

Confesercenti: previsione sui consumi dei prodotti tipici e tradizionali delle festività pasquali 2025



VITERBO – “Come da tradizione, anche nell’incertezza delle previsioni meteorologiche, la Tuscia registrerà per le festività pasquali un flusso di presenze di turisti, per la maggior parte italiani.

Non mancherà il tradizionale pranzo di Pasqua insieme ai famigliari nella propria abitazione e c’è chi invece si recherà al ristorante, prediligendo il mare, i laghi, le città d’arte e le località termali. Anche nel giorno di Pasquetta in molti si recheranno al ristorante e le strutture che saranno aperte potrebbero registrare il tutto esaurito. La filiera turistica commerciale ed agroalimentare è pronta anche quest’anno a fidelizzare i turisti, nella stragrande maggioranza, come detto, italiani ed anche un po’ europei, soprattutto tedeschi, questi ultimi sono previsti di passaggio nella zona dei laghi e lungo il tragitto della Via Francigena – **dice Vincenzo Peparello, presidente Confesercenti Viterbo** -.

Molte presenze si registreranno anche nei centri termali. Le aspettative sono positive in tutti i reparti specializzati della ristorazione (macellerie, salumerie, pescherie, forni, pasticcerie e frutterie).

Per la domenica di Pasqua si prevede un pranzo rigorosamente tradizionale all'insegna della qualità e della tradizione della Tuscia.

I piatti tradizionali a base di carni suine, ovine e bovine e di pascoli viterbesi e della Maremma laziale saranno accompagnati dai contorni dei nostri carciofi, asparagi, le patate novelle e dalle insalate. Saranno richiesti anche piatti di carni alternative e bianche come ad esempio l'arroccato di tacchino e anche piatti a base di pesce. Sempre molto apprezzati gli oli extravergine di oliva, i formaggi e i salumi e di tutte le produzioni DOP, DOC, IGT e delle eccellenze enologiche locali utilizzate per gli abbinamenti di pranzi e di cene.

Molte famiglie, inoltre, festeggiano la Pasqua anche con la tradizionale colazione prima della funzione religiosa.

Non mancherà la corallina, il rinomato salame pasquale ma anche il capocollo, il lombetto e i formaggi pecorini di alta qualità dei nostri produttori, allevatori e maestri casari.

Per quanto riguarda i dolci, ce ne sono per tutti i gusti: un consumo sempre molto alto si prevede per le pizze di Pasqua sia dolci che salate, le colombe classiche e farcite e le uova di cioccolato rigorosamente artigianali.

Le uova di cioccolato, ma anche cioccolato con soggetti vari come coniglietti e campane, e dolci farciti, prodotti dalle pasticcerie e dai forni specializzati sono ormai delle vere e proprie opere d'arte, realizzate con dediche e molto attente al design e a materie prime di qualità.

Bisogna dire che rispetto ai consumi si spende di più a causa dei rincari ma la qualità rimane alta: abbiamo segnali positivi sia per l'autoconsumo di prodotti tipici di qualità e delle eccellenze. E' importante difendere il made in Italy ancora poco tutelato a livello nazionale e internazionale - **conclude Peparello** -. Raccomandiamo ai cittadini residenti di rivolgersi ai produttori locali e alle attività di fiducia. I nostri produttori vanno premiati così come i nostri prodotti. In crescita anche l'acquisto nei pubblici esercizi di prodotti che vengono cucinati e somministrati alla clientela e ai turisti agli avventori. Insomma possiamo dire per quanto riguarda il pranzo di Pasqua e di Pasquetta anche per questo periodo la Tuscia a tavola si riconferma regina con le sue eccellenze agroalimentari e i suoi prodotti tipici molto richiesti dai turisti".

“VisiTuscia Expo 2024” nel segno della Cultura, dell'Enogastronomia e del Turismo Religioso



VITERBO – Si terrà dal **21 al 23 novembre**, nell'ambito della

DMO (Destination Management Organization) **“Expo Tuscia”**, l’edizione 2024 di **“Visituscia”**, la Borsa del Turismo e dell’Enogastronomia della Tuscia viterbese, organizzata dal **CAT** Centro Assistenza Tecnica di Viterbo. Quest’anno l’attenzione sarà riservata al Turismo Religioso in previsione dell’Anno Giubilare 2025.

L’iniziativa promozionale si terrà nel Viterbese con un programma itinerante che vede protagonisti i comuni e le imprese del territorio localizzati anche lungo la direttrice della Via Francigena. L’obiettivo è quello di presentare le eccellenze viterbesi con il coinvolgimento interessato delle aziende, per far conoscere quanto di interessante il territorio possa offrire, non solo dal punto di vista dell’ospitalità ricettiva ma anche enogastronomico, culturale, ambientale, termale e religioso.

*“Per rispondere a questa esigenza – dichiara **Vincenzo Peparello** presidente della DMO “Expo Tuscia” – nel corso della manifestazione, si visiteranno aziende, cantine e si potranno degustare alcune fra le più apprezzate specialità culinarie locali. Ma lo sguardo quest’anno sarà proiettato al futuro e in modo particolare al prossimo anno, quando l’Italia e il mondo intero celebreranno l’Anno Giubilare. Per questo abbiamo voluto mettere nel programma della manifestazione due visite speciali: alla Chiesa di Santa Cristina a Bolsena, dove nel 1263 avvenne il Miracolo Eucaristico da cui, l’anno seguente, fu istituita la Festa del Corpus Domini, e al Palazzo dei Papi a Viterbo, sede Pontificia dal 1257 al 1281. Sarà comunque l’intero tragitto della Via Francigena che attraversa la provincia, da Proceno fino a Roma, a catalizzare l’attenzione dei turisti il prossimo anno. La presenza di numerosi operatori del turismo organizzato, vorrà essere, ha concluso Peparello, l’avvio di un ponte comunicativo e comunitario, nella prospettiva dell’accoglienza per il prossimo Anno”.*

Un appuntamento di promo commercializzazione, dunque, per Operatori turistici, Tour Operator, Agenti di Viaggio, Startup, Blogger e Giornalisti della stampa specializzata dei settori turistico,

enogastronomico e religioso. Il progetto della DMO “Expo Tuscia”, ammesso e finanziato dalla Regione Lazio, si sostanzierà su più fronti generando una vetrina ricca di contenuti da portare alla ribalta di un vasto pubblico anche grazie all’ausilio delle nuove tecnologie che consentiranno di ridurre le distanze e generare più ampi interessi.

*“Expo Tuscia” è una delle poche DMO nel Lazio che copre diversi tipi di cluster con prodotti alternativi e complementari, nonché di offerte di nicchia legate alla sua cultura, tradizioni e all’enogastronomia, afferma il Destination Manager **Francesco Comotti**. Il Consorzio si pone quindi come promotore di dialogo e interazione tra le realtà del territorio, anche grazie al suo ampio partenariato pubblico e privato, attuando azioni di condivisione delle linee strategiche di sviluppo tra le varie realtà coinvolte. Questa edizione del 2024, conclude il Manager, si arricchisce anche della collaborazione di importanti reti di impresa che fanno parte della DMO”.*

Torna il mercato dentro le mura della città (VIDEO)



di MARIELLA ZADRO –

VITERBO – Dopo un periodo di circa quattro anni nel quartiere

del Carmine, oggi sabato 3 agosto, il mercato del sabato torna in una sede storica: piazza della Rocca.

Le 45 bancarelle sono ben distribuite su tutta la piazza, con spazi equilibrati, tranne quattro situate all'inizio di piazza Sallupara, che rispetto alle altre rimangono un po' nascoste.

Tra il pubblico il presidente di Confesercenti, **Vincenzo Peparello** che commenta positivamente la scelta fatta dall'amministrazione comunale:

“Anche se è un sabato d'agosto, c'è un bel movimento, tutte le attività che vertono sulla piazza, Bar e negozi di vari generi, stanno lavorando. Molti sono arrivati a piedi, considerando che a pochi passi dal centro, in piazza San Faustino c'è il mercato giornaliero di frutta e verdura, ma controlleremo meglio i flussi di affluenza per trovare situazioni migliori anche per i parcheggi”.

