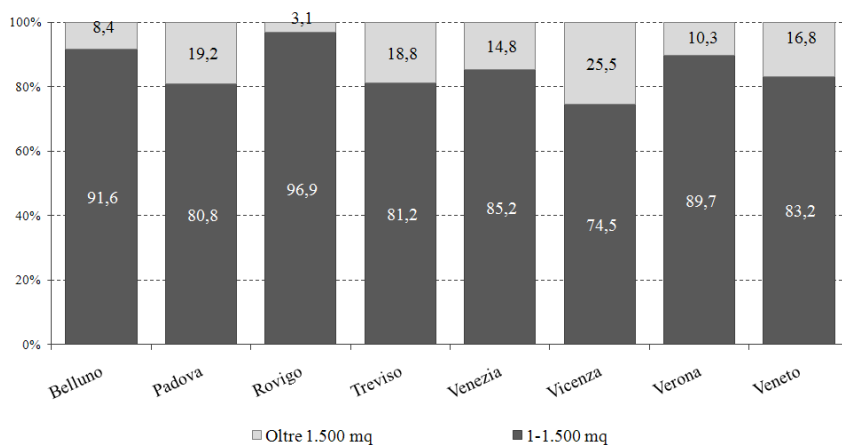
Fra le province venete Treviso si distingue per il maggior numero di esercizi con oltre 1.500 mq (17 unità) mentre Vicenza primeggia per la maggiore quota in termini di superficie commerciale (oltre 61 mila mq) che rappresenta il 25,5% sul totale della provincia vicentina e il 27,4% sul totale regionale.

Graf. 12 – Sistema moda. Incidenza della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) per le province venete sul totale regionale. Anni 2009 e 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

Graf. 13 – Sistema moda. Distribuzione percentuale della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) nelle province venete. Anno 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciao di Treviso su dati Infocamere.

Treviso rappresenta la seconda provincia veneta, dopo Vicenza, per superficie commerciale, con un peso del 22,2% sul Veneto seguita dalle province di Padova e Venezia, entrambe con un'incidenza superiore al 19%.

Terz'ultima la provincia di Verona con un'area commerciale leggermente al di sotto dei 20 mila mq di vendita (8,7% del totale regionale) mentre si confermano "ultime", sia in termini di numero di esercizi che di superficie commerciale, le province di Belluno e Rovigo che presentano le minori incidenze sia con riferimento al totale della superficie provinciale che a quella regionale (rispettivamente 8,4% e 3,1% il peso sul totale provinciale e 2,2% e 0,8% l'incidenza sul totale regionale).

Dalla disaggregazione per aree comunali della provincia di Treviso si evidenzia innanzitutto che le aree di Asolo, Valdobbiadene e Vittorio Veneto non presentano esercizi commerciali con superficie di vendita superiore a 1.500 mq.

Tra le altre aree territoriali invece si distingue l'area di Treviso per numero di strutture (5 unità, invariato rispetto al 2009) e l'area di Castelfranco Veneto per superficie ricoperta dalla grande distribuzione (quasi 14 mila mq di vendita, +36,3% rispetto all'anno precedente). Quest'ultima area territoriale è quella con l'incidenza maggiore della superficie di vendita maggiore di 1.500 mq sia sul totale della superficie dell'area (35,6%) sia sul totale della superficie provinciale (28,2%), mentre l'area del trevigiano è quella che detiene il peso più basso in termini di incidenza sul totale della superficie commerciale dell'area (13,1%) nonostante la stessa superficie rappresenti quasi il 21% del totale provinciale.

L'area di Conegliano si colloca al secondo posto per valori della superficie della grande distribuzione (quasi 12 mila mq di vendita) che rappresenta quasi un quinto del totale dell'area e quasi un quarto del totale provinciale.

