

FERMARSÌ AIUTA LA RIPRESA LA LEZIONE DELLA SPAGNOLA

Le città americane che negli anni Venti applicarono restrizioni severe ripartirono bene e con meno morti
In ogni caso la recessione indotta dalla malattia durò solo sette mesi, tra le più brevi del secolo scorso

di **Francesco Giavazzi**

Spesso le recessioni sono innescate da squilibri accumulati nell'economia che a un certo punto si rivelano insostenibili. Due esempi: gli eccessivi investimenti nel settore immobiliare, che furono all'origine delle recessioni del 1920 e del 2007, e le tecnologie informatiche che crearono la bolla delle aziende dot.com scoppiata nel 2001. La durata di queste recessioni dipende dal tempo necessario per correggere gli squilibri che le hanno provocate.

che il sistema dei trasporti si è bloccato: quindi chi usava prodotti intermedi importati ha fermato le produzioni. Inoltre, per rallentare il diffondersi del virus la gran parte dei paesi ha scelto di limitare la mobilità delle persone e molti — tutti coloro che non possono lavorare a distanza — hanno smesso di lavorare.

I tempi

Questi due effetti — l'interruzione delle catene produttive e la non disponibilità di lavoratori — sono choc dell'offerta cioè choc che limitano la produzione. Ma c'è un secondo fattore: le limitazioni alla mobilità, la chiusura dei negozi e soprattutto la caduta dei redditi familiari, solo in parte compensati dai sussidi di disoccupazione, ha provocato un rallentamento dei consumi: allo choc all'offerta si è quindi sommato uno choc alla domanda.

decisione della maggior parte di paesi, durante l'epidemia del 2020, di chiudere tutti in casa. Studiando il diverso effetto di quell'epidemia sulle città degli Stati Uniti d'America si è scoperto (*Fight the Pandemic, Save the Economy: Lessons from the 1918 Flu* di Sergio Correia, Stephan Luck, and Emil Verner, Liberty Street Economics, Federal Reserve Bank of New York, marzo 2020) che le città americane che hanno imposto limitazioni più severe alla libertà di movimento, cioè che hanno obbligato i cittadini a stare a casa, non solo non hanno subito effetti economici negativi nel medio termine.

Anzi, le città che sono intervenute prima e in modo più aggressivo hanno registrato un relativo aumento dell'attività economica dopo che la pandemia si è placata.

L'esperienza

Lo confermano i dati di correlazione a livello di città tra la mortalità influenzale del

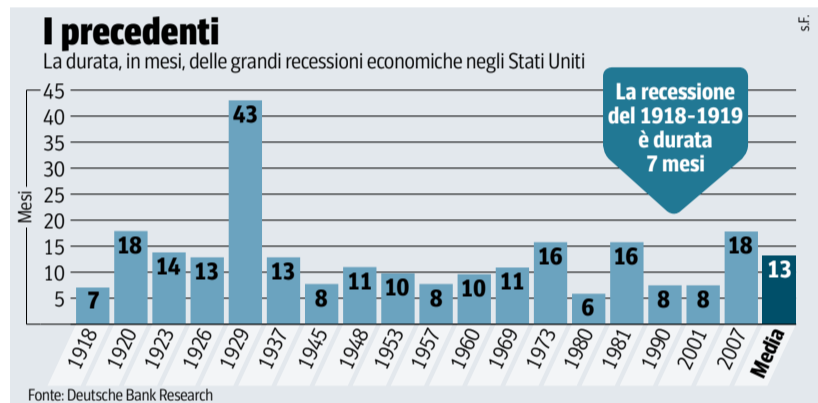
1918 e la crescita dell'occupazione nel settore manifatturiero dal 1914 al 1919. Una maggiore mortalità durante l'influenza del 1918 è associata, non sorprendentemente, ad una minore crescita economica.

Ma se si suddividono le città in due gruppi: quelle con i periodi di chiusura più lunghi e quelle con periodi più brevi si osserva che le città che hanno imposto norme di chiusura più severe a lungo tendono ad essere raggruppate nella squadra bassa mortalità-alta crescita, mentre le città con periodi di chiusura più brevi sono raggruppate tra chi ha affrontato alta mortalità e bassa crescita.

Ciò suggerisce che imporre ai cittadini di «stare a casa» sinché dura l'epidemia ne attenua la mortalità, senza ridurre l'attività economica. Anzi, le città con chiusure più drastiche e più lunghe nel medio termine crescono più velocemente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il sistema sta affrontando un doppio choc, sia dell'offerta che della domanda, ma la storia promuove il lockdown



Negli Stati Uniti la recessione iniziata nel 2007 è durata 18 mesi, tanti ne furono necessari per rimettere in piedi il sistema finanziario colpito dal crollo dei mutui immobiliari. La recessione iniziata nel marzo 2020 è diversa.

Gli effetti

È cominciata con il diffondersi del virus Covid-19, una pandemia che dalla città cinese di Wuhan si è diffusa in tutto il mondo. Questa recessione non è stata provocata da alcun squilibrio nell'economia, ma piuttosto da uno choc esogeno e inatteso, il virus appunto.

Questo ha colpito l'economia in tre modi. Innanzitutto spezzando le catene produttive: ad esempio le aziende che producono utilizzando beni intermedi importati dalla Cina — che è diventata in molti settori la fabbrica del mondo — non sono più riuscite ad approvvigionarsi perché molte aziende cinesi hanno chiuso e comun-

Per capire quanto lunga sarà questa recessione, è utile considerare un precedente storico: la pandemia influenzale del 1918-1919, la cosiddetta Spagnola, provocata da un virus per molti aspetti simile al Covid-19, che fra il 1918 e il 1920 infettò circa 500 milioni di persone in tutto il mondo e ne uccise un numero enorme: 50-100 milioni su una popolazione mondiale allora di circa 2 miliardi.

Ma la recessione provocata dalla Spagnola durò solo sette mesi, la seconda più breve recessione del secolo scorso. E ciò nonostante quell'epidemia si manifestò con tre onde distinte, verificate rispettivamente nella primavera 1918, l'autunno 1918 e l'inverno 1918-1919. La relativa brevità di queste recessioni è probabilmente dovuta al fatto che, una volta arrestata la diffusione del virus, l'attività economica ripartì rapidamente.

