

Saldi al via, Malvestiti: «Premesse per un week end di grande shopping»

Il caldo anticipato non ha spinto i consumi e ora i commercianti confidano nelle vendite scontate. Il presidente Ascom: «Assortimento e prezzi interessanti». Pedrali (gruppo Abbigliamento): «Ma le promozioni sottobanco e l'e-commerce rischiano di vanificare gli sforzi della categoria»



Conto alla rovescia per l'inizio dei saldi estivi che, come da calendario regionale, prendono il via sabato primo luglio. Il caldo torrido delle scorse settimane ha deluso le aspettative sul fronte dei consumi che sembrano congelati. La speranza dei commercianti è che la voglia di capi estivi all'ultima moda e i tagli ai prezzi dei cartellini stimolino gli acquisti. Sarà comunque dura la rincorsa dei saldi per sollevare un'altra stagione difficile. Finora il bilancio è in negativo: almeno il 5-6% in meno rispetto alla stagione precedente, che segnava già un ulteriore ribasso rispetto al 2015, in un continuo trend negativo che stenta dal 2008 a vedere un'inversione di tendenza.



«L'estate arrivata in anticipo, con le temperature record dei giorni scorsi, non sembra aver invogliato gli acquisti, decisamente al di sotto delle attese - commenta **Paolo Malvestiti**, presidente di Ascom Bergamo -. Maggio e giugno sono stati mesi difficili e ora si spera in un week-end dedicato allo shopping d'occasione. Anche quest'anno la proposta dei saldi sarà di assoluto interesse, sia per assortimento che per i prezzi, con ribassi anche del 40%. I primi giorni saranno come sempre decisivi per le vendite di fine stagione. Speriamo in una buona partenza. I saldi possono essere un'attrattiva anche per i turisti in città e nelle nostre località di villeggiatura».

[diego pedrali - vetrina negozio l'uomo più](#)

Diego Pedrali

Come ogni anno, a guastare il clima di attesa per le vendite di fine stagione, si moltiplicano sms, vendite private e promozioni sottobanco, in barba alla legge regionale: «È un meccanismo distorto che danneggia chi rispetta e osserva le regole e al tempo stesso si ritorce contro gli stessi commercianti che ricorrono a questi escamotage - spiega **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento e Calzature e articoli sportivi Ascom e membro della Giunta di FederModa Italia -. I saldi perdono così anno dopo anno appeal e la concorrenza sempre più forte dell'e-commerce vanifica in buona parte gli sforzi dei commercianti che si impegnano ad animare le vie con notti bianche, aperture domenicali e quant'altro possa stimolare i consumi. La crisi sembra non avere fine e nelle vie dei paesi e dello stesso centro storico si soffre anche per la concorrenza dei nuovi poli commerciali. Abbiamo perso in questi anni troppe insegne, anche storiche, e chi resiste sul mercato lo fa in molti casi a fatica».

Il vademecum Ascom delle vendite di fine stagione

Come ogni anno Ascom ricorda i cinque principi base per i saldi. Cinque regole di trasparenza e di correttezza pensate per la tutela della concorrenza e del cliente: cambi, prova capi, pagamenti, tipologia dei prodotti in vendita e indicazione sui prezzi.

1. Cambi: la possibilità di cambiare il capo dopo che lo si è acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante, a meno che il prodotto non sia danneggiato o non conforme (art. 1519 ter cod. civile introdotto da D.L.vo n. 24/2002). In questo caso scatta l'obbligo per il negoziante della riparazione o della sostituzione del capo e, nel caso ciò risulti impossibile, la riduzione o la restituzione del prezzo pagato. Il compratore è però tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

2. Prova dei capi: non c'è obbligo, è rimessa alla discrezionalità del negoziante.

3. Pagamenti: le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante qualora sia esposto nel punto vendita l'adesivo che attesta la relativa convenzione.

4. 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. Tuttavia nulla vieta di porre in vendita anche capi appartenenti non alla stagione in corso.

5. Indicazione del prezzo: obbligo del negoziante di indicare il prezzo iniziale di vendita e lo sconto in percentuale; è facoltativo, ma consigliabile, indicare anche il prezzo di vendita ribassato, mentre è vietato indicare qualsiasi altro prezzo.

Le sanzioni

Le violazioni alla norma sulle vendite straordinarie saranno punite con sanzioni amministrative da 500 a 3.000 euro, secondo la **legge regionale 9/2009**.

