

Saldi al via, 228 euro la spesa stimata a famiglia per un indotto di 70,9 milioni di euro



Tagli ai prezzi dei cartellini progressivi. Occasione per fare buoni affari in vista degli annunciati aumenti delle prossime collezioni

Conto alla rovescia per la partenza dei saldi estivi, sabato 2 luglio. Fino al 30 agosto a Bergamo e nel resto della Lombardia sarà possibile acquistare capi e accessori moda primavera-estate a prezzi scontati. Il clima, con temperature elevate e solleone, incentiva lo shopping di stagione. E, in vista degli annunciati aumenti da parte dell'industria della moda dei prezzi a catalogo nei prossimi mesi (si stima un ritocco al rialzo del 10-12% in media con punte fino al 20%), si possono fare affari ancora più interessanti, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d'occasione.

Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 202 euro - pari a 88 euro pro capite - per un valore complessivo di 3,1 miliardi di euro. 15,4 milioni di famiglie italiane non rinunceranno allo shopping d'occasione. Il dato è in aumento rispetto allo scorso anno, grazie anche al ritorno del turismo nazionale e internazionale.

Le previsioni a livello locale di Ascom Confcommercio Bergamo sono leggermente al di sopra della media nazionale, con un budget pari a 228 euro, per una media pro-capite pari a 97,50 euro per un valore complessivo di 70,9 milioni di euro. Il 66% delle famiglie bergamasche (310.200 su 470mila totali, dato Istat) acquisteranno articoli in saldo. *“I dati confermano una voglia di fare acquisti da parte dei consumatori- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Dopo lo choc dei primi mesi dell'anno dovuti alla guerra e al rincaro energetico, le vendite stanno recuperando. I problemi certamente persistono, ma i bergamaschi, come testimonia la ripresa dei consumi fuori*

casa, vogliono tornare a uscire e fare acquisti. Ci aspettiamo un luglio e agosto buoni e confidiamo, non senza qualche preoccupazione, in una tenuta per settembre”.

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte, anche se pesa sempre più la concorrenza senza regole di promozioni e sconti, vietati come impone la legge regionale, nei trenta giorni antecedenti i saldi. *“Su internet la deregulation è totale e la concorrenza sleale dell’online pesa sempre più sulle attività tradizionali, senza contare che i colossi del web hanno beneficiato di un’importante rendita di posizione. C’è molta attesa per l’attuazione degli accordi per la global minimum tax- commenta **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo-. Promozioni e perfino Black Friday estivi stanno impazzando ovunque, a scapito di chi segue e rispetta le regole e dell’attesa stessa di quello che è sempre stato un appuntamento sentito come la partenza dei saldi”.*

I tagli ai prezzi dei cartellini saranno come gli altri anni progressivi: dal 20-30% iniziale fino al 40%. Da anni la maggior parte dei commercianti invoca un cambio di data per le svendite che, per loro stessa definizione, sono nate per essere “di fine stagione”: *“Il tema è complesso, perché è inutile rinviare i saldi se si parte prima con gli sconti -continua Pedrali-. Dopo anni di dibattito si era arrivati alla definizione di una data unica nazionale di partenza dei saldi per mantenerne l’appeal e tutelare le attività, ma il calendario perde di valore se non si rispetta il codice del consumo”.*

Andamento delle vendite positivo negli ultimi due mesi

L’avvio dell’anno non è stato dei migliori, come evidenziano i più recenti dati Federmoda (-9% a gennaio rispetto allo stesso periodo del 2021, seguito da -16,3% a febbraio e -4,5% a marzo), ma aprile e maggio, anche se ben distanti dai dati pre-covid, segnano un rapido recupero: +3,5% ad aprile e +5,7% a maggio, ritenuto dal 59% degli intervistati un mese positivo.

Il 78% dei commercianti non ha effettuato vendite online o a domicilio e la maggioranza di chi ha optato per e-commerce, il 68%, non ha superato il 5% del fatturato. La percentuale di imprese che ha scelto di affiancare le vendite online all’attività tradizionale è passata dal 14,4% del 2019 al 51,2%. Instagram è tra i canali di promozione emergenti (30,3%), seguito da sito web (21,2%), whatsapp (16,7%), facebook (13,6%), piattaforme aggregatrici (9,1%).

LE REGOLE FEDERMODA PER SALDI CHIARI E SICURI

CAMBI La possibilità di cambiare il capo acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante. Tuttavia, se il prodotto è danneggiato o non conforme (ex artt. 130 e ss. d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo e successive modificazioni) scatta l’obbligo per il negoziante di riparazione o sostituzione entro un congruo periodo di tempo e, nel caso ciò risulti impossibile o se i costi che il venditore dovrebbe sostenere siano sproporzionati: riduzione o restituzione del prezzo pagato. Il compratore è tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

PROVA DEI CAPI Non c’è obbligo. È rimessa alla discrezionalità del negoziante (Non sono più previsti obblighi di effettuare la prova dei prodotti previa disinfezione delle mani e di utilizzo delle mascherine, anche nei camerini).

PAGAMENTI Le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante. Da domani, 30 giugno 2022, per chi non accetta pagamenti con bancomat e carta di credito (ex art. 18 del Decreto Legge n. 36 del 30 aprile 2022) scatteranno le sanzioni (pari ad una quota fissa di 30 euro cui va aggiunta una quota pari al 4% del valore della transazione rifiutata).

PRODOTTI IN VENDITA I capi che vengono proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/saldi-al-via-228-euro-la-spesa-stimata-a-famiglia-per-un-indotto-di-709-milioni-di-euro/>

INDICAZIONE DEL PREZZO Obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita e la percentuale di sconto (In altre regioni è richiesta anche l'indicazione del prezzo finale)

MODIFICHE SARTORIALI In caso di modifiche e/o adattamenti sartoriali alle esigenze della clientela (es. orli, maniche, asole) il costo è a carico del cliente, salvo diversa pattuizione. Va data preventiva informazione al cliente.