I dati del passato

L'esperienza della Spagnola conforta anche la



Il manuale

L'articolo a fianco è un'anticipazione dalla nuova edizione di «Macroeconomia», il volume de «il Mulino» a cura di Alessia Amighini, Olivier Blanchard e Francesco Giavazzi



NOTE LEGALI

Il presente documento ha finalità pubblicitarie e non costituisce sollecitazione, consulenza, raccomandazione né ricerca in materia di investimenti. **Prima di assumere qualsiasi decisione di investimento, leggere attentamente il Prospetto di Base, ogni eventuale supplemento e la relativa Nota di Sintesi nonché le Condizioni Definitive (Final Terms) e il Documento contenente le informazioni chiave (KID) del prodotto, con particolare attenzione alle sezioni dedicate ai fattori di rischio connessi all'investimento.** Il Prospetto di Base, approvato da BaFin e notificato alla CONSOB, è disponibile unitamente agli altri documenti relativi al prodotto sul sito <https://sp-it.leonteq.com/our-services/prospectuses-notices/> oppure gratuitamente presso Leonteq Securities AG, Europallee 39, 8004 Zurigo, Svizzera. L'approvazione del prospetto non va intesa come approvazione dei prodotti finanziari. Il valore dei prodotti finanziari è soggetto a oscillazioni del mercato, che possono condurre alla perdita, totale o parziale, dei capitali investiti nei prodotti finanziari. **I rendimenti riportati non sono indicativi di quelli futuri e sono espressi al lordo di eventuali costi e/o oneri a carico dell'investitore.** I prodotti finanziari descritti non sono prodotti semplici e il loro funzionamento può essere di difficile comprensione. Si raccomanda agli investitori di consultare un consulente finanziario competente prima di investire nei prodotti finanziari. Questo documento è fornito da Leonteq Securities (Europe) GmbH, London branch, che è autorizzata da BaFin in Germania e soggetta a supervisione limitata da parte della FCA nel Regno Unito. © Leonteq Securities AG 2020. Tutti i diritti riservati.

PUBBLICITÀ

NUOVI CERTIFICATI PHOENIX AUTOCALLABLE SUL SEDEX

MAX CEDOLE P.A.*	VALORI SOTTOSTANTI	BARRIERA	DURATA MASSIMA	ISIN
24%	Intesa Sanpaolo, UniCredit	60%	2 anni	CH0528260687
12%	Intesa Sanpaolo	50%	2 anni	CH0528260695
12%	UniCredit	50%	2 anni	CH0528261388
12%	Fiat Chrysler Automobiles	50%	2 anni	CH0528262717
8%	Eni	50%	2 anni	CH0528262709
8%	Assicurazioni Generali	50%	2 anni	CH0528262725

Mercato di quotazione SeDeX

Emittente Leonteq Securities AG

Denominazione EUR 1'000

Rating Fitch BBB-, Positive Outlook

* Cedole condizionate: La percentuale indica l'importo massimo per anno della somma delle cedole condizionali (pagabili periodicamente). Tale percentuale è puramente indicativa in quanto non vi è garanzia che si verifichino le condizioni per l'ottenimento dell'intero importo (e l'importo effettivamente pagato potrebbe essere anche pari a zero).



L'onda lunga della crisi

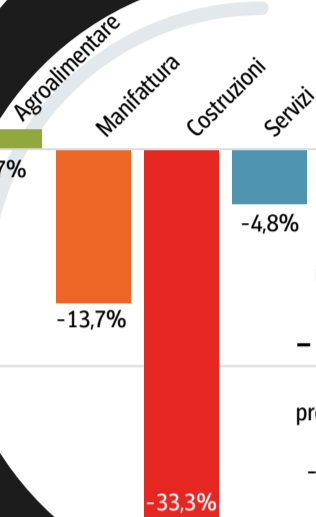
Gli impatti della pandemia sull'economia italiana

La previsione

La contrazione del Pil italiano nel 2020 a meno che non vengano implementate radicali azioni di politica economica

PIL 2019

1.787,6 miliardi



PIL stimato 2020

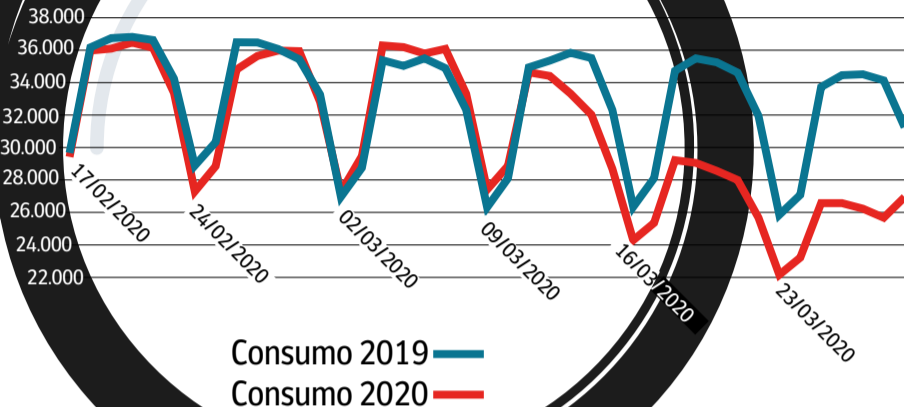
1.653,8 miliardi

Impatto totale
-7,5%
(forbice previsionale
-3,5%
-11,5%)

Il rallentamento

Quanto sono diminuiti i consumi di elettricità in Italia a febbraio e marzo, rispetto allo stesso periodo del 2019

Consumi elettrici italiani (MW), 2019* - 2020



*I dati 2019 sono stati riponderati per correggere gli effetti di calendario

Fonte: The European House Ambrosetti

LO SPARTIACQUE DEL BUSINESS IMPRESE IN BILICO

Ambrosetti prevede una caduta dell'economia nell'anno pari al 7,5%, ma le condizioni sono differenti da un'area all'altra del sistema produttivo. Ecco i punti di debolezza e qualche proposta per il ritorno alla normalità

Siamo travolti da una crisi dagli straordinari impatti a livello sanitario, economico e presto anche sociale. Si registra una duplice crisi di domanda e di offerta sconosciuta alle nostre generazioni e affine, per molti, allo scenario socioeconomico di un Paese in guerra. L'unica constatazione onesta che è possibile fare è che quando si parla di Coronavirus sappiamo poco, pochissimo: c'è molta incertezza sul numero dei casi, sul numero di decessi e sul numero di persone guarite. Analoga, se non maggiore, è la miopia in ambito economico. Non sappiamo quanto pervasivi siano i danni che la pandemia sta provocando: la maggior parte dei dati economici è disponibile solo a distanza di mesi. Dovremo infatti aspettare almeno un altro mese prima di avere il dato ufficiale Istat sulla stima preliminare della crescita (o meglio, decrescita) del Pil nel primo trimestre 2020 e avere quindi un quadro puntuale di cosa stia succedendo.

Dov'è l'economia italiana ora? Un approccio per localizzarla, in assenza di dati economici, potrebbe essere l'osservazione di alcune proxy predittive dell'andamento dei settori manifatturieri, come ad esempio i consumi elettrici. Se confrontiamo le ultime 6 settimane con le analoghe del 2019, possiamo osservare una sostanziale omogeneità fino alla seconda settimana di marzo. Dal lockdown del 9 marzo gli andamenti hanno iniziato a divergere: meno 5,3% nella seconda settimana, -16,8% nella terza e -20,5% nella quarta. Questa significativa contrazione, destinata ad amplificarsi nelle prossime settimane, è l'evidenza più drammatica del significativo rallentamento dell'economia. Per identificare i possibili impatti e per provare a misurarli dobbiamo necessariamente avanzare alcune ipotesi, come ad esempio: durata del lockdown in Italia e nei principali Paesi partner commerciali della nostra industria (Germania, Francia e Usa assorbono il 33% del nostro export), tempi e ritmi di ripresa e tasso di sopravvivenza delle imprese.

