

VENDITE AL RIBASSO » BILANCIO NEGATIVO Saldi, primo mese in rosso: negozi vuoti e in difficoltà

Dolci (Confesercenti): «È come un lockdown». Odoardi (Cna): «Servono più ristori»
Padovano (Confcommercio): «In ripresa solo chi vende calzature e articoli sportivi»

di Daniele Berardi

► PESCARA

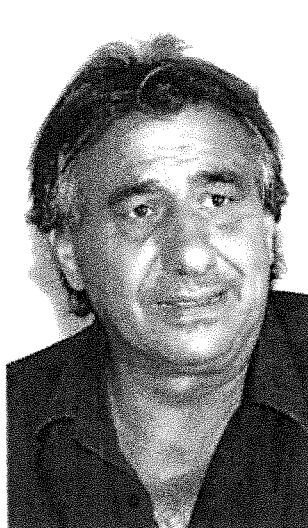
Il bilancio del primo mese di saldi si chiude in rosso per le attività commerciali. La situazione Covid non dà tregua a negozi e piccole imprese in città, tormentate anche dalla morsa del caro bollette. «Non credo si possa parlare di mese dei saldi», ammette Marina Dolci, presidente di Confesercenti che ha associati nella ristorazione, nell'abbigliamento ma anche nei mercati rionali, «a gennaio non abbiamo venduto, è stato un lockdown di fatto. Purtroppo le restrizioni hanno spinto le persone a restare in casa e a comprare online. Aspettiamo la primavera, sperando che qualcosa si cominci a muovere. Chiediamo al governo e alla regione di attivare incentivi forti, sostegni e ristori per tamponare una parte delle perdite subite. Il confronto con lo scorso anno sembra in crescita, ma rispetto a due anni fa il calo è vertiginoso. Oggi (ieri per chi legge) era sabato e non ho mai avuto il negozio così vuoto. Avremmo potuto restare chiusi».

GLI ARTIGIANI Non sorridono neppure gli artigiani. «In questo momento le criticità sono tante», spiega Cristian Odoardi, presidente della Cna, «soprattutto a causa delle restrizioni anti Covid, che hanno bloccato il movimento sia nei negozi che nei ristoranti, ma più in generale nelle piccole e medie imprese artigiane. Una situazione che oggettivamente non è rassicurante neppure per i prossimi mesi, anche se è chiaro che in questo momento la cosa che preoccupa di più sono le bollette, praticamente triplicate. Credo che i piccoli e medi

imprenditori, che in questa fase riescono a restare aperti, dovrebbero essere considerati degli eroi. Nonostante le poche vendite, molti di loro stanno cercando di mantenere tutto il personale senza ridurlo. Anche perché se si licenzia poi c'è meno gente che spende per fare acquisti e si entra in un circolo economico vizioso. Molte attività stanno stringendo la cinghia e cercano di non far pesare questa situazione sulle spalle dei dipendenti, ma servirebbero più aiuti. Come Cna, ci stiamo impegnando

per sollecitare una politica che, purtroppo eroga i ristori con troppo ritardo. Non sono contributi decisivi o determinati, ma ai negozianti bisogna dare segnali di speranza».

I SETTORI IN TIMIDA RIPRESA Ma il bilancio del primo mese di saldi non è negativo per tutti. «Per i negozi di calzature e quelli che vendono articoli sportivi, le cose non sono andate così male a gennaio», spiega Riccardo Padovano, presidente di Confcommercio Pescara, «ci sono clienti ancora affezionati che, nonostante la pandemia spinga ad acquistare online, non abbandonano i loro negozi di fiducia». Sul bilancio dei saldi invernali, però, pesano anche le nuove norme sul Green pass, che dal 1° febbraio è diventato obbligatorio per negozi, banche e uffici pubblici. «Un meccanismo che ha reso ancor più la vita difficile a chi entra nei negozi e vuole solo curiosare», conclude Padovano, «alcune gioiellerie mi hanno fatto notare che molti clienti rinunciano ad entrare e vedere la merce proprio a causa delle troppe restrizioni».



Riccardo Padovano (Confcommercio), Cristian Odoardi (Cna) e Marina Dolci (Confesercenti)

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3014



Le nuove regole, alle Poste debutto senza intoppi



**«Il Green pass
fa fuggire i clienti»**

I mugugni de Luca e Ottenga Barattucci a pag. 35

«Il green pass fa scappare i clienti»

- **Commercianti critici sulle nuove disposizioni del governo**
La gioielliera Vincenzina De Sanctis: «Una stretta scellerata»
- **I titolari si oppongono anche al ruolo di controllori**
D'Ottaviantonio: «Tropo presto per valutarne gli effetti»

**PER FABRIZIO CANTA
«UN PESSIMO ESEMPIO
PER TUTTI», IN SINTONIA
ANCHE GAURO ZULLI
«SPIEGHIAMO LE NORME
E LA GENTE NON ENTRA»**

**AD ESASPERARE
LA GIÀ GRAVE
SITUAZIONE
PER L'ECONOMIA
CITTADINA E' ANCHE
IL FLOP DEI SALDI**

SHOPPING ANTI-COVID

Commercianti contro il green pass in città, visto che da ieri per entrare in tutti i negozi - esclusi quelli per esigenze essenziali - è necessario essere in possesso della certificazione verde "base" imposta dal governo. Insomma, occorre almeno il tampone antigenico. Per i negozianti si tratta di un altro colpo alla loro economia già messa a dura prova nei mesi

scorsi, a cui va aggiunto il flop dei saldi. Non usa mezzi termini Vincenzina De Sanctis, titolare dell'omonima gioielleria, in via Firenze. «Il green pass è scellerato. Dappertutto in Europa si va verso l'allentamento delle restrizioni e in Italia cosa fanno? Aggiungono una stretta. È tutto paradossale. E dire che noi commercianti abbiamo già le nostre problematiche, oltre al fatto che siamo in zona arancione e con persone a casa in quarantena per

il Covid. Adesso si aggiunge il green pass, una decisione che giudico inappropriata - rimarca De



Sanctis, che è anche vice presidente di Confcommercio Pescara – anche perché vi è l'onere di dover fare le verifiche del possesso del green pass da parte nostra. Ma non siamo noi la legge e quello che ci compete lo facciamo: disinfectiamo il locale, arieggiamo e mettiamo a disposizione il gel per le mani». Della stessa opinione Fabrizio Canta, titolare di un negozio di abbigliamento, Es-sauria, su Corso Vittorio Emanuele. «Guardi, ho appena finito di parlare con un'azienda inglese la quale mi ha chiesto come facciamo noi a vivere in queste condizioni in Italia. Siamo in zona arancione e ora introducono anche il green pass? Ma non c'è nessuna motivazione per questo e stiamo dando un pessimo esempio a tutti. Tra l'altro, è una scocciatura per il cliente che voglia entrare solo per dare un'occhiata. E che fa? Visto il nuovo obbli-

go, ci rinuncia, non entra per niente. Il mio giudizio è negativissimo sul green pass, non è altro che un tassello in più per il blocco del commercio».

CONTROLLORI

Un leitmotiv che si ripete anche da Zulli Sport, ancora in via Firenze. «Il movimento da noi è già scarso - fa notare Gaurio Zulli - e i pochi che già dal 31 gennaio si sono presentati ci hanno chiesto di conoscere le nuove modalità di ingresso e noi gliele abbiamo spiegate. Una situazione però niente affatto simpatica per noi che diventiamo controllori. Non è che non vogliamo applicare le regole - precisa - ma queste rappresentano un deterrente per gli acquisti da parte dei clienti, non c'è uno sprone nel farli venire in negozio. Tutto questo si aggiunge al fatto che i saldi sono andati male e che tutto si riversa su di

noi, mentre nei centri commerciali si entra tranquillamente. Non mi resta che augurarci che la situazione migliori». Diligente nell'eseguire i controlli il titolare di H-Shop in viale Bovio: senza green pass si resta fuori. Mentre per Enzo D'Ottaviantonio, titolare del negozio di abbigliamento Ed'o in via Trentò, i tempi non sono ancora maturi per dare un giudizio definitivo sull'applicazione del green pass. «Dovremmo aspettare il prossimo fine settimana per capirne l'impatto - chiarisce D'Ottaviantonio, responsabile Federmoda di Confcommercio - e sarà quello il banco di prova. Ora siamo solo in ro-
da...». Ad alleggerire la posizione dei commercianti, una Faq del governo, in cui si spiega che il controllo per il green pass ai clienti potrà essere effettuato a campione.

Vito de Luca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE REGOLE

1 Dove serve il certificato

Da ieri il Green pass base, ottenibile con il tampone, è necessario per accedere ai negozi di genere non essenziali, fanno eccezione alimentari, farmacie, igiene, cibo per animali.

2 I controlli a campione

I titolari delle attività, chiarisce una faq del governo, non sono tenuti a controllare il certificato al momento dell'ingresso, ma devono svolgere controlli a campione.

3 Cosa cambia negli uffici

Certificazione verde obbligatoria anche per accedere alle Poste, in banca e negli uffici pubblici. Poste italiane ha messo a punto un sistema di controllo elettronico, collegato ai totem.

4 Le attività esentate

Un ulteriore chiarimento importante del governo riguarda i negozi esentati dall'obbligo di Green pass, al cui interno possono essere acquistati anche prodotti non di prima necessità.

