

# Commercio: il Black Friday apre la strada al bianco Natale

Francesca Guzzardi, presidente del consorzio Brescia centro: «L'online pesa negativamente sulle attività tradizionali»

Luca Goffi

Il Black Friday è alle porte, un'occasione per ripartire con slancio verso il Natale oppure un ulteriore inciampo? Infatti la fotografia del presente non è delle migliori: i commercianti sono reduci da un periodo non positivo. I dati dell'osservatorio Findomestic registrano una flessione del 9,7% nel mese di ottobre e anche nel mese corrente il calo è del 3,4%. A questo si aggiunge che la tradizione importata dagli Stati Uniti del Black Friday non sembra essersi adattata nel modo migliore al contesto nostrano. «L'online sta influenzando negativamente il commercio tradizionale. Non è un caso che quest'ultimo soffra simili iniziative. Le grandi catene e l'e-commerce sono struttura-

ti e investono per questa giornata, cosa che per limiti oggettivi non possono svolgere i negozi di vicinato - commenta Francesca Guzzardi, presidente del consorzio Brescia centro -. Purtroppo il Black Friday è il segno del nostro tempo. Se non ci fosse situazione economica così pesante, questo evento sarebbe stato accolto meglio». Anche la fiducia dei consumatori rispetto a dodici mesi fa non è delle migliori. Secondo l'osservatorio Findomestic, nel 2021 il 38% degli italiani riteneva un momento propizio per spendere, invece oggi a causa degli effetti dell'inflazione, dei rincari generalizzati gli «spendaccioni» sono scesi al 21%.

Questo si riflette nella volontà di acquistare, un terzo dei consumatori (30%) ha dichiarato di spendere una cifra inferiore rispetto ad un



Carlo Massoletti

anno fa e soltanto il 10% ha confessato di comprare maggiormente. Ma la negatività per la situazione contingente, non smorza l'ottimismo dei rappresentanti di categoria. Infatti il Natale è il periodo propizio per rimpinguare le casse. «Il Natale sarà d'aiuto, è il momento in cui la città si veste con il vestito più bello - chiosa Guzzardi -. Noi commercianti abbiamo il dovere di non lasciarci sopraffare dal contesto in cui ci troviamo e vogliamo offrire ai clienti



Francesca Guzzardi

il migliore servizio possibile. È bello constatare come tanti titolari delle attività siano già al lavoro per portare lo spirito natalizio nei propri negozi». Il Black Friday come opportunità per dare uno scossone agli acquisti in vista della fine dell'anno. «Il mercato in questo momento è contratto e i consumi sono con il freno a mano tirato - dichiara Carlo Massoletti, presidente Ascom Brescia -. Il commercio suggerisce grande cautela per la vendita

promozionale invece gli auspici i merito ai consumi in vista del Natale sono migliori».

La positività si tramuta in moderato entusiasmo quando si osserva il flusso di mercato degli e-commerce. Pare che la crescita vertiginosa delle piattaforme del commercio digitale abbia raggiunto il proprio apice e che l'inversione di tendenza appaia possibile. «Rispetto agli ultimi anni, sembra che il mercato online sia in via di ridefinizione. La sensazione generale suggerirebbe che la crescita abbia raggiunto il plateau - commenta Carlo Massoletti, presidente Ascom Brescia -. I volumi sono in fase di rientro, non c'è più la corsa all'acquisto digitale, il consumatore rinuncia all'e-commerce e torna nei negozi. Tra l'altro ci sono alcuni segnali importanti che spingono in questa direzione. Per esempio i grandi player abbigliamento non regalano più il reso ma è a titolo oneroso». Insomma, i commercianti stritolati dalla morsa di internet nonostante il Black Friday iniziano a rivedere la luce in fondo al tunnel.