Le nostre ipotesi sono le seguenti: a) due mesi di attività semi-paralizzata (marzo e aprile); b) il mese di maggio di transizione; c) una ripresa molto graduale da giugno; d) un ritorno ai livelli pre-crisi dal terzo trimestre 2020 e un andamento traslato di due settimane per i nostri principali partner commerciali; e) una ripresa a «V» nella seconda metà del terzo trimestre, assumendo che i consumatori riprendano le abituali modalità di consumo con

E
● **L'iniziativa**
The European House-Ambrosetti come primo Think Tank privato italiano ha voluto fin dall'inizio di questa crisi mettere in campo le migliori energie per elaborare possibili scenari futuri di misurazione degli impatti economici per aree geografiche e per settori industriali mettendo a disposizione spunti e proposte sulle priorità di azione per uscire dalla crisi.

Non sappiamo quanto pervasivi siano i danni che la pandemia sta provocando

di **Valerio De Molli***

una forte inversione del trend; f) abbiamo ipotizzato che gli investimenti fissi lordi delle imprese slitteranno a fine anno e verranno posticipati al 2021. A partire da queste condizioni, il nostro modello econometrico determina una possibile riduzione del Pil 2020 del 7,5% con una forchetta di oscillazione molto ampia tra -3,5% e -11,5%.

La manifattura

La contrazione dell'attività economica non è omogenea tra i diversi settori. La manifattura genera il 16,6% del Pil e occupa 3,9 milioni di persone (il 15,5% del totale) e si registra il fortissimo calo della produzione. La difficoltà del settore emerge anche da elementi più qualitativi: l'indice di fiducia della manifattura europea, il Pmi, a marzo è crollato a 31,4 dal 51,6 di febbraio. Si tratta del record minimo, con valori inferiori a quelli registrati durante la crisi del 2008. Peraltro il lockdown si limita in realtà, secondo i codici Ateco, solo al 48,7% delle imprese che generano il 58,8% del fatturato complessivo e impiegano il 66,1% della forza lavoro. Inoltre, la riduzione dei consumi privati è per la metà composta da beni e servizi il cui acquisto è impossibile (ristoranti, alberghi, intrattenimento) o differibile (vestiti, automezzi, altri beni durevoli). L'ultimo elemento di crisi per la manifattura del Paese è il rallentamento dei flussi commerciali con l'estero, sia in entrata che in uscita. Più del 20% del valore aggiunto delle produzioni nazionali dipende da importazioni di materie prime e componentistica: la contrazione dei flussi commerciali in entrata rende materialmente impossibili alcune produzioni. La riduzione dell'operatività delle manifatture dei Paesi partner, inoltre, colpisce le imprese inserite in catene del valore internazionali. Se l'industria automotive tedesca si ferma, ad esempio, si deve fermare anche tutta la filiera componentistica italiana.

Il turismo

C'è poi il turismo le cui attività valgono più del 5% del Pil, il 13% considerando gli effetti indiretti e indotti. In Italia non solo è totalmente surgelato e non vede la luce in fondo al tunnel ma, ipotizzando che l'estate non resti a zero, si valuta una contrazione del 30%. Il settore è inoltre preva-

lentemente composto da piccole, piccolissime imprese, o addirittura lavoratori individuali (il 54% degli alberghi ha meno di 25 camere). Tutti particolarmente vulnerabili.

L'agroalimentare

C'è tuttavia un settore che sembra essere in controtendenza ed è l'agroalimentare. La filiera continua a operare in maniera estremamente efficace, mantenendo serrati ritmi di produzione e distribuzione. Con l'arrivo della stagione dei raccolti emergerà tuttavia la nostra dipendenza dalla manodopera straniera: mancherà, probabilmente, all'appello, la maggioranza dei 370 mila lavoratori esteri che ogni anno rappresentano il 27% della forza lavoro nei nostri campi. Il nostro modello ipotizza comunque una crescita di circa il 2% del valore aggiunto. L'impatto economico e sociale sarà, quindi, davvero molto importante. Diventa pertanto urgente una pianificazione strategica del «sistema Paese» che possa definire delle azioni concrete di rilancio. Oltre alle iniziative che il governo ha già messo in campo a sostegno dei più fragili e dei più deboli, si possono delineare le seguenti azioni: a) amplificare la solidarietà europea lanciando emissioni di Esb (European Solidarity Bond — da non chiamare mai con il nome di Eurobond che genera forti anticorpi tra i Paesi nordici e la Germania) per dimensioni molto rilevanti, almeno il 10% del Pil del Paese, con scadenze di lunghissimo termine; b) forti iniezioni di liquidità immediate nelle casse delle piccole e medie attività industriali e commerciali, per non interrompere la filiera dei pagamenti e sostenere i flussi di cassa dei più fragili; c) una rapida pianificazione della ripresa che dia modo ai cittadini di ricevere una sorta di patente di circolazione da rilasciare ai più giovani, ai più sani, a coloro i quali risultano negativi ai test per il virus per accelerare una ripartenza graduale; d) strutturare servizi sociali e cooperativi, anche facendo leva sul potente terzo settore, di solidarietà e di servizi a domicilio, finché l'emergenza non sarà passata, ai più fragili, ai più anziani, a coloro che hanno più patologie; e) potenziare da subito in modo massiccio non solo il sistema ospedaliero e di ricovero, ma anche e soprattutto il sistema diagnostico e di prevenzione.

*Managing Partner e Ceo
The European House - Ambrosetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CAMPIONI DI RESISTENZA

I consumi essenziali, la ricerca medica, la salute, il digitale: la crisi qui morde meno



Pasta, sugo, lieviti L'alimentare va ma teme la frenata

Pasta, sughi pronti, affettati, lieviti, farina. Sono le aziende che stanno lavorando molto in questo periodo d'emergenza, come in genere l'alimentare che, per ora, non patisce crisi. Per ora, perché l'incognita resta sulla domanda di domani, quando le misure di contenimento del Covid-19 saranno allentate. Gli industriali prevedono infatti una «compressione dei consumi delle famiglie colpite economicamente» (parole di Zefferino Monini, vedi l'intervista in questo numero). Intanto il settore, tranquillizzato dal salvataggio governativo della filiera (esclusa dalle serrate), riconosce ruolo ai dipendenti: c'è chi, come Rana (*nella foto* il fondatore Giovanni Rana) e Mutti, li premia con un aumento a tantum dello stipendio. O chi, come Barilla, acquista due pagine sui grandi quotidiani per ringraziarli uno per uno. «Sul dopo c'è parecchia preoccupazione — dice Francesco Mutti, amministratore delegato e



azionista dell'azienda omonima —. Ora c'è la ripresa dei consumi in casa con il ritorno del gusto di cucinare, ma poi? Il 2020 sarà un anno poco social, ci sarà una libera uscita parziale delle persone. In questo periodo abbiamo avuto un picco fuori da ogni logica, in marzo una crescita intorno al 30% dei ricavi, quasi non riusciamo a consegnare tutto quanto ci è richiesto. Ma dopo questo cambio di abitudini che cosa resterà sul medio - lungo periodo?». «Il settore alimentare sta dando sicurezza sociale, merita una pacca sulla spalla — dice Armando de Nigris, presidente del gruppo omonimo di aceto (altra azienda familiare) e consulente della Commissione Ue per la salute pubblica e la sicurezza alimentare —. Abbiamo avuto una fiammata per la reazione impulsiva dei consumatori che non riusciamo a sostenere, a breve calerà. Noi lavoriamo al 50% della capacità per accogliere le norme di sicurezza. Domani ci potremo trovare tutti di fronte a una crisi drammatica, con l'aumento dei disoccupati e delle famiglie monoreddito la spesa alimentare sarà in flessione».

