

DA DOMANI A DOMENICA VENDITE STRAORDINARIE ALL'ESTERNO DEI NEGOZI

A Sestri e Rapallo è tempo di Sbarazzo Occasioni in strada

Molte le attività dei due centri storici che parteciperanno
La formula funziona, specie in un momento di crisi



Occasioni all'esterno dei negozi: torna lo Sbarazzo

PIUMETTI

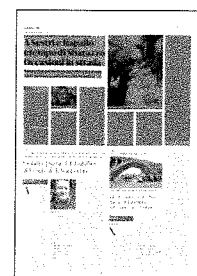
**Elisa Folli
Simone Rosellini**

Lo Sbarazzo di Sestri Levante fa il bis, gli affari e le occasioni, dopo fine gennaio, sono pronte per essere di nuove colte da residenti e turisti, questo fine settimana. Domani e domenica. Come sempre l'iniziativa porta la firma dell'Ascom, che invita a ritornare, o ad approfittare della nuova opportunità. I banchi all'esterno dei negozi, in entrambe le giornate, si potranno visitare con orario continuato dalle ore 9 e fi-

no alle 19.

Sono molte le attività del centro storico che presenteranno nuovamente, anche esponendo sulle bancarelle che da sempre contraddistinguono la manifestazione, le proprie proposte scontate ed effettueranno orari straordinari, per andare incontro alle esigenze della clientela, aumentando sia per i residenti sia per i turisti delle seconde case e non solo, la possibilità di approfittare delle migliori offerte. Alcuni commercianti si sono organizzati anche sui canali

social: molte informazioni si possono trovare visitando le pagine dedicate alla manifestazione: <https://www.facebook.com/sbarazzosestrilevante/> e <https://instagram.com/sbarazzosestrilevante>. Il bilancio del primo appuntamento dello scorso mese di gennaio era stato buono: nonostante la fredda e ventosa giornata invernale, la partecipazione era stata alta. La formula sembra sempre funzionare, la clientela va sempre alla ricerca di qualcosa che non aveva acquistato in precedenza, o co-



munque, sapendo dell'appuntamento in programma, effettua un giro tra un banco e l'altro e magari trova comunque un capo di abbigliamento, un accessorio, un oggetto curioso o per la casa, da comperare, oppure un pensiero da regalare. Lo Sbarazzo, in questo weekend, si concretizza anche a Rapallo, organizzato dal Civ Civediamo a Rapallo. «Le molte attività aderenti vi aspettano per la ricerca dell'affare tra le bancarelle allestite all'esterno dei negozi», recita la nota diffusa dall'associazione, che prosegue: «L'offerta è molto varia: troverete abbigliamento e calzature, oggettistica home e da regalo, cosmesi e profumi, biancheria per la casa e la persona, cartoleria, pelletteria, libri, ottica, audio e video, articoli e attrezzatura per lo sport, valigeria e cappelleria, gioielli e bigiotteria, tessuti e articoli ortopedici e sanitari». Secondo la presidente, Ornella Traverso, «il numero di negozi aderenti è superiore a quello dell'estate».

Quindi, una quarantina di attività dovrebbe proporre la merce a prezzo scontato, in tutto il centro. Lo Sbarazzo si abbina, questa volta, alla ricorrenza di San Valentino: offerte nei negozi oggi, domani e domenica, mentre al Chiosco della musica, a disposizione delle coppie, c'è il cuore luminoso per i selfie

e, sempre al Chiosco, martedì, alle 17, si terrà il concerto su pianoforte sospeso in aria. Se l'adesione dei negozi allo Sbarazzo sembra dunque molto buona, meno significativa è quella dei ristoranti all'invito di un menu a tema per la festa degli innamorati. Per il prossimo anno, il discorso con l'amministrazione comunale dovrà aprirsi prima. Ma a fare il bis a breve non sarà soltanto *Sestri Levante*: per il prossimo fine settimana, infatti, si sta preparando nuovamente la città di Chiavari, sempre su iniziativa del Civ "Ci Vediamo in Centro a Chiavari". L'appuntamento da segnare in agenda, in questo caso, è il prossimo sabato 18 febbraio con i negozi del centro storico, e domenica 19 dalle attività commerciali che sono presenti nel porto e sul lungomare. Tra l'altro in questo caso, l'ultima edizione invernale di Sbarazzo corrisponde anche alla chiusura dei saldi che sarà proprio il 18 febbraio, e che nel complesso sono andati bene. Intanto, così come a Rapallo, anche a Chiavari è partita un'iniziativa dedicata a San Valentino. Il Civ ha infatti posizionato in città alcuni cartonati con tanto di cuoricini, in versione maschile e femminile, che sono diventati singolari scenografie per scattare foto ricordo tra innamorati. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ornella Traverso

