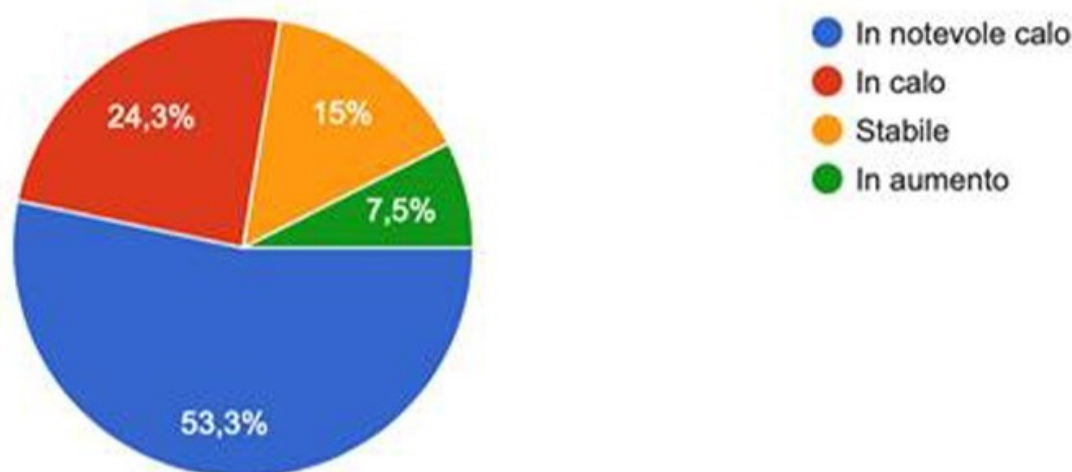


Sondaggio Confcommercio. I dati peggiorano: calo di fatturato per il 77,6% delle imprese. A ottobre-novembre l'82,7%

Il presidente Mambelli: "La risposta non può essere solo 'più chiusure'. Servono moratorie fiscali e creditizie, ristori adeguati, agevolazioni per l'accesso al credito, riforma degli ammortizzatori sociali, politiche per il lavoro"



03 Dicembre 2020 Dopo i sondaggi effettuati in giugno e settembre, l'Ufficio Studi Confcommercio Ravenna ha nuovamente svolto un nuovo monitoraggio, interpellando 120 esercizi commerciali del centro storico, del forese e dei lidi, incentrato in particolare sul fatturato annuo delle attività, il fatturato nei mesi di ottobre e novembre e le ricadute che ci sono state a seguito dell'emanazione dei DPCM in ottobre e novembre.

Il quadro che emerge è purtroppo molto negativo con fatturati decisamente in calo a ottobre e novembre, che confermano comunque l'andamento di tutto il 2020, di forte contrazione delle vendite e dei fatturati.

Nelle tabelle che seguono sono riportati i risultati.

Alla prima domanda 'Il 2020 rispetto all'anno scorso in termini di fatturato è stato...' per il 77,6% degli operatori intervistati il fatturato è in notevole calo o in calo (per il 53,3% in notevole calo e per il 24,3% in calo), per il 15% il fatturato è stabile come lo scorso anno mentre per il 7,5% il fatturato è in aumento rispetto allo scorso anno (Grafico 1).

Alla domanda 'Il fatturato della sua azienda dopo i DPCM (ottobre-novembre) è...', per l'82,7% c'è stato un notevole calo o un calo: nel dettaglio, la percentuale di coloro i quali hanno detto notevole calo si attesta al 41,8 mentre scende di qualche decimale quelli che hanno avuto un calo pari al 40,9%. Fatturato stabile in ottobre e novembre per il 14,5%, inferiore al 3%, esattamente il 2,8%, gli imprenditori che hanno avuto un incremento di fatturato. (Grafico 2).

La terza domanda 'Dopo i DPCM ha notato...', per il 59,6% un notevole calo di clienti, per il 29,4% minore propensione alla spesa e per l'11% nessuna differenza. (Grafico 3).

Infine, alla domanda 'Vuole comunicarci qualcosa sulla situazione della sua attività', numerosi i

commenti alla situazione in atto. Ne riportiamo alcuni.

‘Non avendo turisti e gruppi di scuola gli incassi sono a zero’; C’è incertezza tra la gente e per questo non acquista niente’; Non ci sono più le risorse finanziarie necessarie per pagare tasse, iva e fornitori’; Sono molto triste per la situazione, speriamo di venirne fuori al più presto’; E’ tutto fermo e silenzioso. Non si lavora quasi nulla, speriamo le cose cambino presto e si rimetta in moto tutto’; Siamo fortunati perché lavoriamo in un settore primario e quindi non siamo mai stati chiusi’; Il centro sta morendo piano piano’; ‘Resisto’; E’ assolutamente necessario un ristoro a tutte le attività che hanno avuto un calo significativo del fatturato rispetto allo scorso anno per evitare fallimenti’; Situazione disastrosa’; ‘Mancano stimoli e prospettive chiare, difficile programmare investimenti, futuro molto incerto e nebbioso’; Servono aiuti economici.. e tanti’; La situazione è tragica, non penso solo per la mia attività, siamo in una sorte di paralisi senza clienti e senza aiuti sostanziosi’.

“Rispetto al precedente sondaggio – sottolinea Mauro Mambelli, Presidente Confcommercio Ravenna – i dati sono peggiorati.

Se si pensa che l’82,7% degli imprenditori intervistati ha dichiarato un calo o un forte calo del fatturato in ottobre e novembre, questo ci fa capire bene la difficile situazione delle aziende del commercio, turismo e servizi che stanno vivendo, con poche certezze e molti dubbi legati al futuro.

Se allarghiamo l’orizzonte al fatturato dei 12 mesi, anche qui la situazione non cambia di molto con il 77,6% degli imprenditori che dichiara un calo o un notevole calo.

Purtroppo sarà anche un Natale difficile dal punto di vista economico.

Avremo danni gravissimi per le imprese, danni insopportabili. Oggi la risposta non può essere solo ‘più chiusure’ perché così si finisce per chiudere davvero il Paese che porterà inevitabilmente all’estinzione di tantissime imprese con conseguenze tragiche sull’occupazione.

E’ necessario un piano strategico, ampio, lungimirante e di lunga durata. Sono necessari moratorie fiscali e creditizie, ristori adeguati (non come avvenuto fino ad oggi che i ristori hanno coperto a malapena il 20% delle perdite subite), risorse per le garanzie finalizzate ad agevolare l’accesso al credito, continuità degli ammortizzatori sociali insieme alla necessità della loro riforma e di una nuova stagione di vere politiche attive per il lavoro.

Solo così le imprese potranno sopravvivere”. □