

Rassegna del 17/06/2020

CONFCOMMERCIO

Messaggero Cronaca di Roma	La paura blocca le riaperture - Riaperture, un mese dopo attivi quasi tutti i negozi ma persi 425 milioni	<i>Mozzetti Camilla</i>	1
-------------------------------	---	-------------------------	---

COMMERCIO TURISMO SERVIZI

Corriere della Sera Roma	Prodotta a Roma la birra giapponese	...	4
-----------------------------	---	-----	---

La paura blocca le riaperture

►Un mese dopo la fine del lockdown lo spettro del contagio frena ancora molte attività crollo fino al 70% per il fatturato di bar, ristoranti e negozi. Persi 425 milioni di euro

Ci sono almeno due modi per vedere la ripartenza delle attività commerciali della Capitale e della sua provincia: il numero dei negozi che hanno riaperto e l'indice dei fatturati raggiunto in un mese, dal 18 maggio (inizio della Fase 2) ad oggi. Se, infatti, a tornare operative sono state più di 30 mila attività commerciali, ovvero il 96% di quelle totali, i fatturati registrano dei crolli medi del 70% perdite complessive di 425 milioni di euro.

Mozzetti all'interno



L'inchiesta

Riaperture, un mese dopo attivi quasi tutti i negozi ma persi 425 milioni

►Su 30mila tra bar, ristoranti e attività commerciali, ripartenze al 97%. Crollo del fatturato: bruciati in media 11mila euro al mese

INCASSI CALATI DEL 70%, MA IN ALCUNE ZONE DEL CENTRO SI ARRIVA ANCHE FINO ALL'85

NELLE ZONE CHE VIVONO SOPRATTUTTO DI TURISMO E UFFICI PESANO ANCHE LE ASSENZE LEGATE ALLO SMART WORKING

IL FOCUS

Ci sono almeno due modi per vedere la ripartenza delle attività commerciali della Capitale e della sua provincia: il numero dei negozi che hanno riaperto e l'indice dei fatturati raggiunto in un mese, dal 18 maggio (inizio della Fase 2) ad oggi. Due variabili che non si parlano ma che al contrario sono in netta contrapposizione. Se, infatti, a tornare operative sono state più di 30 mila attività commerciali, ovvero il 96% di quelle totali, i fatturati

registrano dei crolli medi del 70% con andamenti di meno 11.700 euro per singola attività se confrontati con quelli raggiunti dall'intero comparto esattamente un anno fa. Ed è chiaro - come analizzano le principali associazioni di categoria (dalla **Confcommercio** alla Confartigianato) - come il capitolo "incassi" sia il più pertinente per misurare lo stato di salute di un settore che tra abbigliamento, attività al dettaglio, bar, ristoranti e comparto benessere, pesa per almeno il 40% sull'economia della Capita-

le. La **Confcommercio** nel monitorare l'andamento di questo primo mese di ripartenza ha fotografato



uno scenario tutt'altro che rassicurante.

NEGOZI

Partiamo dai dati relativi al commercio cosiddetto di dettaglio: delle 15 mila attività censite a Roma e provincia (l'80% rientrante nella Capitale) il 97% ha riaperto i battenti mentre la restante parte - circa 450 negozi - non solo non hanno tirato su le saracinesche ma è probabile che non lo farà più. In media il crollo dei fatturati si attesta intorno al 70% che si traduce in una perdita di almeno 175 milioni di euro sul fatturato mensile rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Ci sono tuttavia delle variabili legate alla posizione: le attività di quartiere e quelle periferiche - complice lo smart-working per molti dipendenti e liberi professionisti - hanno registrato un calo del 55% sui fatturati che sale invece all'85% nelle zone turistiche o in quelle più centrali dove insistono anche numerose aziende. Segue poi il settore della ristorazione e dei pubblici esercizi: bar, bistrot, laboratori alimentari. In questo caso contando quanto han-