Presenti anche i responsabili di categoria che hanno voluto sostenere questo nuovo spostamento del mercato.

Proprio in una bancarella di Sallupara è presente il segretario Nazionale dell'ANA UGL (Associazioni Nazionali Ambulanti) Marrigo Rosato.

“Lo spostamento del mercato al centro della città è da apprezzare molto, perché il mercato è un punto di relazioni, è un luogo di vita sociale e soprattutto, quando vivono dentro la città, portano movimento. Presenteremo all'amministrazione comunale un progetto, che stiamo curando a livello nazionale, “I mercati dei Borghi” per comunicare suggerimenti e arricchire le iniziative attuali”.

video di Mariella Zadro ed Anna Maria Stefanini













Guide turistiche: in vigore dal 13 luglio la riforma, sanzioni fino a 12.000 euro per gli abusivi



VITERBO – E' entrato, in vigore dal 13 luglio il regolamento attuativo della riforma della professione di guida turistica.

Sono quindi operative le sanzioni sia per chi esercita illegalmente la professione di guida turistica sia per chi si avvale di guide non autorizzate: l'auspicio è che sia un punto di svolta nella lotta all'abusivismo e all'irregolarità nella professione".

Così Micol Caramello, Presidente di Federagit, l'associazione che riunisce le guide e gli accompagnatori turistici di Confesercenti.

Con la riforma spetterà esclusivamente alle guide turistiche abilitate lo svolgimento di visite guidate: quindi, ora, i soggetti non abilitati sorpresi ad esercitare abusivamente la professione potranno essere multati dagli organi di polizia locale, dalle autorità di pubblica sicurezza e da ogni altro

soggetto autorizzato con una sanzione da 3.000 a 12.000 euro.

Anche gli intermediari turistici – online o offline, italiani o esteri – potranno essere sanzionati (da 5.000 a 15.000 euro) se non impiegheranno, per i propri servizi, una guida turistica abilitata.

Stessa sanzione è prevista anche ai responsabili degli istituti e dei luoghi della cultura aperti al pubblico, anche appartenenti a soggetti privati, che non dovessero utilizzare una guida turistica abilitata o che dovessero interdire od ostacolare in qualsiasi modo l'ingresso della guida turistica e lo svolgimento della relativa attività.

“Abbiamo atteso per oltre dieci anni la riforma, e ora chiediamo ai Comuni di attivarsi quanto prima per recepire ed applicare le novità, iniziando finalmente i controlli. Anche nei confronti delle ‘guide’ straniere in prestazione occasionale”, commenta Caramello. “Ora gli enti locali hanno a disposizione tutti gli strumenti necessari non solo per intervenire contro l'esercizio di abusivi che da troppo tempo imperversa nel comparto, ma anche per chiarire alcune situazioni borderline che ostacolano le guide nello svolgimento della professione.

Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, sarebbe utile intervenisse anche il Ministero della Cultura per sensibilizzare le strutture museali: non devono impedire l'accesso alle guide autorizzate, che hanno oltretutto diritto ad entrare gratuitamente per motivi di studio e formazione”.

Sul tema interviene anche il Presidente Provinciale della Confesercenti Vincenzo Peparello che accogliendo favorevolmente la pubblicazione del regolamento esprime totale entusiasmo per una normativa indirizzata soprattutto a sconfinare l'abusivismo ed alla tutela delle professionalità quali risorse importanti per lo sviluppo turistico locale e globale.

Lavoro, Confesercenti: “Continua consolidamento dell’occupazione, ma a trainare la ripresa sono gli over 50”



VITERBO – L’occupazione continua a rafforzarsi: nel quarto trimestre 2023 si registra un aumento di 481 mila occupati nell’anno, e anche gli indipendenti segnano un lieve recupero (+51mila unità, l’1% in più), tornando sopra la soglia dei 5 milioni. Un consolidamento positivo, su cui però influiscono anche fattori demografici: a trainare la ripresa, infatti, sono soprattutto i lavoratori over 50.

Così Confesercenti commenta i dati Istat sul mercato del lavoro nel IV trimestre 2023.

Nell’ultimo anno, il tasso di occupazione degli individui sopra i 50 anni è cresciuto a quasi il doppio della velocità

delle altre classi d'età (+2 punti rispetto ai +1,2 punti dei 35-49enni e dei giovani tra 15 e 34 anni). Si tratta di un fenomeno non nuovo, in atto da quasi 20 anni: tra il 2004 ed il 2023, i lavoratori over 50 sono aumentati di oltre 4,5 milioni di unità (+3.944 tra i dipendenti, +626mila tra gli indipendenti), mentre le classi di età più giovani si sono ridotte di quasi 3,3milioni: quasi -1,5 milioni in meno tra i dipendenti e poco meno di 1,8 milioni in meno tra i lavoratori autonomi, classe che include imprenditori, liberi professionisti, lavoratori in proprio, coadiuvanti familiari collaboratori e soci di cooperativa.

Nel complesso questo invecchiamento è dovuto, da un lato, al progressivo passaggio, per ragioni anagrafiche, delle generazioni dei baby boomers degli anni 60 all'ultima classe di età, quella che comprende gli individui con più di 50 anni, avvenuta tra l'altro in un contesto in cui le condizioni per l'accesso al pensionamento si sono inasprite, ma anche per la situazione demografica, che vede essersi fortemente ridotto il tasso di natalità negli ultimi 40 anni. Si consideri che, dal 2004 al 2023, la popolazione di 15-24 anni è diminuita di 250mila unità (il 4%), ma quella della classe 25-34 anni di quasi 2,4 milioni, il 27,6%. Nel complesso il 18% di popolazione in meno in queste fasce, nonostante una crescita complessiva di quasi 1,4 milioni (il 2,4%).

“La crescita del numero di lavoratori è certamente un fatto positivo: l'aumento degli occupati è un elemento chiave, in questa fase, per sostenere il reddito delle famiglie e, quindi, i consumi. Bisogna però agire per moderare il progressivo invecchiamento della forza lavoro”, commenta Confesercenti.

“Dobbiamo contrastare questa tendenza con strumenti ed agevolazioni che favoriscano l'assunzione di giovani, magari proseguendo in prospettiva con la staffetta generazionale a fronte di pensionamenti anticipati. Così come servono misure

mirate a rinforzare il sistema di formazione e delle politiche attive, insieme ad una formazione mirata per l'avvio di nuove imprese: il calo di giovani nel lavoro autonomo è senz'altro dovuto anche a persone fuoriuscite completamente dalla condizione di occupato, presumibilmente per raggiunti limiti di età (oltre 1 milione), ma anche perché sembra essersi interrotto qualsiasi flusso in entrata di un certo rilievo: i giovani non riescono più a fare impresa. Un dato che non può che preoccupare”.

Vendite, Confesercenti: “Inflazione continua a pesare sul potere d'acquisto delle famiglie e sulle imprese”



VITERBO – Nonostante il rallentamento degli ultimi mesi dello scorso anno, l'inflazione continua a pesare sui portafogli delle famiglie, che continuano a spendere di più per acquistare di meno. Una dinamica evidente anche nelle vendite del commercio al dettaglio, che a gennaio segnano un calo

tendenziale del -2.1 in volume.

Così Confesercenti commenta le rilevazioni diffuse oggi da Istat sulle vendite al dettaglio di gennaio.

Dopo un 2023 che aveva chiuso con una caduta verticale delle vendite in volume soprattutto per i piccoli negozi, questo inizio d'anno non si presenta sotto i migliori auspici.