PIUMETTI

SAVONA: PARLA LA PRESIDENTE DELL'ASCOM LAURA CHIARA FILIPPI

Saldi, il bilancio è negativo soprattutto nell'abbigliamento

«Rispetto al 2019, ossia all'ultimo anno prima del Covid, i saldi invernali in corso si assestano al meno 20 per cento. Dopo la pandemia non ci siamo più ripresi: anche quest'anno l'andamento è risultato altalenante e i magazzini, passate le festività, erano ancora pieni». Poche luci e tante ombre: è questo il quadro dei saldi provinciali, che emerge secondo Laura Chiara Filippi, presidente di Ascom Commercio, delegazione di Savona. Il grande nemico è stato, ancora una volta, l'e-commerce, che ha danneggiato in modo pesante l'attività dei negozi. Poca la gente in giro, con un andamento altalenante delle vendite. Intanto, a seguito di un sondaggio tra gli iscritti, Ascom ha stabilito la data del Desbarassu, l'evento che chiude in modo definitivo i saldi, prima del rinnovo delle vetrine. L'appuntamento è stato fissato per venerdì 24 e sabato 25 febbraio, in concomitanza con la manifestazione Art e Ciocc, con l'obiettivo di vivacizzare le strade e invogliare i cittadini a comprare. «Il momento generale è complicato – dice la presidente Ascom Laura Chiara Filippi – e i negozi faticano in modo particolare. I saldi non hanno rispettato le attese: non c'è stato un andamento regolare, bensì un alternarsi di vendite a pause prolungate. Dopo il Covid non siamo più tornati ai livelli di vendita del

2019: un'annata che, fra l'altro, non aveva brillato per positività. Siamo arrivati al momento dei saldi con i magazzini ancora pieni di offerte, poiché il Natale era stato sotto tono».

A registrare le perdite sono stati soprattutto i negozi di abbigliamento: meglio gli accessori e la pelletteria. L'online resta il nemico principale delle vendite nei piccoli negozi. «Si è diffusa la pessima abitudine di misurare scarpe o capi nei negozi per poi comprare lo stesso prodotto sul web – dice Laura Chiara –. Si tratta di una mancanza di rispetto: ciascuno è libero di fare acquisti dove meglio preferisce, ma nel rispetto di chi lavora. I costi di un'attività sono tanti: si tenga conto, però, che l'economia del nostro territorio si fonda, in gran parte, proprio sul commercio e le botteghe sono occasioni di lavoro per tante famiglie. Non dimentichiamoci, quindi, il valore di un settore che, troppo spesso, viene dato per scontato e che, invece, è un valore per le città. Più le vetrine sono buie e le saracinesche abbassate e minori sono la sicurezza e l'attrattività di una strada». Il prossimo passo sarà, ora, il Desbarassu. «Si tratta di un appuntamento molto apprezzato e atteso dai cittadini – conclude –. Certo, non può essere la soluzione al commercio». —

S.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3021



SAVONA: PARLA LA PRESIDENTE DELL'ASCOM LAURA CHIARA FILIPPI

Saldi, il bilancio è negativo soprattutto nell'abbigliamento

Chiara Filippi,
Ascom Conf-

«Rispetto al 2019, ossia all'ultimo anno prima del Covid, i saldi invernali in corso si assestano al meno 20 per cento. Dopo la pandemia non ci siamo più ripresi: anche quest'anno l'andamento è risultato altalenante e i magazzini, passate le festività, erano ancora pieni». Poche luci e tante ombre: è questo il quadro dei saldi provinciali, che emerge secondo Laura Chiara Filippi, presidente di Ascom Conf-

commercio, delegazione di Savona. Il grande nemico è stato, ancora una volta, l'e-commerce, che ha danneggiato in modo pesante l'attività dei negozi. Poca la gente in giro, con un andamento altalenante delle vendite. Intanto, a seguito di un sondaggio tra gli iscritti, Ascom ha stabilito la data del Desbarassu, l'evento che chiude in modo definitivo i saldi, prima del rinnovo delle vetrine. L'appuntamento è stato fissato per venerdì 24 e sabato 25 febbraio, in concomitanza con la manifestazione Art e Ciocc, con l'obiettivo di vivacizzare le strade e invogliare i cittadini a comprare. «Il momento generale è complicato - dice la presidente Ascom Laura Chiara Filippi - e i negozi faticano in modo particolare. I saldi non hanno rispettato le attese: non c'è stato un andamento regolare, bensì un alternarsi di vendite a pause prolungate. Dopo il Covid non siamo più

tornati ai livelli di vendita del 2019: un'annata che, fra l'altro, non aveva brillato per positività. Siamo arrivati al momento dei saldi con i magazzini ancora pieni di offerte, poiché il Natale era stato sotto tono».

