

Bologna

Il virus non molla: la ripartenza

L'economia in frenata: edilizia giù, packaging ok

Camera di Commercio: analisi del primo trimestre, con 20 giorni di stop
In crisi anche metalmeccanica e manifattura. L'alimentare ha retto l'urto

di **Francesco Zuppiroli**

L'economia bolognese frena. Era attesa una fotografia impietosa di quello che è stato il primo trimestre del 2020, nel compendio scattato dai dati forniti dalla Camera di Commercio, e così è stato. Un passo indietro per l'economia viziata dai venti giorni di lockdown, compresi nello spaccato fornito, che evidenziano cali del fatturato e produzione diffusi con picchi più o meno gravi.

Come nel caso del settore manifatturiero, dove gli indici rispetto allo stesso periodo del 2019 sono scesi dell'11.4%, così come gli ordini, con dato analogo, e l'export che ha fatto registrare un segno meno del 9.4%. Un rallentamento che dà un triste prosieguo al calo già registrato nel finale di 2019 anche per la me-

talmeccanica, con una perdita ancor più significativa, del -13%. A soffrire il lockdown è stato anche il settore delle costruzioni, con un volume d'affari ridimensionato del -11.7% e l'artigianato (-12%), rimasto a galla tuttavia nei mercati esteri grazie a una flessione più contenuta del -8%.

Cali poi nel settore dei servizi (-13%), sino ad arrivare al già tristemente noto affondo del comparto turistico, con il crollo del -46% per gli hotel e altre strutture ricettive, il -30% registrato nella ristorazione e il -39% delle agenzie di viaggi. Una fotogra-

I SERVIZI

Hanno registrato un calo del 13% mentre nel turismo crollo del 46% per le strutture

fia molto scura in cui spiccano bagliori di luce rappresentati sia da contraccolpi più lievi, che da aumenti. È il caso del packaging, settore in cui la flessione è stata meno profonda, con una discesa di produzione e fatturato che non ha superato il -6% e -3% sul fatturato estero. Estero che per il settore ha piuttosto rappresentato un vero e proprio salvagente, con una domanda da fuori Italia che è cresciuta del +1.5%, invertendo il trend del 2019 che, come riportano i dati di Infocamere, nello stesso periodo era stato di -1.7%.

C'è anche un -4% nel commercio alimentare, contro il -17% del commercio non alimentare, che sottolinea come la vendita di prodotti porta-a-porta abbia comunque retto l'urto economico della pandemia, con produzione stabile ed esportazioni cresciute del +3%. Una realtà imprenditoriale difficile, che ci si



A maggio sono riprese tutte le attività, dai cantieri all'edilizia

attende avrà numeri peggiori nel secondo trimestre quando i giorni di lockdown conteggiati sono stati circa 60. Un impatto economico che stando all'indagine di Palazzo Mercanzia non ha riguardato solo il 16% delle imprese bolognesi, di cui solo il

3% ha aumentato l'attività. La metà delle imprese è stata invece obbligata a ricorrere agli ammortizzatori sociali e cassi integrazione, con un saldo di crescita aziendale del tessuto economico stimato attorno al -0.68 nel 2020.

I NUMERI

In tre mesi 1.011 nuove aperture

Le aziende che hanno chiuso sono state invece 'soltanto' 632

Il lockdown ha cambiato anche la morfologia del tessuto imprenditoriale bolognese, seppur in misura meno drammatica di quanto si possa pensare. Secondo la Camera di Commercio, nel periodo di chiusura fra il primo marzo e il 31 maggio, ci sono state comunque 1.011 nuove imprese che hanno avviato l'attività a Bologna. Meno rispetto alle 1.700 registrate nello stesso periodo del 2019 certo, ma l'Italia non era nella morsa del Covid-19. Negli stessi mesi hanno invece cessato l'attività 632 imprese, contro le 1.076 dell'anno scorso, un andamento che Palazzo della Mercanzia rimanda probabilmente al rallentamento imposto alle attività di servizio alle imprese. Al 31 maggio quindi, le imprese attive erano 83.511, 310 in meno nello stesso periodo del 2019.

f. z.

Palazzo della Mercanzia, l'analisi del presidente Valerio Veronesi: «Ecco come possiamo ricominciare»

«Servono fusioni e patti tra le imprese»

«Unire competenze e tecnologie è il solo modo per crescere e restare competitivi sui mercati esteri»

Un quadro economico, dipinto nel primo trimestre del 2020 da parte della Camera di commercio, che non lascia spazio all'immaginazione. Una recessione nei numeri che avrà un ulteriore aggravamento nel bilancio nel secondo resoconto trimestrale. Eppure, non per questo da una situazione critica non possono sorgere spunti per migliorare. È con questa mission che si lavora a Palazzo della Mercanzia, dove il presidente Valerio Veronesi, è al lavoro per studiare un piano d'azione che possa rilanciare il tessuto imprenditoriale felsineo.

Presidente, partiamo da quella che è una lettura dei dati. Il suo punto di vista?

«I dati non sono buoni e non ci piacciono. Tengono conto solo dei primi venti giorni di lockdown e le conseguenze dei successivi le avremo più chiare solo con il prossimo trimestre, in cui i giorni di chiusura che peseranno diventeranno circa 60. Il fatto che già l'ultimo resoconto del 2019 non fosse buono ci restituisce un quadro compromesso in cui è stata solo rincarata la dose».

Cosa fare ora dunque?

«Innanzitutto servono le liquidità promesse per permettere alle



Valerio Veronesi, presidente della Camera di Commercio

imprese di passare dall'altra parte del fiume».

E una volta al di là del guado?

«Le imprese sono la centralità del nostro motore economico, motore che durante il lockdown

I GIOVANI

«Presto un vero piano in cui sarà riservata una quota proprio alle nuove leve: sono loro il futuro»

si è fermato. Parallelamente, l'Italia si è trovata a vivere una svolta tecnologica a cui non si trova preparatissima. È una miscela molto faticosa da affrontare con le armi di cui disponiamo. Il punto è che fino a quando questo fiume non sarà attraversato un rimedio assoluto non c'è. C'è invece un dato di fatto, per cui alle nostre imprese non manca niente se non la dimensione, per restare competitivi nei mercati esteri: serve quindi iniziare a rifare un discorso la-

sciato da parte troppo a lungo sull'unione di intenti e lo svecchiamento delle risorse».

Può essere più preciso?

«Parliamo di fusioni. Fusioni fra imprese che abbiamo gli stessi clienti, che non abbiano una situazione di concorrenza fra loro e che operano nello stesso settore. Dobbiamo iniziare a sdoganare questo discorso e poi interfacciarci con quelli che sono i nostri imprenditori per fare formazione e trasmettere il messaggio per cui è solo dall'unione di competenze, strumenti e tecnologie che otterremo quell'incremento dimensionale che ci serve per ripartire».

E come pensate di attirare imprenditori?

«Anche attraverso delle premialità. Premialità che non possono essere fornite dalla Camera, bensì dalla Regione, per esempio, dimostrando di credere in questo nuovo patto che vogliamo lanciare fra le nostre imprese».

E i giovani?

«I giovani sono fondamentali. Sarà obbligatoria in questo piano una quota giovan: sono i veri attori di un nuovo modo di fare impresa nell'ottica di una crescita dimensionale importante».

Francesco Zuppiroli