Il quadro delle vendite, infatti, desta preoccupazione perché riflette una situazione ancora di forte criticità per la ripartenza dei consumi reali delle famiglie. È fondamentale intervenire con forza per ridare ossigeno ai consumi, spingendo sull'acceleratore nel solco già tracciato dalla riforma fiscale: alleggerire la pressione delle imposte, in particolare sul lavoro, ed intervenire sulla detassazione degli aumenti contrattuali, è la via maestra per far ripartire i consumi e l'economia.

Vendite, Istat: “a gennaio vendite +1% in valore, -2,1% in volume”

La Confesercenti comunica i dati di previsione per il Natale 2023 (VIDEO)



di MARIELLA ZADRO –

VITERBO – “Natale nella Tuscia, spenderemo di più, ma la borsa sarà più vuota”. Questa la riflessione di sintesi della conferenza di fine anno, organizzata questa mattina, presso la sede di Confesercenti di Viterbo, dal presidente **Vincenzo Peparello**, sulla base dei risultati del sondaggio Confesercenti-Ipsos sulla spesa per i regali di Natale condotto su un campione di consumatori tra i 18 ed i 65 anni residenti in Italia.

Presente il presidente dei Venditori Ambulanti ANVA provinciale **Gregori Alessandro**. Il presidente, con i dati alla mano delle loro stime, ha presentato il quadro della spesa media che ogni famiglia affronterà in questo periodo di festa: nel 2022 si sono spese in media per i regali 197 euro, per il Natale 2023 la spesa media in provincia di Viterbo sarà di circa 200/220 euro, ovvero leggermente minore rispetto alla media nazionale.

Infatti, si aggira attorno al 13%, purtroppo una metà sarà erosa dall'inflazione che di fatto vede una crescita poco al di sopra del 6%.

Altro dato che condiziona la situazione è che molti cittadini hanno approfittato del Black Friday allungato per acquistare i regali di Natale, sperando in un momento proficuo anche del regalo dell'ultimo momento.

Il Natale 2023, sarà un Natale che si trascorrerà in casa, in

famiglia, tra amici e parenti, pertanto la spesa maggiore si orienterà circa al 70% sui prodotti alimentari valorizzando le tante eccellenze della Tuscia.

Sarà la tredicesima che andrà a coprire per il 18,5% (secondo la loro stima) per gli acquisti dei regali, mentre il rimanente verrà utilizzato per i pagamenti dell'Imu, della Tari, e le quietanze di mantenimento della casa; solo una piccolissima parte verrà destinata al risparmio.

Interessante, ha proseguito Peparello, è la presenza degli stranieri nel nostro territorio che vedremo nel periodo di fine anno, ma la maggior parte saranno amici e parenti che raggiungeranno le nostre località per trascorrere il periodo delle festività natalizie in famiglia.

Un dato che ci fa ben sperare è la riscoperta del negozio di quartiere o di vicinato che, secondo Confesercenti, saranno scelti dal 26% degli acquirenti, molti si orienteranno per gli acquisti nei mercatini, anche se la vendita della grande distribuzione organizzata online, risulta al primo posto.

Non solo cibo e abbigliamento, ma anche il settore florovivaistico registra un buon andamento, la stella di Natale è tra i regali più gettonati, rispetto all'anno scorso; mentre in calo le vendite degli abeti e composizioni natalizie.

Al termine, Gregori, presidente dei venditori ambulanti di Viterbo e provincia, ha tracciato un profilo sulla situazione della loro attività che era già in sofferenza prima della pandemia e che ne ha risentito in modo esponenziale. "Si sta lavorando – ha detto – per portare nuovamente a Viterbo il mercato Europeo (maggio-giugno2024) e lo spostamento del mercato del sabato dal quartiere Carmine a Piazza Della Rocca che avverrà appena terminati i lavori di pavimentazione della piazza. In particolare ci stiamo impegnando per la riqualificazione di tutte le fiere caratteristiche della

provincia, come quella dei Campanelli di Acquapendente, per ricordare e far conoscere le nostre tradizioni popolari, uniche nel loro genere”.

















**Commercio, Fismo
Confesercenti: “Rinnoviamo
l’invito ai consumatori di
acquistare nei propri negozi
di fiducia”**



VITERBO – Dal 1° luglio sono entrate in vigore le nuove regole contenute nel decreto legislativo di recepimento della direttiva Omnibus, in materia di annunci riduzione dei prezzi.

“Un’ottima notizia per il commercio tradizionale, che finalmente vedrà l’imposizione di obblighi comuni per tutte le componenti del settore abbigliamento” – dice **Benny Campobasso**, Presidente di **Fismo Confesercenti**.

A tal proposito si esprime Lina Novelli componente della Fismo Nazionale Confesercenti e responsabile provinciale: “Le nuove regole conferite nel Dlgs di recepimento della direttiva Omnibus sugli annunci di riduzione dei prezzi risultano ottimali in generale per il commercio tradizionale ed in particolare per il settore abbigliamento. L’ applicazione delle nuove regole per rendere pubblico il prezzo più basso praticato dal venditore in qualsiasi campagna promozionale, compresi saldi, rappresenta una vera occasione di trasparenza e pubblicità a tutela dei consumatori e dei piccoli commercianti che da sempre hanno testimoniato la corretta applicazione nelle modalità di vendita a differenza degli outlet e della grande distribuzione. Interessante nelle nuove norme è anche la veridicità delle recensioni per gli acquisti di prodotti on line che integra e definisce in maniera significativa la nuova regolamentazione rivolta ad obiettivi più marcati in materia di trasparenza e pubblicità”.

“Nell’avvio del periodo dei saldi – **dice Vincenzo Peparello presidente Confesercenti di Viterbo** – rinnoviamo l’invito ai consumatori, di esercitare acquisti consapevoli nei negozi di

vicinato, dove la fiducia, il controllo sulla qualità dei prodotti e il rapporto con il prezzo dell'offerta sono sempre di garanzia per gli acquirenti finali”.



**Confesercenti, Peparello:
“Buone le previsioni dei
flussi turistici anche nella
Tuscia per il Ponte del 2
giugno”**



VITERBO – “Le nostre previsioni, per il Ponte del 2 giugno, rilevate mediante la nostra indagine presso i nostri operatori associati, così come anticipato anche in occasione del Ponte del Primo maggio, non vengono smentite. Si è registrato e si registra un andamento positivo dei flussi turistici in tutta la nostra provincia i cui dati sono migliori rispetto a quelli nazionali.

In base ai risultati del nostro monitoraggio, anche per il Ponte della Festa della Repubblica (della durata di quattro giorni) si registrerà un notevole movimento di turisti che, seppur con andamenti differenziati, interesserà tutte le tipologie di offerta del nostro territorio. Da sottolineare, che questo periodo coincide anche con la Pentecoste e con l’inizio della stagione estiva. La festa della Pentecoste è molto sentita soprattutto dai turisti tedeschi che, in tale occasione, possono godere di due settimane di ferie. Nel nostro territorio, il lago di Bolsena ha sempre vissuto d’abitudine la presenza di un flusso turistico tedesco per questa festività che negli anni passati era molto cospicuo ma come numeri siamo lontani dal periodo pre pandemia. Attualmente i turisti tedeschi prediligono le strutture extra alberghiere come i campeggi ma anche Bed & breakfast, agroturismi ma anche il ritorno nelle seconde case.

Dalla nostra indagine possiamo sottolineare che le previsioni sono quindi molto positive in tutta la provincia di Viterbo. E’ appurato che i ponti festivi portano maggiormente in movimento il turismo interno, infatti in questo periodo (da

maggio fino alla prima decade di giugno) si registra il ritorno dei gruppi che negli anni passati non ci sono stati. Ovviamente non possiamo fare paragoni con il 2021 e 2022 a causa della pandemia, di conseguenza con le percentuali siamo abbastanza cauti poiché in quegli anni il turismo era rappresentato da un turismo regionale e non straniero.

I dati, comunque, fanno ben sperare per tornare a lavorare come il periodo pre pandemia.