A registrare le perdite sono stati soprattutto i negozi di abbigliamento: meglio gli accessori e la pelletteria. L'online resta il nemico principale delle vendite nei piccoli negozi. «Si è diffusa la pessima abitudine di misurare scarpe o capi nei negozi per poi comprare lo stesso prodotto sul web - dice Laura Chiara -. Si tratta di una mancanza di rispetto: ciascuno è libero di fare acquisti dove meglio preferisce, ma nel rispetto di chi lavora. I costi di un'attività sono tanti: si tenga conto, però, che l'economia del nostro territorio si fonda, in gran parte, proprio sul commercio e le botteghe sono occasioni di lavoro per tante famiglie. Non dimentichiamoci, quindi, il valore di un settore che, troppo spesso, viene dato per scontato e che, invece, è un valore per le città. Più le vetrine sono buie e le saracinesche abbassate e minori sono la sicurezza e l'attrattività di una strada». Il prossimo passo sarà, ora, il Desbarassu. «Si tratta di un appuntamento molto apprezzato e atteso dai cittadini - conclude -. Certo, non può essere la soluzione al commercio». —

S. C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3021



Superficie 13 %

SI RINNOVA IL TRADIZIONALE APPUNTAMENTO ALLA CONCLUSIONE DEI SALDI

Sbarazzo in Riviera, inizia la stagione Sestri inaugura le svendite nei negozi

Ieri il via, oggi si replica, altra edizione a metà febbraio. Poi toccherà a Santa Margherita, Lavagna, Chiavari e Rapallo



Folla sullo Sbarazzo ieri mattina in corso Colombo a Sestri Levante

FOTOSERVIZIO FLASH

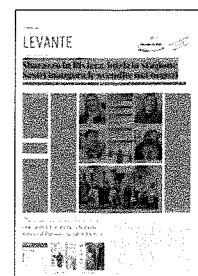
I commercianti: «C'è sempre grande attesa per la manifestazione, i clienti non mancano»

Elisa Folli

È partita ieri mattina da Sestri Levante la corsa all'affare con lo Sbarazzo invernale. La manifestazione prosegue anche oggi, dalle 9 alle 19, ed è l'occasione per chiudere la stagione con segno più, dopo le compere natalizie che sono andate piuttosto bene, i saldi, che terminano il 18 febbraio, partiti a rilento e poi ripresi. L'Ascom dà già appuntamento all'11 e 12 febbraio per un bis. Una boccata d'ossigeno per la categoria, un'opportunità in più per i clienti.

La prima giornata sestrese è andata bene: le temperature rigide e le raffiche di vento non hanno frenato lo shopping. Persone coperte da piumini, sciarpe e berretti hanno affollato le vie del centro. Qualche negozio proprio per il vento ha esposto la merce più all'interno, tra lo scalino e la vetrina. Giovanna Castoldi e Marina Malta curiosando tra gli stand di un'attività commerciale, commentavano quanto esposto e si metteva-

no d'accordo sulle prossime tappe: «Ho la seconda casa qui, sono arrivata a Sestri e la mia amica mi ha detto che c'era lo Sbarazzo, e così abbiamo deciso di fare un giro. Vengo più di frequente in estate ma già che ci siamo approfittiamo. Lei ha già un sacchetto. Comunque è molto interessante», dice Giovanna Castoldi. «Vogliamo un po' di cose e vediamo, di solito è difficile tornare a casa senza niente, è una bella manifestazione e trovo si compri bene, e a prezzi vantaggiosi», aggiunge Marina Malta. I commercianti aspettano a tracciare un bilancio ma la partenza è buona: «Funziona, ho sempre aderito, vedremo domenica sera come sarà andata davvero. Mi pare che ci sia stato già dalla mattinata un discreto interesse - racconta Gianna Masi, titolare della Boutique Fiorentina di piazza Bo, attività di "biancheria finissima" e abbigliamento aperta dal marito nel 1968 - Cerco di proporre sempre merce di qualità, anche in queste occasioni. Poi è chiaro che il commercio non è più quello di un tempo, dopo la pandemia alcune problematiche, a livello generale, si sono acuite, è difficile oggi gestire un negozio». Simona Soli-



mano, abbigliamento Blumelange Cashmere in via XXIV Aprile aggiunge: «Siamo partiti, vedo che il movimento non manca nonostante faccia molto freddo. Trovo una buona opportunità il fatto che l'iniziativa venga riproposta anche a febbraio. Certo, bisognerebbe adottare, tutti, la politica di esporre le cose giuste, non mettere qualsiasi cosa, ma attenersi alla finalità dello Sbarazzo. Potrà essere l'occasione o per ritornare, o per venire per la prima volta. Un modo per visitare la città e i suoi negozi. Da noi il lavoro devo dire che è costante, anche se a dicembre c'è stato meno movimento però tutto fa: ben vengano tutte le iniziative, anche le nuove, come l'ultima natalizia del Christmas Village».