SALDI AMARI » LA LUNGA CRISI DEL COMMERCIO

di Federica Di Marzio

11/12/2020

Il virus frena la corsa agli acquisti: perdite nella stagione degli sconti

Bene soltanto la prima settimana di vendite promozionali. In difficoltà abbigliamento e calzature Savella (Federazione moda): «Si stima un segno meno a due cifre, mentre le spese lievitano»

La partenza degli sconti, annunciata promettendo bene, ma dopo la prima settimana gli acquisti hanno subito una brusca frenata d'arresto. Le vendite online sono aumentate, ma la drammatica fotografia presentata dal presidente della Federazione italiana moda, Riccardo Savella, alla stagione dei saldi, è tutt'altro che promettente.

«In questi tempi con ogni probabilità la paura di contrarre il coronavirus ha fatto frenare le persone, molti hanno ripiegato sugli acquisti online con gravi ipercensioni per ragioni di abbigliamento e calzature. La stagione degli sconti in Ministero è partita 5 gennaio».

Il settore è stato pesantemente colpito, spiega Savella, sia nelle vendite fisiche al 15 gennaio quando abbiamo osservato un blocco totale degli acquisti. Sono i negozi di abbigliamento e calzature a riportare i clienti di questa situazione di stallo. In termini di vendite aspettiamo i dati di fine mese per stabilire l'entità precisa delle perdite. Tra le previsioni, è quella di un anno a due cifre, solido, con il raggiungimento di una parte dell'obiettivo, ma di un terzo che non viene coperto da un calo nei consumi. Un anno a due cifre, a detta



La vetrina di un negozio di calzature e accessori da donna con gli sconti

spese di gestione. Mentre la situazione di un anno a due cifre, spiega Savella, riguarda soprattutto le vendite fisiche, mentre le vendite online, che per il periodo di apertura del Natale, hanno mostrato un certo primato. Un anno a due cifre, a detta

dei dati pubblicati dalle associazioni, in una situazione di crisi, gli sconti per indurre i clienti a tornare nei negozi, secondo Savella, «sta diventando un paese sempre più online, ma le piccole imprese, fino a Natale abbiamo visto un certo primato per il periodo del Natale, ma per il periodo del



Riccardo Savella, presidente provinciale Federazione italiana moda

anno, afferma il presidente provinciale della Federazione italiana moda, «la stagione dei saldi non è andata come speravamo, ma le previsioni di una buona partenza della prima settimana».

Per far fronte ai problemi e salvare le attività commerciali il presidente nazionale

del gruppo giovani invita i consumatori a rinviare i consumi e fidarsi negli esercizi di calzature, che rappresentano l'anima di ogni calzatura e a recuperare quei consumi di calzature messi a dura prova da questi ultimi anni di pandemia. Solo così i negozi potranno sopravvivere.



Incessi in picchiata ma bollette salate

I commercianti e le associazioni di categoria hanno lanciato un grido d'allarme: molte attività sono già con l'acqua alla gola e temono rischiare di affogare entro primavera. Il loro lavoro è già sembrato aver dato la stagione finale a una stagione

disastrosa da un mese abbondante degli incassi a causa della pandemia.

Tra i commercianti e paura di fallire. In tanti hanno dovuto rinunciare agli acquisti nei negozi facendo trarre le vendite. Invece la stagione delle vendite promozionali sembra rischiosa e rischia i guai. Alcuni hanno preferito chiudere la attività di tempo migliori per non fallire.

Saldi, segnali di ripresa: «Ora rilanciamo il settore»

► Il bilancio delle svendite di fine stagione segna il 60% in più rispetto allo scorso anno ► Confesercenti: «Tra il 2 e l'8 gennaio molte attività hanno incassato come nel 2019»

**MA ORA PREOCCUPA
IL CALO DI TURISTI
ARRIVATO CON LE
ULTIME RESTRIZIONI
«IL 30% DEI NEGOZI
A RISCHIO CHIUSURA»**

5.000

Le attività economiche che sono fallite solo nel primo anno del Covid, quindi tra il 2019 e il 2020: tutti i settori hanno risentito degli stop forzati e delle restrizioni sanitarie

120

La spesa media registrata durante i saldi invernali è stata di 120 euro a persona, contro i 280 euro del 2018: il clima di sfiducia non ha di certo favorito gli acquisti

**CONFCOMMERCIO:
«PER RIPARTIRE
LA CITTÀ HA BISOGNO
DI OPPORTUNITÀ,
DI GRANDI EVENTI
E INVESTIMENTI»**

IL FOCUS

Saldi e super offerte per sei settimane. Piccoli segnali di ripresa, ma per risollevare il settore sono necessari interventi e aiuti concreti. Intanto i numeri: gli incassi hanno segnato meno 40% rispetto alle promozioni del 2019, l'anno prima della pandemia. Ma: «Siamo andati meglio rispetto allo scorso anno, circa il 60% in più. Quando però, nello stesso periodo c'erano molte più restrizioni imposte per il Covid» precisa Valter Giammaria, presidente di presidente Confesercenti Roma. Il settore del commercio dunque è ancora in grande sofferenza e i saldi invernali ormai al termine (l'ultimo giorno è domani) non hanno fatto respirare i negozianti. Non quanto speravano: «La prima settimana - precisa Giammaria - siamo andati molto bene. Tra il 2 e l'8 gennaio abbiamo incassato quasi quanto nel 2019. Ci abbiamo sperato ma poi i contagi sono schizzati e i turisti sono spariti dalla città. Le ultime settimane

sono state quindi molto difficili e gli incassi davvero pochi. Ora - sottolinea il presidente - è tempo di progettare un serio rilancio del settore. Ma soprattutto di interventi e di sostegni seri».

I NUMERI DELLA CRISI

Ad accusare il colpo più duro sono stati i negozi del centro. Senza turisti, sono state le prime attività a registrare ingenti perdite. E tante le chiusure: nell'ultimo semestre lungo via Nazionale, hanno abbassato le serrande 39 attività su 131. Altre 150 - da via Veneto, via Condotti, via del Corso a via della Vite - non sono sopravvissute al primo lockdown: i locali commerciali sono stati svuotati e le attività fallite. Oggi ancora il 30% dei negozi è a rischio chiusura. Un bilancio pesantissimo per i commercianti che con gli incassi azzerati, non riescono a sostenere i costi. Numeri che si allargano a tutta la città.

«Solo nel primo anno del Covid, quindi tra il 2019 e il 2020,



sono state 5 mila le attività economiche fallite. Tutti i settori hanno risentito degli stop forzati e delle restrizioni sanitarie, ma in cima alla lista insieme a quello del turismo c'è anche quello del commercio» conclude il presidente di ConfeSercenti, Giammaria.

È l'effetto domino della pandemia. Passato dall'attività alberghiera, alla ristorazione e quindi alla filiera dell'abbigliamento.

GLI INTERVENTI

Secondo Confcommercio la spesa media stimata durante i saldi invernali è stata di 120 euro a persona. Contro i 280 euro del 2018: «Il clima di sfiducia e questo nuova impennata della pandemia non ha di certo favorito gli acquisti nel periodo di saldi - dice Romolo Guasco, direttore di Confcommercio Roma». Dall'ultimo report dell'associazione di categoria, è emerso che chiusure, restrizioni e lockdown sono già costate 6 miliardi di euro alle imprese della Capitale: «Risorse bruciate dalle conseguenze dell'emergenza e delle rigide norme sanitarie» dice ancora il presidente Guasco - vediamo i primi segnali di ripresa, ma per ripartire davvero la città ha bisogno di opportunità, grandi eventi e investimenti. Dobbiamo lavorare uniti, le grandi opere saranno determinanti per la rinascita».

Per Confcommercio il primo passo per dare ossigeno al settore capitolino, è una nuova regolamentazione della Ztl: «Va subito ripensata l'attuale regolamentazione della Ztl per agevolare le imprese facilitando l'accessibilità alle zone commerciali» conclude il presidente di Confcommercio.

Flaminia Savelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Una vetrina in Centro reclama i saldi, ora i commercianti temono il calo di turisti causato dalle ultime restrizioni



Crollo in parte dovuto anche alle nuove restrizioni per limitare i contagi. Il presidente di Confcommercio: "C'è paura di spendere"

Saldi, dopo una buona partenza vendite giù del 50%

RIETI

■ Anche la stagione dei saldi fa i conti con la città svuotata da contagi e quarantene. "Si era partiti bene, poi, da una decina di giorni a questa parte, il crollo del 40-50%. La gente ha paura di spendere" ha sottolineato Leonardo Tosti presidente di Confcommercio.

→ a pagina 15 **Puliti**

Dopo una buona partenza il crollo dovuto in parte anche alle nuove restrizioni per limitare i contagi

Saldi, in pochi giorni vendite calate del 50%

Tosti (Confcommercio)

"In molti hanno paura di spendere a causa dei rincari di luce e gas"

di **Monica Puliti**

RIETI

■ "Si era partiti bene, poi, da una decina di giorni a questa parte, il crollo". Anche la stagione dei saldi fa i conti con la città svuotata da contagi e quarantene. Partita il 5 gennaio con un buon 15% di vendite in più rispetto all'anno scorso ma ancora indietro della stessa percentuale rispetto al giro di affari registrato nel 2019, ante Covid, la stagione dei ribassi segna il passo nonostante si avvicini la chiusura fissata al 16 febbraio. "La prima settimana era andata bene - commenta Leonardo Tosti, presidente di Confcommercio Rieti-Viterbo e vice presidente della Camera di commercio -, ma poi il traffico di persone si è andato assottigliando sempre di più, di fatto abbiamo registrato un crollo di vendite oscillante tra il 40 e il 50%".

