

STUDIO CONFCOMMERCIO

Piccole imprese, adesso come nel lockdown

a pagina 3 Garrone

«Per le piccole imprese scenario simile al lockdown»

Studio Confcommercio Roma-Format Research: il 70 per cento delle aziende intervistate è pessimista



Direttore Romolo Guasco

Preoccupazione

Sulle attese negative pesano i contagi, le quarantene e la ripresa dello smart working

Commercio e piccole imprese: i dati non sono positivi. Anzi, sette aziende su dieci considerano lo scenario attuale paragonabile a quello del lockdown di marzo-maggio 2020. Cifre sulle quali pesano il boom dei contagi, le quarantene e la ripresa diffusa dello smart working. È questo il risultato più significativo di un'indagine fatta dalla Confcommercio Roma con Format Research ai primi di febbraio su un campione di

160 imprenditori opinion leaders del terziario, segmentati per settore di attività: commercio food, commercio non food, turismo, bar e ristoranti, trasporti, servizi alle imprese, servizi alle persone.

I numeri dicono che la dinamica espansiva sembra destinata a rallentare da qui ai prossimi mesi, in gran parte per l'aumento dei prezzi praticati dai fornitori - è così per il 53,7% delle imprese - e per il rincaro dei costi energetici dovuto all'impennata della quotazione del gas, che si è trasferita sul prezzo dell'energia elettrica: aumenti dei quali si parla molto e che trovano così conferma nelle imprese di questo settore. Né vanno dimenticati gli effetti della quarta ondata della pandemia: oltre alla diminuzione dei flussi turistici, con gli stranieri che avevano appena ripreso ad arrivare. Il 56,4% delle aziende indica nell'aumento dei costi dei fornitori uno degli effetti principali dell'ultima ondata e il 44% delle imprese del turismo indica la diminuzione forzata del prezzo di vendita dei servizi. Infine il 3,7% delle imprese intervistate ritiene che l'attività possa essere a rischio di cessazione da qui ai prossimi mesi.

«Non sono numeri incoraggianti, né riflettono le speranze, che avevamo avuto fino a poco tempo fa, che l'economia potesse ripartire», afferma il direttore della Confcom-

mercio Roma Romolo Guasco. «A fine gennaio, primi di febbraio - aggiunge - vi è stata una nuova caduta, con una nuova paura delle persone di uscire e di socialità per via della quarta ondata. Ora l'ondata si è arrestata, le mascherine sono state tolte all'aperto e abbiamo qualche nuovo evento come in questi giorni il torneo di rugby Sei Nazioni che ha riportato un po' di turismo. Ma alle ferite di quest'ultimo mese si sono aggiunte quelle di due anni terribili e quindi torniamo a chiedere le moratorie bancarie e il rinvio delle scadenze fiscali».

E in effetti, secondo la ricerca, sette imprese su dieci auspicano la messa a punto di nuove misure da parte del governo, come la sospensione dell'Iva, delle ritenute e dei contributi, nonché i contributi a fondo perduto, in via prioritaria. Nessuna speranza di ripresa? «Credo che ci sarà - risponde Guasco - ma ovviamente adesso pesa anche questa crisi internazionale che potrebbe avere nuovi effetti sul turismo».

Lilli Garrone

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Imprese, volano i costi: rincari oltre il 50% per forniture e logistica

**ROMOLO GUASCO
(CONFCOMMERCIO):
«SPERIAMO IN UN
AUMENTO DEI FATTURATI
MA SUI CONSUMATORI
CI SARANNO RICADUTE»**

IL FOCUS

Una catena di rialzi indotti, in parte, dalla pandemia da Covid-19 ma anche dagli ultimi squilibri internazionali: si paga di più per lavorare e, alla fine, il conto maggiorato sarà servito anche al cliente finale. Da un'ultima indagine della Confcommercio nell'ultimo trimestre il 53,7% delle imprese romane ha registrato aumenti vari da parte dei fornitori. Quale che sia il settore non c'è differenza: dal commercio no food alla ristorazione dal settore alberghiero ai servizi alla persona fino al commercio inteso in senso ampio e generale. Gli imprenditori pagano di più sia per l'acquisto della merce da rivendere sia per i prodotti necessari al loro lavoro, ovvero le materie prime. E i rialzi non si fermano qui: ad aumentare anche i costi della logistica.

LA LOGISTICA

Negli ultimi tre mesi le spese per trasporto e magazzinaggio, ad esempio, sono aumentati a detta degli imprenditori del 54%. Anche qui a risentirne sono tutti i settori. Per bar e ristoranti i rincari sono stati del 54,5%, per il settore di hotel e strutture ricettive del 52%, per il commercio "no food" addirittura del 58%. A questo si aggiunge l'impatto negativo sui ricavi generato, sempre nell'ultimo trimestre, dall'assenza di turisti. La diminuzione dei flussi di vacanzieri nazionali, nonostante la progressiva riduzione delle limitazioni, ha inciso per il 51,9% sui ricavi complessivi.

«Speriamo che in parte i rincari, almeno per alcuni settori - commenta Romolo Guasco, direttore della Confcommercio - si possano riassorbire con l'aumento dei fatturati ma sicuramente ci sarà un effetto sui consumatori».

C. Moz.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONFCOMMERCIO



Superficie 11 %