Nel Levante Sestri ha fatto

da apripista agli altri appuntamenti, perché seguendo il calendario, il prossimo fine settimana, da venerdì 3 a domenica 5, tocca a Lavagna: «I saldi sono sempre abbastanza attesi, anche se diverse attività commerciali propongono promozioni già durante tutto l'anno. Comunque, soprattutto nei primi giorni di saldo moltissimi clienti ne hanno approfittato per fare buoni affari. Ora attendiamo il lungo weekend del Quattro Palanche, con l'augurio a tutti i colleghi di fare un ottimo lavoro», commenta la presidente del Civ del Centro storico lavagnese, Paola Cozzolino.

A Chiavari lo Sbarazzo si terrà sia in centro sua sul lungomare e dal porto turistico, a cura del Civ «Ci vediamo in centro»: le date da segnare in agenda sono sabato 4 febba-

io nel centro storico e domenica 5 nel porto e in passeggiata, e il 18 febbraio di nuovo in centro e il 19 ancora sul lungomare e tra i negozi dello scalo «Gatti». «I saldi sono andati bene, soprattutto all'inizio perché c'era la gente del ponte lungo dell'Epifania, poi c'è stato un calo fisiologico come tutti gli anni e quindi la ripresa del lavoro ed l'arrivo del freddo, adesso finalmente agevola anche chi vende capi di stagione - riflette il presidente Ascom di Chiavari, Bernardo Pessagno - L'attesa per i giorni di Sbarazzo c'è già, e Chiavari offre sempre una buona offerta merceologica, variegata e di qualità». Affari e occasioni si avvicinano anche nella città di Santa Margherita, dal 3 al 5 febbraio, mentre dal 10 al 12 febbraio sarà la volta di Rapallo. —



Simona Solimano



Giovanna Castoldi

Le date

SANTA MARGHERITA
3, 4 e 5 febbraio

RAPALLO
10, 11 e 12 febbraio

CHIAVARI
4 e 18 febbraio nel centro storico;
5 e 19 febbraio al porto e sul lungomare

LAVAGNA ("Quattro palanche")
3, 4 e 5 febbraio
(venerdì e sabato dalle 9 alle 19;
domenica dalle 9 alle 13)

SESTRI LEVANTE
Oggi e l'11 e il 12 febbraio
(dalle 9 alle 19)



Marina Malta



Gianna Masi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FederModa Milano: sentiment positivo dalla stagione invernale, +86%

25/03/2023



FederModa Milano: sentiment positivo dalla stagione invernale, +86%

Milano – FederModa Milano, associazione aderente a Confcommercio Milano, ha fatto il punto sull'andamento delle vendite nei negozi di moda (febbraio): un momento di riflessione a chiusura della stagione e dei saldi invernali, con lo sguardo rivolto al futuro. L'indagine, condotta nell'ambito dell'Osservatorio di Federazione Moda Italia, mette in luce le specificità di un comparto, quello dei negozi di moda che nelle circa 12 mila imprese attive sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza impiega oltre 50 mila lavoratrici e lavoratori. Dai dati dell'Osservatorio emerge come l'86% degli operatori abbia espresso un giudizio soddisfacente per i risultati ottenuti in termini di crescita (50%) o di stabilità (36%); il 14% del campione ha registrato invece un calo. Valori in linea con l'andamento espresso nei giorni scorsi a livello nazionale. Piumini, giubbotti e giacche, maglieria, sneaker, scarpe da donna e borse sono stati gli articoli più acquistati. Il presidente di FederModa Milano, Andrea Colzani spiega come il sentiment largamente positivo espresso dagli intervistati sia frutto di una molteplicità di fattori, in particolare della concomitanza con i saldi invernali e l'ondata inflattiva che non si è ancora dispiegata sul settore. Ciò ha consentito ai consumatori di fare buoni affari e pertanto di ampliare il panel dei propri acquisti. Il vicepresidente vicario di Federmoda Milano Gabriel Meghnagi, che è anche presidente della rete associativa vie di Confcommercio Milano, fornisce un focus sulla città, in particolare sui grandi assi commerciali: "I dati su Milano ci confortano perché si avvicinano al periodo pre-pandemia. Si conferma la previsione di inizio gennaio con un trend di crescita del 10% rispetto ai saldi invernali del 2022 nelle vie dello shopping centrali, grazie ad un buon afflusso di turisti stranieri". A favore di imprese e lavoratori della moda – riprende Colzani "stiamo mettendo in campo diversi contenuti volti proprio ad accompagnare lo sviluppo di competenze e professionalità verso quel definitivo sviluppo necessario ad affrontare le sfide che il mondo post pandemico ci propone. In quest'ottica abbiamo pensato a 'Trend Topic', 5 incontri con 5 imprenditrici su temi di attualità del settore. Il prossimo appuntamento è in calendario per il 17 aprile quando, con Betty Paganin di OneDayGroup, parleremo proprio di risorse umane nel settore moda".

