

PARMA

La nostra città e le sue storie

cronaca@gazzettadiparma.it

**Domani l'inserito
Mode & Modi:
Mekong segreto,
le auto del 2023**

» Nell'inserito Mode & Modi, domani all'interno della Gazzetta, vi portiamo in Asia a fare un viaggio sull'acqua nel delta del Mekong. E poi la guida alle auto che guideremo nel 2023: sarà l'anno dei Suv e dell'elettrificazione. Hi Tech: ecco la hypercar virtuale. E non può mancare l'appuntamento con i nostri amici a quattro zampe.

Commercio 2022

«Prima la ripresa E poi la stangata»

Il bilancio dell'anno per le associazioni di categoria:
«Dopo il Covid paghiamo la guerra e le spese impazzite»



Operatori del settore

Dall'alto, il presidente di Ascom Parma Vittorio Dall'Aglio; la vice presidente Cristina Mazza e il presidente di Confesercenti, Antonio Vinci.

» «Più che auguri, servono scongiuri». Può sembrare una battuta cinica ma chiedendo come il mondo del commercio e delle attività produttive si stia preparando al 2023 che è alle porte è questa la risposta che si sente ripetere, più volte, a mezza bocca. Perché dopo la pandemia e il tana libera tutti della fine lockdown molti si preparavano a rimettere la quarta. Ed invece dalla padella si è precipitati nella brace. E dopo il virus sono arrivate la guerra e la crisi energetica. Nessuno lo vuole dire: ma gli scongiuri riguardano proprio una nuova, imprevedibile, emergenza.

«Se guardiamo al 2022 ci troviamo davanti un anno a due velocità, con due volti - spiega il presidente di Confesercenti, Antonio Vinci. - La prima parte è stata caratterizzata da una ripartenza decisa che ci ha fatto ben sperare, sia per quanto riguarda il commercio sia per i pubblici esercizi mentre gli ultimi mesi hanno risentito in maniera forte dell'aumento delle spese e dell'inflazione».

Insomma, poteva essere un anno da celebrare. Ma alla fine ci si è trovati davanti una tavolozza di ombre. «In particolare, possiamo dire che c'è stata una crescita per i settori del turismo e dei servizi, mentre quello del commercio resta in forte sofferenza», fanno sapere da Ascom, dove si sottolinea come lo scop-

pio della guerra in Ucraina e la conseguente impennata dei costi dell'energia, unitamente agli effetti della pandemia ancora presenti, hanno fortemente inciso sui bilanci gravando ulteriormente su imprese e consumi.

«L'andamento delle imprese è stato diverso a seconda dei settori: - aggiunge Cristina Mazza, vicedirettore Ascom Parma e responsabile Centro Studi - alimentari e pubblici esercizi registrano complessivamente un bilancio positivo che premia in particolare coloro che hanno saputo sempre più sviluppare la propria mentalità imprenditoriale. Altri settori invece,

come quello della moda, pagano gli effetti di un cambiamento epocale nelle abitudini e nelle scelte di acquisto dei consumatori, registrando soprattutto a Natale vendite inferiori alle aspettative con un calo della spesa media e della propensione ai regali».

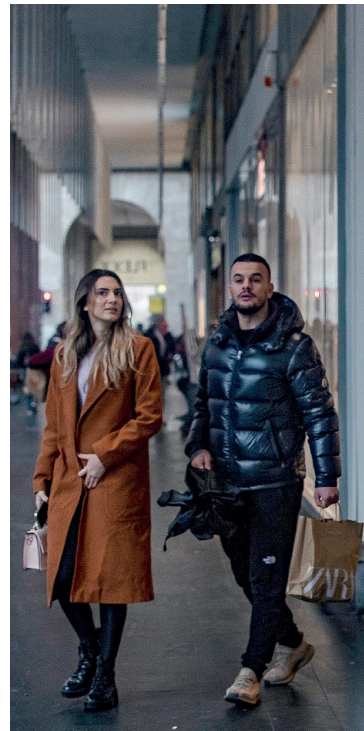
Insomma, ci troviamo più o meno a fare i conti con le conseguenze della tempesta perfetta? Potrebbe sembrare così. Ma in realtà non si deve cedere al pessimismo. «Ad esempio, si nota una riscoperta dei negozi di prossimità, degli esercizi vicini alle case che sanno offrire alta qualità specializzazione, un servizio mirato e cura per i

rapporti con i clienti», prosegue Antonio Vinci. - E questo si è notato anche nel periodo di Natale». Con buona pace di chi prefigurava un mondo dominato solo da quel grande fratello che è shopping in rete mentre, altro segnale che incoraggia, il mondo della ristorazione ha ritrovato clienti e tavoli prenotati. A riprova che nonostante tutto la voglia di uscire e stare insieme non si è spenta. «E anche i problemi che si sono evidenziati per quanto riguarda il personale, dopo un iniziale periodo di emergenza, sta lentamente rientrando».