Il problema, dicevamo, è che c'è tanta gente a casa perché risultata positiva, perché in quarantena o

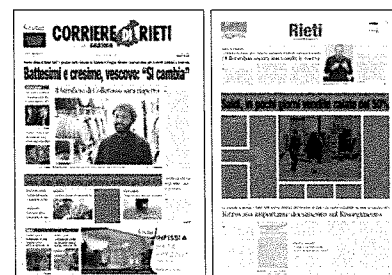
perché ha subito drastiche limitazioni ai propri spostamenti non avendo

il super green pass da esibire ad ogni occasione e Rieti, già piccola e

con pochi abitanti, è diventata un deserto. "C'è anche una seconda questione, non meno importante - sottolinea Tosti -, ed è l'aumento vertiginoso delle bollette, che pesa sui bilanci delle aziende e delle famiglie. La gente ha paura di spendere perché non sa se riuscirà poi a far fronte al costo di gas e luce", oltretutto a sostenere i rincari dei beni al consumo conseguenti a quelli delle materie prime. Insomma, la tempesta perfetta si è abbattuta contro il sistema economico del territorio già messo duramente alla prova negli anni passati dalla crisi economica, prima, e dal terremoto, dopo. Per non parlare della sostenibilità delle attività commerciali. "Gli imprenditori hanno spese e costi fissi, basti pensare ai dipendenti, agli affitti e a tutto il resto. Per il turismo non c'è ancora la casa integrazione, ma ci so-

no le buste paga per il personale, il pagamento del Tfr (trattamento di fine rapporto), della tredicesima, della quattordicesima, e chi non ce la farà procederà a licenziare. Qui ci devono aiutare o sarà un altro, grave colpo all'economia di questo territorio e del Paese intero". Tante aziende - locali serali, ristoranti, alberghi - hanno deciso, visto l'affluenza ridotta al lumicino delle ultime settimane, di aprire solo nel fine settimana. "E' una scelta difficile - commenta il presidente di Confcommercio - perché se si apre due giorni alla settimana bisogna comunque considerare che ci sono costi 7 giorni su 7, quello dell'immondizia per esempio".

La situazione non è semplice e la speranza è che almeno il Covid tolga presto il disturbo e che segua, finalmente, una serie di misure da parte del Governo a sostegno delle imprese.



Paura dei contagi, mancanza di turisti e ZTL mettono in crisi la ripartenza delle vendite nel periodo dei saldi invernali

Partenza in Sordina per i saldi

*Confcommercio:
"Chiusure, restri-
zioni e lockdown
sono già costati 6
miliardi di € alla
Capitale"*

Laura Candeloro

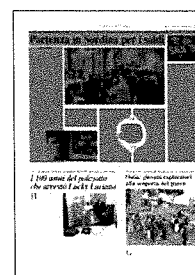
Stentano a decollare i saldi, partiti il 5 gennaio a Roma, per dare ai commercianti quella boccata di ossigeno che servirebbe ad alimentare ad un settore in crisi già da qualche anno. La quarta ondata ha rallentato la voglia di shopping per approfittare delle vendite ribassate. Sono uno sbadito ricordo le immagini delle file chilometriche, soprattutto di stranieri, fuori delle porte delle boutique delle storiche maison capolinee insieme a quelle dei romani che sgomitavano per arraffare quel capo di moda da tempo adocchiato. Oggi più che all'affare, si guarda al numero giornaliero di contagi e a cercare di rimanere negativi e l'unica corsa che si nota è quella al tampone. Con le file chilometriche davanti alle farmacie, per effettuare l'ennesimo tampone rapido. "Dopo un'avvio abbastanza buono nei primi giorni di promozioni, purtroppo ora non possiamo parlare di ripresa del settore - spiega a Il Caffè di Roma Valter Giammaria, presidente della Confesercenti Roma - e rispetto al 2019 c'è stato un calo delle vendite in saldo che sfiora il 45%, rispetto alle vendite scontate precedenti allo scoppio della pandemia. La crisi era ini-

ziata già nel 2019, con una forte tassazione che penalizza gli esercenti. A ciò si è aggiunta la pandemia, con la gente che non esce, sta a casa. Dal lockdown ad oggi sono 9 mila i negozi di piccola-media entità, ad aver abbassato le saracinesche. Nel centro storico mancano non solo tantissimo i turisti, ma pure i romani che lavorano in smart-working. Sarebbe opportuno che il Comune aprisse la ZTL a partire dalle h.16,00, un paio di ore prima dell'attuale orario. La stima media prevista per questi saldi è di 150€ a persona, su scala nazionale." Calo dei fatturati in tempi di saldi anche per Confcommercio Roma, che registra una flessione di un buon 35% rispetto all'ultimo anno pre-pandemia, ovvero due anni fa.

"Il clima di sfiducia e questa nuova impennata della pandemia non ha di certo favorito gli acquisti nel periodo di saldi per il quale abbiamo stimato una spesa di 120€ a persona - spiega Romolo Guasco, Direttore di Confcommercio Roma. - Chiusure, restrizioni e lockdown sono già costate 6 miliardi di euro alle imprese della Capitale: risorse bruciate dalle conseguenze dell'emergenza e delle rigide norme sanitarie. Vediamo i primi se-

gnali di ripresa, (rispetto ai saldi dello scorso anno c'è un più 15% di vendite, ma il Lazio era in zona arancione, con maggiori restrizioni per le aperture) ma per ripartire davvero, la città ha bisogno di opportunità, grandi eventi e investimenti. Dobbiamo lavorare uniti, le grandi opere saranno determinanti per la rinascita. E, nel frattempo, va subito ripensata l'attuale regolamentazione della Ztl per agevolare le imprese facilitando l'accessibilità alle zone commerciali." Decisamente pessimista uno dei fondatori dell'Associazione Commercianti di via Tuscolana, che ritiene che il primo bilancio di fatturati in questi saldi invernali è praticamente pari a zero, indicando la strada vuota: "Non c'è gente, tutti a casa! Fra alunni in Dad, mamme a casa e persone positive in isolamento, con i contatti in quarantena. Affari dimezzati rispetto al passato". Ad aver influito sulla partenza frenata dei saldi, pure le occasioni di promozioni spalmate durante tutto l'anno. Secondo un'indagine realizzata dal Centro Studi della CNA di Roma, in collaborazione con SWG e a cui hanno partecipato più di 200 imprese, il 62% dei commercianti ritiene che l'aumento continuo di opportunità a prezzo di saldo ha ridotto la centralità economica dei saldi tradizionali, mentre la pandemia ha inciso per il 69%. "Proprio per questo è necessario - dichiara Federico Mondello, Presidente di CNA Commercio Roma - che le Istituzioni diano ascolto a quel 71% dei commercianti romani che chiede una vera svolta nella regolamentazione dell'attività dei saldi, consentendo agli operatori di fare una programmazione economica e finanziaria sostenibile".

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3020



La pandemia incide sui saldi «Le vendite non decollano»



Secondo fine settimana di saldi invernali in epoca Covid, i commercianti tirano i primi bilanci e non sono positivi. E la causa principale sta in un poco divertente gioco di parole: nel dato di fatto che, a essere positiva, è una buona fetta dei potenziali acquirenti, forzatamente chiusi in casa.

Vecchi a pag. 35

Poche persone nelle strade I saldi ancora non decollano



**LEONARDO TOSTI:
«SIAMO IN LINEA
CON IL 2021
QUINDI CON UN CALO
DEL 40 PER CENTO
RISPETTO AL PASSATO»
IL COMMERCIO**

Secondo fine settimana di saldi invernali in epoca Covid, i commercianti tirano i primi bilanci e non sono positivi. E la causa principale sta in un poco divertente gioco di parole: nel dato di fatto che, a essere positiva, è una buona fetta dei potenziali acquirenti, forzatamente chiusi in casa. «Chi viene compra anche, ma

il problema è che gira pochissima gente», è il refrain più diffuso tra gli esercenti. Città quasi deserta rispetto al solito.

«Nella prima settimana dei saldi abbiamo riconfermato gli stessi fatturati del 2021, che erano inferiori di molto rispetto al 2020:

gli incassi erano crollati sensibilmente fino a toccare picchi del 40% in meno - dice Leonardo Tosti, presidente di Confcommercio Lazio Nord. - Le motivazioni si possono sicuramente attribuire alla paura dei contagi e all'aumento degli stessi. Ma anche al rincaro dei costi energetici, che ha intimorito la popolazione».

I COMPARTI

Per l'abbigliamento, le vendite sono tiepide anche per il contesto. «Alcuni articoli sono del tutto fermi - osserva un esercente - perché ci sono meno occasioni e meno voglia di vestirsi bene per un evento: niente feste, poche cene, niente ballo, mancano gli stimoli per comprare un abito nuovo». A farla da padrone sono gli acquisti di abiti comodi come pigiama, tute e articoli per attività all'aria aperta. Ma in questo caso, complice anche la vestibilità più semplice, sono parecchi a scegliere l'offerta scovata in rete, più sicura dal rischio di con-

tagio perché priva di contatto diretto con il negoziante.

«L'online non ci danneggia molto - afferma un venditore di articoli sportivi - il problema principale è la mancata neve al Terminillo, le pochissime settimane bianche, le palestre e piscine aperte con modalità specifiche. In questi due anni abbiamo venduto molti capi comodi per il tempo libero, ma questi saldi sono molto deboli, visto il poco afflusso di persone». «I saldi, purtroppo, non sono mai iniziati - commenta commerciante di via Cintia - c'è stato una sorta di lockdown naturale, dovuto sia ai tanti contagi che a una crisi profonda da consumo dovuta, in generale, alle tante voci di aumento dei costi. Siamo fiduciosi per il futuro, visti i buoni andamenti sotto le feste e considerando che l'epidemia sta lentamente volgendo verso una diminuzione dei casi».

