

**PROMOZIONI INVERNALI** Dopo le limitazioni imposte dalla pandemia i negozi di vicinato sono tornati a riempirsi

# Saldi, finalmente c'è fiducia «Si compra senza esagerare»

Tante le persone in centro città  
Secondo le stime saranno oltre  
320 mila le famiglie bresciane  
che faranno acquisti scontati

**Proseguiranno  
fino al 5 marzo  
Abbigliamento,  
accessori  
e calzature  
i beni preferiti**

**Rispetto al 2022  
gli esercenti  
si aspettano  
una crescita  
delle operazioni  
del 10 per cento**

Marta Giansanti

●● Un lungo primo fine settimana di saldi pronto a concludersi in bellezza. Grande, infatti, è la soddisfazione sotto il cielo del commercio cittadino: buono il volume degli acquisti, con un incremento rispetto allo scorso anno secondo la maggior parte degli addetti ai lavori, e stupefacente il continuo passaggio di persone. Un via va di uomini e donne di ogni età giunti da tutta la provincia (ma non solo) che hanno scelto la città come meta prediletta per lo shopping a prezzi ribassati o anche solo per qualche ora di svago prima del rientro di lunedì a lavoro o a scuola. Tanti i curiosi davanti alle vetrine dei negozi, ancora illuminate dalle luci natalizie e impreziosite dai grandi adesivi dedicati ai saldi. Un invito a entrare, a curiosare tra gli scaffali colmi di merce scontata e, in molti casi, ad approfittare del tradizionale periodo di fine stagione.

«Non ho un vero e proprio budget, se quello che vedo mi interessa, lo compro, ovviamente senza esagerare - confessa Chiara Ottaviani a

spasso tra piazza Vittoria e via X Giornate ora pedonalizzata -. Credo che punterò soprattutto su vestiti, borse e scarpe: vediamo però di trovare la convenienza». Ad avere la meglio in queste lunghe settimane di saldi, che si chiuderanno il 5 marzo, saranno proprio l'abbigliamento, gli accessori e le calzature.

**Secondo** le prime stime di Confcommercio Brescia, saranno 326 mila le famiglie bresciane (con una spesa media di poco più di 300 euro a famiglia) a fare acquisti negli oltre novemila negozi della provincia. Previsto un giro di affari di quasi cento milioni di euro, in crescita del 10% rispetto al 2022, pronto a superare i 4,66 miliardi di valore complessivo a livello nazionale. Un salto importante rispetto agli scorsi anni caratterizzati dalla pandemia e da tutto ciò che ne è conseguito, tra cui lo sviluppo e la diffusione indiscriminata dell'e-commerce, oggi a quanto pare in leggera regressione. «Raramente compro su internet, lo faccio quasi esclusivamente per acquistare prodotti tecnologici, sia perché non c'è il bisogno di provarli sia perché sono molto più convenienti - spie-

ga Daniele Belussi, in attesa della sua fidanzata fuori da un negozio -. Per l'abbigliamento e le calzature, invece, preferisco rivolgermi a un negozio vero e proprio. Posso provare i capi, posso contare sui consigli molto spesso utili delle commesse. Compere immediate senza dover aspettare la consegna del pacco con tutte le incognite del caso: una trafila noiosa che preferisco evitare. Oggi la dedicherò a stare in giro, vediamo se trovo qualcosa di interessante». A prediligere invece l'online è Maddalena Gozzi che ha scelto di fare una passeggiata in centro con la sua bambina di tre anni ma senza aspettative di acquisto. «Compro quasi tutto su internet, lo trovo comodo, facile e conveniente - spiega -. In particolare i vestiti, le scarpe e i vari accessori che servono per i miei due piccoli bambini: mi piace molto un marchio del Nord Europa, non facile da trovare in Italia. Mi affido, quindi, all'online: da casa, veloce, sicuro e meno costoso. Un'abitudine, però, che si è radicata con lo scoppio della pandemia e che prima non avevo».