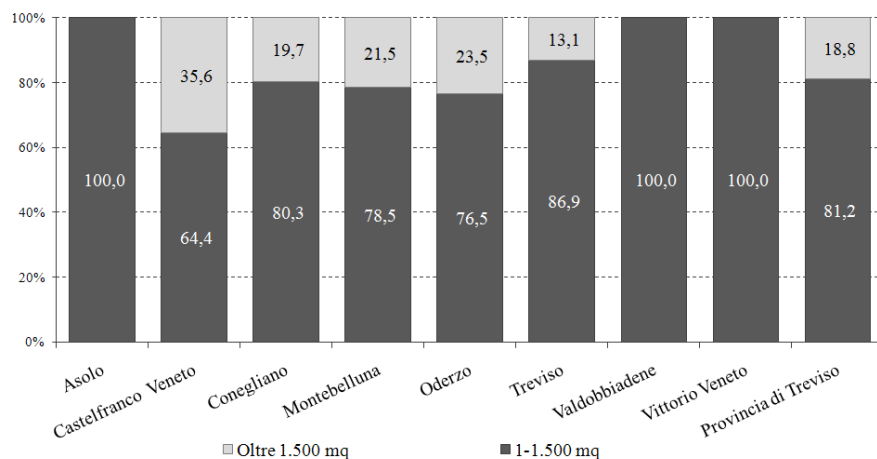
Infine le aree di Montebelluna e Oderzo, entrambe con 2 strutture commerciali, detengono una superficie di vendita superiore ai 6 mila mq che rappresenta per queste due aree più di un quinto del totale dell'area di riferimento e più del 13% del totale provinciale.

Graf. 14 – Sistema moda. Incidenza della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) per aree territoriali sul totale provinciale. Anni 2009 e 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

Graf. 15 – Sistema moda. Distribuzione percentuale della grande distribuzione (oltre 1.500 mq) nelle aree territoriali della provincia di Treviso. Anno 2010.



Fonte: elaborazioni Ufficio Studi e Statistica Cciaa di Treviso su dati Infocamere.

6. Crisi e andamento occupazionale

Non disponendo ancora di dati certi in ordine all'occupazione (non sono disponibili le banche dati Inps su cui si sono fondati i dati delle pregresse annualità) vengono di seguito forniti dati su alcuni istituti che possono comunque dare una idea di come stia procedendo dal punto di vista occupazionale il settore in questo periodo ormai lungo di crisi economica.

Si premette che i dati sono parziali provenendo dal sistema associativo Confcommercio e dal sistema della bilateralità anche se possono comunque dare alcune indicazioni utili.

Sicuramente il settore del terziario paga con ritardo la crisi patita dagli altri settori, e la paga a causa della contrazione del reddito e del clima di incertezza e paura che in generale attraversa la società trevigiana.

La fotografia dell'occupazione in generale dal punto di vista occupazionale nel 2010 è stata infatti la peggiore da molti anni a questa parte.

Ciò non poteva non riflettersi anche sull'occupazione sia nel senso di un aumento degli esuberi nel settore sia in una diminuzione delle assunzioni.

Nella gestione degli esuberi un ruolo fondamentale per le piccole imprese, che non possono ricorrere alla cassa integrazione straordinaria, lo hanno giocato gli ammortizzatori sociali in deroga attraverso la possibilità di evitare il licenziamento del personale utilizzando la disoccupazione ordinaria attraverso l'istituto della sospensione prima e della cassa integrazione in deroga poi. Strumenti che utilizzati assieme garantiscono una copertura per quasi tutto l'anno al personale dipendente evitando così il ricorso al licenziamento.

L'utilizzo di questi strumenti è in deciso aumento nel corso del 2010 rispetto al precedente anno sia per quanto riguarda le sospensioni sia per quanto riguarda il ricorso da parte delle aziende alla cassa in deroga.

Nel 2010 i lavoratori che hanno usufruito di ammortizzatori sociali sono stati oltre un migliaio per quanto riguarda le procedure gestite e censite dall'Ente bilaterale con l'utilizzo della sospensione e della cassa in deroga oltre il doppio rispetto al 2009.

Al primo quadrimestre 2011 i lavoratori coinvolti in procedure di crisi sono 450 rispetto ai quasi 600 dello scorso anno. In questo senso si registra una diminuzione del ricorso agli ammortizzatori.

Dall'altro lato il calo di assunzioni è continuato anche sugli strumenti contrattuali più agevolati e soprattutto in quegli strumenti che permettono l'ingresso nel mondo del lavoro dei giovani.

La fotografia è data in questo senso dallo strumento del visto di conformità, obbligatorio per tutte le aziende del terziario, che vogliono assumere personale attraverso l'apprendistato.

Nell'anno 2010, sono stati inoltrati all'Ente bilaterale del commercio 375 richieste di visto di conformità rispetto alle quasi 400 domande del 2009.

