

#TERZIARIO

Gli effetti del lockdown sulle imprese trevigiane del terziario e le prospettive future

COMUNICATO STAMPA - 17 SETTEMBRE 2020

Il lockdown: effetti e prospettive per il terziario trevigiano

Il lockdown è stato uno stress test per tutti. Sanità, economia, lavoro, società, Istituzioni. EbiComLab, il Centro studi sul terziario trevigiano sostenuto da EBicom ed Unascom Confcommercio, nel bimestre luglio – agosto ne ha indagato gli effetti e testato le prospettive su un campione di 614 piccole e medie imprese del commercio, del turismo e dei servizi dislocate nella provincia di Treviso, suddivise tra centro e periferia con fatturati da un minimo di 50 mila euro ad oltre 2 milioni di euro. Ne è emersa una fotografia variegata che ci restituisce un terziario tutto sommato resiliente e reattivo, un cambiamento in atto di cui possiamo coglierne i passaggi fondamentali e le tendenze, alcune accelerazioni evidenti ed una nuova direzione che ci fa comprendere che quella nuova normalità tanto attesa è già realtà.

Problemi, soluzioni, strategie

Cinque le difficoltà maggiori delle imprese: il pagamento dei fornitori (56,3%), i rapporti con la clientela (43%), il pagamento affitti (40,4%), il mantenimento del personale (40,1%), il pagamento dei finanziamenti attivi (31,4%). Tra gli strumenti utilizzati per fronteggiare l'emergenza, ai primi posti compare il ricorso al bonus dei 600 euro per gli autonomi (61,1%), alla cassa integrazione (59,8%), ai finanziamenti garantiti dallo Stato (37,8%), alla moratoria straordinaria dei prestiti/mutui (22,6%), alla revisione/sospensione delle locazioni commerciali (17,8%). Circa il 70% delle imprese ha adottato nuove strategie di cambiamento. Tra queste: lo smart working è stato scelto dal 41,8% degli intervistati ed in particolare dal 71,1% dei servizi, confermandosi come la "strategia del lockdown", a seguire il delivery, soluzione adottata dal 41,8% in particolare da turismo e ristorazione, l'utilizzo dei social media (34,7%), l'attivazione di nuovi canali digitali (e-commerce, webinar, consulenze) 12,4%. Pensando alla convivenza col virus, oltre l'83% delle imprese pensa di mantenere, in tutto o in parte, le strategie del lockdown.

Ferie, lavoro, ammortizzatori sociali

L'impatto sul lavoro dipendente, anche dopo la fine del lockdown, si fa sentire: il 37,9% del personale è stato richiamato dalla cassa integrazione, solo per il 9,7% lo smart working è stato sospeso in tutto o in parte, ed il 7,3% del personale è rientrato dalle ferie lavorative fruito durante il lockdown.

Finanza e credito

Il 72% delle imprese ha modificato il proprio approccio al credito per fronteggiare l'emergenza liquidità: il 44,7% ha acceso un nuovo debito bancario, il 26,8% ha utilizzato la liquidità in bilancio, il 24,6% ha utilizzato i margini disponibili sulle linee di credito, il 17,9% ha attuato il differimento nei rimborsi dei debiti ed il 17,6% ha rinegoziato i contratti di locazione.

Clienti, turisti, consumatori

La clientela è aumentata solo per il 7,1% (ed in larga maggioranza nel commercio alimentare), per il 39,5% è sostanzialmente rimasta invariata e diminuita per il 53,4%. Nel turismo è calata per l'85%. Il lockdown ha però accelerato alcuni cambiamenti, come quello della vendita on line, diminuita nel turismo (44%), rimasta sostanzialmente invariata nei servizi, aumentata nel commercio (44%).

Tra centro e periferie ci sono sfumature e differenze: nelle zone periferiche le difficoltà sono state maggiori dei centri urbani, ma hanno reagito meglio, a testimonianza del fatto che nei piccoli paesi e nei quartieri periferici la rete di relazioni diventa risorsa e collante.

Clima e sentiment

Tra pessimisti (12,9%), ottimisti (31,3%) ed incerti (55,8%) prevalgono gli incerti, contribuendo così a creare un sentiment diffuso sostanzialmente negativo e poco leggibile.

La ristorazione registra le percentuali più alte di pessimismo e di incertezza (dal 22% al 66%), così come la moda ed il fashion appaiono incerti e pessimisti (15%), mentre una quota di terziario avanzato (19%) si dichiara ottimista così come il 14% di alimentaristi.

I commenti

“Le strategie adottate in pandemia”- spiega il **presidente di Unascom-Confindustria Federico Capraro** – “fanno già parte della nuova normalità ed obbligano al cambiamento le comunità, il lavoro, le città, le organizzazioni, le infrastrutture. Siamo di fronte ad un cambiamento che è prima di tutto salto culturale e trasformazione. Lo smart working ad esempio, nella sua dimensione più completa e strutturata, porta con sé il cambiamento di un indotto: minor uso dell’auto, dei bar, diminuzione delle relazioni e dei contatti sociali, introduce nuove modalità di conciliazione ed obbliga a nuove convivenze ed alleanze. Confindustria ha cercato di trasformare il lockdown in un nuovo dialogo con le Istituzioni e coi Comuni, dando vita ad una nuova mediazione: le diffuse iniziative di finanza sociale per l’erogazione dei contributi, l’aumento dei plateatici, l’applicazione degli ammortizzatori sociali anche per le piccole imprese sono alcuni degli esempi della nuova mappatura che i corpi intermedi hanno contribuito a disegnare”.

“Nei prossimi mesi- spiega **Alessandro Minello, coordinatore di EBicomLab**, la sostenibilità sarà data solo dall’intercettazione della nuova “domanda pagante” ed il sistema terziario ne è consapevole. Questa intercettazione, da parte delle imprese, si baserà sull’iniezione di tecnologia, soluzioni intelligenti, ecommerce e reti di collaborazioni formali e non. Ma soprattutto si baserà sull’innovazione di prodotto/servizio, all’interno di una strategia di ripensamento complessivo dell’offerta rispetto al periodo pre – Covid e di un crescente investimento in formazione/riqualificazione del personale, che nel periodo della pandemia era stato in larga parte collocato in cassa integrazione”.

“Il post lockdown” - commenta **Massimo Marchetti, presidente di EBiCom** – “apre a nuovi scenari ed a nuove formule lavorative. La bilateralità ha dimostrato, e sta dimostrando, come sia stato importante poter contare su accordi, servizi, protocolli di sicurezza, snellimenti burocratici, ammortizzatori che integrano quelli pubblici, rimborsi di assicurazione sanitaria per dipendenti, erogati a sostegno di imprese e famiglie nel momento dell’emergenza. Ora di questo bisogna far tesoro: la pandemia ha introdotto nuovi elementi nella contrattazione ed ha rafforzato il principio di tutela della salute e della sicurezza, arricchendo il panorama di aiuti e sussidi”

In questa fotografia variabile, a tratti difficile da leggere e molto sfumata, appare chiaro che quella nuova normalità attesa è già diventata abitudine alla sicurezza, all’igienizzazione, al distanziamento, ad una spesa sottocasa o on line, ad una riscoperta dei turismi minori e ad una convivialità sicuramente ridimensionata, rivista, selezionata.

(lab.ebicom.it)

Treviso, 17/09/2020