FederModa Milano: Per l'86% vendite in crescita o stabili

Sulle risorse umane nella moda il prossimo appuntamento dei 'Trend Topic' (17 aprile)

Sabato 25 Marzo 2023



FederModa Milano, associazione aderente a Confcommercio Milano, ha fatto il punto sull'andamento delle vendite nei negozi di moda (febbraio): un momento di riflessione a chiusura della stagione e dei saldi invernali, con lo sguardo rivolto al futuro. L'indagine, condotta nell'ambito dell'Osservatorio di Federazione Moda Italia, mette in luce le specificità di un comparto, quello dei negozi di moda che nelle circa 12 mila imprese attive sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza impiega oltre 50 mila lavoratrici e lavoratori. Dai dati dell'Osservatorio emerge come l'86% degli operatori abbia espresso un giudizio soddisfacente per i risultati ottenuti in termini di crescita (50%) o di stabilità (36%); il 14% del campione ha registrato invece un calo. Valori in linea con l'andamento espresso nei giorni scorsi a livello nazionale. Piumini, giubbotti e giacche, maglieria, sneaker, scarpe da donna e borse sono stati gli articoli più acquistati.

Il presidente di FederModa Milano, Andrea Colzani spiega come il sentiment largamente positivo espresso dagli intervistati sia frutto di una molteplicità di fattori, in particolare della concomitanza con i saldi invernali e l'ondata inflattiva che non si è ancora dispiegata sul settore. Ciò ha consentito ai consumatori di fare buoni affari e pertanto di ampliare il panel dei propri acquisti.

Il vicepresidente vicario di Federmoda Milano Gabriel Meghnagi, che è anche presidente della rete associativa vie di Confcommercio Milano, fornisce un focus sulla città, in particolare sui grandi assi commerciali: "I dati su Milano ci confortano perché si avvicinano al periodo pre-pandemia. Si conferma la previsione di inizio gennaio con un trend di crescita del 10% rispetto ai saldi invernali del 2022 nelle vie dello shopping centrali, grazie ad un buon afflusso di turisti stranieri".

A favore di imprese e lavoratori della moda - riprende Colzani - "stiamo mettendo in campo diversi contenuti volti proprio ad accompagnare lo sviluppo di competenze e professionalità verso quel definitivo sviluppo necessario ad affrontare le sfide che il mondo post pandemico ci propone. In quest'ottica abbiamo pensato a 'Trend Topic', 5 incontri con 5 imprenditrici su temi di attualità del settore. Il prossimo appuntamento è in calendario per il 17 aprile quando, con Betty Paganin di OneDayGroup, parleremo proprio di risorse umane nel settore moda".

[QUI](#) per informazioni e iscrizioni sui "Trend Topic".

[SCARICA IL COMUNICATO STAMPA IN PDF](#)

Commercio

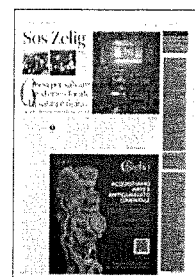
Negozi di moda Più 10% di affari nelle strade del centro città

