

# Il settore HoReCa è in ginocchio: migliaia di imprese sono a rischio

LA FOTOGRAFIA DI APINDUSTRIA CONFIMI VERONA SUGLI EFFETTI DEL LOCKDOWN DA COVID-19

Nelle ultime settimane sono arrivati timidi segnali di ripresa, in particolare da centro e nord Europa, che fanno pensare ad una prossima riapertura della nostra ristorazione. Tuttavia, come sottolinea Pietro Marcato, presidente del Settore Alimentare di Apindustria Confimi Verona, la situazione di tutto il comparto HoReCa (Hotellerie-Restaurant-Café) rimane critica.

## SERVONO MISURE CERTE

Tornano dunque a lavorare molte piccole e medie imprese scaligere del settore alimentare, dopo gli effetti negativi della pandemia. Il canale estero è essenziale per la sopravvivenza delle Pmi italiane, che hanno fatto conoscere nel mondo l'eccellenza dei prodotti Made in Italy. Tuttavia la battuta d'arresto imposta dal Covid-19 agli esercizi dell'HoReCa ha inciso gravemente sulle opportunità di mercato delle aziende che, in via esclusiva o prevalente, si affidano a questo canale di vendita. Gli aumenti registrati per alcune categorie merceologiche nella grande distribuzione non hanno compensato le ingenti flessioni. Di conseguenza parecchie aziende, in particolare modo le più piccole, non sanno se e come ripartiranno per man-



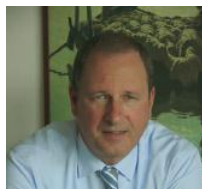
## IL QUADRO Tornano gli ordini provenienti dal nord e dal centro Europa, ma l'intero settore vuole indicazioni per poter ripartire

canza di liquidità e aiuti decisivi. Una constatazione condivisa anche dallo stesso Marcato: "La prospettiva di riapertura della ristorazione - ha spiegato - in particolare in Germania, Repubblica Ceca, Olanda e Danimarca ha ridato fiducia a grossisti e distributori europei. La ripresa degli ordinativi esteri, sempre però molto inferiori

ai quantitativi abituali, è segnalata a partire da questa settimana. Un primo, seppur piccolo, segnale di ritorno alla normalità".

Il mercato italiano sembra essere però ancora sopito: "Certamente siamo in attesa delle prossime direttive del governo - ha puntualizzato Marcato - ma pronti a iniziare quel lunghissimo percorso che permetterà di superare la profonda crisi che ha messo in ginocchio il settore florido del consumo fuori casa". In vista del 18 maggio tra i distributori c'è attesa: "Nelle aziende si auspica la ripartenza, sebbene con limitazioni per i pubblici esercizi. Mi auguro che il governo dia ai più presto indicazioni alle Regioni per permettere agli esercizi di prepararsi al meglio".

## FUORI CASA



## CROLLANO I CONSUMI, L'EXPORT SOPRAVVIVE

Al momento le migliori opportunità per il settore HoReCa sembrano arrivare dall'export, a cui si è orientato il 60% delle Pmi veronesi. Come ha sottolineato Pietro Marcato, presidente del Settore Alimentare di Apindustria Confimi Verona, queste realtà hanno lavorato nonostante mille difficoltà. Un dato che si riflette a livello nazionale per le 600 attività imprenditoriali di Confimi Industria. In Italia il consumo di prodotti alimentari fuori casa (il 24,7% delle vendite), rimane in perdita, con crollo dell'80% degli ordinativi da inizio pandemia.



## VITIVINICOLO

### Tra i più colpiti

La filiera vitivinicola ha risentito di questo periodo di chiusura in maniera importante. Esistono centinaia di aziende scaligere, infatti, che - essendo poco presenti sugli scaffali dei supermercati - fondano il proprio business sulle vendite nel settore HoReCa. "In previsione della nuova vendemmia - come ha precisato Apindustria Confimi Verona - si sta valutando la distillazione straordinaria di parte della produzione 2019 invenduta". Un'iniziativa che la dice lunga sulla difficile congiuntura che affronta tutto il comparto.

## PRODOTTI INVENDUTI

Le Pmi del settore vitivinicolo stanno valutando di reagire alla crisi distillando, in via straordinaria, la produzione 2019 invenduta

## SALUMI E VENDITA

### Eccellenze in crisi

Anche i produttori di eccellenze agroalimentari come salumi, formaggi e verdure lavorate attraversano un periodo di crisi. Oltre alle mancate vendite, evidenziano problemi di approvvigionamento con decisi aumenti delle materie prime e difficoltà della raccolta sul campo. Una difficoltà a cui si affianca anche quella delle vendite nella distribuzione moderna.

Dopo le spese effettuate a marzo, si registra da dopo Pasqua un calo del valore delle vendite pari al -15,5% (dati Nielsen).



## I DATI NIELSEN

Maggioremente colpito è il comparto della drogheria alimentare (-33%), ma calano anche bevande (-17,9%), vino (-15,2%) e pasta fresca (-25%)