

Saldi: partenza sprint nel weekend, frenata durante la settimana

► Confcommercio veneto critica l'eccesso di svendite durante l'anno
I "black friday" penalizzano: «La deregulation totale non è il futuro»

**IL PRESIDENTE ZANON:
«C'È UNA LEGGE
E DEVE ESSERE
RISPETTATA DA TUTTI
ANCHE PER LE VENDITE
CHE SI FANNO SUL WEB»**

**LA SPESA DURANTE
I "VENERDÌ NERI"
SI È ATTESTATA
SUI 300 EURO
PER IL 96%
DEGLI ACQUIRENTI**

COMMERCIO

VENEZIA Saldi in Veneto: partenza col botto nel weekend, brusca frenata nel resto della settimana. È questo il bilancio delle vendite "di fine stagione" tracciato dal presidente della Federazione Moda Italia di Confcommercio Veneto **Giannino Gabriel**, che annuncia un sondaggio a livello nazionale della Federazione (di cui è consigliere) per valutare eventuali nuove iniziative da intraprendere su questo fronte.

«Siamo onesti - commenta il presidente di Confcommercio Veneto **Massimo Zanon** - Oggi registriamo messaggi di saldi tutto l'anno, corse in avanti rispetto alla data prestabilita. Chi non ha ricevuto un messaggino o una mail che annunciava gli sconti già prima di Natale? Il futuro non è nemmeno questa totale deregulation. Oggi c'è una legge e va rispettata, ma sarebbe necessario che anche il commercio via web seguisse le stesse regole, rispondendo al fisco italiano nella nostra stessa misura. Insomma, stesso mercato, stesse regole. Venendo alla capacità di spesa delle famiglie, la spesa media nel periodo dei saldi stimata da Confcommercio è di 140 euro a persona. Direi che non è un dato esaltante». Dello stesso avviso è il presidente del settore moda e abbigliamento **Giannino Gabriel**: «La spesa media è sottotono ri-

spetto al periodo pre-crisi e tutte le aperture di sconto prima della data d'inizio dei saldi non aiutano e ne vanificano il senso mettendo a rischio i risultati di molte imprese».

E-COMMERCE

«Poi c'è l'e-commerce - aggiunge Gabriel - È chiaro che, soprattutto quando si acquista su base estera, i prezzi sono inferiori, anche se spesso pure la qualità segue questo andamento, e il commercio via web si sta sviluppando con una rapidità incredibile. L'avvio dei saldi è stato, ciononostante, positivo in quasi tutte le province, ma c'è da dire che da lunedì in poi si è registrato un andamento fiacco, in linea con quello del 2017 e con alcune imprese che hanno addirittura registrato perdite del 10%, soprattutto in quei centri urbani dove i negozi tradizionali subiscono la concorrenza della grande distribuzione». «L'appello è sempre quello rivolto alla Regione: rivitalizzare i cuori dei paesi, delle città. Per avviare nuove iniziative in questo senso, anche legate ai saldi, abbiamo approntato un questionario a livello nazionale sollecitando le imprese ad avanzare proposte che possano servire a rendere più appetibili gli acquisti nei negozi reali all'interno delle città».

A incidere sui risultati dei saldi di questo inizio d'anno c'è anche l'effetto del Black friday del-



lo scorso novembre. Un consumatore su tre ha infatti acquistato a novembre approfittando degli sconti del Black Friday e del Cyber Monday. E nel giro degli ultimi due anni, si è registrato un significativo aumento della quota di consumatori che ha scelto di fare acquisti nei giorni di questi saldi speciali, passando dal 23% del 2016 al 32,6% del 2018.

L'ANALISI

Questi elementi emergono da un'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio e dall'indagine "Special black friday 2018" realizzata in collaborazione con Format research. Nel "venerdì nero" la spesa per la quasi totalità dei consumatori (96%) non ha superato i 300 euro; il 34,9% dei negozi è stato visitato da nuovi clienti durante queste iniziative, ma per il 57,7% delle imprese non ci sono stati incrementi di vendite. Calzature, articoli sportivi e abbigliamento sono risultate le tipologie di negozi più frequentate dai consumatori. «La storia del black friday-cyber monday - osserva Confcommercio in una nota - conferma che iniziative come queste, se ben congegnate, a prezzi realmente competitivi e con sufficienti garanzie per le famiglie consumatrici, sono destinate al successo. Tuttavia, come confermato anche dai recenti dati Istat, rimane il timore che gli sviluppi delle vendite di novembre, anche per effetto di queste iniziative commerciali, vadano a detrimento di quelle di dicembre, per i beni durevoli, e di gennaio, anche se in quest'ultimo caso l'effetto sui saldi di abbigliamento e calzature dovrebbe essere molto moderato».

Resta da capire, dal punto di vista macroeconomico, se gli acquisti a cavallo della settimana black friday-cyber monday possano considerarsi «aggiuntivi, cioè portatori di nuovo e genuino valore aggiunto al sistema. Purtroppo - conclude Confcommercio - il contributo di queste importanti iniziative appare più sostitutivo che aggiuntivo in termini di vendite».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



COMMERCIO Iniziativa senza troppi entusiasmi la stagione dei saldi