

Imola

La terza ondata: l'economia in crisi

«Ora aiuti concreti anche a livello locale»

Renzi (Confartigianato): «Un ulteriore sforzo prima dell'immunità vaccinale». Galassi (Ascom): «Ristori in ritardo e ancora insufficienti»

Dove eravamo rimasti? Piove sul bagnato ed il ritorno della zona rossa non fa altro che accentuare le criticità di un comparto commerciale cittadino alle prese con l'ennesimo ostacolo. «Una situazione che era nell'aria – spiega Sabina Quarantini, presidente Confesercenti Imola -. E' trascorso un anno ma ci troviamo dentro ad un loop, proprio alle porte del periodo pasquale e dell'imminente festa della donna, con uno spaccato ancora più preoccupante a livello sanitario». Lo stato d'animo non è dei migliori. «Amarezza, scoramento generale, paura e rassegnazione – prosegue -. L'impressione è quella di combattere una battaglia contro i mulini a vento». Non solo. «Si attendono i ristori promessi – conclude la Quarantini -. Abbiamo incontrato le istituzioni a ogni livello avanzando le nostre richieste».

Per Amilcare Renzi, segretario di Confartigianato Bologna Metropolitana, il danno economico è sempre meno sostenibile. «Un ulteriore sforzo in attesa che la

QUARANTINI (CONFESERCENTI)

«Dopo un anno intero ci ritroviamo di nuovo a combattere con i mulini a vento»



Da sinistra: Amilcare Renzi (Confartigianato), Sabina Quarantini (Confesercenti), Danilo Galassi (Confcommercio Ascom), e Paolo Cavini (Cna)

campagna vaccinale prenda finalmente velocità – precisa -. Un sacrificio che deve essere compensato rapidamente e in maniera consona al danno. Se necessario rivediamo anche le modalità e i parametri di assegnazione dei ristori». Colpite, in particolare modo, le piccole e medie imprese: «Punti fondamentali della vita economica e della coesione sociale – analizza -. Non basteranno i ristori nazionali, occorrerà mettere in campo tutte le possibilità di sostegno anche a livello locale e

sfruttando risorse emergenziali, europee. Un'azione di responsabilità a favore del bene collettivo».

Dalla sede di Confcommercio Ascom Imola, parla il presidente Danilo Galassi: «La priorità va data senza dubbio allo scenario sanitario – commenta -. Sono ore frenetiche nel tentativo di dare risposte a tutte le domande degli associati. Lo scenario muta a forte velocità». Per un bilancio generale, più che da zona rossa, da profondo rosso. «Era già critico prima, figuriamo-

ci adesso – chiosa Galassi -. L'utenza è timorosa e frequenta sempre meno gli esercizi. I ristori? In forte ritardo e, ad oggi, insufficienti». Entra nel dettaglio Paolo Cavini, presidente di Cna Imola: «La salute va sempre al primo posto – puntualizza -. Vin-

CAVINI (CNA)

«Restiamo uniti per intercettare i sostegni a favore dell'imprenditoria»

colante l'attesa accelerata alla campagna vaccinale. L'impatto della nuova chiusura si ripercuoterà negativamente su tutte le imprese. Non trascuriamo l'incidenza dello stop alle scuole. La produttività delle aziende potrebbe rallentare con molti genitori che necessitano di congedi e permessi». Infine, gli auspici. «Ristori rapidi, sufficienti ed adeguati – conclude -. Coesione di tutte le parti in causa, soprattutto la sfera istituzionale».

Mattia Grandi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La parrucchiera Lorena Ghini (Claudio e Lorena)

«Clienti anziani spariti dai radar»

«Ma in compenso in tanti hanno prenotato prima dello stop»

Non ha avuto il tempo nemmeno per la canonica pausa pranzo Lorena Ghini, titolare del salone di acconciature femminili e maschili 'Claudio e Lorena' di viale Andrea Costa. Ritmi incessanti nell'ultimo giorno di apertura prima dello stop forzato imposto dal ritorno della zona rossa. «C'è davvero tanto rammarico nel dover riabbassare la serranda – commenta la parrucchiera -, purtroppo l'andamento dei contagi è peggiorato e non ci sono altre soluzioni. Scelta difficile ma doverosa, forse perfino tardiva». Logistiche del negozio messe, però, a dura prova: «Abbiamo dovuto spostare molti appuntamenti, una fase piuttosto caotica – continua -. Rispetto alla chiusura precedente nella quale sono fioccate le disdette, questa volta c'è stata un'autentica corsa alla prenotazione last minute». Della serie, arriva la zona rossa ma meglio

farsi trovare con i capelli in ordine. «Probabilmente anche a causa del possibile protrarsi delle tempistiche del fermo stando alla memoria recente – spiega la Ghini -. I capelli sono una sorta di specchio dell'anima con grande valenza nel quadro generale del proprio aspetto esteriore». Piove sul bagnato sul fronte delle ripercussioni economiche. «Non è questione di ristori o aiuti, peraltro necessari nel caso di un lungo stop alle attività – specifica la donna -. Vorrei soltanto lavorare con serenità come avveniva in passato». Non solo. «La clientela è diminuita con una forte incidenza su quella più anziana letteralmente sparita dai radar – conclude -. Trapezano paura e preoccupazione con i figli che consigliano ai genitori, in quanto fascia debole e a rischio, di rimandare l'appuntamento in salone».

m. g.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lorena Ghini (Parrucchiera)



Nicola Masino e Francesco Neri

Il negozio di vestiti di Nicola Masino e Francesco Neri (Officina)

«Cambiato il modo di vendere»

«Potenziato il commercio sul web e il servizio porta a porta»

Tempi duri anche per il comparto dell'abbigliamento. Il ritorno alla zona rossa non è altro che l'ultimo capitolo di un romanzo nel quale tarda ad arrivare il lieto fine. Trama che conoscono bene Nicola Masino e Francesco Neri, titolari di Officina, concept store che vanta ben dieci punti vendita sul territorio romagnolo tra i quali spicca quello di via Appia ad Imola. L'unico costretto, per ora, allo stop da ordinanza. «Siamo di nuovo punto e a capo, a distanza di un anno – spiegano gli imprenditori e fondatori del brand LAB84 -. A livello psicologico è sempre più impegnativo il processo di programmazione per ordini e acquisti della merce. Dal punto di vista economico non sono ammessi errori e viaggiamo in una forbice valutativa che spazia dal rischio giacenza a quello dello scarso assortimento del negozio». Il rovescio della medaglia è, per fortuna, legato al target

di prodotto gradito dall'utenza ed alle nuove tecnologie.

«Negli ultimi tempi il mercato si è orientato su prodotti comodi, come felpe, tute e t-shirt, funzionali tra le mura domestiche e nella riscoperta dell'attività motoria all'aperto – continuano Masino e Neri -. Abbiamo riorganizzato tutta la nostra filiera di vendita potenziando e-commerce sul web, messaggistica dedicata ai clienti ed attivando il servizio porta a porta». Sforzi logistici, in primis. «Abbiamo la possibilità di appoggiare la merce del punto vendita imolese in altri nostri negozi ma dall'avvio della zona arancione rafforzata sono diminuiti i flussi di accesso della clientela e gli incassi – concludono -. Speriamo arrivino per tutti i ristori promessi. Dal canto nostro cerchiamo di tutelare i nostri 20 dipendenti, attualmente in turnazione continua, e le loro famiglie anticipando la cassa integrazione».

m. g.