

ECONOMIA

Dall'Outlet effetti positivi (nel resto del Mugello) e negativi (a Barberino)

Giovedì 22 aprile 2010, 18:08 | Economia

Il sistema del settore commerciale del territorio del **Mugello** presenta luci e ombre ma dimostra comunque una sostanziale tenuta anche rispetto all'insediamento dell'**Outlet di Barberino**.

E' l'analisi che emerge dallo "**Studio sull'andamento dell'economia e del commercio nel territorio della Comunità Montana Mugello**", curato da **Simurg Ricerche** per conto della **Comunità Montana Mugello**, che, è bene precisare, analizza l'evoluzione della struttura, e non la situazione congiunturale, del sistema economico-commerciale mugellano.

La presentazione si è tenuta ieri pomeriggio presso la sede dell'incubatore di imprese a Pianvallico, Scarperia, con la partecipazione di numerosi amministratori locali e rappresentanti di organizzazioni imprenditoriali, sindacali, economiche e sociali del territorio. Presente anche l'assessore provinciale allo Sviluppo Giacomo Billi.

Se si esclude il settore agricolo, che vede presenti nel Mugello il 15% di tutte le imprese fiorentine, il tessuto economico mugellano non presenta una elevata specializzazione; tuttavia peso rilevante, e crescente, è quello dell'edilizia, anche se non con elevati livelli qualitativi, mentre nel comparto manifatturiero la maggiore significatività, e qualità, è data dal settore della produzione dei metalli e degli apparecchi meccanici che ha soppiantato nel corso degli anni il rilievo dell'industria della moda, rimasta in alcuni nuclei soprattutto nel comparto pellettiero. Il turismo è cresciuto di quasi il 50% nelle presenze negli ultimi anni, e di oltre il 25% nell'offerta di posti letto, ma non ha tuttavia ancora espresso nel Mugello tutte le sue notevoli potenzialità, come invece in altre parti della Toscana, anche per la difficoltà ad integrare l'offerta ed i servizi ai visitatori. Il settore dei servizi alle imprese si trova in una situazione ambivalente con una crescita generalizzata ma che resta inferiore a quella del resto della provincia.

Immagine in chiaroscuro per il commercio, con situazioni di sofferenza settoriale e territoriale e alcuni aspetti di positività.

Nella sua generalità, nel periodo 2005 - 2009, tuttavia "il sistema commerciale del Mugello dimostra una sostanziale tenuta anche rispetto all'insediamento di un centro attrattore forte come l'Outlet di Barberino". L'impatto negativo è stato contenuto agli esercizi di vicinato non alimentari delle aree più limitrofe e solo nel comune di Barberino si è assistito anche una diminuzione numerica degli esercizi, mentre effetti positivi si sono riscontrati soprattutto in quelli di somministrazione di alimenti e bevande (bar e ristoranti), con un incremento delle attività in parte legato anche alle maggiori presenze di visitatori presso l'Outlet.

Dallo studio si evidenzia che il commercio di vicinato, che sembrava rappresentare la parte più debole del sistema commerciale locale, non mostra cedimenti, ma si assesta, almeno dal punto di vista numerico, sui valori registrati precedentemente all'apertura dell'Outlet, anche se con un riposizionamento in termini localizzativi e una crescita soprattutto nel comune di Borgo San Lorenzo che ha incrementato la sua gravitazione commerciale, mentre una crisi generalizzata interessa i comuni dell'Alto Mugello legata al declino demografico e produttivo di quest'area. Una particolare criticità interessa poi il comune di Vaglia, che vede una progressiva desertificazione commerciale.

Crescita generalizzata invece delle medie strutture di vendita alimentari (ad eccezione di Vaglia) e non alimentari (ad eccezione di Firenzuola e Barberino).

Nell'Outlet sono presenti circa 100 negozi per una occupazione di oltre 700 persone, un fatturato che ormai supera i 100 milioni di euro e un numero di visitatori che si

attesta sui 3 milioni annui: se la clientela è prioritariamente locale, cioè con origine nell'area metropolitana e mugellana, il bacino di utenza si estende alla Toscana e alla parte centrale dell'Emilia Romagna.

Un fenomeno recente interessante è quello della crescita di presenze all'Outlet di turisti organizzati, prevalentemente giapponesi, anche ospitati in strutture alberghiere mugellane (i giapponesi sono il primo paese per arrivi nel Mugello).

L'Outlet si configura quindi come un ulteriore attrattore turistico del Mugello, e può a maggior ragione e molto più di quanto sia stato fatto sinora essere un elemento di visibilità del territorio e di notorietà delle risorse locali.

Sul versante occupazionale il 67% degli addetti dell'Outlet risiedono nel territorio del Mugello e (secondo i dati della direzione) quasi il 60% di addetti hanno contratti a tempo indeterminato, anche se opinioni non del tutto positive emergono circa le relazioni sindacali. Ricadute negative, ma attenuate dalla risistemazione del casello e della rete viaria, si sono avvertite sulla viabilità con la congestione del traffico che si verifica nei momenti di maggiore affluenza.

A conti fatti, quello che emerge a 4 anni dall'esercizio dell'Outlet (inaugurato il 12 marzo 2006) è per il territorio del Mugello nel suo insieme un bilancio col segno +, con i benefici che superano i costi. Appare evidente come il saldo degli aspetti economici sia quello più positivo, in equilibrio invece i costi e benefici sociali e, pur con carenza di dati, presumibilmente negativo il saldo ambientale soprattutto dovuto all'utilizzo del mezzo privato motorizzato. Più in particolare, i benefici in termini economici e sociali sono rappresentati da nuova occupazione, incremento dei consumi e maggiori ricavi nella rete generale del commercio per aumento di visitatori e clientela, anche se in maniera minore rispetto alle aspettative, mentre i costi si sono manifestati prevalentemente con la riduzione dei ricavi del commercio tradizionale nelle aree limitrofe al centro e la chiusura di attività marginali, comunque in misura più ridotta rispetto alle previsioni. Da rilanciare con strumenti nuovi le iniziative di sviluppo della filiera agroalimentare e dei prodotti tipici, per la cui promozione non bastano più richiami generici ai frequentatori dell'Outlet ma presenze di natura diversa.

Per il presidente della Comunità Montana Mugello **Stefano Tagliaferri**: "L'analisi mostra chiaramente che la presenza dell'Outlet ha originato, da una parte, un impatto negativo, tuttavia contenuto rispetto a quanto previsto nello studio ex ante, su parte della rete commerciale limitrofa, che comunque aveva subito un indebolimento per abitudini di consumo modificate, e dall'altra effetti positivi, e sono prevalenti, sul territorio - sottolinea - con una crescita di presenze di visitatori e turistiche, consumi e nuove attività soprattutto nel settore dei pubblici esercizi, oltre che evidentemente sull'occupazione locale, e di promozione e pubblicità per il Mugello. Questo quadro preciso fornisce una visione d'insieme e un punto di riflessione estremamente importante per lo sviluppo del Mugello. È importante che i dati divengano patrimonio di tutti - continua - affinché si confermi l'impegno a fare sistema, per poter dunque tracciare una navigazione verso approdi di sviluppo nuovi - conclude Tagliaferri - pur in una condizione economica non facile, che ci sprona a scommettere su nuove e più opportunità".

Nove da Firenze.it 22 aprile 2010