

Enrico Postacchini, presidente regionale della Confcommercio, analizza il difficile momento del settore all'uscita dalla pandemia

# «In Emilia Romagna il Covid ha causato alle nostre aziende perdite per miliardi»

«Il prezzo più caro l'ha pagato il turismo montano con la chiusura dello sci»

«Dell'online si avvantaggiano i colossi che pagano tasse all'estero»

«La lotteria degli scontrini è fallita, l'avevamo detto e così è stato»

## L'INTERVISTA

LUCIANO SALSÌ

**È** esagerato assimilare l'attuale pandemia a una guerra, che produce ben altre distruzioni e perdite umane. Tuttavia le sue ripercussioni economiche appaiono altrettanto pesanti. Le attività commerciali hanno subito gravi limitazioni, che si sono anche riflesse, a monte, sulla produzione industriale. Parecchie imprese ne stanno uscendo con le ossa rotte ed è probabile che si aggiungeranno a quelle già defunte l'anno scorso e nei primi mesi del 2021. Unioncamere attesta che il censimento trimestrale dello scorso 31 marzo mostrava già in Emilia-Romagna un saldo negativo pari a 606 unità, corrispondente alla differenza tra le 8.363 imprese cessate e le 7.757 iscritte, su un totale di 448.430 imprese registrate, di cui 397.260 attive.

Il commercio, che accusava già un calo costante dal 2017, è il settore più colpito. Nel primo trimestre di quest'anno contava in ambito regionale 87.274 imprese, 313 in meno rispetto allo stesso periodo del 2020, mentre il turismo arrivava a 29.895 (più 67) e l'insieme dei servizi a 116.922 (più 1.161). Ne parliamo con Enri-

co Postacchini, presidente di Confcommercio Emilia-Romagna.

**In che misura la nostra regione ha subito i danni collaterali del Covid-19?**

«Possiamo stimare in svariati miliardi le perdite delle imprese costrette alla chiusura o a un'attività molto ridotta. È vero che sono aumentati di conseguenza i risparmi delle famiglie, ma ciò non si traduce adesso in una rapida ripresa. Il mercato è migliorato, ma continua a essere piuttosto asfittico. Si ricomincia a lavorare, ma con una movimentazione inferiore. Fra maggio e giugno l'extra alimentare ha conosciuto un leggero recupero, ma se consideriamo l'intero primo semestre di quest'anno constatiamo un ulteriore calo rispetto allo stesso periodo del 2020, dal momento che allora gennaio e febbraio non furono ancora toccati dalla pandemia».

**Abbiamo risentito solamente del calo della domanda interna?**

«Un mercato non vive soltanto della domanda locale. Langue quando vengono a mancare le fiere, i congressi, il turismo straniero, le cerimonie, i simposi. Bisogna poi considerare che molte aziende continuano a operare in smart working e ciò influisce negativamente sulle attività in presenza. Durante il confi-

namento si erano svuotati, insieme ai loro uffici, i grattacieli e i centri direzionali e questa situazione rimane in parte immutata, perché le aziende ci guadagnano e a molti dipendenti piace lavorare da casa. Ciò, però, cambia la configurazione delle città e la domanda della ristorazione e dei servizi».

**Come ha reagito la nostra regione a una situazione così negativa?**

«L'Emilia-Romagna ha retto meglio rispetto al resto del paese. Qui anche le piccole imprese sono patrimonializzate e hanno potuto contare sulla loro solidità per resistere alla congiuntura negativa e cercare di risalire, dimostrando cioè capacità di resilienza».

**Quindi siamo un'isola felice in un arcipelago devastato?**

«Non è proprio così. La forza dell'Italia e il segreto del suo successo sono nelle piccole aziende e nella loro grande resistenza. Di fronte alle difficoltà l'italiano si sacrifica, non accetta di perdere l'impresa che ha creato e continua a lavorare anche in perdita».