Alessandra Puato

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Terapie e vaccini traino del pharma Italia leader

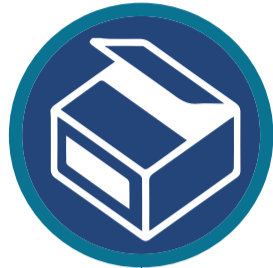
La settimana scorsa la Menarini ha annunciato un record: con la Credo Diagnostic Biomedical ha lanciato un kit per diagnosticare il Covid-19 in soli 20 minuti. La quotata Diasorin, che produrrà un test analogo, in un mese è salita in Borsa del 12% (al 2 aprile). Infine: ci sono una cinquantina di studi per il vaccino contro il Coronavirus nel mondo. Sono tre segnali che danno l'idea di quanto l'industria farmaceutica sia in fermento con la pandemia. «In questo momento si sta investendo molto», dice Massimo Scaccabarozzi (*nella foto*), presidente di Farindustria che con 200 associati raduna il 90% dell'industria farmaceutica in Italia e ha visto il settore chiudere il 2019 ancora in crescita: in tre anni è salita a 33,5 miliardi di ricavi (+12%) e 67 mila dipendenti (+4%), ma anche ha una quota di export sempre più prevalente (oltre l'80%) e investimenti in aumento del 15% a 3,1 miliardi. Una galoppata che, sulla carta, dovrebbe



continuare. Dove sta il problema, quest'anno? In due concetti: mancati ricavi e anticipazioni. Le terapie usate contro il Covid-19 spesso sono date gratis e i potenziali vaccini devono ancora arrivare sul mercato. Inoltre la pandemia ha portato all'aumento di spesa per medicinali «di riserva»: ricavi dell'oggi che, domani, mancheranno. «Stiamo anticipando prodotti e la pagheremo cara perché, coronavirus a parte, i malati non aumentano — dice Scaccabarozzi —. Abbiamo aziende che apparentemente vanno bene, ma c'è stato l'accaparramento di farmaci, per esempio ospedalieri: chi andava in ospedale e ora si cura a domicilio ha avuto la scorta, ma non ne comprenderà magari per un po'. Quanto al coronavirus, per ora è un investimento. Vedremo il bilancio a fine anno». Certo chi scoprirà il vaccino anti Covid potrebbe avere incassi formidabili. Più avanti, però. Intanto big pharma incassa il riconoscimento di industria strategica da parte del governo. Per le richieste di revisione della spesa farmaceutica programmata dallo Stato, ci sarà tempo.

A. Pu.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



È l'età «adulta» dell'e-commerce: ordini decuplicati

Se la rincorsa era già iniziata, lo scatto di queste settimane potrebbe essere decisivo. Qualche mese fa si diceva che l'e-commerce in Italia era lontano dall'essere considerato un mercato maturo, come quelli cinese o anglosassone, dove ogni 100 euro spesi, circa 20 transitano online. Quello che è accaduto, con l'isolamento imposto ai connazionali per motivi sanitari, potrebbe aver cambiato le carte in tavola. E per sempre. «Sono cadute le barriere agli acquisti sul web — spiega Valentina Pontiggia, direttrice dell'Osservatorio e-commerce B2C del Politecnico di Milano —. Prima, solo un italiano su tre acquistava online. Ora, soprattutto grazie alla spinta delle prime fasi della "quarantena", sono aumentati i nuovi clienti digitali, per il food addirittura del 100%, con scontrini medi più alti (del 26% secondo GfK). Molti resteranno anche in futuro». Per la grande distribuzione è un momento cruciale, con ordini anche



decuplicati rispetto allo stesso periodo del 2019. «Il food&grocery valeva appena l'1,1% della spesa online degli italiani (31 miliardi tra prodotti e servizi nel 2019), contro il 27% dell'informatica — nota Pontiggia —. Ma se alcune grandi catene si erano mosse bene per tempo, come Esselunga (*nella foto*, Marina Caprotti), altre hanno rimandato, troppo a lungo, gli investimenti per il canale online, se pensiamo che fino a un mese fa il 69% del Paese non era coperto da servizi di ordine via web e consegna. Alla fine della crisi, accadrà anche che il consumatore maturo non sarà per forza alla ricerca di una consegna gratis o iper scontata, se il servizio fornito sarà all'altezza». Ma l'emergenza non cancellerà il retail tradizionale. «La via è l'integrazione, anche con abbonamenti per la consegna. La tecnologia sarà finalmente vissuta come abilitatore. Lo stanno capendo anche i piccoli, che oggi prendono ordini su WhatsApp o Facebook», dice Pontiggia. Nessuna nuvola all'orizzonte? «Settori strategici per il made in Italy e già ben avviati sull'online, come abbigliamento e lusso, sono in difficoltà: per loro serve che la crisi finisca il più presto possibile».

Francesca Gambarini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il packaging innova e batte la Germania

È un comparto industriale che vale circa 8 miliardi di euro di fatturato. E il traino è sempre venuto dall'export (78% dei ricavi) che nel 2019 ha battuto per la prima volta la Germania. È animato da 600 aziende il settore delle macchine per il packaging, che trova le sue radici profonde nella «meccanica valley» emiliana. Dove le imprese stanno resistendo, soprattutto quelle grandi che forniscono macchinari sofisticati alle multinazionali della farmaceutica e ai big dell'alimentare. Nomi come Ima, Coesia e Marchesini, tutti e tre emiliani, i maggiori gruppi italiani che hanno i loro punti di forza in Europa. Le difficoltà non mancano in questa fase di lockdown e vengono proprio dalle esportazioni. I macchinari, sempre più «intelligenti», necessitano infatti di collaudi fatti da team di ingegneri e tecnici che devono recarsi negli impianti dei clienti esteri. Ma per un'industria che serve nomi come le farmaceutiche Sanofi, Johnson &



Johnson, Bayer e come multinazionali dell'alimentare come Nestlé, Coca Cola, Ferrero e Barilla il rimedio si trova nella tecnologia e nell'innovazione. Come dire, la crisi spinge alla sperimentazione. «Nella progettazione e costruzione di macchine automatiche c'è bisogno di innovare continuamente. Ima, con il programma Ima Digital, sviluppa da tempo sistemi di controllo remoto. Si tratta di macchine smart, equipaggiate con sensori che consentono di misurare le funzioni e segnalare i malfunzionamenti, permettendo tra l'altro di identificare i tempi ottimali per manutenzioni fondamentali per la vita in salute della macchina» afferma Alberto Vacchi (*nella foto*) presidente del gruppo Ima i cui 1,6 miliardi di ricavi vengono in larga parte da farmaceutica (43,9%) e food (50,4%), i settori che meglio rispondono alle necessità imposte dall'emergenza. Le grandi realtà investono ogni anno circa il 10% dei ricavi in ricerca, molto in Big data e Internet of things. E questo aiuta a ripartire. Per le realtà più piccole ci potrebbe essere una fase più critica.

