la Rassegna.it
Fondata nel 1906

6 Marzo 2024

Saldi invernali, bilancio negativo tra inflazione e calo dei consumi

Diego Pedrali: “Affannarsi con continue svendite va a svilire il nostro lavoro e a rendere più neri i nostri bilanci”

Cala il sipario sui saldi, con l’ultimo weekend di rush finale, ma il bilancio Confcommercio Bergamo- in attesa dei dati ufficiali di Federazione Moda Italia, a livello nazionale e provinciale- evidenzia le difficoltà di un settore tra i più penalizzati del terziario, stretto tra calo dei consumi e cambio di abitudini e priorità dei consumatori. “Il settore dell’abbigliamento e calzature sta pagando più di altri le difficoltà delle famiglie, il cui potere d’acquisto è stato fortemente colpito negli ultimi due anni tra caro energia e caro mutui e locazioni. Tutte le spese non necessarie sono state tagliate- commenta Oscar Fusini direttore Confcommercio Bergamo-. Il sistema va ripensato a salvaguardia dei saldi che piacciono ai consumatori e che, seppur tra le innumerevoli difficoltà, sono un’opportunità per i commercianti. In attesa dei dati ufficiali di rilevazione Federmoda, la sensazione è che in generale il bilancio a Bergamo e provincia sia negativo, con una media che sfiora il 10% in meno. E’ in aumento il numero delle imprese che ha registrato un calo e in diminuzione chi rileva una crescita rispetto a un 2023 che non era certo stato buono in generale per i consumi.

C’è anche chi rileva un -30%”. Diego Pedrali presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federazione Moda Italia punta il dito contro un meccanismo distorto di sconti che, al di là dei saldi, diventano insostenibili per le attività: “L’abitudine di cercare, proporre e riproporre svendite e promozioni, specialmente nel rush finale dei saldi, con marginalità quasi nulle sta portando solo a svilire il nostro lavoro e a rendere sempre più neri i nostri bilanci. Creare un clima di attesa verso sconti ogni volta superiori induce la clientela a posticipare l’acquisto di beni come abbigliamento, calzature e articoli sportivi di cui raramente si ha necessità contingente. Affannarsi a svendere i propri prodotti sta mettendo a repentaglio l’intero settore, fatto di tante imprese familiari e di insostituibili collaboratori. Le logiche della gdo, degli sconti continui sottobanco, stanno portando anche il commercio tradizionale a proporre nuove svendite, spesso al limite della sostenibilità. Se servono strategie diverse per data e durata per i saldi, per tutte le altre iniziative di svendita occorre interrogarsi sui reali vantaggi di creare un’attesa perenne di percentuali di sconto sempre più alte”. Così fenomeni più recenti come il Black Friday portano ad allungare i tempi di sconto per realizzare un minimo di vendite e l’e-commerce strozza molti commercianti che operano sulle grandi piattaforme: “Nei primi anni il fenomeno del Black Friday ha avuto un buon successo, ora per riuscire a realizzare un po’ di vendite si disobbedisce nella durata. In crisi anche chi ha optato di aprire le porte del proprio negozio a web e e-commerce: le grandi piattaforme lasciano ai piccoli esercenti, al netto di commissioni e costi di gestione, dei margini assolutamente ridicoli”. Il bilancio è decisamente negativo: “I saldi sono partiti male e proseguiti peggio, causa anche le temperature miti dell’inverno in generale. Ad essere in crisi è il sistema e un modello che va assolutamente ripensato. Inutile dare numeri e percentuali: qui si rischia un vero disastro per il settore nei prossimi anni, tra inflazione e consumi al palo”.