

Caro gasolio e scaffali vuoti, l'allarme dello psichiatra: "È il panico a esasperare l'emergenza"

Il fermo degli autotrasportatori contro il caro carburanti rallenta le consegne e mette sotto pressione la distribuzione alimentare, ma a contribuire allo svuotamento dei supermercati è anche la corsa agli acquisti. Un fenomeno che si alimenta attraverso immagini, messaggi e segnalazioni condivise sui social e nelle chat, trasformando il timore di una carenza in un rischio concreto.

A spiegare il meccanismo è Vincenzo Barretta, psichiatra e direttore scientifico del Centro Noesis di Napoli, che richiama l'attenzione sulle conseguenze psicologiche e comportamentali dell'emergenza.

"Il camion fermo svuota il magazzino, è vero, ma lo scaffale lo svuota la fotografia dello scaffale vuoto". Un'immagine condivisa può innescare una reazione collettiva, spingendo molte persone ad acquistare quantità di prodotti superiori al necessario. È il cosiddetto *panic buying*, ovvero gli acquisti dettati dal panico, un comportamento già osservato durante le precedenti emergenze e legato alla paura della scarsità, all'incertezza e al bisogno di recuperare un senso di controllo.

"Fare scorte è un modo per riprendersi il controllo, ma è un controllo che si paga con l'ansia di tutti gli altri". Secondo Barretta, chi riempie il carrello oltre il necessario può sentirsi temporaneamente più tranquillo, ma contribuisce ad alimentare l'insicurezza di chi arriva dopo e trova gli scaffali vuoti. La fotografia di un banco senza prodotti, una volta rilanciata, diventa a sua volta un elemento capace di amplificare la preoccupazione.

A rendere più rapida la reazione collettiva è anche il ricordo delle precedenti crisi. “Per molti il marzo del 2020 in pandemia sembrava archiviato”, osserva lo psichiatra, ma i comportamenti adottati allora possono riemergere di fronte a nuove situazioni percepite come minacciose. “Viviamo in un ambiente immateriale, fatto di chat, gruppi e notifiche, che ha tempi incomparabili con quelli della merce, e il panico si costruisce esattamente in quello scarto”.

La ripresa delle consegne potrà favorire un graduale ritorno alla normalità, ma resta il rischio che la paura continui a condizionare gli acquisti anche quando la situazione logistica sarà migliorata. Per questo, accanto alla gestione delle difficoltà di approvvigionamento, diventa importante evitare allarmismi e comportamenti dettati dall'impulso.

“Gli scaffali torneranno pieni nel giro di pochi giorni. Il comportamento resta più a lungo: alla prossima vertenza troveremo una popolazione che ha visto due volte in sei anni il supermercato svuotarsi, e che reagirà ancora più in fretta”. Da qui un richiamo alla responsabilità individuale e collettiva, acquistando soltanto ciò che serve e verificando le informazioni prima di condividerle. Azioni che possono contribuire a contenere gli effetti di una crisi, evitando che il timore della scarsità finisca per aggravare le difficoltà reali.