**Eppure si pensa che siamo tecnicamente arretrati rispetto al resto dell'Europa.**

«È arretrata la pubblica amministrazione, non l'imprenditoria. In Europa sono installati dieci milioni e mezzo di Pos per il pagamento digitale. L'I-



Superficie 82 %



Italia da sola ne ha circa un terzo, 3,3 milioni. Ogni impresa ha una presenza sui social per promuoversi».

**Quali sono stati i settori più danneggiati dalla pandemia?**

«Soltanto l'alimentare non è stato toccato. Il commercio non alimentare è calato del 30 o 40% nel 2020 e ha subito un'ulteriore diminuzione quest'anno. Sono stati due anni molto complicati. Il prezzo più caro l'ha pagato il turismo montano a causa della completa chiusura delle stazioni sciistiche. La frequentazione estiva dell'Appennino non basta a compensare queste perdite. Le città d'arte come Ravenna e Parma sono state molto danneggiate, compresa Bologna che aveva conosciuto un forte aumento dei visitatori. È andata meglio al mare. L'anno scorso la riviera romagnola ha perso la clientela straniera, ma quella italiana è aumentata. Il calo dell'attività è stato vertiginoso per i bar e i ristoranti. Gli alberghi non hanno subito limitazioni, ma al di fuori della costa si sono svuotati, quando non sono stati trasformati in ricoveri Covid».

**È stata penalizzante per i negozianti la concorrenza del commercio on line?**

«Nel 2020 le vendite on line sono aumentate del 20%, ma non sono arrivate a supe-

rare l'8% del totale delle vendite. La crescita è continuata quest'anno. Se ne avvantaggiano quasi esclusivamente le grandi piattaforme multinazionali, prima fra tutte Amazon, che pagano le tasse all'estero. Approfittano, infatti, di un vuoto normativo che consente l'abusivismo e l'elusione fiscale. Se n'è parlato al G7 e al G20, ma la volontà di portare al 15-20% (fra due anni, ndr) la tassazione per questi giganti va bene per altri paesi, non per il nostro. Qui le altre imprese pagano molto di più e non possono agire alle stesse condizioni vantaggiose».

**Quali effetti hanno avuto il cash-back e la lotteria degli scontrini?**

«Avevamo detto che erano iniziative sbagliate nel momento sbagliato e i fatti ci hanno dato ragione. La lotteria è completamente fallita. Il cash-back è stato abolito perché costava più di quanto rendesse alle finanze pubbliche. Dovevano essere incentivi al commercio, ma molte attività erano chiuse. Per la lotteria, poi, si è dovuto installare un lettore che costa 300 euro. I commercianti avevano già dovuto spendere per i nuovi registratori di cassa che consentono l'invio telematico degli scontrini, la cui memoria deve essere sostituita ogni 6 o 12

mesi con una spesa di circa 300 euro».

**Quali benefici le imprese hanno tratto dai ristori?**

«Come Confcommercio li avevamo chiesti a gran voce per permettere alle imprese di sopravvivere. Ma gli indennizzi effettivamente concessi corrispondono solo a qualche giornata di incasso per un'attività medio-piccola. Consistono, ad esempio, in cinquemila euro contro una perdita di 200mila. Anziché costringerci alla chiusura sarebbe stato meglio consentirci di lavorare in sicurezza con i distanziamenti e le altre misure precauzionali, anche aggiornando e rendendo più rigorosi i protocolli, se necessario. Si deve convivere con il virus stabilendo le regole che consentano alle attività di andare avanti».

**Ora si sta tornando alla normalità. Le attività sono state riprese?**

«L'ottanta per cento delle imprese sono state riaperte, ma il venti per cento va verso una cessazione definitiva. Dobbiamo aspettarci altre chiusure in settembre. Poi qualcun altro subentrerà dopo averle rilevate, ma inevitabilmente è destinato a cambiare il volto delle città, nelle periferie come nei centri storici. La pandemia ha lasciato il segno. Dovremo affrontare ancora anni di sacrifici». —

Foto: P. Boldrini - Contrasto

