

Black friday

03022

I negozi sperano negli sconti

03022

BRESCIA Oggi è il giorno dei super sconti. Anche a Brescia il commercio, in preda a una crisi profonda diversa per effetti e motivazioni da settore a settore, si affida ai prezzi pazzi del Black Friday.

BAGNALASTA PAGINA 23

Il «Black Friday»: 3.200 negozi con la speranza di scacciare la crisi

Carlo Massoletti:
«Ci accontentiamo di replicare il risultato del '22»

Francesca Guzzardi:
«Il settore moda tra i più penalizzati del momento»

• **Una tradizione importata da molto lontano che fa gola a tanti cittadini e a qualche negoziante**
«Iniziativa positiva per il mercato»

CHIARA BAGNALASTA

Anche a Brescia è tutto pronto per il venerdì più «nero» dell'anno. Come da tradizione, le vetrine dei negozi si riempiono di offerte e gli sconti diventano i protagonisti indiscussi. «Nel Bresciano, saranno circa 3.200 i negozi che aderiranno all'iniziativa del Black Friday - spiega Francesca Guzzardi, presidente Fism della Lombardia Orientale di Confeser-

centi -. Si tratta di un dato in linea con quello nazionale fornito dall'Osservatorio Ipsos, che vede un'attività commerciale su tre proporre delle scontistiche». Eppure, alle opportunità fanno da contraltare le sfide. «Visti l'inflazione e il rialzo dei prezzi, ci accontenteremo di replicare l'andamento dell'anno scorso - spiega Carlo Massoletti, a capo di Confcommercio Brescia -. Siamo immersi in una corrente alterna: la speranza è che i segnali economici positivi prevalgano su quelli negativi». Del resto, le perplessità sono evidenti: «Per quanto il Black Friday sia fondamentale per stabilizzare i bilanci - aggiunge -, di certo non cambierà l'andamento complicato della stagione. Quella invernale è infatti partita molto tardi e i negozi sono abbastanza preoccupati, anche perché hanno una giacenza di magazzino superiore alle aspettative».

Un quadro complesso

Una situazione, questa, che secondo Guzzardi spiegherebbe anche le difficoltà del settore della moda. Quest'ultimo sarebbe infatti «il comparto più penalizzato a causa sia dell'aumento esagerato dei prezzi sia dell'inizio a rilento della stagione più fredda, che ha spostato in avanti gli acquisti di circa un mese e mezzo». Gli acquirenti approfitterebbero quindi proprio degli sconti del Black Friday per comprare innanzitutto quei capi di vestiario prima difficilmente accessibili, seguiti dall'elettronica e dai prodotti per la bellezza e la cura della persona. Del resto, aggiunge Massoletti, «sempur in maniera differenziata,

l'arretramento si estende a tutti i comparti. Come provincia ci riconosciamo infatti nella fotografia scattata dall'Indicatore dei consumi di Confcommercio», che mostra le difficoltà di acquisto in alcuni segmenti tradizionali tra cui l'abbigliamento, le calzature e i mobili. Ad ogni modo - spiega il presidente -, «niente è irrimediabile e adesso ci prepariamo ad affrontare con grandi serenità e fiducia le prossime festività, consapevoli del fatto che le promozioni non possono che generare interesse e quindi riscontro di mercato. L'augurio è che l'avvicinarsi del periodo natalizio porti una ventata di ottimismo da parte dei consu-



matori». Gli stessi dati di Confindustria confermerebbero infatti l'aumento della propensione ad acquistare i regali di Natale proprio durante il Black Friday o il Cyber Monday, con un +0,9% rispetto al 2022. Per quanto riguarda l'e-commerce, infine, Confesercenti pone l'accento su un innegabile squilibrio. «È chiaro che i secondi sono svantaggiati a causa dei maggiori oneri fiscali, che riducono il margine di profitto» spiega Guzzardi che contesta «l'assenza di norme atte a regolamentare queste iniziative. C'è bisogno di interventi a tutela dei negozi - conclude la presidente -, perché non è così che deve funzionare il mercato, attualmente schizofrenico».



Black Friday In provincia circa 3.200 negozi aderiranno all'iniziativa di promozioni e sconti

Il 60% degli italiani pronto all'acquisto

03022

03022

Secondo le stime di Confcommercio, il 60% degli italiani farà acquisti nella settimana del Black Friday. Eppure, come evidenziano i dati dell'Osservatorio Fin-domestic, la panoramica attuale non è delle migliori. Non solo dall'inizio dell'anno la propensione al consumo è sempre stata altalenante, con quattro mesi in negativo e cinque in positivo, ma da fine settembre le intenzioni d'acquisto risultano nuovamente in calo: a tre mesi registrano una flessione media dell'8% e solo il 25% dei consumatori considera quello attuale un buon momento per fare acquisti importanti. Per quanto riguarda il budget medio di spesa, secondo le rilevazioni di Confcommercio il 24,5% degli italiani spenderà meno di 100 euro, il 48,6% tra i 100 e i 300 e il 19,3% tra i 300 e i 500. Solo 7,6% dei consumatori pagherà fino a 1.000 euro, portando il valore medio di spesa a 236 euro.

«Se si volge lo sguardo al Bresciano è difficile avanzare generalizzazioni, anche se si può dire la forbice delle promozioni varia dal 20 al 50%. Mentre alcuni commercianti concentrano infatti degli sconti più incisivi su alcuni prodotti selezionati, altri prevedono dei ribassi più contenuti ma estesi a un maggior numero di capi», spiega il presidente di Confcommercio Brescia Carlo Massoletti. **C.Bagn.**

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3022

