

Romolo Gusco, Direttore di Confcommercio Roma, ci spiega come superare la crisi economica

“Per salvare il commercio, puntiamo su qualità e tipicità”

Luca Rossi

Ci eravamo sentiti qualche tempo fa, si parlava di 16mila aziende che non sarebbero più ripartite, a Roma e provincia. Ci sono segnali di ripresa?

“In questo momento è difficile quantificare la crisi, c'è anche il fenomeno delle c.d imprese “zombie”, quelle cioè che rimangono aperte per avere qualche contributo, ma che hanno già deciso di chiudere. Gradualmente l'economia romana sta ripartendo, ma la botta per tutti è stata forte e i sostegni pubblici scarsi: vediamo che effetti avranno il decreto sostegni bis e le misure annunciate dalla Regione, in particolare sul turismo. Il vero effetto sociale della crisi temo debba ancora arrivare: la fine del blocco dei licenziamenti dovrà infatti essere accompagnata da una revisione degli ammortizzatori sociali, con vere politiche attive del lavoro, ma senza nuovi oneri per le imprese”.

Che ne pensa di queste aperture a tappe, cosa la convince di più e cosa meno?

“Il coprifuoco attuale è una misura utile per sanzionare gli assembramenti, ma incomprensibile per chi va ad ristorante, che ha ingressi numerati e controllati. Di fatto fin ora si è lavorato anche meno del 50%, perché anche il tempo non ha aiutato”.

Sulle riaperture ci sono molte disparità, ad esempio i centri commerciali hanno aperto da poco.

“È stato un grave errore, perché sono luoghi dove le presenze sono più facilmente controllabili, e il danno lo hanno subito gli operatori più piccoli. Una misura anche poco coerente con l'obiettivo di evitare folla nelle strade più centrali”.

Cosa state facendo per aiutare le vostre imprese?

“Le nostre imprese ci hanno chiamato e ci chiamano in continuazione, e noi forniamo l'assistenza necessaria a barcamenarsi tra le diverse regole: chiusure/aperture, occupazione suolo pubblico, normative anti-covid, regole per lo smartworking ... c'è stato un accumulo di nuove discipline da rispettare. Ora c'è il tema dei vaccini in azienda, che prevede una gestione abbastanza complessa, e per le piccole aziende stiamo studiando delle convenzioni con cliniche e privati. Siamo poi presenti con il

Consorzio Fidi, per dare aiuto sui temi creditizi, e con le nostre società per tutte le iniziative di assistenza all'innovazione e di formazione del personale. Insomma Confcommercio Roma è sempre di più una sorta di global service vice per le aziende associate”.

C'è il rischio che le attività più colpite si rivolgano alla criminalità?

“Sì e per questo ospitiamo uno sportello anti-usura. Sicuramente i casi sono aumentati: secondo il nostro osservatorio nazionale il 19% dei commercianti romani ritengono che l'usura sia un problema, è una percentuale molto alta. Purtroppo abbiamo rilevato anche che c'è chi sta approfittando della crisi per comprare aziende in difficoltà”.

Regione Lazio e Comune di Roma: vi sono stati vicini?

“La Regione, che ha strumenti di politica economica più ampi, ha fatto un lavoro di concertazione e di ascolto abbastanza puntuale con le associazioni di categoria. Il comune di Roma ha fatto sostanzialmente due cose, derivate da disposizioni governative: una buona delibera per l'occupazione di suolo pubblico per i pubblici esercizi e una piccola diminuzione della Tari del 2020 (il 25% della parte variabile) ma non ha fatto sconti su altre imposte e soprattutto non ha limitato la Ztl. Noi continuiamo a chiederlo con forza: finché non c'è flusso di turismo e non ricomincia quello degli impiegati ora in smartworking, il centro è vuoto. Alcune arterie, come via Nazionale, sono deserte. Il nuovo sindaco dovrà fare proposte per riqualificare il centro storico e aiutare le imprese che hanno resistito, provando anche ad attrarre nuovi investimenti. Qualche giorno fa la sindaca ha citato gli investimenti della Rinascente e l'apertura dell'Apple Store: molto bene, sono due grandi aziende che hanno investito nella città e che hanno trovato nel comune un interlocutore. Ma non si possono avere solo grandi marchi: c'è da sostenere la specializzazione e la tipicità del commercio romano, la vendita di manifatture originali e la quali-

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3020



tà del servizio verso il cliente. L'omologazione dell'offerta abbassa il valore del commercio, per i romani e per i turisti”.

I saldi invernali sono andati male, siamo alle porte di quelli estivi, cosa vi aspettate?

“I saldi partono il 3 luglio, è sempre un grande evento e speriamo che tanti negozianti riescano a smaltire i magazzini. Rispetto all'inverno ci sarà più vita sociale: le persone avranno voglia di qualche capo di abbigliamento nuovo e bello. Il settore dell'abbigliamento ha sofferto moltissimo, con poco clamore: ma ora dobbiamo essere ottimisti”.

Cosa consiglierebbe in questo momento a chi vuole fare impresa e si trova davanti l'incertezza di questa pandemia?

“Un giovane prima di tutto deve inseguire la sua vocazione: se vuole fare il commerciante prima di iniziare studi bene il settore merceologico dove vuole investire, inventi una tipologia innovativa, si specializzi. Il consumatore è sempre più esigente e la rete offre una quantità di informazioni inimmaginabile fino a qualche tempo fa: dentro al budget per fare una nuova impresa dovrà mettere la formazione per se stesso e per i suoi collaboratori, fatta anche di viaggi all'estero e di fiere internazionali”.



ROMOLO GUASCO
Direttore Confcommercio di Roma



“ **L'economia romana sta ripartendo, grazie all'aiuto di Governo e Regione Lazio** ”

“ *Il coprifuoco è utile per evitare gli assembramenti, ma incomprensibile per chi va al ristorante* ”

“ *La Regione ha portato avanti misure di sostegno abbastanza puntuali. Roma invece non ha fatto sconti a nessuno...* ”