Attualmente assistiamo anche ad un flusso di prossimità condizionato dal tempo atmosferico incerto. Un flusso di cui ne beneficerà anche il settore della ristorazione anche se ancora alcuni operatori sono costretti a lavorare a regime limitato per la carenza del personale.

Nel settore alberghiero sono buone le prenotazioni.

Per chi invece ha scelto il turismo all'aria aperta e quindi la preferenza per il campeggio e i villaggi o agroturismi, vista l'incertezza del tempo, si prevede un condizionamento sulla permanenza e quindi sulle presenze con probabili spostamenti verso le città d'arte.

Ormai la parola d'ordine è 'destagionalizzazione' che deve essere imprescindibilmente legata alla 'fidelizzazione'.

Nel nostro territorio abbiamo tutte le caratteristiche per ottenere un turismo tutto l'anno, un turismo fidelizzato. Aumentare la permanenza media è difficile ma possiamo convincere a far tornare il cliente durante tutto l'arco dell'anno poiché la Toscana può offrire una grande varietà di luoghi da visitare, dal mare ai laghi, dalla campagna alla montagna, alle terme, con varietà di offerte e di servizi, dalla cultura alla gastronomia, alle sagre, agli eventi. Bisogna quindi perseguire strategie atte alla destagionalizzazione.

Per concludere la nostra indagine: gettonate saranno anche le

Terme, ed ancora il litorale, la città di Viterbo e i nostri borghi. La componente maggiore di presenze sarà comunque quest'anno di turisti italiani.

Rinnoviamo l'invito agli enti locali e alle imprese di farsi trovare pronti e all'altezza della situazione – **conclude Peparello** – Bisogna offrire ai turisti un'accoglienza totale che sarà la cartina tornasole anche per il futuro, con il passaparola e quindi una pubblicità a costo zero. L'accoglienza è il primo grande passo per la fidelizzazione. Per destagionalizzare bisogna fidelizzare”.

Confesercenti, Peparello: “Buone le aspettative per i Ponti del 25 aprile e del 1 Maggio”



VITERBO – A livello nazionale, i principali risultati dell'indagine realizzata per il Ponte del 25 aprile da CST Centro studi turistici per Assoturismo Confesercenti riportano la previsione di 5,2 milioni di presenze nelle strutture ricettive italiane. Una febbre positiva che certifica la buona

salute del turismo italiano e soprattutto il trionfo delle città d'arte del Belpaese, sempre più apprezzate con un tasso medio di saturazione vicino al 90%. Dopo un aumento del movimento dei vacanzieri nel periodo pasquale di oltre il 7% rispetto allo scorso anno, tra le imprese del turismo c'è ottimismo anche per il ponte del 25 aprile. Le strutture ricettive hanno registrato un buon dinamismo della domanda con il tasso di saturazione che supera di 8 punti quello raggiunto nel 2019.

In base ai risultati del monitoraggio, nel ponte tra sabato 22 e il 25 aprile si registrerà un notevole movimento di turisti che si dirigeranno prevalentemente verso le città e i centri d'arte, con l'89% di camere occupate. Le località marine registrano saturazione media del 72% dell'offerta disponibile, le località dei laghi e di montagna si attestano rispettivamente al 68% e al 67% di occupazione. Invece, per le località rurali/collina il tasso rilevato sale al 77% e per le aree del termale al 76%. Nel complesso risultano prenotate in media 3 camere su 4.

In cima alle preferenze dei turisti in viaggio per il ponte del 25 aprile il Centro Italia, con Umbria e Lazio che segnano percentuali di saturazione delle camere disponibili vicine al 90%. Seguono Liguria (83%), Toscana (81%) e Veneto (80%). A seguire Lombardia e Piemonte con il 77%, Emilia Romagna con il 75%, Lombardia, Marche e Basilicata con il 74%. Chiudono la classifica delle regioni la Calabria (54%) e il Molise (52%).

Vincenzo Peparello, presidente della Confesercenti di Viterbo, responsabile Area turismo regionale ed esperto di turismo dichiara: “Rispetto ai dati nazionali c'è un buon andamento anche sia a livello regionale che provinciale. La percentuale è attualmente maggiore rispetto al dato nazionale poiché nelle piccole città, come nella nostra provincia, la domanda supera la disponibilità. Con l'incertezza del tempo l'estate si è un po' allontanata, di conseguenza i flussi dei visitatori, sia per le presenze sia per le escursioni, saranno rivolti verso i

borghi come Civita di Bagnoregio in primis. Da segnalare – dice Vincenzo Peparello – il successo ottenuto dal Comune di Ronciglione per il ‘Borgo dei Borghi’. Le presenze maggiori saranno soprattutto intorno al lago di Bolsena, al mare, nelle località termali e nella città di Viterbo. Per quanto riguarda invece la permanenza media in questo weekend che sembra un po’ più lungo (ricordiamo che martedì la gente tornerà al lavoro), si spera di recuperare un giorno in più rispetto al ponte di Pasqua trascorso.

Attualmente risultano già prenotate 4 camere su 3 poiché questo ponte favorisce l’arrivo di gruppi medio/piccoli già organizzati fin da sabato 22 aprile. Di conseguenza potrebbe risultare il tutto esaurito anche per i ristoranti. Quindi anche la ristorazione ne beneficerà con tutta la filiera del turismo e del settore commerciale. Auspichiamo una accoglienza totale da parte dei nostri operatori – conclude Peparello –. Specialmente nei centri storici ci auspichiamo di far trovare i negozi aperti in particolar modo del settore artigianale e agroalimentare poiché le persone che arriveranno saranno attratte dalla nostra cultura. Invitiamo gli enti locali e le imprese a farsi trovare preparati per accogliere al meglio e fidelizzare i turisti e i visitatori per conseguire l’obiettivo di un turismo con un buon movimento per tutto l’anno.

Intanto, per quanto riguarda il ponte del I Maggio, abbiamo già anche ottimi segnali, forse anche migliori. Anche per questo periodo segnaliamo prenotazioni con buoni movimenti da parte dei gruppi- organizzati”.

Vacanze di Pasqua, Peparello: “Tendenza positiva anche nella Tuscia”



VITERBO – **A livello nazionale, dall'indagine realizzata per Pasqua 2023 da Assoturismo-CST, il turismo continua a crescere.** Sulla base delle prenotazioni attuali, sono attese 6,7 milioni di presenze nel sistema ricettivo ufficiale italiano, il +7,3% sul 2022. Un aumento trainato dalle presenze straniere, protagoniste di una crescita boom: nel fine settimana pasquale saranno infatti 3,3 milioni, il 49% del totale e il 12,1% in più rispetto allo scorso anno. Ma anche la domanda da parte dei turisti italiani – che per ora è stimata a 3,4 milioni di presenze – potrebbe riprendere quota: sul rallentamento, infatti, incide anche l'incertezza meteo di questi giorni. **La tendenza attesa è positiva in tutto il Paese. Le città e i centri d'arte saranno le destinazioni privilegiate** dai turisti stranieri e italiani, **ma una quota consistente del mercato si distribuirà tra le diverse località termali italiane, dei laghi e le aree rurali e di collina.** Un aumento della domanda, soprattutto straniera, è atteso anche per le località di montagna. Ancora una volta sarà il patrimonio artistico e culturale a suscitare il maggior interesse del mercato con le città d'arte e i borghi che registreranno un incremento delle presenze del +12%, anche se non vi sarà il “tutto esaurito”. Un'altra quota consistente

del movimento si riverserà nelle località termali (+11,9%), del mare e dei laghi (+7,7% e +7,9%) e della campagna/collina (+5,4%). Per le aree di montagna la stima di crescita è del +5,7%, grazie al forte incremento della domanda estera (+10,7%).

Sulla base dei dati nazionali, anche quest'anno l'**Assoturismo della Confesercenti Viterbo** fa un confronto con l'indagine fra gli operatori associati del settore turistico alberghiero ed extra alberghiero della provincia viterbese nella quale ha evidenziato una situazione in linea con la tendenza nazionale.