Allora possiamo rinunciare agli scongiuri? Non è il caso. O forse è meglio per affermarlo. «Sono ancora mesi difficili - conclude Vittorio Dall'Aglio, presidente Ascom Parma - Il 2022 avrebbe dovuto essere l'anno della ripresa, ma poi in Europa è accaduto quello che nessuno pensava potesse accadere. E' dunque fondamentale continuare a confrontarsi con tutte le forze politiche e sociali e in particolare le Amministrazioni pubbliche: noi lavoreremo sempre a fianco delle imprese per trovare soluzioni concrete e poter riuscire a dare speranza e prospettiva a famiglie, imprese e lavoratori». E forse questo è il vero scongiuro che serve e servirà sempre: quello che si basa sul fare. Facendo tutti quanti la propria parte.

Luca Pelagatti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PARMA DIVANI
"il salotto di Parma"

Str. Provinciale, 10 - Sala Baganza - Parma
Tel. 0521.836840
SHOP ONLINE www.parmadivani.it

Aperto dal martedì al sabato 09.00-12.30
15.00-19.30
Al lunedì e alla domenica pomeriggio 15.30-19.30

Auguri di Buon anno!
FESTEGGIA CON NOI
IL 2023!
CON SCONTI FINO AL **-50%**
VALIDO FINO AL 05/01/2023

31 Dicembre aperti la mattina
(9 - 12.30)

Il bando Servizio civile, domande online fino al 10 febbraio

» Pubblicato il bando del servizio civile universale 2023. C'è tempo fino alle ore 14 del 10 febbraio per partecipare al bando reperibile al link: <https://bit.ly/3GnAYpV>. L'appello è rivolto a giovani tra i 18 e i 28 anni che vogliono diventare operatori volontari di servizio civile universale e realizzare

uno dei progetti disponibili sul territorio nazionale o all'estero. A Parma i posti disponibili sono 30. Il servizio civile dura 12 mesi, per 25 ore la settimana, con un compenso mensile pari a 444,30 euro. Il servizio civile si può svolgere una volta nella vita. I progetti che coinvolgono le sedi del

Comune sono tre: Origami, Cultura al centro e Fai sentire la tua voce. La domanda va presentata esclusivamente online e tutte le informazioni sono sul sito Consorzio di solidarietà sociale al link: <https://bit.ly/3WEC9GW>. Per candidarsi è necessario avere lo Spid con livello di sicurezza 2.



Vedrini «Quartieri in crisi, una strategia per il rilancio»

Un piano per le aree depresse. Lo promette il nuovo delegato al Commercio, Luca Vedrini. «Cercherò di riequilibrare le aree oggi in particolare difficoltà come Oltretorrente, stazione, via Garibaldi e San Leonardo, prendendo come modello il quartiere Montanara».

Negozi Un anno di timida ripresa, ma il futuro rimane incerto

«Ringraziamo i turisti e le feste di fine anno»

» Le vendite sono «in leggera crescita rispetto al 2021», ma l'aumento dei prezzi delle materie prime e il caro energia «sfiduciano i clienti a comprare: chi spende lo fa per necessità». È questo il bilancio che emerge dalle voci di alcuni commercianti parmigiani, che concordano: «Il 2022 è stato un anno di lentissima ripresa».

«Sarebbe stato un disastro, se il 2022 non fosse stato meglio del 2021 - afferma categorica Nicoletta Cavalca della Calzoleria della Steccata -. La ripresa c'è stata, ma lenta e per nulla costante. Vendendo un prodotto non superfluo, ma necessario come le scarpe, non posso lamentarmi. Ma è chiaro che la gente compra ciò che serve ed è molto attenta ai prezzi». L'aumento dei costi delle materie prime si è già fatto sentire per i negozianti: «Abbiamo già acquistato parte della merce per la stagione primavera e il costo per noi commercianti è aumentato del 10-20 per cento - spiega Cavalca -. Aumento che, data la situazione economica generale, non possiamo recuperare sul prezzo del cartellino, e che quindi dobbiamo fare rientrare con i guadagni generali di tutto il 2023».

