

IL COMMERCIO CHE RIPARTE

Bilancio delle svendite stagionali

Saldi La 'ripresina' d'inverno Andamento lento, poi rush finale «Ma i tempi d'oro sono andati»

Luci e ombre per le svendite di stagione. Meglio del 2023 anche se i dati pre Covid sono lontani. I prodotti di maggior successo sono stati piumini, cappotti, giacche e stivali da donna

di **Rossella Conte**
FIRENZE

Sono terminati domenica i saldi invernali ma due mesi di svendite non sono bastate a far decollare gli acquisti. Dopo un rallentamento che è coinciso con la metà di gennaio, a salvare i negozianti gli acquisti *last minute*.

Infatti, sono tanti i fiorentini che hanno aspettato le settimane finali per mettere in busta i capi a prezzi più stracciati. Il 40% degli acquirenti ha preferito gli ultimi giorni, con il rischio di non trovare più né la taglia né il modello, pur di riuscire a portare a casa il prodotto con il massimo sconto.

«I saldi invernali sono stati di sicuro migliori dello scorso anno, quando la stagione era ancora compromessa dalle limitazioni della pandemia e la propensione agli acquisti era quindi ancora molto bassa» dice Luca Biagiotti, segretario provinciale di Federmoda Confcommercio. «In media si parla di un +10% delle vendite rispetto a gennaio-febbraio 2022, con punte fino al +20% e oltre nella città di Firenze, grazie anche alla forte ripresa del turismo - riprende Biagiotti -. In generale, a rendere vivaci gli acquisti è stato il grande freddo, che ha fatto riprendere la domanda di maglioni, giubbotti, capispalla e stivali, altrimenti ferma fino a metà gennaio, visto il clima particolarmente mite». **Ma per i commercianti** vendere di più per i saldi vuol dire vendere con margini molto ridotti, spesso insufficienti a mantenere la giusta redditività dell'impresa.

«La stagione dei saldi invernali si è chiusa abbastanza positivamente, con una crescita rispetto al 2022 dell'8-10% per cento a seconda degli articoli e della

L'IMPENNATA

Il 40% dei clienti ha preferito fare acquisti negli ultimi giorni disponibili



Più luci che ombre in questi saldi invernali fiorentini che si sono conclusi domenica

tipologia negozio anche se siamo lontani al periodo pre-pandemia» sottolinea Lapo Cantini, responsabile Confesercenti Firenze.

A fare da traino alla «ripresina» non solo il superamento del Covid (che l'anno scorso ha condizionato negativamente le vendite) ma anche la presenza significativa, almeno nel centro storico di Firenze, di un flusso di turisti inaspettato anche in bassa stagione. Secondo Confesercenti, i prodotti più venduti sono stati capi pesanti come piumini, cappotti, giacche e stivali da donna.

Per Paola Lorenzini, coordinatore Cna Turismo e Commercio, «quest'anno i saldi non sono decollati ed hanno seguito un andamento altalenante, non riuscendo a colmare il gap con quanto perso nel 2022. Hanno comunque rappresentato una boccata di ossigeno per gli esercizi commerciali, e in particolare per il commercio di vicinato, e una risorsa per le famiglie alle prese con i morsi dell'inflazione e soprattutto del caro-energia». Secondo Cna sono stati spesi 150 euro a persona, usati soprattutto per mettere in busta oggetti utili e necessari, come capi di abbigliamento e calzature e finanche prodotti alimentari.

«Una piccola crescita»

BICCHIERE MEZZO PIENO



Lapo Cantini

Responsabile Confesercenti Firenze

«La stagione dei saldi invernali si è chiusa abbastanza positivamente, con una crescita rispetto al 2022 dell'8-10% per cento a seconda degli articoli e della tipologia negozio anche se siamo lontani al periodo pre-pandemia» sottolinea Lapo Cantini, responsabile di Confesercenti Firenze.

«Sicuramente - aggiunge Lorenzini - i saldi si confermano uno strumento molto utile per dare respiro al commercio ma bisogna rivedere le regole del gioco. Questo perché sono sotto gli occhi di tutti le strategie commerciali e le promozioni tutto l'anno applicate dalle grandi piattaforme on-line, senza peraltro distinguere tra categorie merceologiche. Motivo, questo, che rende necessario ripensare lo strumento dei saldi così come ora concepito».

Saldi all'insegna della moderazione dunque: acquisti si ma sempre ponderati e utili e, soprattutto, acquisti in negozio, dove c'è una maggior garanzia di affidabilità.

«L'acquisto compulsivo è un ricordo ormai - conclude il vicepresidente di Confartigianato Firenze Paolo Gori -, le persone comprano solo quello che serve. Dopo una partenza positiva dei primi giorni che hanno segnato un incremento di circa il 10% rispetto al 2022, c'è stato un graduale rallentamento».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

OSSIGENO DAI TURISTI

Il buon numero di visitatori anche in bassa stagione ha aiutato i negozianti

Hanno detto

«NESSUN DECOLLO»



Paola Lorenzini

Cna Turismo e Commercio

«Quest'anno i saldi non sono decollati ed hanno seguito un andamento altalenante, non riuscendo a colmare il gap con quanto perso nel 2022».

«UN 10% IN PIÙ»



Luca Biagiotti

Federmoda Confcommercio

«In media si parla di un +10% delle vendite rispetto a gennaio-febbraio 2022, con punte fino al +20% e oltre nella città di Firenze».

«BUONA SOLO LA PARTENZA»



Paolo Gori

Confartigianato Firenze

«Dopo una partenza positiva dei primi giorni che hanno segnato un incremento di circa il 10% rispetto al 2022, c'è stato un graduale rallentamento».