L'effetto turisti

Soddisfazione delle imprese per il ritorno degli stranieri. Anche negli alberghi

La stagione invernale si è chiusa con performance positive per le imprese di moda milanesi. L'86 per cento degli operatori commerciali ha espresso soddisfazione per i risultati ottenuti dai loro esercizi che sono in crescita o stabili. A fare il punto sull'andamento delle vendite dei negozi di moda è stata FederModa Milano, associazione aderente a **Confcommercio**. Un buon andamento che coinvolge circa 12mila imprese presenti sul territorio di Milano, Lodi, Monza e Brianza e che impiega oltre 50mila lavoratori. Il presidente di Federmoda Andrea Colzani spiega così i risultati positivi: «La soddisfazione espressa dalle imprese è frutto di diversi fattori, in particolare dalla concomitanza con i saldi invernali e l'ondata inflattiva che non si è ancora dispiegata sul settore. Ciò ha consentito ai consumatori di fare buoni affari». Il vicepresidente vicario di Federmoda Milano **Gabriel Meghnagi**, che è anche presidente della rete associativa **Confcommercio Milano**, fornisce un focus sulla

città, in particolare sui grandi assi commerciali: «I dati sulla città ci confortano perché si avvicinano al periodo pre-pandemia. Si conferma la previsione di inizio gennaio con un trend di crescita del 10% rispetto ai saldi invernali del 2022 nelle vie dello shopping centrali, grazie ad un buon afflusso di turisti stranieri». A favore di imprese e lavoratori della moda, Colzani cita diversi interventi specifici a favore del settore: «Abbiamo pensato a Trend Topic, cinque incontri con cinque imprenditrici su temi di attualità del settore. Il prossimo appuntamento è in calendario per il 17 aprile quando, con Betty Paganin di OneDayGroup, parleremo proprio di risorse umane nel settore moda». Sul fronte del turismo, **Confindustria Alberghi** evidenzia il recupero della domanda turistica a Milano con la redditività alberghiera tornata ai livelli pre-pandemici e un aumento delle prenotazioni rispetto al 2021 e 2022 per il periodo pasquale e per i ponti di primavera 2023. Gli occupati del settore restano invece fermi a un meno 12 per cento rispetto ai dati del 2019, mentre aumentano i prezzi medi delle camere.



IL BILANCIO DOPO I MESI INVERNALI

La moda va di moda: gli affari volano

Gioia Locati a pagina 4

L'OSSERVATORIO DI FEDERMODA

La moda va sempre di moda I turisti fanno volare gli affari

Per l'86% dei commercianti le vendite sono cresciute o rimaste stabili. Più soddisfatti i negozi del centro

50%

La metà dei commercianti di abbigliamento e scarpe ha dichiarato una crescita nelle vendite

14%

È questa la percentuale di commercianti di moda che ha dichiarato un calo nelle vendite



Colzani
Buoni affari, l'ondata inflattiva non ha ancora investito il settore

TREND VICINO AL 2019

Capispalla, sneaker e scarpe da donna, gli articoli più acquistati

Gioia Locati

■ Alla fine lo shopping c'è stato. Milanesi e brianzoli hanno approfittato dei saldi invernali

per integrare o rifare il guardaroba. Tant'è che l'86% dei negozianti di abbigliamento e scarpe ha dichiarato vendite in crescita o stabili. È quanto emerge da una sintesi di FederModa Milano, l'associazione che aderisce a Confcommercio e che vanta 12mila imprese e 50mila impiegati fra Milano, Lodi, Monza e Brianza.

L'andamento delle vendite nei negozi di moda ha riguardato il mese di febbraio. Nonostante la crisi, o forse proprio per scongiurarla, si è scelto di giocare d'anticipo sul prossimo inverno scegliendo i capi con il cartellino scontato. La percentuale media di sconto applicata sull'abbigliamento è stata dal 30% al 40%.

Se l'86% degli esercenti si è detto soddisfatto per i risultati ottenuti in termini di crescita (50%) o di stabilità (36%); il 14% del campione ha registrato, invece, un calo. I dati sono in linea con l'andamento espresso nei giorni scorsi a livello nazionale. Piumini, giubbotti e giacche, maglieria, sneakers, scarpe da donna e borse sono stati gli articoli più acquistati.

Il presidente di FederModa Milano, Andrea Colzani ha dato ragione del sentiment largamente positivo espresso dagli intervistati come il frutto di una molteplicità di fattori, in particolare della concomitanza con i saldi invernali e l'ondata inflattiva che non si è ancora dispiegata sul settore. Ciò ha consentito ai consumatori di fare buoni affari e così di ampliare il panel dei propri acquisti.