Vincenzo Peparello, presidente Confesercenti Viterbo e Responsabile Area Turismo regionale, esperto di Turismo dichiara:

“I dati nazionali rispecchiano anche l'andamento nel Lazio e nella provincia di Viterbo. E' una Pasqua che ci fa ben sperare anche per i prossimi mesi malgrado il tempo atmosferico incerto. Adesso aspettiamo un netto miglioramento del tempo e questo faciliterà all'ultimo momento le prenotazioni. Dobbiamo essere pronti a ricevere i tanti turisti italiani e stranieri che scelgono la nostra provincia che può offrire una grande varietà di luoghi da visitare e prodotti enogastronomici di qualità. Le prenotazioni di questo periodo saranno la cartine tornasole della stagione. Gli operatori nostri associati sono fiduciosi nella ripartenza e per l'andamento delle prenotazioni anche perché sperano che in questo periodo primaverile, con il ponte del 25 aprile e del Primo maggio che si avvicina di più alla stagione estiva e che rappresenta circa il 30% del fatturato, di riguadagnare le posizioni precedenti e quindi si spera in un ritorno alla normalità pre covid. Rimane comunque forte la preoccupazione per la carenza di personale qualificato che per le aziende di tutta la filiera turistica potrebbe portare a dover lavorare a ranghi ridotti. Da una stima Confesercenti CST potrebbero mancare in questo periodo primaverile circa 50mila addetti a livello nazionale ma anche i nostri operatori ci segnalano

tale difficoltà rispetto al resto del Paese.

Le maggiori preferenze censite in percentuale per questo weekend pasquale sono attese nelle città d'arte e nei borghi di interesse turistici seguiti dai centri termali anche per la voglia di relax e della remise en forme, delle località dei laghi e del mare, della campagna. Positive anche le aspettative per la montagna come a livello nazionale, soprattutto per gli stranieri. Comunque ci sono segnali positivi un po' dappertutto nella nostra provincia. La prevalenza delle presenze nelle strutture alberghiere ed extra alberghiere dei flussi di visitatori saranno prevalentemente dei connazionali. Mentre per le presenze straniere, che saranno quasi la metà da dividere con i connazionali nelle grandi città come Roma, Firenze e Napoli, ne beneficeranno i grandi mercati internazionali ma anche europei e America Latina e gli Stati Uniti. Nei centri minori come la nostra provincia le presenze straniere saranno limitate ma si prevedono arrivi soprattutto da paesi europei come la Germania, i Paesi Bassi, il Regno Unito e a seguire francesi, belgi e spagnoli. Gli asiatici stanno tornando nella provincia viterbese, dopo il periodo pandemico, a visitare le bellezze storiche ed artistiche dei nostri borghi con Civita di Bagnoregio quale maggiore attrattore. Comunque anche con qualche incertezza legata al meteo i lati sono positivi in tutta la nostra provincia e con le prenotazioni del last minute, in questo week end, si dovrebbe raggiungere il tutto esaurito. In questi ultimi giorni sono aumentate le richieste di gruppi organizzati soprattutto nel comprensorio del lago di Bolsena. Da segnalare le prenotazioni da weekend corto, una tendenza, questa, ormai consolidata. Le persone si muovono di più nell'arco dell'anno in coincidenza con i ponti e le festività e quest'anno il 2023 è ricco di ponti e ciò fa ben sperare per una ripresa piena e quindi ritornare alle presenze pre covid nel nostro territorio.

Se nel settore ricettivo sarà un Pasqua in linea con le

festività pasquali dell'anno scorso, il vero boom lo farà registrare la filiera dei pubblici esercizi. I ristoranti della provincia, infatti, già da qualche giorno hanno registrato il tutto esaurito. Ed è già difficile prenotare soprattutto per il giorno di Pasquetta. I pasti consumati fuori casa ritornano al primo posto rispetto a quelli domestici e questo fa ben sperare per il futuro del settore. In generale c'è tanta voglia di ritornare alla normalità, di tornare a viaggiare, a camminare, di ritornare alle tradizioni, alla gita fuori porta, andar per sagre e fiere. Quest'anno gli italiani tornano a viaggiare anche all'estero. Sono previsti in questo periodo 1,2 milioni di italiani con destinazione verso le capitali europee seguono mari esotici e nazioni come la Spagna, la Francia, il Portogallo, il Marocco, il Regno Unito e la Grecia. Dopo la pandemia è cambiato anche il modo di concepire il turismo. La qualità della vita, la salute, l'ambiente vengono messe al primo posto anche prima di scegliere la vacanza ed il viaggio. Come detto, le città d'arte sono solitamente le mete preferite dai viaggiatori durante le festività pasquali, così come per i ponti di primavera e il 2023 è ricco di ponti e ciò fa ben sperare per veder continuare la fase di crescita del turismo italiano e per tornare a vedere tanti turisti italiani e soprattutto stranieri alla scoperta delle bellezze del nostro territorio".

– **Concludendo, Vincenzo Peparello raccomanda:** "Un invito anche agli enti locali e alle imprese di farsi trovare pronti e all'altezza della situazione perché ci saranno tanti turisti che verranno per la prima volta nella nostra provincia e sarà la cartina tornasole anche per il futuro con il passaparola e quindi una pubblicità a costo zero".

Fiera dell'Annunziata, Peparello: "Tutto può essere migliorabile. La parola d'ordine è programmazione"



VITERBO – **La Fiera dell'Annunziata** che si è svolta sabato ha visto una grande partecipazione di pubblico. “La nostra categoria è la più rappresentata all'interno della fiera dell'Annunziata e i nostri associati – **dichiara Alessandro Gregori presidente provinciale Anva Confesercenti** – sono rimasti molto soddisfatti. Ci sono alcuni aspetti da migliorare e da organizzare, ma tutto si può migliorare. In alcune vie non vi erano postazioni occupate dagli operatori così come vi erano alcuni posti vuoti in piazza del Sacrario ma ciò è dovuto a diversi fattori ed è una tendenza che già esisteva in precedenza. Bisogna dire che in concomitanza alla nostra Fiera si sono svolti altri eventi come i mercati settimanali del sabato di Civita Castellana, di Orbetello e di Prima Porta e la Fiera di San Sepolcro. Da ricordare poi che negli ultimi tre anni, con la pandemia, il settore dei fieristici è stato quello più colpito e sono cessate molte attività. Per quanto riguarda gli spazi liberi al Sacrario bisognerebbe organizzare una nuova planimetria. Un altro fattore è quello dell'impossibilità di portare il furgone nelle postazione da Porta Romana fino a via Ascenzi e al

Sacrario e ciò comporta una certa scomodità per gli operatori. Inoltre che la fiera è stata programmata negli ultimi tempi poiché vi era ancora incertezza, anche per questo alcuni posti erano vuoti. Un ringraziamento va all'Amministrazione comunale che ha recepito le nostre istanze già da molto tempo per l'effettuazione di questa fiera storica. L'Anva Confesercenti rimane comunque a disposizione dell'Amministrazione per collaborare portando la nostra esperienza. Attualmente stiamo infatti già collaborando per l'organizzazione del Mercato europeo, un grande evento che si svolgerà nel centro di Viterbo dal 16 al 18 giugno. L'Anva chiede alla Sindaca Chiara Frontini e all'assessore allo Sviluppo economico locale e Turismo Silvio Franco di convocare subito un tavolo per pianificare la Fiera di Santa Rosa”.

“La Fiera dell'Annunziata – **dice Giulio Terri presidente ANVA Città di Viterbo** – ha lasciato contenti i nostri operatori. Dobbiamo ricordare che questa manifestazione è storica ed è molto conosciuta in tutto il Centro Italia. E' andata molto bene anche se in concomitanza vi erano altri importanti mercati settimanali e la fiera di San Sepolcro”.