Daniela Polizzi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'ARROCCO DI CHI SOFFRE

Dai viaggi ai trasporti, dalle costruzioni alla mobilità: tutti in difesa studiando le contromosse



Il turismo punta sul fattore «vendetta»

Il turismo è uno dei primi settori che fa sperare in una ripresa dopo la crisi. Ne sono convinti gli operatori del settore e Confturismo-Confcommercio, che ha lanciato un sondaggio realizzato in collaborazione con Swg secondo cui 7 intervistati su 10 pensano che l'emergenza coronavirus durerà ancora due o tre mesi in Italia e la metà di loro ha intenzione di fare una vacanza appena l'emergenza sanitaria finirà e l'allarme sarà cessato. «Il turismo è il settore con i maggiori danni economici per effetto della pandemia Covid-19 — spiega in una nota Confturismo —. Tutta la filiera turistica, dalla ricettività alla ristorazione, dai tour operator e agenzie di viaggio ai servizi di spiaggia, è ferma e le previsioni fino a maggio indicano perdite di quasi 90 milioni di presenze di turisti tra italiani e stranieri. Oltre 500 mila stagionali a rischio. Crolla l'indice di fiducia del viaggiatore italiano, perde 18 punti in un mese, il valore più



basso mai registrato in passato». Del resto con la mobilità bloccata non poteva che essere così. Malgrado tutto però dal sondaggio emerge che l'83% degli italiani farà vacanze in Italia; il 16% teme però di non avere una disponibilità economica sufficiente per farla; il 44% degli intervistati la farebbe se potesse detrarre parte del suo costo. Questo ci mostra il turismo come uno dei primi settori che fa sperare in una ripresa dopo la crisi. Con effetti su tutto il paese. Non bisogna dimenticare infatti che, secondo dati Istat, 100 euro di transazioni nel turismo ne generano ulteriori 86 in altri settori. «Sostenere il turismo adesso significa investire in un settore che mette in moto a sua volta altri consumi portando ossigeno all'economia dell'intero Paese — spiega Luca Patané (nella foto), presidente di Confturismo - Confcommercio —. Rendiamo anche detraibili per due anni le spese di vacanze di almeno tre notti delle famiglie italiane che soggiornano nelle strutture ricettive. Questo potrebbe essere un buon incentivo per il recupero del settore e un'accelerazione al ritorno alla normalità».

Isidoro Trovato
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Treni e aerei, anche per oggi non si parte

È un quadro in chiaro-scuro quello dei trasporti, dove l'area più a rischio è quella passeggeri, che non prevede recuperi nel breve, mentre per le merci il problema è il collo di bottiglia delle frontiere e dei porti per il trasporto su gomma, mentre il sistema regge su ferro. Fosco l'orizzonte per le compagnie aeree: la Iata stima perdite di entrate globali per il 2020 che vanno dai 63 a 113 miliardi di dollari. I prezzi delle azioni delle compagnie sono scesi di quasi il 25% dall'inizio dell'epidemia, circa il 21% in più rispetto alla crisi della Sars del 2003. Aerei a terra per tutti, è prevedibile che ogni Paese cerchi di salvare la compagnia di riferimento, Alitalia nel nostro caso (nella foto, il commissario Giuseppe Leogrando), che dovrebbe assicurare i collegamenti essenziali. Resta un punto interrogativo per le low cost: i governi nazionali potrebbero approfittare del momento per rivedere al ribasso le regole generali.



Il trasporto ferroviario passeggeri si è fortemente contratto: solo nell'Alta velocità si è passati da 413 treni veloci quotidiani (Trenitalia più Italo) agli attuali 10 (-98%). Per il trasporto pubblico locale la vendita dei biglietti è ormai praticamente azzerata. E non è poco, visto che le oltre cento aziende con oltre 120 addetti traggono dai contratti di servizio con gli enti solo la metà dei loro ricavi. Il primo decreto Cura Italia non ha previsto nulla che non siano gli ammortizzatori sociali, ma il ministero dei Trasporti ha da poco disposto che venga rilasciata la prima tranche del Fondo per il Tpl su ferro e su gomma per il 2020, pari a 1,6 miliardi. Quanto alla movimentazione delle merci, Confetra ha stimato su base annua una contrazione dei volumi tra il 20 e il 25%. Se l'interscambio commerciale dell'Italia con il resto del mondo fletterà di circa 150 miliardi, in termini di merci movimentate ciò equivarrà a circa 18 miliardi di fatturato in meno per l'intero settore della logistica e del trasporto merci. Un grosso infarto, dunque, per un settore che però non si è mai fermato.

Antonella Baccaro
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nuove case e ristrutturazioni: il conto più duro

Il settore delle costruzioni, che già scontava una crisi profonda con moltissime imprese sull'orlo del fallimento a causa soprattutto della contrazione degli investimenti pubblici, potrebbe perdere nel 2020 da un 8,3% di fatturato fino a un 23,1% nello scenario più pessimistico, secondo le stime del Cerved. La decretazione d'emergenza ha previsto la sospensione di quasi tutti i cantieri, per un trimestre, per gli interventi di riqualificazione edilizia e le nuove costruzioni che non siano di pubblica utilità, ad eccezione delle infrastrutture strategiche e di edilizia sanitaria. Tenendo presente questo blocco, la stima preliminare presentata nei giorni scorsi dagli analisti del Cresme, è di 34 miliardi di euro di investimenti che saranno persi nell'anno in corso, per un totale di 107 miliardi anziché 141. In termini percentuali, e comprendendo gli investimenti in nuova



edilizia e manutenzione straordinaria, il decremento potrebbe essere del 22,6% rispetto al 2019. Dieci anni fa, nell'anno peggiore per il settore, la discesa degli investimenti era stata del 9,6%. Il calo più significativo dovrebbe riguardare il settore delle nuove abitazioni (-22,6%) e delle ristrutturazioni (-23,5%), con una perdita rispettivamente di 3,9 miliardi e di 13,2 miliardi. Per il settore non residenziale le perdite si attesterebbero a 3,2 miliardi per il non residenziale nuovo privato, 1,3 miliardi per il pubblico, 6,8 miliardi per la riqualificazione privata e 1,7 miliardi per quella pubblica. In calo anche del 12,6% gli investimenti in opere infrastrutturali, sia nell'ambito di nuove costruzioni che di manutenzione straordinaria. Il presidente dell'Ance, Gabriele Buia (nella foto), ha chiesto al governo di immettere immediatamente liquidità nel sistema attraverso le vie più brevi e ha annunciato la presentazione di «un nuovo Piano Marshall basato sugli investimenti pubblici e sul sostegno di quelli privati».

