

# «Altri 40 milioni di consumi finiti in fumo» E lo stop ai ristoranti penalizza l'alimentare

L'allarme delle categorie: «Le famiglie acquistano più cibo ma la filiera si è impoverita: olio e vino in difficoltà». In crescita il comparto tecnologico mentre abbigliamento va a picco. «Chiediamo l'alleanza dei cittadini: acquistate nei negozi di vicinato»

di Dory d'Anzeo  
AREZZO

Si prodotti alimentari e apparecchiature tecnologiche, no moda e articoli sportivi. Ecco il panier della spesa ai tempi del Covid. La tendenza sembra consolidata, lo conferma Catuscia Fei, vice direttore di Confcommercio: «Naturalmente i prodotti alimentari vanno bene, anzi la scorsa settimana in qualche caso si sono riviste scene come a marzo, con i supermercati pieni di gente intenta a fare scorte per periodi molto lunghi. Non ci risultano gli assalti di allora, non sono finiti i prodotti come gel per le mani, lievito di birra o alcol. L'utilizzo domestico purtroppo non basta alle imprese agricole ora che i ristoranti sono chiusi: i pubblici esercizi sono alleati fondamentali della filiera alimentare. La vendita di vino e olio, ma anche carne e verdura, non si può reggere solo sul consumo casalingo».

«Chi se la passa male - prosegue Fei - è il comparto moda, con le vendite al palo. Soffrono anche i negozi di articoli sportivi: con le palestre chiuse, chi mai comprenderebbe abbigliamento tecnico nuovo? Ironia della sorte, queste attività non rientrano per adesso tra quelle 'da ristrutturare', visto che sono formalmente aperte. Infine, come nei mesi precedenti, vanno bene i tecnologici: un modem nuovo, il pc, videogames, che servono anche per passare del tempo confortevole in casa propria».

Fei conclude con un appello: «Chiediamo l'alleanza dei consumatori. Le nostre città hanno bisogno delle luci accese dei negozi, quindi fare acquisti sotto casa significa salvare il futuro delle città e di tanta parte dell'occupazione».

**LA TENDENZA**  
**Checcagliani: «Sta crescendo la propensione al risparmio perché c'è paura»**



Il carrello della super-spesa davanti a un supermercato

«Il calo è generalizzato mentre, ci dicono tutte le tabelle, aumentano i risparmi. È l'effetto della paura: temo per il



**Baldi (Confartigianato) lancia l'allarme**  
**«Tante aziende non attrezzate per l'on line»**

**Allarme da Confartigianato con Maurizio Baldi.** «Le aziende artigiane sono ancora in ritardo con le vendite on line, molti non sono pronti. Per l'alimentare

la flessione è solo parziale, perché i beni di prima necessità continuano a essere acquistati, a volte anche in maniera massiccia e non consapevole».

nologici sono in grande spolvero: ce n'è bisogno per smart working e didattica a distanza. Male la moda, che adesso soffre molto».

Da Cna, la presidente Franca Binazzi offre un punto di vista diverso sulla crisi del settore moda: «Un po' di consumo c'è, siamo al cambio di stagione, tanta gente si è resa conto di aver bisogno di un paio di maglioni o di un cappotto nuovo. Il problema è un altro. Molte persone si rivolgono alla catene a buon mercato, facendo un investimento che né aiuta la nostra economia - si tratta infatti totalmente di manifattura estera - né è un buon investimento per loro stessi: quel maglione, quella camicia, l'anno prossimo saranno da buttare. Certo, il consumo di alimentari non conosce crisi e anche l'hi tech sta andando bene ma il dato di fatto è che aumentano i risparmi, quindi la gente consuma poco».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**LO SPORT**

**Fei: «Con le palestre chiuse nessuno acquista capi di vestiario tecnico Ed è un problema»**

**IL QUADRO**

**Sofferenza a 360 gradi**



**1 Catuscia Fei**  
La vicedirettrice di Confcommercio preoccupata a 360 gradi. «L'utilizzo domestico non basta alle imprese agricole, la chiusura anticipata dei ristoranti provoca danni gravi all'intera filiera»



**2 Mario Checcagliani**  
Il direttore di Confcommercio sottolinea la difficoltà dei negozi di abbigliamento. In generale dice: «Calcolo orientativamente in 40 milioni di euro la perdita in consumi del territorio aretino con questo nuovo blocco».



**3 Franca Binazzi**  
«Qualche acquisto di maglieria c'è, ma molti si rivolgono alle catene e così si aiuta soprattutto la manifattura estera. Non è un buon investimento: si mettono in difficoltà le nostre aziende e si abbassa molto anche la qualità dell'acquisto»