Vincenzo Peparello presidente della Confesercenti di Viterbo afferma: “Da tantissimi anni questo tipo di manifestazione nei centri storici portano un interesse dall'esterno e quindi un beneficio sia nel settore sia a tutto il comparto dell'accoglienza. Giungono turisti e persone da fuori provincia e ne beneficia anche il settore della ristorazione e quello alberghiero. Ma ribadisco che senza programmazione non si va da nessuna parte. Tutto può essere migliorabile. La parola d'ordine è 'programmazione'. Marketing territoriale e sviluppo delle città non possono prescindere da una programmazione globale. Anche l'incertezza della pandemia ha procurato chiaramente delle ripercussioni sulla categoria. Dobbiamo riprendere da una programmazione che riguarda tutto il comparto, partendo dai piani di urbanistica commerciale. Sono strumenti che servono a programmare lo sviluppo e a

riqualificare gli eventi fieristici e i centri storici in modo che anche la città di Viterbo sia competitiva e all'altezza della situazione. Tanto più che la città di Viterbo è candidata a città d'arte e della cultura a livello europeo".

Fiducia, Confesercenti: "Inflazione, caro energia ed incertezza pesano su bilanci famiglie"



VITERBO – Inflazione, caro energia ed incertezza pesano sui bilanci delle famiglie: come certifica Istat, infatti, a gennaio l'indice di fiducia dei consumatori torna a peggiorare, con un nuovo calo di 1,6 punti dopo due mesi consecutivi di crescita, con le valutazioni negative concentrate soprattutto sulla situazione personale.

Così Confesercenti, in una nota.

Per quanto riguarda le imprese, invece, si registra una situazione sostanzialmente positiva ed in lieve crescita per il terzo mese consecutivo, collocando l'indice un po' al di

sopra della media del 2022 ma allo stesso livello di dodici mesi fa ed 8 punti in meno rispetto al picco di settembre 2021.

Mentre la stagione dei saldi invernali, iniziata nel mese gennaio, ha inciso positivamente sulle imprese del piccolo commercio al dettaglio: le attività di vicinato continuano a rimanere in testa alle preferenze dei consumatori.

Le prospettive per l'anno in corso restano, dunque, incerte e il dato sui consumatori evidenzia ancora una certa 'resistenza' da parte delle famiglie. Nel 2022, infatti, secondo nostri dati, le famiglie italiane sono state costrette a bruciare ben 41,5 miliardi dei propri risparmi nel tentativo di conservare il tenore di vita.

Una condizione che pesa soprattutto sulle famiglie meno abbienti – circa 10,5 milioni di nuclei familiari – per le quali i costi fissi varranno quest'anno circa la metà dell'intera spesa mensile (il 49%), riducendo ancora di più lo spazio per le altre spese.

Ma anche per le famiglie con un reddito medio la quota di bilancio assorbita da bollette e spese per la casa passa dal 35% del 2019 al 45% stimato per quest'anno, mentre la spesa per alimentari e bevande si riduce dal 25 al 23%, e quella da dedicare ad altre spese subisce un vero e proprio crollo, scendendo dal 40% al 32%.

Con un'inflazione che arriverà a sfiorare il 6%, portando così al +14,1% l'aumento dei prezzi nel biennio 2022-23, bisogna scongiurare la frenata dei consumi che avrebbe pesanti conseguenze sulla crescita del Paese. Per questo da parte del Governo è indispensabile intervenire con tutti i sostegni possibili a favore del potere d'acquisto delle famiglie e dei consumi, a partire da una riduzione generale e sostanziale della pressione fiscale.

Capodanno, attese 10,2 milioni di presenze, confermato il ritorno dei turisti stranieri



VITERBO – **Vincenzo Peparello, presidente Confesercenti Viterbo e responsabile Area Turismo regionale: “Dati positivi per il turismo nella Tuscia di questo ponte di fine anno. Trionfano i nostri prodotti e le eccellenze agroalimentari per gli acquisti e per il cenone”.**

La notte di San Silvestro fa accelerare ancora il turismo. Tra il weekend di Capodanno e l'Epifania sono attese 10,2 milioni di presenze nelle strutture ricettive ufficiali, con uno 'scatto' del +9,2% sullo stesso periodo dello scorso anno, anche grazie al ritorno in forze del turismo straniero.

A stimarlo per Assoturismo Confesercenti è il Centro Studi Turistici di Firenze, sulla base di un'indagine condotta su un campione di 1.334 imprenditori della ricettività.

Una buona notizia per il comparto: la settimana di Capodanno è senza ombra di dubbio la più importante per il turismo nella

stagione invernale, e si spera di recuperare quanto perso in un autunno difficile, condizionato dall'aumento dei costi energetici e dal rallentamento fisiologico dei flussi turistici. Che, invece, mostrano una grande vitalità in queste ultime battute dell'anno: complessivamente, per il periodo delle feste Assoturismo stima 13,8 milioni di presenze nelle strutture ufficiali, il +8,1% rispetto al 2021, di cui il 74% concentrato proprio nel periodo di Capodanno.

Gli stranieri. Una crescita trainata dall'incremento delle presenze estere (+19,5%). Ad aumentare sono soprattutto le presenze di tedeschi e francesi, ma arrivano in forze anche svizzeri, britannici, olandesi e belgi. Tra i mercati extraeuropei, invece, le segnalazioni di aumento più significative sono per il mercato statunitense, con un gran ritorno dei turisti USA soprattutto nelle città d'arte. Arriva qualche segnale di ripresa anche dai turisti di Canada, Brasile e Cina, anche se per ora si tratta di una timida ripresa.

Le mete. In particolare, le città e i centri d'arte dovrebbero registrare un incremento del +11%, mentre per le località di montagna la stima di aumento è del +8,4%. Buone aspettative anche per le località di collina/campagna e dei laghi, con un incremento rispettivamente del +7,2% e del +6,2%. Aumenti più contenuti, ma comunque rilevanti, per località termali (+5,3%), marine (+5%) e le località ad Altro Interesse (+3,1%). In generale, la tendenza risulterebbe leggermente migliore per le strutture extralberghiere (+9,1%) che per le alberghiere (+7,7%).

Le aree. Dall'indagine emerge un andamento abbastanza uniforme tra le diverse aree del Paese: le previsioni migliori sono delle imprese del Centro (+9,1%) e del Nord Ovest (+8,2%), ma un trend positivo è atteso anche nel Nord Est (+7,9%) e nelle regioni del Sud e delle Isole (+6,7%). Una certa differenziazione si rileva, invece, in merito alla presenza degli stranieri: nelle aree del Nord Est e del Nord Ovest la

quota della domanda estera è stata segnalata rispettivamente al 42% e al 40%. Nelle regioni del Centro dovrebbe attestarsi al 33%, mentre al Sud e Isole scenderebbe al 19%.

