

REAZIONI ED EFFETTI SULLA RISTORAZIONE COMMERCIALE

Roberto Pacifico
 @RobertoPacifico3

//

Questa emergenza ha colto di sorpresa il settore: gli operatori non ricordano un periodo così difficile. La neonata Associazione dei brand della ristorazione italiana invita a scongiurare atteggiamenti che possano generare inutile allarmismo. Milano è una delle città più colpite.

La ristorazione commerciale è uno dei settori più esposti alle conseguenze di questa emergenza perché è a più diretto contatto con il pubblico. A Milano, poi, come in tutte le grandi città, basta che una decina di multinazionali decida di far lavorare a distanza dipendenti e collaboratori (come i 1.600 di Unicredit a Milano) per provocare serie ripercussioni sull'indotto ristorativo. **Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) ha stimato in 2 miliardi di euro la perdita nel primo quadrimestre 2020 per tutti gli esercizi del settore, dai bar alle gelaterie, dai ristoranti alle pizzerie.**

Catene come **Burger King** si sono adeguate alle direttive di Regione Lombardia e del ministero della Sanità, senza particolari interventi restrittivi al di fuori delle zone a rischio conclamato: per esempio l'insegna ha chiuso il ristorante di Casalpusterlengo, ma non ha preso nessun provvedimento su Milano. **McDonald's** si è attenuto scrupolosamente alle indicazioni a livello nazionale e locale. **Spontini ha preferito "non rilasciare numeri e/o dichiarazioni** anche per non alimentare allarmismi fra gli operatori. Ci prendiamo

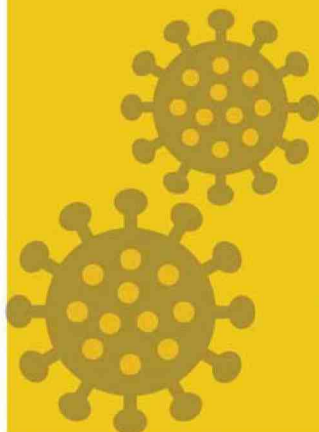
qualche giorno per valutare appieno i risvolti di questa crisi".

Antonio Civita (Panino Giusto) e Vincenzo Ferrieri (Cioccolatitaliani), promotori dell'Associazione brand della ristorazione italiana (75 insegne aderenti), dichiarano: **"Esprimiamo il nostro senso comune decidendo di tenere aperti i nostri locali, aderendo all'invito del nostro Sindaco Beppe Sala** che richiama Milano al buon senso e invita a scongiurare atteggiamenti che possano generare eccessivo allarme, tra cui l'immagine di una città spenta, senza che ve ne sia l'effettiva necessità. Con i colleghi abbiamo stabilito di devolvere un sostegno economico alle forze volontarie rappresentate da Associazioni riconosciute, che stiamo definendo in queste ore perché Milano è una città viva che, come tale reagisce".

"Si tratta di una fase difficile, che ci ha colti alla sprovvista, mai sperimentata in precedenza -commenta **Umberto Gonnella**, fondatore e ceo di **I01caffè**-. Per quanto riguarda la nostra attività, registro numeri in caduta. Una contrazione che non sarà compensabile:

contemplando la chiusura dei centri commerciali anche nel week-end, la perdita prevista è importante. I consumi si ridurranno, oppure si sposteranno verso piattaforme online. Stiamo cercando di arginare il più possibile il danno e auspico che presto si possa tornare alla normalità. Ci sono anche dei temi legati alla gestione del personale, per cui bisognerà comprendere come il Governo aiuterà le piccole e medie imprese come la nostra".

"Finora abbiamo già registrato un drastico calo di traffico, con fatturati retail in forte flessione del 30-40% -aggiunge **Mario Resca**, presidente **Confimprese**-. Questi i primi sintomi di una crisi che si inserisce nel sistema economico di un Paese già in recessione, che fino a ieri ha beneficiato del forte flusso turistico. Condividiamo le richieste di adeguate misure a sostegno di tutto il sistema espresse da Confcommercio e Confindustria anche in tema di fiscalità, come la sospensione delle scadenze contributive per le aziende. Bisogna tenere in piedi il sistema Paese, siamo preoccupati per gli ulteriori danni che questo flagello potrà causare alla nostra economia".