Sabrina Vecchi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E da Confcommercio: "Esordio ok, poi è andata in calando"

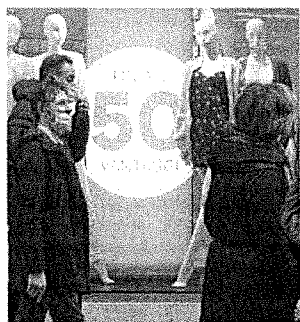
Domani stop ai saldi invernali

Alvisi: "La ripresa non c'è stata

Colpa ancora della pandemia"

AREZZO

I saldi di fine stagione si chiudono falsati dalla pandemia. L'andamento delle vendite a prezzi scontati, tra i negozi del territorio, per due mesi è proseguito con il freno tirato. Il direttore di Confesercenti Arezzo, Valeria Alvisi fa un bilancio in chiaroscuro, dopo aver sentito la voce degli associati. "Purtroppo la ripresa auspicata" dice Alvisi "non c'è stata. La pandemia ha ancora una volta inciso negativamente. Il Covid, i crescenti contatti di questi mesi di inizio dell'anno, hanno tenuto chiusi in casa numerosi

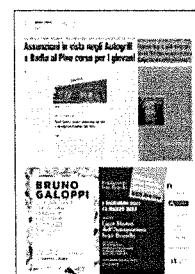


consumatori e così lo shopping non ha avuto l'accelerata che ci auspicavamo dopo il difficile periodo che ormai si protrae da due anni". "L'andamento è quindi stato lento" aggiunge Valeria Alvisi "anche se naturalmente è diversificato tra le attività. Troppo poco per dare la boccata di ossigeno che serve alle attività". "C'è comunque da sottolineare"

conclude il direttore di Confesercenti "che i commercianti, sia di abbigliamento che del settore delle calzature segnalano di aver riscontrato da parte della clientela la voglia di fare acquisti". Paolo Mantovani, presidente Federmoda Confcommercio Toscana e Arezzo, tira le somme dei saldi invernali 2022, che termineranno domani.

"L'esordio dei saldi era andato piuttosto bene. Poi, purtroppo, il lavoro è diminuito. Le cause? Di sicuro la congiuntura economica e sociale difficile, ma anche e soprattutto le restrizioni anti Covid imposte dal Governo. E in questi giorni lo scoppio della guerra in Ucraina ha ulteriormente raffreddato animi e desideri dei clienti".

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3029



Commercio

Saldi invernali in netto calo Speranza primavera

Baldi a pagina 6

Saldi, bilancio amaro: «Puntiamo sulla primavera»

Paolo Mantovani, presidente di Confcommercio e il direttore di Confesercenti Valeria Alvisi analizzano il periodo tra covid e caro bollette

GLI ACQUISTI

**Bene la partenza
poi la frenata
Venduti capi utili
di uso quotidiano**

di **Angela Baldi**
AREZZO

Luci e ombre sui saldi invernali. Le svendite di fine stagione si sono concluse col freno tirato dopo un partenza più positiva. Le stime fatte alla partenza sulla spesa media di cittadini e famiglie che ipotizzavano una crescita di qualche euro del budget a persona rispetto ai saldi dell'anno prima, sono state in parte disattese.

Le cause? Per Paolo Mantovani, presidente Federmoda di Confcommercio Toscana e Arezzo, a pesare vari fattori. Su tutti la difficile congiuntura economica e le restrizioni dovute al Covid. «L'esordio dei saldi era andato piuttosto bene, nelle prime due settimane di gennaio c'erano interesse e vendite, dopo due anni di stop ai cambi del guardaroba la gente aveva voglia di acquistare per tornare alla normalità - dice Mantovani - Infatti, avevamo ipotizzato una crescita di qualche euro del budget a persona: 119 euro contro le 115 del 2021. Poi purtroppo il lavoro è

diminuito. Le cause? Di sicuro la congiuntura economica e sociale difficile, ma anche e soprattutto le restrizioni anti Covid imposte dal Governo. E in questi giorni lo scoppio della guerra in Ucraina ha ulteriormente raffreddato animi e desideri dei clienti.

Nel frattempo, comunque, siamo partiti con la presentazione della prima parte della collezione primavera-estate, caratterizzata da uno stile fresco e da colori che fanno pensare alla bella stagione. Anche questo può essere un sostegno all'umore dei nostri clienti. I capi più richiesti durante i saldi sono quelli di uso quotidiano: giubbotti, cappotti, maglieria, e calzature sneakers. Tutto all'insegna di comodità e praticità». Anche per Confesercenti i saldi di fine stagione si chiudono falsati dalla pandemia. L'andamento delle svendite tra i negozi del territorio, per due mesi è andato avanti col freno tirato.

Il direttore di Confesercenti Arezzo Valeria Alvisi fa un bilancio in chiaroscuro, dopo aver sentito la voce degli associati. «Purtroppo la ripresa auspicata - dice Alvisi - non c'è stata. La

pandemia ha ancora una volta inciso negativamente. Il Covid, i crescenti contatti di inizio anno, le quarantene di positivi e contatti, hanno tenuto chiusi in casa numerosi consumatori e così lo shopping non ha avuto l'accelerata che ci auspicavamo dopo il difficile periodo che ormai si protrae da 2 anni».

Un andamento lento per Confesercenti anche se va fatto un distinguo tra le attività. «C'è chi segnala numeri migliori dell'anno scorso ma in molti casi sono inferiori a quelli pre Covid - continua Alvisi - Troppo poco per dare la boccata d'ossigeno che serve alle attività costrette a fare i conti anche col caro bollette». I saldi non hanno registrato lo sprint atteso dalla categoria. «C'è comunque da sottolineare - conclude il direttore di Confesercenti - che i commercianti, sia di abbigliamento che di calzature, segnalano di aver riscontrato da parte dei clienti la voglia di fare acquisti. Il desiderio è quello di tornare presto alla normalità, riscoprire il piacere di passeggiare tra le vetrine e recuperare i rapporti freddati dal distanziamento. Non resta che ripartire con le nuove collezioni primavera-estate assecondando il desiderio di rinnovare il guardaroba che coinciderà con la fine dello stato di emergenza».



Appello di Confcommercio per rendere più morbide le norme anticovid

«Lockdown mascherato, il settore moda frena»

ASCOLI «Ridurre la burocrazia sanitaria per restituire fiducia e nuovi sostegni alle imprese per tornare a crescere». La Confcommercio Picena rilancia l'appello della Fipe. Anche il settore moda registra un brusco rallentamento delle vendite nonostante i saldi. «Viviamo ormai una complessa burocrazia sanitaria che sta togliendo agli italiani la voglia di socialità. E questo avviene nonostante la stragrande maggioranza delle persone - tra vaccinati e guariti - sia ormai protetta contro forme gravi della malattia. Chiediamo un intervento di razionalizzazione e semplificazione delle norme per restituire fiducia e ridare una prospettiva alle nostre città che, in molti casi, stanno vivendo un lockdown di fatto. Inoltre, nuovi ristori economici, proroga dei debiti contratti durante il Covid, incisive misure per contrastare la spinta inflazionistica». Questo l'appello del direttivo nazionale della Federazione italiana pubblici esercizi, rivolto al Governo per ricostruire un clima di fiducia positivo, invocando la risoluzione di situazioni paradossali come quella che vede i turisti stranieri entrare in Italia con un semplice green pass, mentre per accedere a ristorante o al bar viene richiesto il certificato rafforzato. L'ordine del giorno della Fipe è condiviso dalla Confcommercio picena che ne rilancia il messaggio, evidenziando che anche le imprese del settore moda sono in forte sofferenza nonostante i saldi di fine stagione. Dall'ultimo monitoraggio di Federmoda Italia-Confcommercio sull'andamento delle vendite, dal 5 al 15 gennaio sullo stesso periodo del 2021, è emerso un brusco rallentamento dovuto ad una sorta di lockdown mascherato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3023



«Spese e rincari Rialzare la testa è insostenibile»

Massimiliano Polacco (Confcommercio Marche):
«È in atto una 'tempesta perfetta', serve intervenire»



POCHI CLIENTI

«L'andamento delle vendite non è buono e non ci sono forti spinte dai saldi»

FUTURO

«Occorre mettere in campo una visione strategica di medio e lungo periodo»

di **Francesco Moroni**

Direttore, il nuovo anno non è iniziato sotto i migliori auspici anche in ambito economico. Che periodo stanno vivendo le aziende dei settori rappresentati da Confcommercio?

«C'è una definizione che purtroppo spiega al meglio quanto sta avvenendo nel sistema economico ed è 'tempesta perfetta'. Un insieme di negatività che in assenza di profitti sta generando una fortissima criticità». Massimiliano Polacco, direttore generale Confcommercio Marche Centrali e Marche, traccia un bilancio della situazione attuale del comparto in regione, gettando inevitabilmente lo sguardo sugli effetti dell'emergenza pandemica.

A cosa si riferisce con il termine 'tempesta perfetta'?

«Mi riferisco ad esempio al rincaro delle bollette o agli adempimenti normativi che vengono richiesti alle imprese, anche per la copertura del Green pass. Un fardello che le aziende non possono permettersi, in un momento di congiuntura così negativo, nel quale l'andamento delle vendite non è buono e non ci sono forti spinte neanche dai saldi. C'è scarsa circolazione di persone in negozi e ristoranti e tutto a fronte di un aumento dei costi.



In questo modo un'ipotesi di ripresa è insostenibile».

Cosa si aspetta da quest'anno appena iniziato?

