Scritto da Red.
Martedì 17 Agosto 2021 04:26



AVELLINO – «Anche in Irpinia, come nel resto del Paese, si registrano finalmente i primi timidi segnali di ripresa, ma è necessario consolidare il risultato, attraverso misure strutturali di sostegno alle imprese e di rilancio dell'economia, non senza uno spirito di collaborazione generale tra tutti i segmenti della società e le istituzioni pubbliche, per contrastare ed archiviare definitivamente il Covid e guardare con fiducia al futuro». E' quanto afferma Giuseppe Marinelli, presidente della Confesercenti provinciale di Avellino.

«I dati ufficiali Istat – ha proseguito il rappresentante dell'associazione di categoria – sull'andamento del commercio, anche su piccole superfici, consegnano un clima positivo ed una ripresa dei consumi, ma la crescita è tutta da consolidare e pesano l'incertezza e le incognite legate all'andamento dei contagi, soprattutto per le varianti del Coronavirus che avanzano, con lo spettro del ritorno a provvedimenti restrittivi, che brucerebbe i segnali di fiducia da parte di consumatori ed imprese. E' quindi fondamentale una generale assunzione di responsabilità ed una collaborazione da parte di tutti, per scongiurare tale prospettiva. Le imprese sono disposte a fare la propria parte, ma servono tempi adeguati e regole certe. È necessario definire attentamente i perimetri dell'intervento, che deve essere graduale e non scaricare eccessivi oneri sulle spalle delle imprese. I protocolli esistenti per la sicurezza del lavoro nelle piccole e medie imprese, fino ad ora, hanno funzionato: la via dei patti tra le parti sociali è dunque percorribile, così come lo è quella normativa».

«L'obiettivo a medio termine da raggiungere – ha concluso Marinelli –, insieme alla salvaguardia delle salute di tutti i cittadini, a cominciare dalle persone più fragili, è il ritorno al tasso di risparmio delle famiglie sui livelli pre-crisi. Uno snodo purtroppo per nulla scontato: molti dei cambiamenti nelle abitudini di consumo determinati dalla pandemia, infatti, non sono reversibili. La diffusione del lavoro da remoto, la ridotta mobilità legata ai timori di contagio, la

crescita delle vendite on-line, sono fattori che continueranno ad influenzare i comportamenti delle famiglie. Occorre quindi trovare idonei aggiustamenti, per creare nuovi equilibri ed adeguare la rete commerciale di prossimità alle mutate esigenze, sfruttando l'innovazione tecnologica e le nuove abitudini di consumo, in una logica di riorganizzazione dello sviluppo locale e del fare impresa».