

Brescia, commercio a picco

Emergenza Coronavirus Crollo delle vendite a marzo: con un -85% è il peggior dato a livello nazionale. L'allarme delle categorie: «Il 20% non riaprirà». Tra paura e regole ripartenza a vuoto dei mercati

■ L'allarme delle associazioni di categoria rimbomba nel giorno in cui l'incubo più nero si traduce in cifre: nel Bresciano nel corso del mese di marzo i consumi sono franati dell'85%. Il verdetto arriva dallo studio di Confimprese, che sancisce come nel Bresciano

si registri, insieme alle province di Bergamo e Monza-Brianza, il trend peggiore non solo a livello regionale, ma anche italiano. Di qui, il monito dei rappresentanti di categoria: «Senza un aiuto il 20% delle attività chiuderà». Ripartenza fiacca anche per i mercati scoperti:

tra paure e problemi per la sicurezza solo Lumezzane, Fiesse e Visano hanno rimesso in pista le bancarelle, mentre altri Comuni hanno preferito rimandare. Infine sono tre milioni gli italiani pronti a rimettersi in viaggio in vista delle riaperture di lunedì. **A PAGINA 2-21**

L'epidemia

La trincea della ripartenza

Crollo del commercio: vendite giù dell'85% «E il 20% delle attività non riaprirà i battenti»

A marzo consumi a picco: a Brescia il peggior dato nazionale e regionale. Categorie in agitazione

Massoletti e Merigo: «Lasciateli soli, è allarme»
Le proposte: via suolo pubblico e Tari fino alla ripartenza

Nuri Fatolahzadeh
n.fatolahzadeh@giornaledibrescia.it

BRESCIA. La preoccupazione vera, quella che non li fa dormire di notte, è che i mesi più bui - in realtà - li debbano ancora conoscere. Al punto che persino se si parla di «brusca frenata» si ha l'impressione di minimizzare la situazione. Per capirlo basta fare sfilare - economicamente parlando - due crude percentuali, atroci e impietose: i consumi sono franati a -85% e le porte che resteranno chiuse a doppia mandata rappresentano il 20%, una stima che - per

dirla con i rappresentanti delle associazioni di categoria - «abbiamo il forte sentore che descriva un'approssimazione per difetto».

La nuova normalità del mondo del commercio ha avuto un risveglio brusco. Una grande slavina che rischia di trascinare rovinosamente a terra anche coloro che, fatica dopo fatica, stavano cercando di mantenere in equilibrio i propri negozi, i propri alberghi, i propri ristoranti e che hanno tentato - in prima battuta - di non licenziare il personale che conoscono da una vita e del quale conoscono ormai le famiglie. Un mondo, quello del commercio e del-

le piccole imprese, che ora non vede alcuna prospettiva se non la paura, e lo sconforto, di non riuscire a farcela. O, almeno, non senza essere equipaggiati con «armi e armature» idonee.

I numeri. A fornire un valore al



collo dei consumi è lo studio vergato da Confimprese e condotto in partnership con EY attraverso l'Osservatorio permanente. L'indagine evidenzia la parabola nera legata ai mesi scanditi dal dramma Coronavirus, che ha letteralmente riscritto la storia di questi settori.

La Lombardia è la regione che ha registrato il peggior trend nel mese di marzo: -83%, seguita da Toscana (-80,9%), Emilia-Romagna (-80,5%) e Veneto (-80%). Il Nord-ovest registra una flessione 81%, trainato in particolare dalla Lombardia e dalle province più colpite dal virus. Province tra cui è inclusa anche Brescia che, con un calo dell'85% registra - esattamente come Bergamo, una performance peggiore sia rispetto alla media nazionale sia rispetto a quella regionale.

Sotto lo scanner dell'Osservatorio ci sono anche i singoli settori: abbigliamento e accessori registrano il trend peggiore (-82%), seguito da food&beverage (-78%), quindi il non food (-74%). Si tratta, in sostanza, di un andamento legato in parte al fatto che alcuni operatori hanno potuto proseguire le attività con un'operatività - seppur ridotta ai minimi termini - durante il lockdown. A questo contribuisce anche una modifica fisiologica dell'orientamento dei consumatori, concentrati principalmente verso l'acquisto dei beni di più immediata necessità.