Il vicepresidente vicario di Federmoda Milano, Gabriel Meghnagi, che è anche presidente della rete associativa vie di Confcommercio Milano, ha fornito un focus sulla città, in particolare sui grandi assi commerciali: «I dati su Milano ci confortano perché si avvicinano al periodo pre-pandemia. Si conferma la previsione di



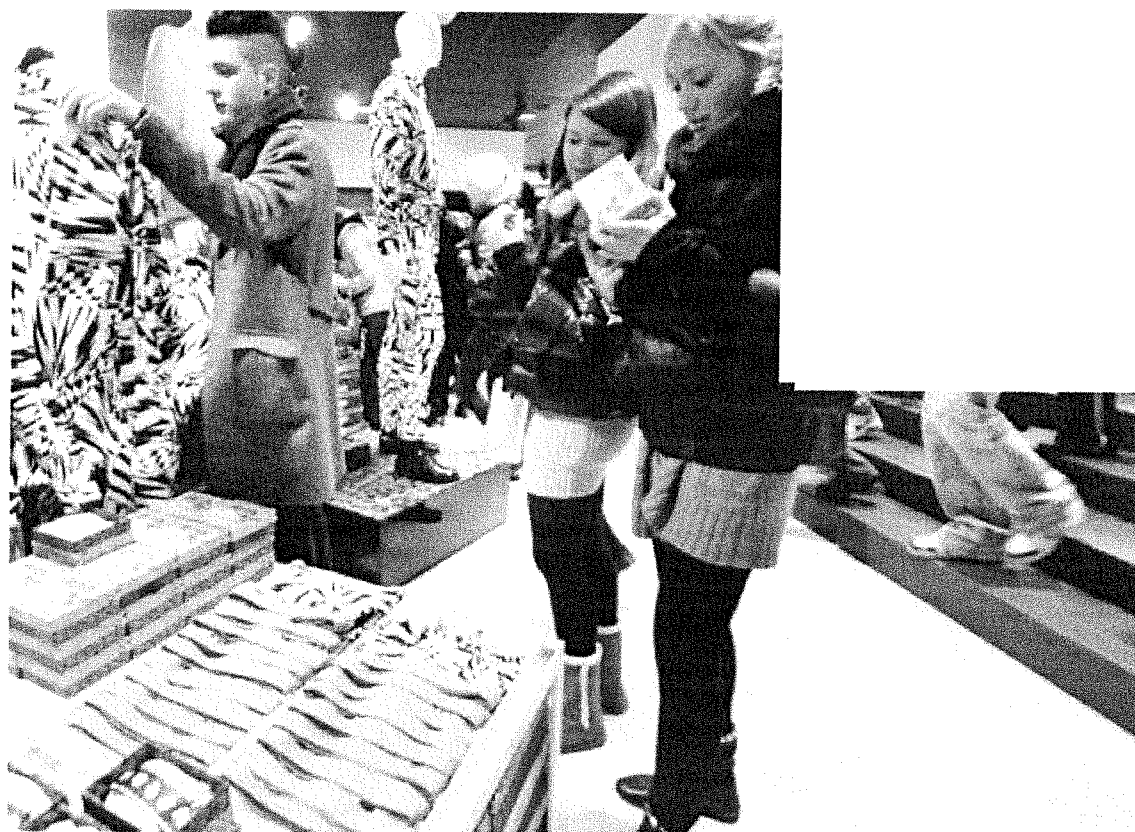
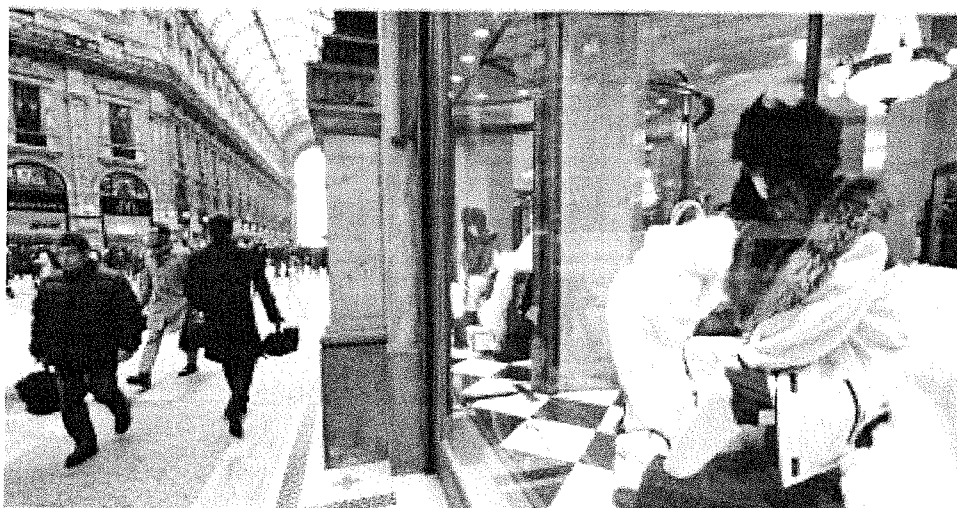
Superficie 77 %

