

Aperture festive: tanti danni, pochi affari

Luca Mazza – da www.avvenire.it domenica 17 dicembre 2017

L'Università Politecnica delle Marche ha realizzato un'indagine sugli effetti economici e sociali delle liberalizzazioni: per 7 commercianti su 10 le domeniche di lavoro non hanno migliorato i conti

Altro che operazione *win-win*, cioè con soli vincitori: dagli esercenti ai consumatori, passando per i lavoratori del settore. Ad analizzarla nel dettaglio e con il supporto delle (ancora poche) statistiche 'neutrali' a disposizione, la questione delle aperture commerciali 'sempre e comunque' non sembra poi tanto redditizia né ricca di benefici universali. Il tema è quello degli acquisti *no-stop* – in barba a ogni domenica e festività – che è tornato prepotentemente d'attualità, complice anche l'avvicinarsi del Natale. All'udienza generale di mercoledì scorso papa Francesco è intervenuto sul punto ricordando, ancora una volta, l'importanza del riposo domenicale, «che fa vivere da figli e non da schiavi ed è un peccato perderlo».

Spesso, invece, si tende ad affrontare l'argomento sottolineando i presunti incassi boom nei festivi e tralasciando il rovescio della medaglia. Che c'è anche se si resta agli aspetti contabili: perché l'aumento degli acquisti domenicali è 'compensato' dalla flessione che si registra nel resto della settimana. In pratica, non si è aggiunto nulla.

Per non parlare dei danni sociali prodotti dal modello '7 su 7'. Si pensi, per esempio, alla dinamica che vede alcuni genitori passare il 25 dicembre a lavorare all'outlet anziché trascorrere il Natale con i figli. Molti numeri e resoconti alla base di tesi trionfalistiche su un universo commerciale chiuso il 'mai' sono stati sfornati da associazioni – come Federdistribuzione – schierate a spada tratta in difesa di questo schema. Dall'unica ricerca *super partes* realizzata finora, però, il quadro che emerge sul fenomeno appare decisamente diverso.

Si tratta di uno studio approfondito (170 pagine), elaborato dall'Università Politecnica delle Marche tre anni fa e che si è concentrato sugli effetti economico-sociali dei primi interventi di liberalizzazione sui negozi decisi a fine 2011 col decreto 'Salva-Italia' dal governo Monti. L'indagine è stata elaborata sulla base dei pareri raccolti da titolari di esercizi commerciali al dettaglio rimasti aperti in giorni festivi. Il 69,5% degli intervistati ha affermato di «non aver riscontrato un impatto positivo sui risultati economici».

Non solo: per 6 su 10 l'apertura festiva non è servita ad attrarre nuovi clienti e per il 65% non si sarebbe verificata neppure una maggiore fidelizzazione dei 'vecchi'. Il 75%, inoltre, non ha registrato un aumento degli acquisti. Passando alla sfera sociale, va ancora peggio: l'82,3% dei commercianti ha evidenziato un maggiore affaticamento fisico e addirittura il 91,8% ha riscontrato una riduzione del tempo libero e di quello destinato alla vita sociale.

Si citano frasi testuali in cui si parla di «disaggregazione della famiglia» per la mancanza di un giorno certo in cui astenersi dal lavoro o di «peggioramento della qualità della vita». Il giudizio dei piccoli commercianti sugli interventi di liberalizzazione non lascia spazio a dubbi. Chiedendo di esprimere una valutazione su una scala di valori tra 1 (insoddisfatto) e 5 (molto soddisfatto) la media degli intervistati è stata di 2,1. Da evidenziare, inoltre, che un terzo (il 36,2%) ha optato per il livello massimo di insoddisfazione, mentre a reputarsi pienamente soddisfatto è stato appena il 4,5%. Dopo il via libera ad aperture *no limits*, anche i consumi non sono certo tornati a riprendersi immediatamente.

Complice pure l'onda lunga della crisi, per carità, ma comunque il dilatamento di giorni e orari commerciali non si è rivelato il farmaco ideale per curare una domanda interna depressa. Tanto che i dati Istat hanno segnalato una prima risalita solo nel 2016. Qualcuno potrebbe obiettare che lo studio dell'Università Politecnica delle Marche è datato 2014 e che senza quei provvedimenti dell'esecutivo Monti i consumi sarebbero andati addirittura peggio, ma in realtà la questione delle aperture domenicali o festive è rimasta identica e sull'ulteriore discesa della domanda interna non c'è controprova. Al momento, statistiche e ricerche imparziali mostrano che un sistema commerciale del genere – dove tutti i giorni sono uguali e non c'è differenza tra Natale e un *black friday* qualunque – non poi è così idilliaco. E in fondo neanche redditizio.

