

20 Dicembre 2016

Abbigliamento/ La crisi pesa e le promozioni compromettono le Feste

Diego Pedrali, presidente di categoria Ascom: «Iniziative come il Black Friday e promozioni sottobanco affossano ulteriormente il settore. Le piccole insegne si aspettano nuove regole e maggiori tutele»



[diego_pedrali.jpg](#)

Diego Pedrali, presidente del Gruppo

Abbigliamento Ascom

Il “Black Friday” ha guastato il clima natalizio, in una stagione già contraddistinta da un calo dei consumi pesante per l’abbigliamento. È il quadro di **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento e Calzature dell’Ascom di Bergamo: «Gli sconti e promozioni della Gdo penalizzano i negozi tradizionali già in difficoltà e che da anni auspicano di fare slittare i saldi. La categoria spera in maggiori tutele, in un contesto di promozioni sottobanco e senza regole e di sconti da volantino. Il bilancio è ogni anno più pesante: i negozi segnano nel 2016 un ulteriore calo del 5-10 % rispetto al 2015, già col segno meno. Dal 2008 ad oggi i consumi sono calati anche del 50% e la crisi non interessa solo i negozi tradizionali, ma anche i centri commerciali, dove ormai la gente va per lo più a fare due passi e a guardare le vetrine».

Anche se sarà un Natale di crisi, poco vivace per consumi e spesa media, ai regali non si rinuncia: «Cala il budget destinato agli acquisti ma per i familiari si fa qualche sacrificio in più per acquistare capi di moda: giubbotto di

montone o lana e scarpe a doppia fibbia per lui, completi rigorosamente neri, pantaloni a palazzo corti e anfi per lei».

I negozi di abbigliamento esprimono la propria preoccupazione per la possibile estensione dello scontrino digitale anche agli esercizi commerciali: «L'invio telematico in tempo reale alle Agenzie delle Entrate comporterebbe ulteriori costi di gestione per i commercianti, obbligati ad investire nel nuovo registratore di cassa», spiega Pedrali.