«Vorrei che si tornasse il prima possibile a una situazione di normalità, che riporti le persone a circolare nei negozi, nella ristorazione e che torni a spirare un vento di ottimismo, che ci dia una spinta a ripartire con entusiasmo e con positività. È chiaro però che non bastano le buone intenzioni. È necessario che vi siano anche interventi strutturali e strategici che devono arrivare dalla politica e, per quanto riguarda l'energia, è importante una presa di responsabilità dei governanti, in quanto i costi elevati di oggi sono dovuti anche ad errori di visione sulla gestione. Abbiamo bisogno non di una visione giornaliera, ma di una prospettiva strategica di medio e lungo periodo, che possa permettere al Paese di ripartire, puntando sull'innovazione e sull'indipendenza energetica dall'estero».

Saranno fondamentali gli interventi del governo, ma è anche determinante il ruolo di un'organizzazione di rappresentanza e di servizio come

Confcommercio.

«Ne siamo consapevoli. Per questo continuiamo a impegnarci quotidianamente per dare il nostro supporto e per rendere sempre più efficace la nostra azione. Stiamo lavorando a tutto tondo nei settori di nostra rappresentanza, ma siamo convinti che sia estremamente importante spingere nel comparto turistico per renderlo un settore strategico della nostra economia. In questo senso, crediamo che sia indispensabile dare alle aziende del turismo gli strumenti giusti per puntare all'internazionalizzazione, all'innovazione alla ricerca di nuovi flussi dall'estero. A tal fine abbiamo avviato delle analisi per valutare le imprese, sia a livello social, che a livello digitale, per capire la capacità di attrazione nel mercato estero».

Poi?

«Stiamo cercando inoltre di supportare la ripresa delle zone interne e soprattutto i luoghi del terremoto, sui quali abbiamo due progetti specifici. Il primo ha come obiettivo quello di sviluppare i cosiddetti 'Borghi digitali', mentre il secondo è un grande intervento di rilancio in

termini turistici della zona terremotata. Crediamo molto nella spinta turistica per dare linfa all'economia del nostro territorio».

Ha parlato di innovazione, più nello specifico di digitalizzazione. Un verbo che non sarà solo nel presente e nel futuro del turismo.

«Certamente. La digitalizzazione è un'opportunità in generale per il sistema economico e può intervenire a supporto di molti settori. Penso al Commercio che può sfruttare i canali online, in un'ottica non di concorrenza, ma come leva strategica da affiancare all'attività tradizionale. Con questi scenari di fronte, il nostro obiettivo è quello di portare gli imprenditori che rappresentiamo ad essere più digitali. Abbiamo creato una nostra società tecnologica, che si chiama Edi Marche, con l'obiettivo di fornire supporto attraverso guide tecniche e formative. Per fare sviluppo nel futuro occorre giocare su più campi, sfruttando la logica della rete: se le imprese non terranno conto di questi aspetti, avranno un cammino sicuramente in salita, indipendentemente dai fattori esogeni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN PILLOLE

Dai progetti per le zone colpite dal terremoto alla forte spinta verso la digitalizzazione

Il turismo

«È estremamente importante spingere nel comparto turistico per renderlo un settore strategico della nostra economia. È indispensabile dare alle aziende gli strumenti per puntare su innovazione e all'internazionalizzazione».

La digitalizzazione

«È un'opportunità in generale per il sistema economico e può intervenire a supporto di molti settori. Il Commercio può sfruttare i canali online, in un'ottica non di concorrenza, ma come leva da affiancare all'attività tradizionale».

Le zone del sisma

«Stiamo cercando di supportare la ripresa delle zone interne e soprattutto i luoghi del terremoto: un progetto vuole sviluppare i 'Borghi digitali', mentre un altro guarda al rilancio turistico della zona».

Anche i saldi devono fare i conti con il virus

Bramucci, presidente di Confcommercio: «Contrazione dei consumi, centri storici semivuoti e un diffuso senso di sfiducia per il futuro»

CONFARTIGIANATO

«Purtroppo stavolta non si è registrata un'impennata delle vendite»

SENIGALLIA

di **Giulia Mancinelli**

Il Covid frena la corsa ai saldi di fine stagione. Anzi, di corsa neanche l'ombra. A dirlo sono gli esercenti del centro cittadino che hanno denunciato come il commercio risenta fortemente della pandemia. Anche se le vendite sono migliori rispetto allo scorso anno (quando era in vigore il lockdown), la boccata di ossigeno legata ai saldi di fine stagione non c'è stata. Per molti ad incidere è il clima di insicurezza legati agli elevati numeri di positivi e quarantene che insistono sul territorio ormai da dicembre e che non incentivano lo shopping. Come dire, le preoccupazioni sono altre. «Senigallia vive la stessa parabola commerciale delle altre città: forte contrazione dei consumi, centri storici semivuoti e un diffuso senso di sfiducia per il futuro – afferma il presidente di Confcommercio, Giacomo Bramucci –. C'è questa maledetta correlazione inversa con i dati della pandemia che ci penalizza molto; del resto viviamo della parte spensierata ed allegra dei consumi e se prevale la paura, cala la gioia di spendere. I valori sono comunque migliori del 2020, ma ancora molto lontani da quello pre-pandemia». A frenare i consumi sono anche i rin-

cari, legati a bollette e utenze, che distolgono i budget economici dalle spese legate a beni di consumo che potrebbero sembrare non necessari. «L'aggravarsi dei rincari folli delle utenze, l'inflazione galoppante e la mancanza dell'attivazione degli strumenti eccezionali di sostegno che erano stati messi in campo nel 2020 sono ulteriori elementi di preoccupazione – aggiunge Bramucci –. Sarà, almeno possiamo sperarlo in una città come la nostra, ancora una volta l'estate a restituirci le energie per salvare il mondo del terziario, ma le aziende devono essere messe nella condizione di arrivarci sane; serve l'impegno consapevole delle istituzioni a tutti i livelli». Sulla stessa linea anche Confartigianato che lamenta un andamento sotto tono dei saldi, spesso compromesso anche dalle vendite online e dagli sconti del Black Friday, quando molti ne approfittano per anticipare i saldi di fine stagione. «Purtroppo non si è registrata alcuna impennata delle vendite – fa eco Giacomo Cicconi Massi di Confartigianato –. Complice anche l'andamento della pandemia con i contagi in crescita e meno gente in giro, i saldi non stanno facendo registrare quell'incremento economico auspicato. Se poi aggiungiamo il Black Friday e la crescita degli acquisti online, ecco che la disponibilità a spendere nel periodo dei saldi si è ridotta drasticamente. La spesa media è attorno ai 120 euro. Confidiamo nell'ultima parte del mese per riscoprire gli acquisti all'interno dei negozi fisici».



Giacomo Bramucci, presidente di Confcommercio, fa il punto sui saldi a Senigallia



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3023



Flop pandemia per i saldi vendite giù del 30%

L'allarme delle associazioni: "Speravamo in una boccata d'ossigeno, non c'è stata"

I saldi non decollano, zavorrati dall'ultima ripresa del Covid e i negozianti guardano già alla primavera. «Un anno da dimenticare che ha messo in grande difficoltà piccoli e grandi commercianti» dice Aldo Cursano, presidente di Confcommercio Toscana.

«Il nostro fatturato è in perdita di almeno il 30% rispetto al pre-Covid- fanno sapere da New Boston in viale Europa a Firenze-. Si naviga a vista. Il nostro lavoro è fatto di programmazione per gli acquisti e le ondate pandemiche non aiutano.

di Foschini • a pagina 3

Il lockdown dello shopping saldi in picchiata: "Vendite -30%"

Ma c'è anche chi lamenta flessioni del 50%. I negozianti: "Si naviga a vista". Nigi (Confesercenti): "Ci sono poche occasioni per uscire, poca socialità e questo frena il desiderio di fare acquisti"

**Cursano di
Confcommercio: "Ci
aspettavamo una
boccata d'ossigeno
almeno per pagare le
fatture, così non
è stato"**

di Chiarastella Foschini

I saldi non decollano, zavorrati dall'ultima ripresa del Covid e i negozianti guardano già alla primavera. «Un anno da dimenticare che ha messo in grande difficoltà piccoli e grandi commercianti» dice Aldo Cursano, presidente di Confcommercio Toscana. «Il nostro fatturato è in perdita di almeno il 30% rispetto al pre-Covid- fanno sapere da New Boston in viale Europa a Firenze-. Si naviga a vista. Il nostro lavoro è fatto di pro-



CONFCOMMERCIO

Superficie 44 %

grammazione per gli acquisti e le ondate pandemiche non aiutano. Dobbiamo sperare che con la bella stagione le cose migliorino». I negozianti vedono nell'aumento dei contagi e nello smart-working la causa di una minore predisposizione alla spesa. I saldi invernali non sono all'altezza delle aspettative. «La boccata d'ossigeno che tutti ci aspettavamo per onorare gli impegni delle fatture di un anno disastroso, non sono avvenuti. Lo shopping è legato all'emozionalità del momento, se non si coglie nei primi giorni viene meno l'aspetto motivazionale» commenta Cursano.

I negozi del centro sono vuoti. I commercianti indicano le strade silenziose: «Sono vuote. La gente non esce di casa, basta questo a capire che perdiamo fatturato. La situazione è drammatica» osserva un esercente in via degli Strozzi.

Non va meglio a Rifredi, dove la titolare di Tresjolie in via Panciatichi dice: «Va male. Noi fuori dal centro abbiamo tanti problemi. Qui si registra un calo di più della metà del fatturato. Stiamo investendo il nostro capitale per andare avanti. Stamattina in negozio è entrata una sola persona. Finché non si torna a vivere, noi nell'abbigliamento si soccombe». Anche nella più movimentata piazza Dalmazia i volti sono scuri: «Non va benissimo, quest'anno no- per la titolare di Loft71. I saldi sono più o meno come l'anno scorso, ma rispetto all'anno precedente abbiamo perso il 30% del fatturato».

