

Le stime di Polimi sulla spesa online degli italiani nel weekend di sconti

# Black friday da 1,8 mld

## Federmoda: acquisti fashion per 500 milioni

DI MARCO LIVI

**G**li italiani sono pronti a spendere online 1,8 miliardi di euro per il Black Friday e il Cyber Monday, il lungo weekend di sconti tra venerdì 26 e lunedì 29 novembre 2021. A stimarlo è l'Osservatorio ecommerce B2C della School of management del Politecnico di Milano, secondo il quale la spesa complessiva segnerà il +21% rispetto al 2020 e gli operatori particolarmente aggressivi realizzeranno anche 6-8 volte il fatturato di un giorno medio.

In particolare, l'acquisto di prodotti supererà gli 1,5 miliardi di euro (+20% circa). Tra le categorie in evidenza ci sono abbigliamento, informatica ed elettronica, gioielli, profumi, prodotti per la cura del corpo, oggetti di arredamento e giocattoli, ma anche alimentari e vini.

«Novembre e dicembre saranno mesi particolarmente caldi per l'e-commerce del nostro paese», ha spiegato **Valentina Pontiggia**, direttrice dell'Osservatorio ecommerce B2c Netcomm - Politecnico di Milano. «I siti abiliteranno circa il 25% della spesa online di tutto il 2021. Anche in vista del Natale, la tendenza sarà quella di promuovere un utilizzo complementare (e non più conflittuale) dei canali», spingendo «su modelli di interazione e di vendita integrati come click&collect e ordine e-commerce in store».

Federazione Moda Italia prevede invece nel giorno del Black Friday un incremento medio del-

le vendite del 50% rispetto al 2020 e in linea con quelle del 2019, con un volume d'affari che si aggira solo per i prodotti del fashion sui 500 milioni di euro. La stima positiva deriva anche dalla spinta ai consumi registrata dall'inizio della primavera con vendite nei negozi di moda in costante crescita rispetto all'anno precedente, caratterizzato tuttavia dalla pressoché totale assenza degli stranieri e dalle ripetute chiusure dei fashion store in zone rosse.

Per **Renato Borghi**, presidente di Federazione Moda Italia-**Confcommercio**, «è un evento "importato" dagli Stati Uniti che si è via via globalizzato come "Halloween". Possiamo dire che, in Italia dove le tradizioni sono ancora molto sentite, il "Black Friday" sta ai "Saldi" come "Halloween" sta al "Carnevale". Il Black Friday attira, comunque, l'interesse di milioni di consumatori a caccia dell'affare in vista della stagione natalizia nei negozi delle nostre città. Tuttavia, le stime sui volumi di vendita non vanno lette solo positivamente perché, pur attirando l'attenzione degli amanti dello "sconto a tutti i costi" e rappresentando una risposta del commercio al contenimento dell'inflazione, le promozioni in piena stagione, alle porte del Natale, danneggiano soprattutto quegli operatori dei negozi multibrand che sacrificano una marginalità che, dopo il tracollo delle vendite del 2020 e inizio 2021, è divenuta sempre più di sopravvivenza».

— © Riproduzione riservata — ■



A novembre e dicembre il 25% delle vendite e-commerce del 2021

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 88



Superficie 44 %