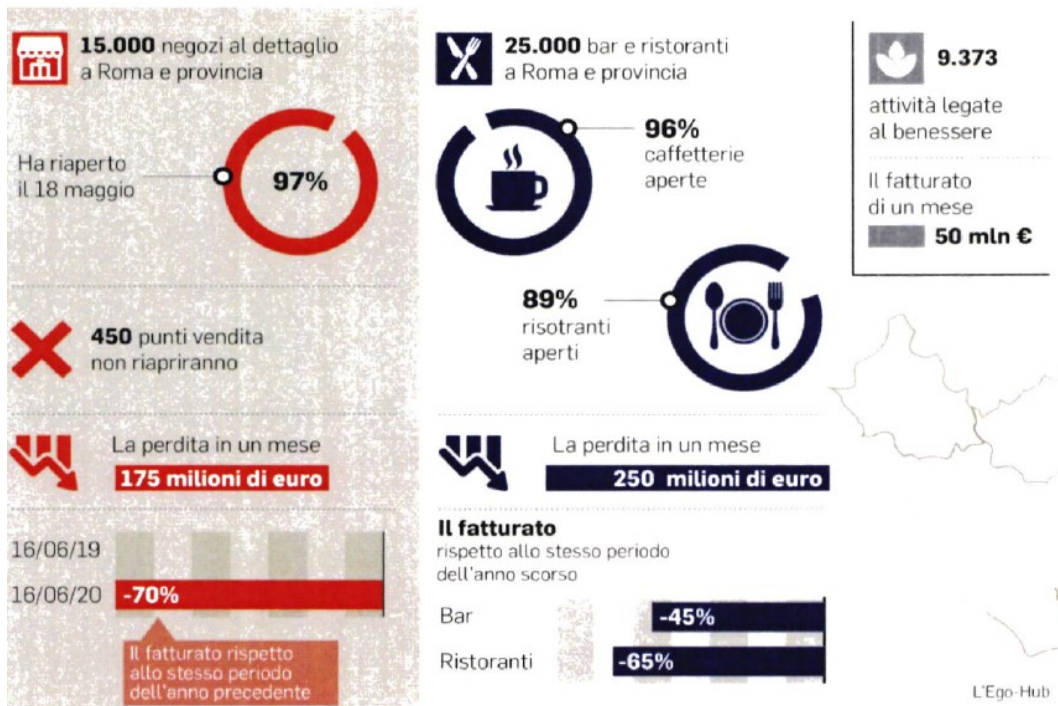
no incassato le 25 mila attività di Roma e provincia la **Confcommercio** stima che il 96% delle caffetterie ha riaperto mentre nella ristorazione solo l'89% e se i guadagni dei primi sono scesi del 45% rispetto a un anno fa, quelli dei secondi hanno segnato un -65%. Risultato generale? Ad andare in fumo sono stati circa 250 milioni di euro. E il totale sommando il commercio al dettaglio e gli esercizi di somministrazione conta un meno 425 milioni di euro in un mese. «Senza un'inversione di tendenza nei consumi o senza un intervento serio con finanziamenti a fondo perduto - commenta il direttore della **Confcommercio** Pietro Farina - delle 15 mila imprese rischiamo di perderne 3 mila con un calo del 20%». Analisi diversa va invece fatta sulle attività dedicate alla cura della persona: parrucchieri, barbieri, centri estetici ma solo per quelle realtà medio-grandi, analizza la Confartigianato. «Da maggio a oggi gli associati con queste strutture - spiega il presidente Andrea Rotondo - hanno gestito bene le nuove disposizioni. E solo a mag-

gio in due settimane hanno raggiunto il fatturato dello stesso periodo dello scorso anno». Che ammonta considerate le 9.373 imprese legate al benessere a più o meno 50 milioni di euro. Il risultato oltre che a fronte di un'elevata richiesta post "lockdown" è stato possibile grazie «All'utilizzo del turnover - conclude Rotondo - l'apertura durante i fine settimana e l'abitudine a lavorare su appuntamento. Il personale è stato completamente richiamato dalla cassa integrazione». Tuttavia anche in questo settore non sono mancate le criticità, soprattutto per le piccole realtà come i parrucchieri con ad esempio due postazioni per il lavaggio che hanno risentito della crisi. In prospettiva futura, l'andamento di queste attività potrebbe comunque decrescere. In sostanza, una piega, un taglio un colore, un trattamento al corpo se dirimenti per molte persone all'inizio della Fase 2 potrebbero diventare accessori - e dunque non necessari - nei mesi a venire.

Camilla Mozzetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DI CONFCOMMERIO IMPRESE PER L'ITALIA



Un commerciante del Centro

Iniziativa della Peroni

Prodotta a Roma la birra giapponese

Birra Peroni converte e amplia lo stabilimento romano e avvia anche nella capitale la produzione della Asahi Super Dry, la più popolare birra giapponese, con un impianto a due linee in grado di produrre fino a 67.000 lattine l'ora e che servirà il mercato italiano ed estero. Per il potenziamento l'azienda, controllata dal gruppo giapponese Asahi da 4 anni, ha investito 8 milioni di euro e l'avvio della produzione a Roma segue quella nello stabilimento di Padova, partita nel 2018.

L'amministratore delegato di Birra Peroni Enrico Galasso ha detto che «dopo lo stabilimento di Padova, anche a Roma avviamo la produzione della birra super premium più venduta in Giappone, sia per il mercato nazionale, sia per quello estero. Sono già in programma altri sei milioni di euro di investimenti nel prossimo biennio: ci permetteranno di rafforzare ulteriormente la nostra presenza a Roma e in Italia». L'impianto occupa una superficie di oltre 200.000 mq e contribuisce al 40% del valore economico generato nel nostro Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pubblicità della Peroni nel 1973