Cursano, Confcommercio, avverte: «È a rischio la tenuta del nostro modello produttivo e distributivo. Vediamo un aumento dei costi esasperante a fronte di un crollo le entrate. Piccole e piccolissime imprese familiari, dopo due anni di pandemia e crisi, sono in ginocchio. Se e quando ci sarà la ripresa, se non ci saranno le imprese il Paese non ripartirà perché avrà perso il know-how che ha caratterizzato il mercato».

Enzo Nigi, presidente Fismo Confesercenti Firenze, avverte: «Stiamo vivendo un lockdown mascherato, la gente circola meno, si lavora da casa. I saldi vanno male in centro, per la mancanza di turisti, e in tutta la città metropolitana. Non ci sono occasioni di uscite e socialità, per cui si tende a non acquistare. C'è un altro mese di saldi, solo se la situazione andrà migliorando e ci sarà la possibilità di socializzare potremmo sperare in una piccola ripresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONFCOMMERCIO

Saldi, partenza tiepida poi il crollo delle vendite

Il covid non ha favorito
gli sconti stagionali
nonostante i prezzi stracciati
Commercianti rassegnati

Iniziati il 5 gennaio, dureranno ancora poco più di un mese e si concluderanno, ultima data utile, sabato 5 marzo. Stiamo ovviamente parlando di saldi. Nel nostro caso Toscana ed Umbria, un tempo «rivali» sul via, hanno uniformato il loro inizio. Ma come stanno andando? Lo chiediamo al responsabile di Confcommercio Valtiberina, Massimiliano Micelli: «Non benissimo – ci dice – il covid anche in questo caso la sta facendo da padrone». In che senso? «Innanzitutto non è come negli anni passati, i saldi sono influenzati dal covid, tra quarantene, contatti, asintomatici o colpiti dal virus, la gente non è intenzionata a muoversi e sembra un po' tutto fermo di fronte a degli sconti irripetibili. La speranza è che quello che non è stato venduto adesso sia più diluito nel corso del tempo anche se il momento non è certo come negli anni passati. C'è una forte richiesta di aiuti da parte delle aziende che si trovano, in pratica, in una specie di lockdown mascherato». «Si lavoricchia – ci dice Anna Maria Cantucci, Presidente Confcommercio di vallata – titolare di un negozio di abbigliamento, ovvio che non sono, ma questo era già chiaro, i saldi di una volta. La gente ancora ha paura ad uscire e ad entrare in un negozio per cui speriamo che la situazione migliori con il passare dei giorni». Luciano Franceschini – titolare di un negozio di scarpe nella centralissima Piazza Torre di Berta – ci ribadisce: «Onestamente non erano partiti poi male male, anche se erano lontani i tempi dei saldi invernali di una volta, poi ci si è messo il Covid e, tra impauriti, contagiati, tanta gente è rimasta in casa e l'afflusso delle persone, anche davanti ad occasioni favorevoli, è calato nettamente». Ermanno Mercati – titolare di un negozio di profumeria e pelletteria – ci puntualizza: «Saldi molto tranquilli, a parte la prima settimana in cui si è visto qualcosina, per il resto posso dire che sono abbastanza piatti».

CONFCOMMERCIO



Superficie 17 %

San Giovanni Calo consistente dopo il primo fine settimana. Mantovani, Confcommercio: "C'è ancora tempo per recuperare"

"Saldi a rilento, la gente ha paura"

di Michele Bossini

SAN GIOVANNI

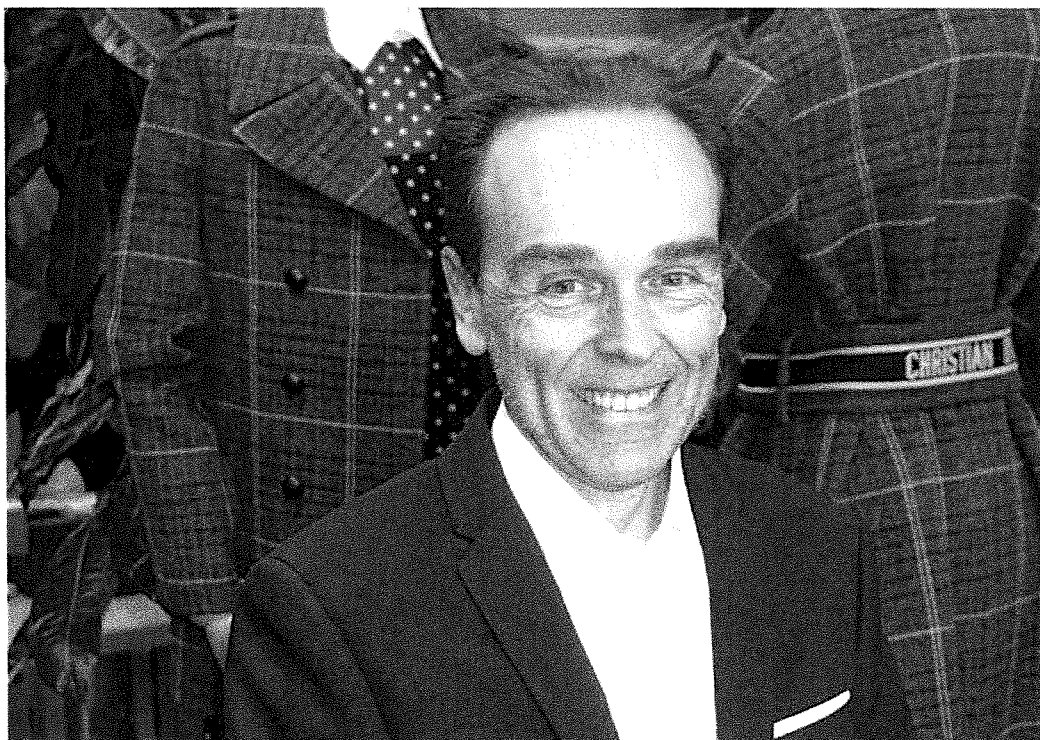
■ "Le vendite nel periodo di Natale sono andate decisamente meglio rispetto al 2020, anche se ancora si è lontani dai livelli prepandemia. Per quello che riguarda i saldi la variante omicron si sta facendo sentire": a tracciare il quadro è Paolo Mantovani, presidente della delegazione Confcommercio di San Giovanni, di recente confermato per il quinquennio 2021-2026 in quello che è il suo quarto mandato.

"Il Natale è stato soddisfacente, c'è stato un certo movimento che ha fatto respirare aria di normalità: la gente è uscita, è andata per negozi, ha fatto regali ed è tornata ad incontrarsi. La situazione è poi peggiorata - spiega Mantovani -, per-

ché con il diffondersi della nuova variante la gente ha cominciato ad avere un po' di paura e dopo il primo week-end di saldi, iniziati il 5 gennaio, abbiamo notato un calo consistente. La diminuzione dei flussi nei negozi è stata abbastanza repentina, penso che però ci sia tutto il tempo per recuperare anche per il ritorno del freddo. Per quello che riguarda la quarta ondata - prosegue - siamo al picco e bisogna vedere come reagiranno le persone, anche se le previsioni fatte su spesa pro-capite e spesa per famiglia andranno riviste al ribasso. Tirare adesso delle conclusioni è però un po' prematuro".

In qualità di presidente di Federmoda Toscana, Mantovani ritiene che per la ripresa del settore è fondamentale la ripresa della socialità o delle ce-

rimonie come battesimi, matrimoni o lauree, in attesa di ciò sono ancora l'abbigliamento e le calzature comode e informali ad andare per la maggiore. Per quello che riguarda nello specifico il sostegno al tessuto produttivo di San Giovanni, la richiesta è che sia individuata una figura che possa essere un punto di riferimento per la categoria e da raccordo tra il Comune e gli operatori economici. "La ripresa deve essere supportata e non solo attraverso i finanziamenti che arriveranno dall'Europa. L'obiettivo - dice Mantovani - deve essere supportare le aziende del posto e, al tempo stesso, attirarne delle nuove. Ci sono state nuove aperture a rinnovi dei locali ma bisogna che anche a livello locale si pensi a un piano di sostegno condiviso".