A. Bac.
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Auto azzerata L'Europa chiude 229 fabbriche

Collassato. Azzerato. Sparito, fino a tornare ai livelli degli anni 60. Sono le immagini usate per dare l'idea. In Italia, in Europa, nel mondo. È difficile del resto definirli in altro modo, i tracolli che hanno portato il mercato dell'auto a chiudere marzo con perdite tra il 72% della Francia e l'85% del nostro Paese. E tuttavia, nemmeno questi dati rendono davvero la drammaticità del quadro Covid-19 per un settore che già non se la passava benissimo. In sé sono soltanto numeri: non bastano a raccontare per intero la storia. Quella è fatta anche e soprattutto di persone. Per l'Europa «industria dell'auto» vuol dire 2,6 milioni di posti di lavoro diretti, che salgono a 13,8 con tutto ciò che ci gira intorno. Qui c'è il 6,1% degli occupati Ue, da qui arriva il 7% del Pil. In Italia le percentuali sono altrettanto strategiche: 5,6% del Pil, 250 mila addetti, un moltiplicatore occupazionale superiore a tre con l'indotto. È ovvio che, oggi, la priorità sia la salute. E la produzione di auto



non è un'attività «essenziale». Difatti le 229 fabbriche del continente sono tutte chiuse e la metà dei 2,6 milioni di lavoratori aspetta a casa il ritorno alla normalità. Ad aprile e maggio andrà peggio. Un recupero possibile dal secondo semestre non esclude bilanci pesantissimi a fine anno: Italia giù del 35%, Europa del 13,6%, mondo del 12%. Sedici giorni (media Ue a marzo) di blocco sono bastati a creare crisi di liquidità. I primi a esserne colpiti i concessionari: non pochi vedono vicinissima la chiusura definitiva. Ma non c'è impresa che non sarà toccata. I vertici di tutte le associazioni automotive europee (nella foto Mike Manley alla guida di Acea e ceo di Fca) hanno scritto a Ursula von der Leyen lanciando l'allarme: «Senza entrate, molte società avranno significativi problemi. Per alcune è questione di settimane». Sì, il mercato prima o poi invertirà la curva (come in Cina). Ma senza interventi di politica industriale anche il «prima» sarà, per tanti piccoli e medi, troppo tardi. E la Cig rischia di essere superata: nell'auto sono i licenziamenti, già, il fantasma che si aggira per l'Europa.

Raffaella Polato
© RIPRODUZIONE RISERVATA



RICOMINCIAMO DA NOI
PER ALPITOUR SARÀ
ITALIA FIRST
(SENZA LASCIARE
INDIETRO I PICCOLI)

GABRIELE
BURGIO

STEFANO SCARPIELLO / IMAGOECONOMICA

«**R**ipoteremo gli italiani a fare le vacanze in Italia. Siamo il Paese che per primo ha subito l'ondata dei contagi e quindi per primo dovrebbe uscire dall'emergenza. Bisogna ripartire dall'Italia, il turismo è un asset che ha grande valore perché rappresenta il 13 per cento del Pil e il 14,9 per cento dell'occupazione: vuole dire un totale di 3,5 milioni di addetti a livello nazionale, per un giro d'affari di 232,2 miliardi. Questo è il Paese più bello del mondo. Certo, dei quasi 2 miliardi di ricavi di Alpitour, circa 500 sono i servizi venduti ai turisti stranieri. Quelli sono perduti per quest'anno ma possiamo raddoppiare il fatturato nelle città storiche e sulle spiagge della Penisola. Sono un bene inestimabile. E in un momento in cui Ryanair ed EasyJet hanno messo gli aerei a terra la nostra compagnia Neos air può trovare più spazio per i collegamenti che ora mancano. Abbiamo effettuato voli umanitari per rimpatriare 21mila italiani dall'estero.

E ora siamo a disposizione dello Stato e delle altre compagnie aeree».

È pieno di idee Gabriele Burgio per rilanciare un settore che è stato travolto dal lockdown delle attività, deciso dal governo per frenare l'epidemia: «Da metà febbraio le destinazioni estere care agli italiani chiudevano, venendo giù come birilli. Poi dal 9 marzo il turismo si è spento». Classe 1954, fiorentino (e di fede viola), il manager-imprenditore dal 2012 è presidente e ceo di Alpitour, il primo gruppo nazionale del turismo che all'estero si confronta con grandi realtà. Alle spalle ha 25 anni trascorsi in questo settore, prima in Nh hotel (protagonista dell'acquisto di Jolly hotel in Italia) e ora è impegnato a fare crescere il numero uno delle vacanze. «Il sostegno — spiega — viene dagli azionisti». La galassia di Giovanni Tamburi ha investito 160 milioni nel tempo per salire al 70% del capitale.

Quali sono le priorità e i percorsi

«Dal 9 marzo il turismo si è spento», racconta il ceo del primo tour operator nazionale. Il piano per la ripartenza è deciso e sarà focalizzato in prima battuta sul mercato interno.

Ma serve «una strategia industriale del Paese».

Berlino ha salvato Tui, noi dobbiamo pensare alle pmi

di Daniela Polizzi

possibili per ripartire?

«Il turismo è un tessuto fatto da migliaia di piccole realtà, in larga parte da famiglie che peraltro sono parte dell'ossatura di Alpitour. Qui contiamo molti caduti se non si fa nulla. Un grande gruppo come Alpitour invece ce la può fare. È ben patrimonializzata e ha azionisti forti, disposti a sostenerlo. I piccoli invece avrebbero bisogno di interventi da parte dello Stato. Perché a crisi conclusa saranno realtà che rischiano di chiudere o finire in mani straniere a prezzi di sal-

do».

A che tipo di intervento pensa?

«Vedo quello che hanno fatto altri Paesi come la Germania che in due settimane ha messo sul piatto un assegno da 2 miliardi per salvare il gruppo Tui, dieci volte più grande di Alpitour, con una flotta di 120 aerei contro i nostri dodici. È stata una scelta lungimirante da parte di Berlino perché con la ripresa Tui si confermerà il più grande gruppo europeo del turismo. Non è un intervento da poco, dietro c'è una strategia industriale del Paese che ha scelto di salvare il più grande gruppo tedesco. Storia analoga in Norvegia dove il governo supporta Norwegian Airline con 500 milioni. Nei momenti difficili si compiono le scelte strategiche. Bisognerà capire da noi che direzione si vuole prendere. L'Italia delle imprese turistiche è un mercato frammentato ma molto vivace. Bisogna supportarlo perché tornerà a crescere».

Dietro la Asset Italia promossa da Giovanni Tamburi ci sono grandi famiglie di imprenditori come Angelini, Dompé, Loro Piana.

«Assieme abbiamo un progetto di lungo periodo, un piano per crescere ancora. Nel 2019 Alpitour ha d'altronde investito cento milioni a supporto del progetto. E c'è ancora spazio per aumentare la taglia».

Insomma, se sarà bisogno di altro supporto i soci non si tireranno indietro?

