

COMMERCIO: SI ACCENDE DIBATTITO SUI SALDI, "IN ABRUZZO +30% ONLINE, PER NEGOZI LOTTA IMPARI"

19 Novembre 2023



L'AQUILA - Si accende il dibattito sulla prossima data dei saldi invernali con la proposta di spostarli un mese più avanti ed esplodono le polemiche in relazione alle vendite sul web analizzando soprattutto i dati delle varie aree geografiche: in particolare nel centrosud - Abruzzo, Molise, Puglia, Sicilia, Calabria, Campania, Basilicata - con un +30,8 per cento, un tasso cioè ben cinque volte superiore a quello del commercio offline che ha conseguito un +7,3 per cento.

Significativo il confronto con le altre aree del Paese che mostrano il Centro Italia crescere del 14,8 per cento, il Nord Est del 10 per cento ed il Nord Ovest del 6,7 per cento. Da notare che quest'ultimo composto da Lombardia, Piemonte, Valle D'Aosta e Liguria, è il territorio che detiene storicamente la quota maggioritaria di commercio elettronico.

Da Federmoda Confcommercio è arrivata la richiesta di posticipare i saldi invernali a dopo il 20 gennaio "in modo da garantire una migliore gestione delle vendite considerando anche il perdurante caldo fuori stagione che in queste settimane sta caratterizzando la nostra regione".

E in tal senso da Confcommercio Pescara, attraverso il presidente di Federmoda Enzo D'Ottaviantonio, dai rappresentanti di Federmoda Chieti Marisa Tiberio, Federmoda Teramo Paolo Moretti e Riccardo Savella per Federmoda L'Aquila è arrivato un appello alla Regione Abruzzo per far slittare la data dei saldi invernali.

È stata infatti inviata una lettera all'assessore alle Attività Produttive Industria, Commercio e Artigianato, Daniele D'Amario, in cui viene chiesto lo spostamento alla data del 20 gennaio 2024.

"Come rappresentanti Federazione Moda Italia, Confcommercio Imprese per L'Italia, manifestiamo la volontà di portare la

data di inizio saldi invernali, per la stagione autunno/inverno 23, al 20 gennaio 2024, tenendo inalterata la durata degli stessi", si legge nella missiva datata 7 novembre 2023.

Questo dibattito si apre in prossimità del Black Friday che quest'anno dovrebbe cadere il 24 novembre ma ormai nella maggior parte dei casi si è trasformato in Black Week.

Da giorni, molte catene nazionali fanno gli sconti facendo riferimento al Black Friday mentre il colosso delle vendite on line Amazon è già partito con gli sconti.

"In Italia nel 2022 la Black Week ha visto una crescita del commercio on line pari al 197 per cento rispetto al 2021 e nel 2023 - dichiara il presidente di Confimprese Palermo Giovanni Felice - ed è previsto che nella Black Week, il 58 per cento acquisterà almeno un articolo on line".

Nella settimana del Black Friday 2022 secondo Confimprese, il commercio on line ha registrato, ogni giorno crescita tra il 212 ed il 233 per cento. Stando ai dati NielsenIQ, nel 2022 il fatturato di novembre degli acquisti on line ha superato i 180 milioni di euro trascinato proprio dal Black Friday.

Inoltre, in base ai risultati dell'Osservatorio digital FMCG (Fast Moving Consumer Goods), rilevazione periodica di Netcomm in collaborazione con Nielsen, a chiusura anno 2022, c'è stata una crescita globale dell'e-commerce del largo consumo del 10,5 per cento rispetto all'anno precedente.

Analizzando questi dati, Felice lancia una provocazione: "Davanti alla crescita travolgente del commercio on line è pazzesco continuare a mettere freni e balzelli al commercio fisico. I commercianti in regola sono in balia sia del commercio on line 'regolare' che di quello irregolare, come le tante dirette on line fatte sui social senza avere alcuna autorizzazione commerciale, partita IVA o iscrizione ad enti previdenziali, tutte prescrizioni richieste dalla legge. A questo si aggiunge l'incapacità da parte delle istituzioni di contrastare i fenomeni di abusivismo dilagante. Invece di proporre catene e balzelli che valgono solo per il commercio tradizionale, sarebbe più semplice consentire ai commercianti di potere competere ad armi pari, abolendo tutti i vincoli burocratici, azzerando la montagna di adempimenti divieti, tasse ed imposte incluse. Del tutto inutile poi azzardare di posticipare i saldi, una mossa che sarebbe un autogol per la categoria dato che tutti i consumatori si aspettano l'inizio delle svendite ormai sempre nelle date tradizionali e cioè i primi di gennaio".