Paolo Mantovani Il presidente della delegazione di San Giovanni di Confcommercio segnala invece un bilancio buono per il Natale

Sansepolcro Primo bilancio con le associazioni di categoria: "Più spese subito dopo l'Epifania"

Saldi in frenata dopo buona partenza

Chiara Cascianini (Confesercenti): "Poca gente in giro, colpa del virus e anche del caro bollette"

di **Davide Gambacci**

SANSEPOLCRO

■ Saldi col freno a mano tirato, condizionati sia dalla pandemia che dal rincaro bollette. È il quadro che si sta presentando a Sansepolcro a distanza di un paio di settimane dal suo avvio. Il punto con le associazioni di categoria le quali hanno il termometro della situazione. Emerge un particolare, sicuramente interessante e positivo (nel senso buono) per il piccolo commercio. "Notiamo - afferma Chiara Cascianini, responsabile di Confesercenti Valtiberina - una sorta di 'rigetto', passateci il termine, delle persone per gli acquisti online: questo è quanto ci riferiscono i nostri associati; la gente ha tanta voglia di tornare fuori, di avere quel contatto con il negoziante di fiducia. L'acquisto online in sé per sé è da considerarsi asettico, freddo e privo di emozione". Ma come stanno andando i saldi? "Erano partiti bene, soprattutto nei giorni successivi l'epifania: c'era un flusso davvero interessante nel centro storico; scarpe, cappotti e borse i prodotti che sono andati per la maggiore mentre quasi tutto fermo quello che riguarda gli abiti". E aggiunge. "Poi tutto è rallentato, in particolare per le quarantene con intere famiglie bloccate in casa: a tutto ciò, poi, si aggiunge l'aumento vertiginoso dei costi delle bollette e le condizioni meteorologiche con tanto di neve in città". Costante è il contatto tra le associazioni e gli altri enti tra cui l'amministrazione comunale e la Regione per venire incontro alla categoria. "Stiamo chiedendo aiuti, anche perché la situazione dei saldi

che si sta vivendo non è quella immaginata: la grande speranza - e i primi segnali già ci sono - è che la gente dopo questi lunghi periodi chiusi tra le mura domestiche per vari motivi abbiano ancora la voglia di uscire; è stufa degli acquisti online, giudicati 'comodi' e 'divertenti' in un primo momento, ma che a lungo andare stanno avendo una certa repulsione e manca quel contatto diretto con il negoziante. Le speranze, quindi, sono riposte nei mesi di febbraio e marzo con l'arrivo delle nuove collezioni". Ma aggiunge un altro aspetto. "Preoccupa molto anche l'entrata in vigore dai primi di febbraio del controllo del green pass anche per le attività commerciali, perché saranno coinvolte tutte fatta eccezione di quelle alimentari di prima necessità. Il problema resta anche nel campo della ristorazione e di quello che le attività hanno vissuto nel periodo natalizio con disdette continue anche all'ultimo minuto, difficoltà nel reperire forza lavoro e l'organizzazione più in generale". Sulla stessa linea anche Anna Maria Cantucci, presidente di Confcommercio Valtiberina. "Il problema è quello di avere persone in giro con tutte queste quarantene, ma quelle che ci sono hanno voglia del saldo. Per quello che riguarda lo sconto siamo sulla media nazionale, un 30 all'inizio per arrivare al 50 alla fine; sconti molti alti andrebbero fatti in maniera diversa e li considero poco giusti, seppure i magazzini fermi sono comunque un costo. Incide il caro bollette, nonostante le prime non siano ancora arrivate, ma anche il rialzo degli affitti".



Centri storici ormai deserti E i saldi non decollano

Il delegato casentino di Confcommercio Boccalini evidenzia un trend negativo che riguarda tutta la vallata. «Non c'è proprio voglia di comprare»

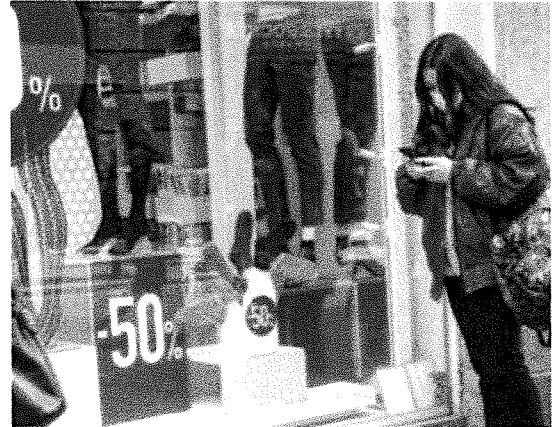
di Sara Trapani
BIBBIENA

Acquisti al di sotto delle aspettative e scarsa affluenza nei negozi. L'andamento dei saldi in Casentino non fa eccezione rispetto al resto d'Italia e conferma lo stato di crisi dell'economia. La tanto temuta e contagiosa variante Omicron sta infatti bloccando a casa molte persone ed i centri della vallata si svuotano con gli acquisti che non decollano neanche in questo periodo di saldi. «Tra quarantene e casi di positività la gente sta a casa e di conseguenza i centri storici sono deserti - spiega il delegato casentino di Confcommercio Luca Boccalini - la socialità è di nuovo crollata e a farne le spese, ancora una volta, sono le nostre attività commerciali. Avevamo rialzato la testa da poco, a inizio dicembre speravamo di vivere una ritrovata normalità e invece l'arrivo della variante Omicron ha bloccato nuovamente le nostre vite». Purtroppo il Covid sta nuovamente mettendo in difficoltà i commercianti locali, la voglia di comprare va avanti col freno tirato e neppure gli sconti sono sufficienti a portare clienti nei negozi, anche perché molte per-

sone sono costrette a casa tra contagi e quarantene e a volte sono gli stessi dipendenti a non poter lavorare. «La situazione è durissima, le previsioni dei saldi invernali 2022 indicavano, alla vigilia, una spesa media di 119 euro circa a persona, ma ad oggi questa cifra non è confermata. L'auspicio è che le nuove norme sul Green pass possano rallentare il contagio e creare le condizioni per far convivere lavoro e salute - prosegue Boccalini - i nostri imprenditori in questi due anni hanno fatto la loro parte in maniera esemplare. Hanno investito tanti soldi di tasca propria per garantire regole e sicurezza».

Una situazione difficile tanto che l'associazione aspetta ora dal Governo sostegni anche per le imprese più piccole visto che proprio l'arrivo di nuovi ristori sarebbe fondamentale per la sopravvivenza delle attività: «Come associazione di categoria chiediamo a gran voce nuovi aiuti dal Governo per i nostri imprenditori - continua il delegato di Confcommercio Casentino - le poche entrate nelle casse dei negozi, in un periodo fondamentale per il bilancio annuale delle attività, lancia un forte campanello di allarme che non va assolutamente ignorato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Crisi senza fine per alcune attività

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3029



Negozi, saldi a rilento dopo il boom di Natale

Primi bilanci sulla stagione degli sconti dalla Confcommercio. Mantovani: «Registrato un forte calo nel weekend sul fronte delle vendite»

di **Marco Corsi**
SAN GIOVANNI

E' stato un Natale decisamente migliore rispetto a quello del 2020 a San Giovanni. Sia per l'affluenza in centro storico che, a livello generale, per le vendite. Lo ha confermato il presidente della delegazione cittadina di Confcommercio Paolo Mantovani. «C'è stato un movimento di persone importante – ha detto – E il bilancio è soddisfacente. Certo, non siamo ancora tornati ai livelli pre pandemia, ma la strada è quella giusta». A fare da traino non solo la bellezza del cuore della città e l'atmosfera natalizia, che ha indotto molti a scendere in strada, ma anche i tanti eventi organizzati nel mese di dicembre.

«**Abbiamo** invece notato un calo dopo il primo week end di saldi, che sono iniziati il 5 gennaio – ha spiegato Mantovani – Un calo legato ad un fattore principale, l'aumento dei contagi e, quindi, una diminuzione degli incontri, delle uscite e, più in generale della socialità. Insomma, la gente è venuta meno in centro e anche le vendite ne hanno risentito, in particolare quelle legate agli sconti. Ma tutto sommato non ci possiamo lamentare – ha aggiunto il presidente di Confcommercio San Giovanni – E' stato un periodo natalizio molto migliore rispetto a quello del 2020». Mantovani ha poi lanciato un appello alla giunta comunale.

«Bisogna strutturare un sistema di incentivi e di supporto al centro storico della nostra città – ha detto – E' questo l'input che stiamo cercando di dare alla nostra amministrazione. Questa ripresa deve essere supportata e non solo attraverso i finanziamenti che arriveranno dall'Europa, ma anche con interventi locali. Innanzitutto – ha spiegato – è necessario stilare un calendario di eventi annuale. Poi oc-

corre trovare una figura che faccia da raccordo tra il Comune e gli operatori economici. Una figura che si occupi dello sviluppo commerciale e sia un punto di riferimento per la nostra categoria. E devono essere stanziare risorse per questo progetto. E' necessario, insomma, un capitolo di investimenti a parte. Noi – ha concluso Mantovani – anche nel corso del 2022 chiederemo al sindaco Vadi e agli assessori di andare in questa direzione. Bisogna agganciare questa ripresa anche con operazioni ad hoc».

Tornando ai saldi, la pandemia frena ancora economia e socialità, ma i toscani non ci rinunceranno, spendendo, nelle previsioni, qualcosa in più dello scorso anno (119 euro a testa, contro le 115 del 2021), anche se non abbastanza per tornare ai livelli di spesa del gennaio 2020, ovvero 160 euro a testa. «Per riportare i livelli di spesa al preCovid ci vorrà ancora molto tempo – ha spiegato Mantovani, che è anche presidente di Federmoda Toscana – si lavora ridimensionando le aspettative».

Tra i prodotti più richiesti, giubbotti sportivi, maglie, sneakers. «L'abbigliamento e le calzature comode e informali dettano ancora legge – ha concluso – capi versatili che si prestano bene ad ogni occasione, per il lavoro come per una serata speciale, magari con accessori diversi».