Le proteste. Se però nel pieno dell'emergenza tutti erano

pronti all'impatto, a fare salire sugli scudi i rappresentanti delle categorie è proprio l'avvio di questa agognata fase due «improvvisata e senza alcun criterio né aiuto». A partire dal calendario prescelto per le aperture bollato come «inspiegabile» (con le attività previste al via il 18 maggio e i bar e ristoranti posticipati ulteriormente a giugno).

«La fase due ci sta mettendo davvero molta angoscia, faticiamo a comprenderne la logica e c'è un misto tra rabbia e disperazione. Siamo in completo disappunto, perché le nostre categorie sono in grado di gestire le criticità con grande senso di responsabilità» è l'arringa sfoderata da Carlo Massoletti (Confcommercio). L'esempio, secondo lui, è servito su un piatto d'argento: «Non mi spiego perché dopo un periodo nel quale si è consentito ai supermercati di lavorare non senza soluzioni discutibili, il problema dovrebbero ora essere i piccoli esercizi dove i controlli sono di più semplice applicazione». Da Confesercenti, la voce ad alzarsi è quella di Alessio Merigo, che senza giri di parole chiarisce: «Il nostro dissenso verso queste misure è ampio, le imprese non hanno avuto alcun aiuto se non quello, distribuito a pioggia, dei 600 euro. Questa è una logica superficiale e provvisoria e della cassa integrazione non c'è neppure l'ombra. Sarebbe tempo di passare dalla politica delle promesse alla politica delle cose da fare. La situazione, qui e ora, è da allarme rosso: i licenziamenti sono

in corso e le conferenze stampa del premier Conte ci hanno francamente stancato».

Le richieste. Nessuno è convinto che la chiave di volta sia l'e-commerce che «può al massimo salvare il 10% degli incassi, per dare una prospettiva rosea» fa notare Massoletti. Semmai, la fase due dovrebbe essere accompagnata da aiuti ben diversi. Di qui, le richieste che Confcommercio e Confesercenti schierano sul tavolo con voci diverse ma contenuti pressoché identici.

Il punto di partenza, per le categorie, è netto: questi settori non sono stati aiutati in alcuna maniera. E allora serve in primis la cancellazione delle imposte almeno per i mesi contrassegnati dall'emergenza, a partire dalla Tari, e con la possibilità di rateizzare le mensilità future. L'altro capitolo accende i fari sulla tassa di occupazione di suolo pubblico: anche in questo caso la richiesta è di azzerarla per i mesi di chiusura delle attività con la richiesta, ai sindaci, di concedere più spazio esterno per la ripartenza senza costi aggiuntivi, seguendo l'esempio di Milano. Terzo punto: l'imposta di soggiorno, che va abolita senza esitazione, perché - incalza Merigo - «per il turismo il 2020 è un anno perso». Il direttore di Confesercenti fa un passo in più: «Per questo settore serve assolutamente un piano ad hoc, gli albergatori sono in ginocchio e non hanno la possibilità concreta di ripartire». Confesercenti rivendica anche liquidità garantita «in termini di reale concessione, perché sinora nessuna banca ha detto di sì alle richieste presentate». Il grido d'allarme è chiaro. Quali le risposte? //

L'INDAGINE

Il dato nazionale.

Le vendite sono diminuite del 40% già prima del decreto «io resto a casa» dell'11 marzo. Il conseguente blocco delle attività e degli spostamenti ha fatto sì che marzo si sia assestato al -79% con fatturati azzerati nella seconda parte del mese.

In Lombardia.

La Lombardia è la regione che ha registrato il peggior trend nel mese di marzo (-83%), seguita dalla Toscana (-80,9%). Risultato trainato in particolare dalle province più colpite dal virus: Brescia, Bergamo, Monza Brianza (-85%) e Milano (-83%).



A picco. Nel Bresciano crollo record delle vendite