VITERBO – “La spesa degli italiani e dei viterbesi per il cenone di Capodanno è positiva – dice **Vincenzo Peparello presidente Confesercenti di Viterbo e responsabile Area Turismo Regionale** -; infatti risulta superiore rispetto al 2021 ma comunque ancora non ai livelli pre pandemia. Da considerare, comunque, che l’aumento della spesa riguarda anche la spinta dell’inflazione e l’aumento dei prezzi. Tre famiglie su cinque trascorreranno la notte di San Silvestro dentro le mura domestiche o riuniti da parenti ed amici, aumentano così gli acquisti delle eccellenze agroalimentari regionali. In aumento, anche nella Tuscia, vini e bollicine nazionali e locali. La tradizione è quindi più che rispettata anche nei locali della ristorazione che per la notte di San Silvestro propongono menù a base di prodotti tipici locali e piatti della tradizione della cucina viterbese dove non mancheranno le tradizionali lenticchie di Onano con i cotechini locali e poi carne, formaggi, salumi, sempre locali, e da non dimenticare i condimenti con i nostri olio extra vergine dop Canino e Tuscia e i dolci tradizionali e di fattura artigianale. Il tutto naturalmente abbinati ai nostri eccellenti vini doc e Igt. Comunque – continua Peparello – anche i locali che avevano chiuso per le festività hanno riaperto ed organizzano veglioni e cenoni di Capodanno. Ormai sono anni che molte persone decidono di frequentare i paesi e le città dove ci sono gli eventi in programma per il Capodanno riversandosi nelle piazze dopo essere stati al ristorante. Un segnale positivo per la Tuscia per il settore ricettivo. A livello nazionale c’è uno scatto in avanti: ormai la gente utilizza il ponte di fine anno più che quello natalizio. Bene le città d’arte con un ritorno degli stranieri specialmente in quelle città che avevano sofferto di più come Napoli, Roma, Venezia che stanno riacquistando presenze, anche se, ancora mancano all’appello ideai numeri. Viste però le prenotazioni

dei voli aerei i dati sono positivi ed anche per la Tuscia. Abbiamo appreso del Decreto riguardante una diminuzione dei costi energetici che però restano ancora alti – conclude Peparello -. Abbiamo ancora preoccupazione per una sperata ripartenza e serata ripresa e più in generale della situazione economica”.

Vincenzo Peparello, nel rivolgere a tutti l’augurio di un buon anno, invita la popolazione a festeggiare il Capodanno all’insegna della tradizione e all’acquisto delle eccellenze agro alimentari del viterbese.

Confesercenti, Peparello: “La quarta ondata frena la ripresa, servono aiuti”



di DIEGO GALLI –

VITERBO – Conferenza di fine anno per Confesercenti Viterbo, con l’accurato appello del presidente Vincenzo Peparello che esorta il governo Draghi a prorogare la cassa integrazione e a fornire nuovi aiuti economici.

“Questo è il momento di investire, per le imprese – ha spiegato Peparello – e per farlo servono fondi che solo il governo può fornire dopo mesi di crisi economica dovuta alla pandemia in corso”. Per il Lazio, come poi sottolineato, dati alla mano, il covid è stato un vero salasso. Le famiglie hanno diminuito la loro spesa media annua di circa 1500€ (dato comunque più lieve rispetto alla media nazionale di 4000€). A questo problema si somma la presenza, in ogni nucleo, di almeno un precario o disoccupato in più rispetto ai tempi pre-covid.

Tuttavia, secondo il presidente di Confesercenti, l’obiettivo non deve essere quello di tornare ai modelli che vigevano in Italia prima della pandemia. “Il vero traguardo è quello di superare quei limiti che il covid ha messo a nudo. Per farlo, come anche per non perdere l’occasione dataci dai fondi del Pnrr, è necessaria una collaborazione sinergica tra enti pubblici e privati. Solo così sarà possibile sfruttare i finanziamenti ed evitare di ritrovarci tra qualche anno a doverli rimborsare e basta”.

Critico, Peparello, anche sulle amministrazioni locali, come quella di Viterbo. Per non perdere il treno del Pnrr, infatti, è necessario adeguarsi, presentando progetti “cantierabili”.

“Alcuni Comuni, come quello di Viterbo – ha spiegato – hanno piani regolatori vecchi ormai di 30 anni. Non possiamo continuare su questa strada, per poi lamentarci ed avere il timore che quei fondi possano essere perduti. Qualche amministrazione dovrebbe innanzitutto cominciare a fare un mea culpa e, al contempo, mettersi al tavolo con tutte le parti in gioco per recuperare il terreno perduto”.

A peggiorare la situazione, anche il rincaro energetico, altro annoso problema che affligge imprese e famiglie. Una pesante spada di Damocle che contribuisce al rallentamento della ripresa (le vendite sono diminuite da un +5.3% a un +3.7%, e continuano a calare).

Notizie non positive, per Confesercenti, anche dal punto di vista turistico. “Non possiamo limitarci a pubblicizzare – ha proseguito – ma bisogna pensare anche alla commercializzazione. Adagiarsi sugli allori, ripetendoci che in estate il flusso turistico è aumentato, non basta. Ricordiamoci che già prima della pandemia l’Italia aveva perso ben cinque posizioni come meta turistica rispetto ai competitor europei, come la Francia, che accoglie elevati numeri di turisti anche fuori dai periodi di alta stagione”.

Nuova giunta Camera di Commercio Viterbo- Rieti, Peparello: “Valorizzare le potenzialità dei due territori”



VITERBO – Una sfida importante e una grande possibilità per dare al grande territorio una spinta economica e sociale. E’ quanto afferma Vincenzo Peparello, presidente della Confesercenti di Viterbo, componente della presidenza nazionale, eletto componente della nuova giunta della Camera

di Commercio di Rieti-Viterbo.

“La potenzialità dei territori di Rieti e Viterbo è enorme – afferma Peparello- Si potrà puntare allo sviluppo del grande territorio favorendo le numerose imprese che vi operano. Ritengo che si tratta di un’importante sfida, necessaria per far fronte alle pesanti difficoltà delle imprese causate dalla crisi del Covid 19. Alle forti perdite subite dagli imprenditori per il lockdown vanno aggiunti i gravi danni provocati dal terremoto nel reatino. Tutto questo dovrà essere opportunamente affrontato dalla nuova giunta camerale per rappresentare al meglio gli operatori economici delle due province e offrire loro opportunità di recupero ed elementi importanti per la valorizzazione della produzione. La Confesercenti sosterrà, attraverso la rappresentanza nella giunta camerale, tutte le iniziative che mirano a dare impulso e dinamicità all’imprenditoria delle due province. Auspichiamo – conclude Peparello – che assieme al presidente e ai colleghi della giunta camerale, individuate le priorità, si metta in campo un progetto condiviso per lo sviluppo del territorio e delle imprese”.

**Vincenzo Peparello confermato
presidente della
Confesercenti Viterbo**



VITERBO – **Vincenzo Peparello** è stato riconfermato all'unanimità presidente della Confesercenti di Viterbo. La rielezione è avvenuta nel corso dell'assemblea elettiva svolta a Bolsena alla presenza di una cinquantina di delegati durante la quale è stata nominata la nuova presidenza provinciale con l'ingresso di giovani imprenditori e imprenditrici. Lina Novelli è stata eletta, all'unanimità, presidente del coordinamento provinciale dell'imprenditoria femminile. Nei giorni precedenti sono stati eletti il presidente della categoria Fiarc (agenti e rappresentanti di commercio), Giulio Cevolo e dell'Anva (commercio su aree pubbliche), Alessandro Gregori, che faranno parte della presidenza provinciale assieme ai presidenti dei giovani imprenditori.

In apertura dei lavori è stata ricordata l'architetto Maria Giuseppina Gimma, vice presidente vicario, scomparsa nel mese di marzo.

L'assemblea della Confesercenti che ha dibattuto il tema "Affrontare l'emergenza, costruire il futuro. La programmazione negoziata per uno sviluppo sostenibile del territorio e delle imprese" si è svolta nei locali dell'Hotel Eden di Bolsena, era riservata ai soli delegati. Non erano invitati né politici né amministratori.

Subito dopo l'elezione Vincenzo Peparello, nel suo intervento, dopo aver ringraziato i delegati per la rinnovata fiducia, ha compiuto un'accurata analisi dell'attuale situazione dopo sedici mesi difficilissimi, come quelli del 2020 e della prima parte del 2021, interamente dominati dal Covid e dalle sue conseguenze. I punti chiave della relazione

hanno riguardato, nel pieno rispetto dei temi generali proposti dalla Confesercenti, la scuola di formazione per dirigenti e per imprenditori; il mondo del credito con le sue esigenze; il rapporto con le università; la rigenerazione urbana; l'imminente programmazione europea 2021-2027; il turismo e l'agroalimentare con le eccellenze del territorio che dovranno essere il volano per uno sviluppo sostenibile. "Dobbiamo ritornare primi nella graduatoria della competitività a livello europeo – ha dichiarato Peparello- E' necessario recuperare le quote di mercato perse fin da prima della crisi pandemica.cioe' dalla crisi strutturale del 2007. Bisogna puntare ad una programmazione negoziata per uno sviluppo sostenibile del territorio e delle imprese. E per questo – ha detto ancora il presidente – le infrastrutture e i collegamenti debbono essere al primo posto nell' agenda della politica e degli amministratori".

