

## LA FOTOGRAFIA SCATTATA DA CONFCOMMERCIO NEL FINE SETTIMANA DI FERRAGOSTO

## «Ristoranti pieni sulla costa, ma in città fatturato giù del 50%»

Cominciando dai ristoranti, Fipe Confcommercio vede un'Italia a due velocità: con uffici e fabbriche chiuse e senza la massa dei turisti, le città d'arte fanno registrare un calo di fatturato tra il 30 e il 50%, mentre spesso sul litorale non si trova un posto al ristorante fino al 24 agosto. Prosegue la sofferenza delle città d'arte, da nord a sud: il 70% circa delle attività ha ritenuto più conveniente chiudere i battenti, mentre chi rimane aperto incassa il 50/60% in meno rispetto a un anno fa. In controtendenza le località di mare, dove le prenotazioni sono in aumento con punte del 50% rispetto al 2019.

«Questo Ferragosto la montagna lucana è andata meglio. Nella mia struttura a Viggiano – riferisce Michele Tropiano, Confcommercio - ho fatto il pienissimo, credo merito della piscina e dei grandi spazi. Gli altri alberghi in Val d'Agri hanno avuto un calo intorno al 40% mentre le montagne erano strapiene di gente. La tendenza a venire nel Parco nazionale Appennino Lucano è stata accentuata da quanti hanno evitato le spiagge affollate ed hanno preferito le aree interne con maggiore possibilità di vivere la giornata in famiglia o gruppi ristretti in un'atmosfera di natura e buon cibo».

«L'Osteria – riferisce Antonio Coronato, titolare dell'Osteria via Appia a Potenza - ha retto e abbiamo lavorato con buoni numeri. Mercoledì speriamo di ripartire con il pienone di cui abbiamo chiuso prima di ferragosto a riprova che la gente torna in ristorante per ritrovare convivialità e menù della tradizione. Dopo poche settimane di apertura a Potenza – afferma Coronato - posso confermare che la Basilicata sta rispondendo benissimo alla ripartenza. E' una regione dove la gente ha un forte spirito di sacrificio e si affeziona subito alle nuove proposte e alle nuove idee. Speriamo che un giorno con il nostro brand possiamo essere di esempio e punto di riferimento». Quello di Coronato è un autentico brand registrato, nato con il locale di Milano, con l'obiettivo di aprire ristoranti dai sapori tipici in tutta Italia. Il nome «L'Osteria della via Appia» nasce da quello dell'antica via Consolare che da Roma arriva fino a

Brindisi passando per Lazio, Campania, Basilicata e Puglia. «Bisogna trasmettere fiducia al cliente e soprattutto ora la gente ha bisogno di andare al ristorante non tanto per una mangiata ma per ritrovare quella serenità e spensieratezza al tavolo, ritrovarsi con gli amici, i parenti non nelle classiche mura di casa dove sono stati esiliati per mesi».

«I dati positivi delle località balneari sono un'ottima notizia – sottolinea Lino Enrico Stoppani, presidente della Federazione italiana dei Pubblici Esercizi – ma è chiaro che si tratta di un pannicello caldo: due settimane di ripresa non possono compensare sei mesi drammatici per il settore. Tra l'altro si tratta di un fuoco di paglia, destinato a durare fino al 23 agosto, quando gli italiani rientreranno nelle città. La speranza è che da settembre si cominci a riaprire gli uffici, allentando lo smartworking per dare ossigeno anche alle attività dei centri urbani e in periferia, che ora vedono un crollo di fatturati del 50% e di un terzo degli occupati. È il momento di uno sforzo in più da parte del governo per rilanciare i consumi, altrimenti rischiamo un autunno caldo».

Passando dal food all'abbigliamento, Federmoda Confcommercio dopo 15 giorni dall'inizio dei saldi stima un calo complessivo di incassi nei negozi e nelle boutique: in particolare, il 74% delle imprese intervistate ha registrato un calo delle vendite rispetto ai primi dieci giorni di saldi del 2019, mentre per il 14% sono stabili e per il 12% in aumento. Il 53% delle aziende evidenzia un calo del fatturato entro il 30% rispetto all'anno precedente, ma nei centri delle grandi città si arriva a toccare il 70/80% in meno, mentre in periferia, nei centri minori e nelle località turistiche si registra qualche soddisfazione. Gli acquisti hanno riguardato soprattutto t-shirt e polo, abiti donna, bermuda, camicie, calzature donna, pantaloni e sandali.

Per ripartire secondo Federmoda Confcommercio servirebbero contributi a fondo perduto, 'bonus' per gli acquisti di abbigliamento e calzature e credito di imposta per la svalutazione dei magazzini, dal momento che sarà impossibile recuperare la stagione primaverile completamente persa, con molti prodotti che resteranno invenduti.