«Gli azionisti ci hanno sempre sostenuto. Sono convinto che si possa ricominciare. Certo, la fotografia attuale ritrae un gruppo i cui dipendenti e manager sono in solidarietà, l'85% del personale è in smart working. Ma nessuno è lasciato a terra, tutti stiamo impostando il lavoro per il futuro».

Su quali fronti agite?

«Tutti, perché per fortuna abbiamo costruito un gruppo articolato. Come sempre succede, vengono a frutto gli investimenti fatti nel tempo. Alpitour, per fare un esempio, ha comprato due anni fa per circa 100 milioni la Eden viaggi, il suo diretto rivale in Italia varando un'operazione chiave nel consolidamento del settore turistico. Abbiamo massa critica per reagire. Siamo il gruppo che porta più italiani all'estero, ora li faremo viaggiare in Italia. Ci sono poi gli alberghi e i resort di VOI hotels, la catena alberghiera del gruppo che possiede 17 strutture».

Ma come fate a gestire le prenotazioni e le disdette dei turisti?

«Stiamo emettendo migliaia di voucher per riprogrammare le vacanze quando questa situazione sarà passata. Penso che la stagione turistica si allungherà fino a ottobre. A tutti i clienti in partenza nelle prossime set-

E
● **Chi è**
Classe 1954, fiorentino, laurea in giurisprudenza, Gabriele Burgio fino al 2011 guida la NH Hotels e nel 2012 prende le redini di Alpitour con la missione di rilanciare il gruppo. Inizia la stagione delle acquisizioni: da Swan Tour fino a Eden viaggi. Burgio fa crescere la rete di alberghi e resort Voi hotel. Il gruppo passa da 960 milioni a 2 miliardi di ricavi e 71 di ebitda. Il sostegno viene dalla galassia di Giovanni Tamburi, salita al 70% del capitale a fianco di imprenditori come Angelini, Dompé e Loro Piana

timane è stato dato un voucher, pari alla somma versata, valido per un anno e utilizzabile per una nuova vacanza verso qualsiasi destinazione e con qualsiasi brand del gruppo. Semplifichiamo l'offerta e riduciamo il numero delle destinazioni, puntando su mercati con meno restrizioni come l'Egitto. È un lavoro enorme e un cambio di paradigma aiutato dagli investimenti in tecnologia del nostro piano Innova».

In che cosa consiste?

«È la rivoluzione digitale guidata da una squadra di 106 persone, di cui la metà sono tecnici dell'informatica. È l'unica area di business che non ha rallentato, anzi, e il progetto è fortemente condiviso tra tutti i lavoratori di Alpitour. L'idea è di mettere a punto un piano per dare più flessibilità al cliente, in un mercato che sta cambiando da tempo, una trasformazione che la crisi attuale renderà più celere. Il classico concetto di "pacchetto" ha perso contenuto, per durata e programma. In pratica, il cliente acquista servizi combinandoli tra loro. Abbiamo in rete 4mila alberghi e migliaia di voli che vogliamo gestire in modo più flessibile, seguendo le esigenze della clientela. Il cliente si sta professionalizzando, dobbiamo seguirlo. Su queste basi stiamo costruendo un'azienda nuova. Certo, ora è indispensabile riprendere a fatturare».

E la vostra compagnia Neos air?

«Penso che possa giocare un ruolo, anche perché in Italia il settore aereo attraverso difficoltà, non solo per il caso Alitalia, altre compagnie versano in difficoltà. Trovo che aiutando il trasporto aereo si possa sostenere l'economia e l'occupazione, salvaguardare il settore turistico. Neos ha organizzato sinora 80 viaggi per riportare le persone bloccate all'estero. Da ora affianca anche l'Unità di crisi della Farnesina per aiutare i connazionali a tornare a casa. Per Alpitour è un'attività chiave: il fatturato in questo momento lo facciamo con gli aerei, non con le vacanze. D'altronde il tema è di tutto il mondo che ha a che fare con il pubblico, da Gucci a Prada fino a Decathlon. Chi ha le spalle solide può ripartire più in fretta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

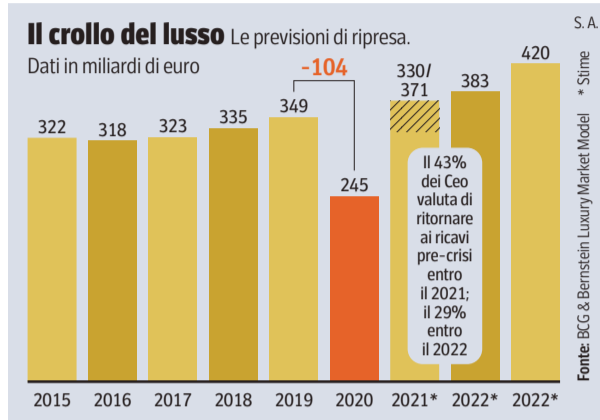


STUDIO DI BOSTON CONSULTING GROUP SULLE OPINIONI DI CEO E CFO

L'epidemia costerà 100 miliardi alla moda e al lusso

Il mercato dei beni personali di lusso perderà quest'anno più di un terzo del proprio valore a causa della pandemia di Covid-19. In termini di fatturato, si tratta di oltre 100 miliardi di euro a livello mondiale. È la nuova previsione di Boston consulting group, che ha aggiornato il primo report di febbraio, realizzato insieme a Bernstein sentendo gli amministratori delegati e Cfo del settore del lusso per verificare come i marchi stiano reagendo alla crisi e quali siano le loro aspettative di impatto economico.

Già allora la stima di chi guida le principali società del settore era di un calo dei ricavi globali attorno al 10%, ovvero tra i 30 e i 40 miliardi su un mercato che Bcg valuta essere stato complessivamente di 350 miliardi di euro nel 2019, ma in poche settimane l'estensione dell'epidemia a tutta Europa e agli Stati Uniti ha notevolmente peggiorato le previsioni arrivate adesso a un calo



del 30% delle vendite. Nonostante ci sia ancora una parte importante di ceo e cfo che ritiene che quanto perso sarà recuperato entro il 2021 (ma è diminuita dal 61 al 43%), una buona parte degli intervistati sposta adesso il ritorno ai livelli pre-crisi al 2022. I tempi si allungano in ogni caso: più del

50% ritiene che serviranno da 6 a 12 mesi (46% contro il 32% di febbraio) o oltre un anno (7%) perché la situazione si normalizzi.

Più forte l'impatto sul margine operativo lordo (Ebitda) che dal calo previsto del 15% a febbraio oggi è visto a -40%, equivalenti a circa 30 miliardi di euro. L'opinione di amministratori delegati e direttori finanziari potrebbe, però, essere persino troppo positiva secondo la società di consulenza che, in una propria ulteriore analisi, arriva a ipotizzare una perdita di margine operativo lordo quasi doppia, fino a 56-58 miliardi di euro. Tutto questo non potrà non avere riflessi su altri due parametri molto importanti. Il primo è la liquidità delle aziende: Boston consulting group ritiene che ci sarà una perdita fino a 70-72 miliardi. Il secondo riguarda la merce che resterà invenduta e che potrebbe raggiungere i 105 milioni di pezzi, dieci volte le stime di

solo poche settimane fa (quando era di 10-15 milioni di pezzi). Si creerà, a questo proposito, «un problema legato alla sostenibilità che le aziende del lusso dovranno affrontare». Non un tema di poco conto. In passato alcuni marchi avevano bruciato i prodotti rimasti invenduti per alleggerire i magazzini, con uno strascico di polemiche, ma il rischio contrario è quello di una distribuzione attraverso canali che possano danneggiare l'immagine del brand.

