



I DATI DI CONFARTIGIANATO E CAMERA DI COMMERCIO

LE AZIENDE VEDONO ROSSO

Crespi e Pellegatta all'interno

«Aziende pronte a cambiare marcia»

Dall'osservatorio di Confartigianato i dati drammatici dei fatturati in calo, «ma c'è voglia di ripartire»

L'ATTESA

**Per molte attività
il banco di prova
è il medio periodo
ovvero l'autunno**

INTROITI

**Il 50,2% lamenta
il mancato pagamento
per servizi già resi
o prodotti venduti**

LEGNANO

di **Francesco Pellegatta**

Un crollo del fatturato: -62,2% nel mese di aprile e -47,9% a maggio. È il dato più significativo emerso dall'indagine compiuta dall'Osservatorio MPI di Confartigianato Lombardia sulle medie e piccole imprese del Milanese. Al di là dei freddi numeri, la sensazione generale è che l'entusiasmo per le riaperture e per la fase 2 sia andata progressivamente scemando in queste settimane. Lo ha spiegato il segretario di Confartigiana-

to Altomilanese, Giacomo Rossini, che ha fatto il punto sulla situazione dell'artigianato nel territorio: «La sensazione è che il momento della verità per capire i danni causati dal lockdown sarà l'autunno, cioè il medio periodo. Progressivamente si sta capendo che non si ripartirà dallo stesso punto nel quale ci eravamo fermati». Basta qualche cifra a metterlo in luce: per quasi il 66% degli artigiani-piccoli imprenditori il principale problema del post lockdown è stata l'assenza di nuovi ordini; mentre il 64% ha lamentato la man-

canza di liquidità. A questo proposito Rossini ha ricordato che «nell'ultimo decreto del Governo ci sono interventi a fondo perduto ma difficilmente questi risolveranno i problemi».

Un'altra questione da non igno-



rare è quel 50,2% di aziende che sta facendo i conti con il mancato pagamento dei prodotti già venduti o dei servizi già resi. Sul territorio, tra i settori che hanno patito di più la crisi, ci sono la moda, il fieristico e il turistico: «La stagione della moda è saltata. In particolare per quanto riguarda il calzaturiero l'indotto è fermo; dalle grandi firme non arrivano ordini e riesce ad andare avanti solo chi fa tutto da sé, perché le imprese che rientrano nella filiera sono davvero in difficoltà. Per non parlare di fiere e turismo con tutto il loro indotto; non dimentichiamo che dietro ci sono allestitori, catering, manutentori. E poi taxi, noleggio bus, lavanderie industriali, bar, ristoranti e tutta la filiera legata a Malpensa e Milano, i due poli che stanno intorno a noi». L'incertezza è tanta. A causa sia del mercato sia delle incognite sull'andamento dell'epidemia.

La metà degli artigiani non sa in quanto tempo si potrebbe recuperare un fatturato uguale a quello del periodo pre-covid, mentre il 30% circa stima almeno un anno. Nel frattempo procedure e burocrazia non aiutano. Basti pensare che 6 aziende

su 10 hanno dichiarato la difficoltà nel reperire i dispositivi per lavorare in sicurezza alla partenza della fase 2.

Esiste qualche dato in grado di dare un po' di speranza? Sì, da sempre uno dei punti di forza delle piccole e medie imprese è la capacità di adattarsi. Secondo l'osservatorio di **Confartigianato** il 60% degli intervistati ha intenzione di apportare dei cambiamenti per rilanciarsi, soprattutto nuovi canali di vendita, una svolta nell'organizzazione interna e l'ampliamento del numero dei committenti. Non solo. Il lockdown ha costretto tanti a ingranare la quarta sul fronte del digitale: il 57,8% ha attivato, migliorato o intensificato l'uso delle nuove tecnologie; in particolare 1 su 2 ha potenziato la parte dei social network. «Tengo a sottolineare il dato sull'impegno sociale delle medie e piccole imprese – ha aggiunto Rosini -. Tre su dieci hanno svolto azioni in favore delle fasce più deboli o donato qualcosa. In tutto questo noto con piacere che **Confartigianato** è stata un punto di riferimento per associati e non solo. L'84% si è rivolta a noi per aiuto e supporto, anche nel capire come muoversi e nel districarsi tra i decreti e la burocrazia».



Il 60% degli intervistati ha dichiarato di avere intenzione di apportare dei cambiamenti per rilanciare la propria attività anche su nuovi mercati