Come ogni anno, Confcommercio ha diramato per esercenti e consumatori le principali regole per il corretto svolgimento delle vendite in saldo, aggiornate con le norme anticontagio. Tra questi, l'obbligo di indossare la mascherina fuori dal negozio, in store ed anche in camerino durante la prova dei capi e la necessità di esporre in vetrina di un cartello che riporti il numero massimo di clienti ammessi nei negozi contemporaneamente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Paolo Mantovani, presidente della delegazione cittadina di Confcommercio

L'APPELLO

«Necessario strutturare un sistema di incentivi»



Oggi e domani occasioni imperdibili in molti negozi dell'acropoli grazie all'iniziativa del Consorzio Perugia in centro

Sbaracco, si parte con i super saldi

No-stop

Dalle 10 alle 20
la maratona dello shopping

PERUGIA

■ Si parte con lo Sbaracco, l'evento organizzato dal Consorzio Perugia in centro con il patrocinio del Comune di Perugia, giunto alla sedicesima edizione. L'appuntamento è per oggi e domani, dalle 10 alle 20, nell'area di corso Vannucci e le vie limitrofe, via dei Priori, via Oberdan, corso Cavour, via Marconi e viale Indipendenza. Protagonisti, come di consueto, artigiani e commercianti che escono in strada con i tradizionali banchi lungo le vie dell'acropoli e dei borghi. Non solo abbigliamento, accessori e calzature, ma anche artigianato, beni per la persona, profumi e articoli per il benessere, casalinghi, articoli regalo, occhiali. "Le proposte saranno molto vantaggiose e sui banchi ci saranno capi ben selezionati, delle ultime collezioni", promettono dal Consorzio. E c'è da scommetterci. Lo Sbaracco viene considerata

dai commercianti come l'occasione per chiudere nella maniera meno traumatica possibile una stagione che viene considerata "terribile". I saldi, in particolare, hanno fatto registrare anche un calo delle vendite del 30% rispetto all'anno 2020 che già era considerato pessimo, dal punto di vista delle vendite, per colpa delle chiusure forzate. Ora il doppio effetto negativo della pandemia da una parte e dei rincari energetici dall'altra. "In alcuni giorni - evidenziano i commercianti - sarebbe più conveniente rimanere chiusi".

Carlo Petrini, presidente regionale Federmoda Confcommercio, spiega che sono molte le attività a rischio per colpa delle bollette che hanno raggiunto cifre da capogiro. Si tenta la carta dello Sbaracco, dunque. L'elenco delle attività che aderiscono all'iniziativa è pubblicato nella pagina Facebook e Instagram Enjoy Perugia.

R.C.

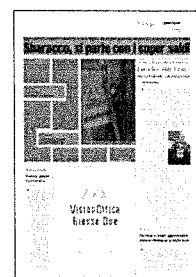
Anno nero

Commercianti alle prese con pandemia e rincari



Sbaracco Nei negozi del centro si apre la caccia alla grande occasione

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3031



Il presidente di Confcommercio molto critico: "Quello che serve è creare eventi collaterali per far girare la clientela"

"I saldi sono diventati inutili"

Amoni: "Un flop. I primi due giorni sono andati bene, poi abbiamo assistito a una caduta libera"

Appuntamenti

E sono già
in cantiere
due iniziative:
a marzo
la Festa
del cioccolato
e ad aprile
tre giorni
di Mercato
europeo

di **Susanna Minelli**

FOLIGNO

■ Saldi flop a Foligno. Anzi, molto più che flop, proprio in caduta libera. E' quanto emerge dal bilancio fatto dal presidente di Confcommercio Foligno, Aldo Amoni, che da anni tuttavia denuncia il fallimento dell'iniziativa commerciale che si compie all'inizio dell'anno.

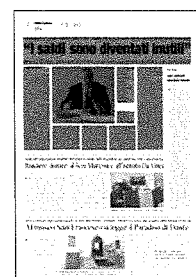
Amoni ha così descritto i saldi invernali. "Il bilancio, purtroppo è sicuramente negativo. I primi due giorni sono andati abbastanza bene poi si è assistito ad una caduta libera. Male, molto male - ha sottolineato il numero uno di Confcommercio Foligno - Poi c'è da sottolineare un fatto: che ai saldi cominciano ad aderire più in pochi e tra quei pochi sicuramente troviamo gli esercizi di abbigliamento e le calzature. Ma sono rimasti in ogni caso in pochi e in dei settori come quello dell'estetica e della profumeria non li fa più nessuno. Ho il mio pensiero: i saldi sono ormai inutili. Le iniziative promozionali che si fanno durante

l'anno tolgono significato a questo tipo di evento. Poi c'è da dire che il mercato è cambiato e con la pandemia ancora di più. Per non parlare anche dell'innalzamento dei costi dei consumi che avranno la loro grave ricaduta anche sul commercio". Una situazione non rosea dunque che per Amoni potrebbe essere aiutata solo dall'organizzazione di eventi collaterali che inducono la clientela a circolare in città. E il cilindro degli eventi è già pieno. Aldo Amoni ha annunciato che a marzo a Foligno si terrà "La festa del cioccolato" e ci sarà una tre giorni di Mercato europeo ad aprile. Che la primavera porti una boccata d'ossigeno per l'economia cittadina? Si spera.

"Confcommercio sta facendo il massimo per poter lavorare e collaborare al meglio con tutte le istituzioni - ha detto Amoni - Ancora c'è molto da fare ma si sta lavorando in maniera entusiasta per lo sviluppo dell'economia cittadina". I saldi quest'anno in Umbria sono partiti il 5 gennaio e dureranno tre mesi. Secondo quanto comunicato dall'assessore allo Sviluppo economico della Regione Umbria Michele Fioroni, gli sconti ufficialmente termineranno il 5 marzo. Ovviamente come è stato spiegato nel testo di una nota ufficiale "resta ferma la possibilità di effettuare le vendite promozionali durante tutto il periodo dell'anno, come già previsto dalla legge regionale 10 del 2014".



Aldo Amoni
Il presidente
di Confcommercio
critico sull'utilità
dei saldi di fine stagione



Saldi, partenza tiepida poi il crollo delle vendite

Il covid non ha favorito gli sconti stagionali nonostante i prezzi stracciati. Commercianti rassegnati

Iniziati il 5 gennaio, dureranno ancora poco più di un mese e si concluderanno, ultima data utile, sabato 5 marzo. Stiamo ovviamente parlando di saldi. Nel nostro caso Toscana ed Umbria, un tempo «rivali» sul via, hanno uniformato il loro inizio. Ma come stanno andando? Lo chiediamo al responsabile di Confcommercio Valtiberina, Massimiliano Micelli: «Non benissimo – ci dice – il covid anche in questo caso la sta facendo da padrone». In che senso? «Innanzitutto non è come negli anni passati, i saldi sono influenzati dal covid, tra quarantene, contatti, asintomatici o colpiti dal virus, la gente non è intenzionata a muoversi e sembra un po' tutto fermo di fronte a degli sconti irripetibili. La speranza è che quello che non è stato venduto adesso sia più diluito nel corso del tempo anche se il momento non è certo come negli anni pas-

sati. C'è una forte richiesta di aiuti da parte delle aziende che si trovano, in pratica, in una specie di lockdown mascherato». «Si lavoricchia – ci dice Anna Maria Cantucci, Presidente Confcommercio di vallata – titolare di un negozio di abbigliamento, ovvio che non sono, ma questo era già chiaro, i saldi di una volta. La gente ancora ha paura ad uscire e ad entrare in un negozio per cui speriamo che la situazione migliori con il passare dei giorni». Luciano Franceschini – titolare di un negozio di scarpe nella centralissima Piazza Torre di Berta – ci ribadisce: «Onestamente non erano partiti poi male male, anche se erano lontani i tempi dei saldi invernali di una volta, poi ci si è messo il Covid e, tra impauriti, contagiati, tanta gente è rimasta in casa e l'afflusso delle persone, anche davanti ad occasioni favorevoli, è calato nettamente». Ermanno Mercati – titolare di un negozio di profumeria e pelletteria – ci puntualizza: «Saldi molto tranquilli, a parte la prima settimana in cui si è visto qualcosina, per il resto posso dire che sono abbastanza piatti».



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3031



Il presidente regionale di Federmoda, Carlo Petrini: "E' un disastro, servono aiuti subito"

Saldi, vendite dimezzate tra Covid e caro bollette

di **Catia Turrioni**

PERUGIA

■ I saldi invernali si rivelano un grande flop. Anche in Umbria gli acquisti a prezzi scontati sono diminuiti dopo una partenza che aveva fatto ben sperare. In giro ci sono meno persone e l'economia ne risente subito, sebbene non manchino la scelta e la qualità dell'offerta. "I saldi non stanno andando bene per niente - conferma Carlo Petrini, presidente regionale Federmoda Confcommercio - . Le vendite sono diminuite di un buon 40-50% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno quando già gli affari non erano così buoni. Di gente in giro ce ne è poca per colpa del Covid tra chi risulta contagiato, chi è in quarantena, chi ha semplicemente paura di uscire. A questo si aggiunge l'effetto deleterio che stanno avendo i rincari, un impressionante aumento dei prezzi di energia elettrica e gas che sta provocando una contrazione dei consumi: domina l'incertezza e le famiglie risparmiano". Il presidente Petrini spiega che quello dei rincari è un problema enorme che met-

te a rischio la sopravvivenza di tante attività. "Per questo è necessario intervenire subito - puntualizza - perché noi in questo momento non incassiamo ma continuiamo a pagare e le nostre bollette raddoppiano. Un massacro". Confcommercio Umbria nei prossimi giorni realizzerà un sondaggio tra gli imprenditori associati per verificare, con l'aiuto dei numeri, l'impatto sui bilanci delle imprese di questa nuova emergenza. Nel frattempo, il presidente Giorgio Mencaroni ha rivolto un appello alle istituzioni locali, Regione in testa, affinché venga raccolto il "grido di allarme del mondo delle imprese, che oggi non sono solo alle prese con la nuova ondata Covid, ma anche con un caro energia senza precedenti e una inflazione in crescita sostenuta, che rischia di compromettere definitivamente i consumi delle famiglie". Per Mencaroni, occorre aiutare le imprese a sostenere questo nuovo impatto prima che cedano le armi e si arrendano dopo una lotta durissima durata due anni per resistere sul mercato, garantendo servizi, lavoro, occupazione.



Saldi Le vendite con lo sconto sono quasi dimezzate rispetto all'anno scorso

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3031