Ampia e partecipata è stata la discussione sui 'temi' assembleari è programmaticamente sviluppata attorno a tre elementi: la nuova fase storica nella quale è entrata la società; i risultati raggiunti e le criticità riscontrate nelle attività dei quattro anni trascorsi; le proposte programmatiche della Confesercenti nazionale che costituiscono la base di discussione per il lavoro futuro nell'arco di tempo del prossimo mandato congressuale. In particolare il dibattito è approdato a definizioni importanti: la necessità di una Confesercenti più attrattiva e ospitale per le nuove generazioni di dirigenti associativi; politicamente incisiva tanto a livello nazionale quanto a livello regionale e territoriale; una organizzazione rinnovata nella capacità di offrire servizi innovativi, integrando l'offerta territoriale con una solida e innovativa offerta digitale in grado di garantire la massima capillarità di presenza e di iniziativa in tutti i territori.

L'assemblea ha anche proceduto alla nomina dei componenti dei Collegio dei Revisori e del Collegio di Garanzia; la

designazione dei delegati all'Assemblea elettiva della Confesercenti del Lazio, che si terrà il 19 luglio e dei delegati all'Assemblea elettiva della Confesercenti Nazionale prevista per ottobre.

Ha chiuso i lavori, coordinati da Cosimo Peduto insieme ai membri del Comitato elettorale, il presidente regionale Valter Gianmaria.

Sarà redatto un documento che sarà presentato con una serie di proposte e programmi ai tavoli istituzionali prima delle elezioni amministrative.

Questi i componenti della nuova presidenza della Confesercenti di Viterbo: Rita Belardini, Renato Bacciadi, Alessandro Caiello, Massimo Cardoni, Deborah Castelli, Sergio Cesarini; Giulio Cevolo, Raimondo Chiricozzi, Sandro Cicci, Enrico Corsini, Giuseppe Costantini, Maurizio Eleuteri, Fabiana Eramo, FabTiziana Fanti Sergio Forliti, Alessandro Gregori, Alessandro Lolli, Aurelio Meloni, Adriano Mingarelli, Lina Novelli, Vincenzo Peparello, Francesca Peparello, Gino Pontecorvi, Daniele Rosati, Giulio Terri, Marco Filosa, Alessia Scali, Anastasia Siena, Sandra Zaccheroni.

Nella riunione prevista nei prossimi giorni saranno eletti i vice presidenti rappresentativi della varie categorie di settore che affiancheranno il presidente e la presidenza per i prossimi anni.

Subito dopo saranno messi in cantiere incontri con tutte le forze politiche, le amministrazioni locali, i sindacati. Grande attenzione verrà posta alla costituzione di veri partenariati pubblici - privati, ma anche tra privati, per varare progetti per l'internazionalizzazione dei prodotti e delle imprese con l'indispensabile apporto del sistema universitario.



Crollo dei consumi, Peparello (Confesercenti): “Interventi urgenti e mirati in aiuto alle imprese”



VITERBO – Il Covid travolge i consumi degli italiani. Tra pandemia e restrizioni, nel 2020 la spesa degli italiani è scesa di 123 miliardi, per un calo di circa 5mila euro a famiglia: il peggiore di sempre nella storia della Repubblica Italiana. A dare le dimensioni del ‘conto’ presentato dal Covid, elaborazioni Confesercenti su dati Istat.

La voce che vede sparire la quota più rilevante dei consumi è quella per alberghi e ristoranti: per i quali il calo di spesa si aggira sui -43 miliardi di euro, quasi 120 milioni di euro

al giorno in meno. Ma 'l'economia della distanza' innescata dalla pandemia pesa su tutte le spese legate alla socialità e al movimento, a partire dai trasporti che registrano il secondo calo per entità (-33 miliardi di euro). Giù anche la spesa in ricreazione e cultura (-16,3 miliardi di euro nel 2020) e moda: tra telelavoro e stop alle cerimonie, gli italiani hanno ridotto nel 2020 i consumi di abbigliamento e calzature di ben -13,2 miliardi. In discesa anche la spesa per la salute (-2,3 miliardi), mentre calano anche gli investimenti in istruzione (quasi un miliardo in meno).

Aumentano, invece, le spese legate alla permanenza a casa. A partire da quelle alimentari: L'indisponibilità di bar e ristoranti, sottoposti a restrizioni per quasi metà dell'anno, ha portato all'aumento dei consumi di prodotti alimentari, nell'ordine di +2,8 miliardi di euro. Lo smartworking fa lievitare inoltre la spesa per comunicazioni – voce che include dispositivi informatici, canoni telefonici e per la rete dati, che segna un aumento di 625 milioni – e le bollette: il conto per le spese sostenute per l'abitazione, l'acqua, l'elettricità e gli altri combustibili cresce nel 2020 di quasi di 1,4 miliardi.

A trainare la caduta generale dei consumi la riduzione di redditi registrata nell'anno della pandemia: quelli da lavoro, che segnano un crollo di oltre -90 miliardi tra lavoro autonomo e dipendente, ma anche i redditi di capitale sono scesi di -6,4 miliardi di euro a causa della riduzione dei tassi di interesse. Un buco recuperato solo parzialmente dalla politica economica con il sostegno fornito attraverso le prestazioni sociali (+37,6 miliardi).

“L'impatto della pandemia sui consumi, che valgono il 60% del PIL, avrà conseguenze su tutto il sistema Paese. L'economia della distanza, inoltre, ha messo le ali all'eCommerce e rischia di incidere negativamente sulle attività di prossimità, che rendono vive (e sostenibili) le nostre città”, commenta Patrizia De Luise, presidente nazionale di

Confesercenti. “Senza la ripresa del mercato interno, sarà difficile tornare a crescere. Anche con le riaperture, a fine 2021 avremo recuperato solo 40 dei 120 miliardi di euro di consumi persi nel 2020, e anche il recupero dei redditi sarà modestissimo. Un’accelerazione può venire dalla leva fiscale: serve una riforma per dare slancio alla ripartenza delle imprese e per liberare risorse delle famiglie, anche considerando che l’ultimo adeguamento degli scaglioni Irpef all’inflazione è avvenuto quasi 15 anni fa. Ma servono anche un ulteriore alleggerimento del costo del lavoro e un grande piano di formazione per le competenze digitali. Soprattutto, c’è bisogno di perseguire ancora una politica di sostegno ai settori che si sono impoveriti durante la crisi pandemica: imprese micro e piccole, e autonomi, che hanno lasciato per strada reddito e capitale”.

“La drammaticità della situazione – sottolinea **Vincenzo Peparello**, presidente della Confesercenti di Viterbo e membro della presidenza nazionale – si riscontra anche sul nostro territorio per le difficoltà create dal lungo lockdown, come più volte abbiamo evidenziato. E’ necessario ed urgente ricorrere, oltre ai già preventivati Sostegni, a ulteriori misure che consentano alle medie e piccole imprese di numerosi settori di riprendere gradualmente quota. E questo può avvenire non solo dalla riforma fiscale, ormai inprocrastinabile, ma anche con interventi mirati che favoriscano le attività di prossimità, diano nuovo slancio a coloro che operano nei centri storici e consentano di recuperare le fette di mercato assorbite dall’eCommerce. Un piano di sviluppo integrato da concordare aprendo un tavolo di confronto tra associazioni di categoria, governo ed enti locali per individuare urgenti modalità di rilancio di tutti i settori”.