Altra grande spia della situazione di grande incertezza nel mercato del lavoro è data dal continuo aumento, soprattutto in riferimento al settore turismo (pubblici esercizi e alberghi), dell'utilizzo del contratto a chiamata.

Forma contrattuale sicuramente importante per gestire le prestazioni intermittenti, strutturali nel settore turismo e in parte anche in quello del commercio, ma il cui utilizzo massiccio nel momento attuale va imputato anche alla difficoltà delle imprese di capire il futuro del mercato.

Sempre stando ai dati dell'Ente bilaterale di Treviso che registra le richieste di utilizzo di tale strumento da parte delle aziende e verifica la fondatezza dei presupposti del contratto (in questo differenziandosi dalla mera applicazione in base al testo di legge del contratto a chiamata) nel corso del 2010 sono state inviate quasi 1500 richieste di assunzione con questa tipologia contrattuale.

Quindi pur non disponendo di dati assoluti in ordine agli occupati del settore dai riferimenti riportati si è trattato di uno degli anni peggiori per situazione occupazionale anche nel settore terziario.

7. Conclusioni

Alla luce dei dati illustrati in questo capitolo, lo scenario che emerge è quello di un territorio ancora convalescente, appena un po' "sfebrato" rispetto al quadro clinico verificato nel 2009, l'anno precedente. Si è interrotta la diminuzione di esercizi commerciali presenti e attivi così come la collegata consistenza numerica di imprenditori. Ciononostante a un anno di distanza non è certo possibile parlare di ripresa, laddove anche l'espressione "ripresina" potrebbe rivelarsi rischiosa e fragile (non essendo supportata dai numeri in maniera convincente).

Le risultanze ricavate dall'Osservatorio permanente sui consumi e sui consumatori di Unascom Confcommercio fanno registrare – per la maggiore – trend delle vendite negativi o quantomeno non crescenti. Difficile dire se tale situazione sia l'esito soprattutto di una minor disponibilità di denaro o di un venir meno della fiducia, sta di fatto che il mercato delle vendite e degli acquisti in provincia di Treviso langue, col sopraggiungere – inoltre – di rincari nel reperimento dei prodotti alla fonte. Anche diversi generi alimentari, infatti, a partire dalla seconda ed ultima parte del 2010 e ancora con l'inizio del 2011, hanno fatto registrare aumenti di costo (in molti casi non tradottisi in un aumento del prezzo per i consumatori, grazie ad un'azione calmieratoria messa in atto dagli esercenti).

Il continuo aumento della superficie di vendita complessiva, anche a fronte della diminuzione del numero degli esercizi o del loro rimanere numericamente invariato, pone la questione dell'equilibrio – di qui a venire – fra i due sistemi di distribuzione (commercio al dettaglio da una parte, grande distribuzione organizzata dall'altra). Come si è visto, la provincia di Treviso detiene il primato nel numero di esercizi commerciali di superficie superiore ai 1.500 mq, per un totale di poco inferiore ai 290 mila mq. È pensabile che tale situazione abbia un'incidenza di non

poco conto sulla presenza e sullo sviluppo degli esercizi commerciali cosiddetti di vicinato, di dimensioni medio-piccole. La così alta concentrazione di grandi superfici di vendita, unita alla difficile congiuntura economica generale degli ultimi anni, contribuisce alla diminuzione (o quantomeno – come emerso dai dati 2010 – alla non crescita) delle unità di commercio e servizi nel territorio.

Tale aumento di superficie si continua a ritenere abbia poca giustificazione nella domanda – già fortemente squilibrata nell'offerta commerciale rispetto alla richiesta – e altrettanto poca giustificazione con riguardo all'occupazione. Gli studi condotti nelle scorse annualità, infatti, confermano che la chiusura di negozi di piccole e medie dimensioni a favore della grande distribuzione organizzata comporta una riduzione del numero di dipendenti complessivamente impiegati nel settore commercio.

Quest'ultimo concetto va pensato soprattutto in riferimento al peso che la grande distribuzione ha non tanto per il numeri degli esercizi quanto in termini assoluti di mercato, relativamente alle metrature. Infatti l'apertura o la chiusura di un solo esercizio di grande distribuzione porta uno squilibrio enorme nel sistema commercio in generale, sia nell'offerta sia sul sistema occupazionale.