

«Saldi» anticipati
ma persi consumi
per 40 milioni

I saldi inizieranno ufficialmente giovedì, ma molti negozi hanno iniziato le promozioni ieri, con qualche ora di anticipo: in centro qualcosa si è mosso, soprattutto nelle catene del low cost. Confcommercio, tuttavia, stima un calo dei consumi da 40 milioni di euro in Brescia e provincia. «Oltre al virus, ci distrugge l'e-commerce» commenta Carlo Massoletti.

a pagina 7 **Troncana**

Saldi, partenza anticipata con prezzi «su misura» Brescia perde 40 milioni «Ma qualcosa si muove»

Massoletti: «Il virus e l'online ci uccidono». L'Outlet resiste

di **Alessandra Troncana**

Il diavolo veste Prada: solo se scontato e abbinato alla mascherina. Nell'era delle antiestetiche tute da smartworking, dei commessi in guanti di lattice e dei camerini disinfettati, anche i sanculotti del lusso controllano i prezzi. Per la moda, vestita a tutto causa Covid, i saldi sono l'ultima speranza: molti negozi hanno iniziato a fare promozioni sartoriali con qualche ora di anticipo rispetto all'inizio ufficiale (giovedì).

Ieri, in centro, i mastini ne-rovestiti hanno addomesticato piccole folle mascherate e disinfettate: fuori dalle catene del low cost c'era la fila. Ma qualcosa si è mosso (e vestito) anche un po' ovunque: «Ho notato un certo interesse», conferma Carlo Massoletti, presidente di Confcommercio Brescia.

La sobrietà è comunque inevitabile: il Covid taglierà la spesa di un miliardo di euro. Massoletti fa una stima locale: «Considerando che la quota dei consumi di Brescia e provincia è superiore al dato demografico, perderemo circa 40 milioni». A incidere è il colore che il governo ha abbinato alla

Lombardia, l'arancione: il divieto di spostarsi da un Comune all'altro e l'astinenza dalla vita mondana fanno passare la voglia di fare acquisti. «L'auspicio è che i clienti si concedano comunque qualche sfizio: i negozi sono tutti sovrastoccati», dice Massoletti. Oltre al Covid e ai suoi effetti collaterali, i commercianti devono affrontare anche l'e-commerce: «Le piattaforme vendono a prezzi drogati perché hanno costi drogati e vantaggi fiscali mostruosi in confronto alle piccole aziende». La cattività ha evidenziato il divario tra reale e virtuale: «Durante il lockdown, in Lombardia c'è stato un calo dei consumi del 11-12 per cento. Le vendite online, invece, sono aumentate del 30 per cento. La rete del consumo tradizionale, quindi, ha perso dal 20 al 25%: si spera che il governo applichi la web-tax annunciata a fine 2019».

Lo sconto è un must-have anche da Penelope: «Siamo al saldo del saldo», fa sapere Roberta Valentini. «Le promozioni sono sempre state presenti: nei pochi giorni di apertura bisogna fatturare». «La situazione è difficilissima: per sopravvivere ci vogliono intuito e ingegno». Anche il sito giusto:

«L'online è una possibilità aerea e reale: abbiamo realizzato metà delle vendite su Internet». Il trend della prossima stagione resta un'incognita: l'acquisto di alcuni capi delle nuove collezioni, viste su Zoom, «è stato difficile. In condizioni come queste, bisogna affidarsi all'intuito e all'esperienza». Come prescritto da commi e cavilli del Dpcm, il Franciacorta Outlet Village di Rodengo Saiano resterà chiuso ogni weekend fino al 15 gennaio: «Da dicembre abbiamo contato 13 chiusure, ma siamo comunque riusciti ad aprire due nuovi negozi», dice il direttore Gianluca Rubaga. La sicurezza è curata al dettaglio — «Regoliamo i flussi persino alla toilette» — e i clienti hanno alternative digitali: «Abbiamo lanciato un progetto online per garantire canali distribuzione alternativi ai nostri operatori». Ma si spera in una correzione alle prescrizioni sanitarie: «Vorremmo fosse riservato lo stesso trattamento a tutto il commercio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Commercio Oggi e domani nuova chiusura



In centro Parecchia gente nelle vie centrali e molti negozi hanno iniziato le promozioni (Foto Ansa)



Mascherati

Il centro storico ieri, nel primo giorno di zona arancione: molti negozi hanno deciso di anticipare i saldi con promozioni speciali (foto Ansa)