Il bilancio è molto simile anche per Sugar Blues, negozio di abbigliamento di via Garibaldi. «Tutto sommato non possiamo lamentarci, non è stato però un anno lineare: ci sono stati alti e bassi - fa sapere Renata Ugolotti -. La stagione è partita tardi, anche a causa del clima. Poi i rincari e i prezzi che aumentano hanno scoraggiato i clienti. Siamo inoltre preoccupati per la scelta di pedonalizzare una parte del centro: abbiamo notato che, senza poter prendere i mezzi, la gente si sposta meno e ci viene da fuori Parma preferisce i centri commerciali dotati di grandi e comodi parcheggi».

Per molti negozianti, il periodo migliore è stato proprio il mese di dicembre. «Le settimane prima di Natale sono state ottime - dichiara Manuela Piola della profumeria la Mammola -. Abbiamo avuto, per la prima volta dopo il lungo periodo di incertezza legato al Covid, la fila fuori dalla porta. È stato il mese in cui abbiamo lavorato di più di tutto il 2022».

È d'accordo anche Luca Galli, responsabile della Prosciutteria Romani di via Farini. «Non era scontato, dato il difficile momento, che nei giorni prima di Natale ci fosse così tanta gente: abbiamo avuto lunghe file che abbia-



Leggera crescita

La ripresa rispetto al 2021 non è stata con «il botto». Sulla voglia di shopping dei parmigiani pesano il caro energia e l'aumento dei prezzi delle materie prime. I negozianti: «Chi spende lo fa per necessità».

mo smaltito aprendo due casse e aumentando il personale» racconta. Ci sono stati periodi «come settembre e ottobre - prosegue Galli -, che alcuni prodotti hanno risentito del clima. Con il caldo, la vendita degli anolini ha subito un notevole ritardo, per esempio».

Sempre apprezzati dalla clientela «i piatti pronti della gastronomia - dice Nicola Salvadori della gastronomia Garibaldi -. Per chi lavora e non ha tempo di cucinare, sono una salvezza. Per il resto, gli affari non sono andati proprio come ci aspettavamo». A sostenere le attività cittadine sono anche i turisti. Sia per le gastronomie, dove «vanno per la maggiore le punte di Parmigiano», che per alcuni negozi di abbigliamento.

«I turisti amano i prodotti di prima qualità e quest'anno hanno dato una grande mano al commercio, almeno, per così è stato per questo negozio - fa sapere Roberto Castellano di Avirex -. I capi che vanno per la maggiore? Il giubbotto di pelle come quello indossato da

Tom Cruise in Top Gun e pantaloni di tutti i tipi». Con l'allentamento quasi totale delle regole anticontagio e la ripresa delle cerimonie, per qualche attività di abbigliamento c'è stato il boom di richieste per abiti e completi eleganti.

Come da Arbitrer. «La richiesta degli abiti da cerimonia è aumentata molto e ci ha dato tante soddisfazioni - afferma Luca Rivaldi, responsabile del negozio -. Abbiamo lavorato molto anche questa primavera ed estate proprio perché sono stati celebrati molti matrimoni. La situazione è stata più piatta nel mese di ottobre e adesso, con le feste, siamo in ripartenza».

Matrimoni, battesimi, ma anche lauree: «Avendo il negozio vicino alla sede dell'università e proponendo capi di abbigliamento di diverso tipo e prezzo, siamo diventati un po' il punto di riferimento per i laureandi - spiega Giulia Carri, titolare di Settebi -. Cerchiamo di offrire un servizio il più variegato possibile, gestendo anche lo shop online con consegne in tutto il mondo».

Insomma, tra alti e bassi, mesi più difficili di altri, «non ci lamentiamo, anche se è stato un anno molto tranquillo e non certo entusiasmante per le vendite. Cosa ci aspettiamo per il 2023? - chiosa Roberto Coli, dell'omonimo negozio di scarpe in Ghiaia -. Per ora ci limitiamo a incrociare le dita e sperare».

Anna Pinazzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fine anno in risalita

Da sinistra a destra, prima riga: Nicoletta Cavalca (Calzoleria della Steccata), Renata Ugolotti (Sugar Blues abbigliamento), Manuela Piola (profumeria La Mammola); seconda riga: Luca Galli (prosciutteria Romani), Nicola Salvadori (gastronomia Garibaldi), Roberto Castellano (Avirex, abbigliamento); terza riga: Luca Rivaldi (Arbitrer, abbigliamento), Giulia Carri (Settebi, abbigliamento) e Roberto Coli (Coli, calzature).