**Persone** che incontri usanze che trovi, e che si riflettono

pure nella scelta delle location: negozi di vicinato con annessa passeggiata in un centro storico oppure tra le gallerie di un centro commerciale? «Non ho mai capito le persone che amano trascorrere intere giornate chiusi dentro ai centri commerciali - sottolinea Valerio Di Meo -. Io li frequento raramente e, possibilmente, in un giorno ferialo, quando la mancanza di ressa è quasi garantita. Ovviamente non andrei mai durante il primo weekend di saldi. E poi - aggiunge - vuoi mettere fare shopping tra le bellezze di questa città e farlo invece in un luogo freddo e senza anima, come il centro commerciale?». Un ritorno alle origini e ai negozi di prossimità che, secondo molte persone, «favorirà non solo quella fetta di commercio a conduzione familiare, ma renderà anche molto più attrattivi e vivi gli stupendi centri storici dei borghi e delle città».



Superficie 39 %



La stagione dei saldi invernali durerà fino al prossimo 5 marzo: l'avvio sembra essere confortante



Chiara Ottaviani



Daniele Belussi



Valerio Di Meo



Maddalena Gozzi

**SODDISFAZIONE** «L'online che cala ci aiuta»

# I commercianti respirano aria di buoni affari

I titolari delle attività più fiduciosi  
«Clienti attenti, ma presenti»

●● Un inizio positivo che fa presagire un buon andamento lungo l'intero periodo dei saldi. E' il primo bilancio, abbastanza soddisfacente, dei principali rappresentanti del mondo commerciale del territorio provinciale. «Se ben ci ricordiamo, lo scorso anno di questo periodo la città era semi deserta: la diffusione del Covid aveva costretto una buona percentuale di persone a restare chiuse in casa - ricorda Carlo Massoletti, presidente di Confcommercio Brescia -. In questi giorni la situazione è ben diversa e il notevole via vai nel centro storico lo dimostra».

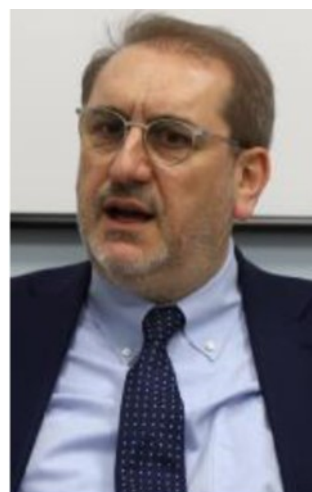
Un buon afflusso che però non è per forza, sinonimo di affari o di acquisto certo. «Le persone sono abbastanza circospette: entrano, vedono e curiosano tra la merce esposta, ma fortunatamente finalizzano - sottolinea Massoletti - Un debutto dello shopping a prezzi convenienti che ci fa ben sperare per l'intera

stagione dei saldi invernali». Un andamento che potrà godere anche di un calo sensibile del business dell'e-commerce. «Amazon ieri ha licenziato 18 mila addetti - sottolinea Massoletti -. L'online è stato una bolla che ora si sta sgonfiando. Probabilmente c'è chi si è reso conto che non vale la pena fare acquisti sulle piattaforme digitali, oppure c'è chi è tornato ad apprezzare di nuovo l'acquisto nei negozi fisici, perché dopotutto fare shopping è anche un divertimento». A soffrire la presenza delle piattaforme di e-commerce ma soprattutto l'aumento delle spese, invece, sono i centri commerciali. «L'online ha indubbiamente inciso sul loro fatturato - spiega Massoletti - ma ora a pesare profondamente sono i costi elevati. I centri commerciali sono strutture molto onerose, con bilanci a fine anno sempre più risicati».

● Ma.Gia.



Le limitazioni imposte dal Covid sono cessate: tornano i clienti ONLY CREW



Carlo Massoletti (Confcommercio)



Superficie 15 %