LA RISPOSTA DI FEDERALIMENTARE E ASSOLATTE

Anche l'Idm ha giocato un ruolo essenziale per non mettere a repentaglio la sostenibilità del sistema. "La situazione preoccupa più per lo stato dell'economia italiana. Un danno per il settore, in particolare per il turismo enogastronomico e la ristorazione, grandi veicoli di crescita della diffusione del F&B italiano -racconta **Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare-**. Nella prima settimana non abbiamo vissuto problemi di rifornimento. Potrebbero eventualmente persistere accaparramenti per i freschi (pane, ortofrutta, carne): **molti clienti hanno addirittura triplicato gli ordini soprattutto di beni primari**. L'industria alimentare è comunque pronta a fronteggiare queste urgenze: non abbiamo alcun problema a produrre di più, lo stiamo già facendo. **La difficoltà è soprattutto logistica**. Tutto il trasporto su gomma -su cui si muovono i nostri prodotti- sta avendo infatti problemi a causa dell'insufficiente disponibilità di automezzi". C'è una richiesta maggiore di materie prime ai fornitori europei. "In qualche caso stiamo avendo difficoltà a farci portare le merci in Italia, mentre in qualche altro caso il problema è nel trasporto interno. **Tuttavia stiamo lavorando per accorciare il più possibile i tempi di approvvigionamento alla gdo**". "Solo in un'emergenza come quella attuale, forse ci si rende conto di quanto sia fondamentale per la vita di un Paese il settore logistico, oltre al trasporto marittimo e terrestre", ribadisce **Luigi Merlo, presidente di Confrtrasporto-Federlogistica**. Le industrie di trasformazione del latte e derivati assicurano da parte loro la regolarità del rifornimento di tutto l'assortimento agli oltre 50mila pdv presenti sul territorio nazionale. Lo garantisce **Asso-latte** dopo l'apertura dei provvedimenti di urgenza nel Nord Italia. Allo stesso modo **si continua a raccogliere quotidianamente tutto il latte prodotto nelle stalle italiane, pari a 38 milioni di litri/giorno**. "Le cisterne delle industrie -afferma Assolatte- proseguono il loro iter quotidiano di raccolta e consegna". P.F.



no a pieno ritmo. **Rimane la difficoltà di approvvigionamento di articoli quali in particolare gel disinfettanti e mascherine** che sono andati esauriti e per i quali si sta provvedendo, contando di poterli riavere in assortimento nei prossimi giorni".

Pronti a ogni evenienza anche nel resto d'Italia, certo con effetti più contenuti. "Nei giorni di maggiore ansia e timore, abbiamo notato un aumento tra l'8% e il 10% dei clienti nei punti di vendita a marchio Oasi e Tigre", sottolinea **Mauro Carbonetti, Ad di Gruppo Gabrielli-**. Sugli scaffali le merci sono regolarmente disponibili e non abbiamo, sino ad ora, difficoltà. **Certo sono stati innalzati gli standard finalizzati all'igienizzazione, peraltro già elevati**. In particolare, abbiamo messo a disposizione della clientela salviettine igienizzanti per pulire i punti di contatto più facili a contagi, come i manici dei carrelli".

nico: capitò la stessa cosa con la Sars; anzi il massimo avvenne con la guerra nel golfo ... -spiega **Maura Latini, amministratore delegato di Coop Italia-**. Detto questo, **nel corso del week end si è determinato un aumento delle vendite stimabile in un +50%** a partire dall'epicentro della crisi (Milano e Lombardia) e via via a scendere allontanandosi da quei territori".

Lo svuotamento degli scaffali, al di là della psicosi, pone questioni relative al rifornimento dei punti di vendita. **"Abbiamo messo in atto un piano straordinario** -chiarisce **Kahale di Es-selunga-**: per esempio oltre 150 persone della sede si sono rese disponibili a supportare i colleghi impegnati nei negozi, con il risultato che tutte le operazioni sono proseguite nel migliore dei modi, nonostante le circostanze".

Anche **Coop** informa che "i rifornimenti di merci sono regolari e continuativi con i magazzini che funziona-

GUARDA IL VIDEO



Il caso del superCrai di Vò (Pd), raccontato dal Tg 1 di mercoledì 26/2 (al minuto 18,20): la titolare Elena Tagliaferro ha assunto temporaneamente 5 giovani del paese in sostituzione di chi non poteva entrare