

BORGHI (CONFCOMMERCIO)

«Centro storico,
negozi aperti
la domenica»di **Andrea Arzilli**

«Tutto sempre aperto in Centro, anche la domenica». Renato Borghi, vicepresidente di Confcommercio, legge in chiave romana il testo sulle chiusure domenicali in esame alla Camera. E dà i risultati dei saldi: «La città non è attrattiva, il mercato regge solo grazie ai soldi di russi e cinesi».

a pagina 3

«I negozi nel centro storico aperti anche la domenica grazie alle nuove regole»

Il vicepresidente di **Confcommercio**: «Periferie penalizzate»

La situazione

«Roma è ancora molto indietro su decoro e pulizia. Per questo ora non attrae»

Gli «spendaccioni»

A salvare il settore nel cuore della città russi e cinesi e il turismo congressuale

Il testo definitivo sulle chiusure domenicali, che ha iniziato l'iter nella Commissione Attività produttive della Camera, prevede 30 aperture festive all'anno (26 domeniche più 4 festività civili o religiose), ma dà ampio margine di deroga per i centri storici.

Renato Borghi, vicepresidente Confcommercio, cosa accadrà al Centro di Roma?

«Che potrà derogare sempre, quindi non cambierà nulla: se il documento non viene modificato, i negozi resteranno sempre aperti. Anche perché i piccoli, le attività di vicinato, possono derogare quando vogliono. Ed è logico...».

In che senso?

«Nel senso che il Centro è la prima meta turistica. Alla fine dei saldi, i dati delle vendite dicono che la differenza tra Centro, stabile, e periferia, in calo, c'è stata. Ma il mercato è

rimasto in equilibrio grazie ai turisti che spendono in Centro: per questo i negozi devono essere sempre aperti».

E chi è lo «spendaccione»?

«Russi, che sono tornati e io aggiungo "finalmente". Perché è stato un periodo che non frequentavano negozi, non venivano alle fiere di settore, non compravano più da noi, insomma. E poi ci sono i cinesi che, come sempre, spendono molto. Sono "top spender" che fanno molto bene alla città. E penso che sul turismo di lusso ci voglia una grande attenzione».

Roma non è attenta, dice?

«Dico che servono politiche di marketing territoriale che consentano ai turisti ricchi, e intenzionati a spendere, di trovarsi bene a Roma. La verità è che oggi la città ha un turismo un po' "cheap": grandi numeri, sì, ma solo in ter-

mini di arrivi. Però con poco potenziale di spesa».

Quindi mancano le politiche sul turismo a 5 stelle?

«Beh, naturalmente dal punto di vista del decoro e della pulizia, Roma è ancora molto indietro. Per questo al momento la città non attrae. Però è stato costituito il *Convention Bureau* (board per il turismo congressuale con Comune di Roma, Regione Lazio e categorie, ndr), fondamentale per attirare convegni. Visto che i visitatori in città per



un convegno spendono cinque volte di più di un turista normale...».

Negozi sempre aperti in Centro e più congressi, la ricetta di Roma. Dopo la paura delle domeniche chiuse, è soddisfatto del compromesso trovato dal governo?

«A me, e parlo anche da presidente di Federazione Moda Italia, sembra una misura di equilibrio: lavoratori e imprese, soprattutto le piccole, possono conciliare lavoro e vita privata in modo soddisfacente. Noi non volevamo che si cadesse nello stesso errore del "Salva Italia" con le dome-

niche tutte aperte. Sempre aperti o sempre chiusi, in ogni caso è una follia».

E chi sono gli scontenti?

«Chiario che non tutti sono d'accordo con il documento che, comunque, deve ancora completare il suo iter. Si lamentano soprattutto i centri commerciali nelle periferie. I grandi gruppi monomarca e la grande distribuzione non sono affatto soddisfatti. Ma a loro penserà il mercato».

Cosa significa?

«Significa che i consumi si spostano: una volta, prima delle aperture domenicali, erano concentrati il sabato,

poi il sistema è cambiato e il mercato si è adattato regolandosi da solo. Quindi credo che per i centri commerciali ci sarà una compensazione».

E si tornerà a spendere anche nelle periferie...

«Se la gente spende o meno non dipende dagli orari, ma da due sole cose: il reddito delle famiglie e il *sentiment*, l'umore generale. Al momento entrambi non sono certo in crescita, anzi il calo è netto. I nostri dati confermano anche su Roma che i consumi sono deboli, ancora fermi. E meno male che ci sono i turisti...».

Andrea Arzilli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● **Renato Borghi**, (in foto) 70 anni, milanese, imprenditore (insieme al fratello) nel ramo dell'abbigliamento, dal 2015 è vicepresidente nazionale di [Confcommercio](#) e, dall'anno scorso, anche commissario di [Confcommercio](#) di Roma e Lazio

● Dal 2016 Borghi è anche presidente di Federazione Moda Italia



Leggerezza

Vestiti della collezione primavera-estate in tantissime vetrine del Centro (foto Panegrossi/LaPresse)