Solo negatività? Non per chi riesce a rivedere le proprie strategie di e-commerce «attraverso una maggior spinta sul canale online con iniziative precise, mirate, e soprattutto in anticipo rispetto ai propri competitor e che le posizioneranno nella categoria dei "winner" (vincitori, ndr)». Per conoscere i nomi dei vincitori ci vorrà un po'.

M. S. S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Beraldo (Ovs): la grande distribuzione non alimentare ha 1 milione di dipendenti e una filiera artigianale alle spalle

Serve un piano per rinviare le imposte, cartolarizzare i canoni dei negozi, depenalizzare i reati tributari di chi non paga

TASSE E AFFITTI, FERMATELI COSÌ

di Maria Silvia Sacchi

Stefano Beraldo lo dice con decisione: «Io, prima di pagare l'Iva in dogana su merci che non posso vendere, difendo l'azienda. Abbiamo 8mila dipendenti. Ogni amministratore delegato sensato non può che comportarsi così. Siamo in guerra. Per questo, la prima cosa da fare è congelare tutto. Come stimolare la ripresa lo vedremo dopo, quando l'emergenza sarà finita. Ma adesso bisogna evitare che il sistema collassi». Beraldo è amministratore delegato di Ovs, gruppo da 1,4 miliardi di ricavi, e uno dei maggiori esperti di grande distribuzione. È in questa sua veste che sta conducendo la partita perché il sistema, appunto, non crolli. «Parlo — dice — dopo aver chiuso un bilancio in crescita e con un fortissimo miglioramento della liquidità. Un'azienda sana, come la nostra, affrontando questa crisi con i propri mezzi si troverebbe al limite della sopravvivenza; ma dilazionando i pagamenti ai fornitori, non facendo fronte ai propri oneri come dovrebbe. Ecco perché bisogna agire subito». Il mercato è fermo e le vendite della distribuzione non alimentare, «se andrà bene», scenderanno del 30%, fino al 50% per chi è particolarmente esposto al turismo «che non avremo per un bel po'». Intanto, però, in Ovs, è stato istituito un fondo di solidarietà finanziato dalle retribuzioni dei dirigenti e destinato a chi dalla crisi è stato più colpito.

Un processo lungo

«Noi non siamo come, per esempio, un ristorante, che compra tutto fresco e al massimo perde ciò che ha acquistato una-due settimane prima. Il nostro processo parte sei mesi prima che si arrivi al negozio: concepiamo, disegniamo, ordiniamo, compriamo e paghiamo merce che non sarà venduta perché i negozi sono chiusi. Abbiamo già pagato, o dobbiamo farlo, l'Iva in dogana. Nonostante i negozi siano chiusi, ci sono da versare affitti,



Retail Stefano Beraldo, amministratore delegato Ovs

tassa di smaltimento rifiuti, Ires e tutta la serie di tributi nazionali e locali a cui una impresa deve far fronte in tempi normali. Ma oggi siamo in una situazione che mai si è vissuta prima e va affrontata con strumenti straordinari. Abbiamo iniziato a dialogare con il governo, speriamo di trovare ascolto concreto». Grande distribuzione non alimentare significa 110 miliardi di fatturato, 1 milione di dipen-

denti diretti, 5 miliardi l'anno di contributi versati allo Stato, 1 miliardo di imposte pagate, 20 miliardi di Iva. «A tutto questo dobbiamo aggiungere la filiera a monte, importantissima, di abbigliamento, accessori, elettronica, arredamento... prodotti fatti in Italia e per i quali il negozio è solo l'ultimo anello della catena». Piccole e medie imprese, artigiani, posti di lavoro che vanno protetti. Oggi, perché

domani sarà tardi. Un Paese evoluto — ragiona l'amministratore delegato di Ovs, che in precedenza ha guidato altri gruppi tra i quali De Longhi — è un sistema che si regge sui consumi interni e sulle esportazioni, «ma se crollano i consumi interni, dove esportiamo visto che è tutto in crisi? A chi vendono le grandi aziende produttrici italiane?». Cosa fare allora? Per prima cosa — dice — vanno rinviati i pagamenti di tutte le imposte dirette e indirette e i contributi, anche quelli dei dipendenti, «almeno fino a settembre, meglio fino a fine anno». Va sospesa l'Iva in dogana. Affrontato in modo sistemico il tema degli affitti, «i governi tedesco, polacco e altri lo hanno già fatto». La proposta di Beraldo, e del gruppo che lavora con lui per cercare di superare l'emergenza, è che i canoni vengano cartolarizzati

con la garanzia dello Stato, tramite Sace o Cpd: «Il retailer non paga per due trimestri, riscadenzando il debito che ha verso il proprietario dei muri; il quale, a sua volta, può farselo scontare dalle banche per rimborsare il conto capitale dei mutui sottoscritti». Ancora: «Serve una depenalizzazione di tutti i reati tributari per dichiarazioni che non vengono pagate. In alternativa, una moratoria dei tribunali, con il fermo di tutte le ingiunzioni di

pagamento. È necessario che il sistema fiscale introduca una riduzione delle aliquote Iva, per stimolare i consumi, e si abbassi l'Ires nei settori colpiti, il turismo, i trasporti, la distribuzione, la moda etc. Poi arriveranno i sostegni dall'Europa. E se non arriveranno l'Italia farà da sola, possiamo ancora emettere Bot e Btp, meglio gestire una inflazione al 2-3% che far fallire imprese sane con tutto il loro indotto».

Salvataggi

Quanto alla ripresa sarà «lentissima. Guardando a come si sta muovendo la Cina, e soprattutto Hong Kong che è «più simile a noi come composizione sociale», Beraldo prevede un calo dei consumi molto maggiore del 6% stimato da Confindustria. «Negli ultimi due mesi abbiamo già perduto il 16%, come si può immaginare di poterlo recuperare in questa situazione?». C'è, inoltre, un problema di liquidità.

«Sono certo — risponde — che il governo, anche attraverso i suoi strumenti a disposizione, per esempio Cassa depositi e prestiti, saprà trovare modo di intervenire anche a favore delle imprese medio-grandi, che solo apparentemente sono più in grado delle piccole di fronteggiare la crisi». Ovs negli ultimi anni è stata protagonista di molte operazioni di integrazione di altre aziende in difficoltà, come nel caso di Upim. «Questa crisi butterà fuori dal mercato altre aziende con enormi conseguenze sul piano occupazionale. Dobbiamo fare in modo che siano il minor numero possibile».

Se va bene, le vendite scenderanno del 30%. Per chi è esposto al turismo (che per un po' non avremo) anche del 50%

© RIPRODUZIONE RISERVATA