inizio gennaio con un trend di crescita del 10% rispetto ai saldi invernali del 2022 nelle vie dello shopping centrali, grazie ad un buon afflusso di turisti stranieri». Insomma, se le previsioni iniziali non erano ottimiste, sia per la crisi che ha portato le famiglie a fare molte rinunce sia per la facilità di fare acquisti online, la realtà ha smentito con i fatti il pessimismo di inizio d'anno. Il giro d'affari dei saldi invernali è stimato in 403 milioni di euro,

con una spesa pro capite di 154 euro (338 euro il budget a famiglia). Bisogna però riconoscere che a beneficiare di tanta clientela sono stati i negozi del centro, i più frequentati dai turisti, arrivati quest'anno non solo dai Paesi europei ma anche da Turchia, Israele e Sudafrica.

A favore di imprese e lavoratori della moda Andrea Colzani ha anticipato un nuovo progetto: «Stiamo avviando diver-

si contenuti volti a promuovere nuove competenze e professionalità verso quel definitivo sviluppo necessario ad affrontare le sfide che il mondo post pandemico ci propone. In quest'ottica abbiamo pensato a 'Trend Topic', 5 incontri con 5 imprenditrici su temi di attualità del settore. Il prossimo appuntamento è in calendario per il 17 aprile quando, con Betty Paganin di OneDay-Group, parleremo proprio di risorse umane nel settore moda».



PIÙ 10%
«Le vendite a Milano confortano perché si avvicinano al periodo pre pandemia. Più 10% rispetto al 2022» ha detto il vicepresidente **Gabriel Meghnagi**

Saldi, il bilancio segna +4% Ma sotto il dato nazionale

I dati di Ascom

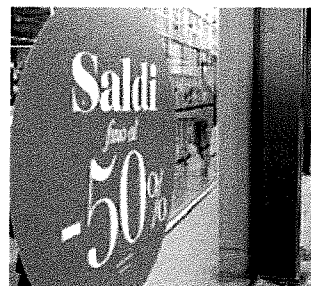
Fusini: «Pesa la distribuzione in una provincia così estesa». Tengono i grandi centri, male quelli piccoli e le periferie

Con la fine dei saldi ed eventi come lo Sbarazzo, le vetrine si vestono a nuovo ospitando le collezioni primavera-estate di abbigliamento e calzature e le ultime novità per lo sport. I commercianti sperano in una ritrovata voglia di fare shopping dopo anni difficili e un bilancio dei saldi sotto le attese. Rispetto a un 2022 per nulla soddisfacente le vendite hanno segnato un +4% complessivo, ma dati negativi nei centri più piccoli, nelle vie periferiche o nei paesi lontani dalle località di villeggiatura. «Fare peggio del 2022 sarebbe stato impossibile - spiega Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi **Ascom Confcommercio Bg**, de "L'uomo più" di Torre Boldone -. I costi fissi in notevole aumento e l'imposizione dei fornitori di ordini minimi stanno mettendo in ginocchio il settore. Anche clima e sbalzi termici non hanno aiutato. Ma a destare particolare preoccupazione è una certa disaffezione per lo shopping: forse con promozioni e svendite continue anche fare acquisti perde appeal».

Si spera in un buon marzo

Ora si spera in un buon marzo: «L'anno scorso è stato un mese

da dimenticare, segnato dall'inizio, a fine febbraio, del conflitto tra Russia e Ucraina - continua Pedrali -. Confidiamo in una riscoperta del piacere di rinnovare il guardaroba». La ripresa delle cerimonie si spera possa aiutare: i negozi specializzati in abiti importanti sono positivi, grazie anche a un +10% rispetto al 2022 registrato anche nei saldi. E del ritorno agli eventi può beneficiare tutto il comparto: oltre a ricorrenze speciali, matrimoni in testa, si tornano a festeggiare i diciottesimi. Il dato rilevato da **Ascom Confcommercio Bergamo**, +4% rispetto al 2022, è peggiore di quello nazionale di Federmoda: il nazionale è +8,9% a gennaio e +5,3% a febbraio. Vendite salite o stabili per l'81% dei commercianti a gennaio e per il 79 a febbraio. Tra i capi più venduti cappotti, giubbini e piumini, seguiti da maglieria, pantaloni e jeans, scarpe da donna, intimo, pigiama e abiti. «Il dato locale - commenta Oscar Fusini, direttore **Ascom Confcommercio Bg** - è peggiore del nazionale per la particolare distribuzione commerciale in una provincia estesa come la nostra che annovera oltre 240 comuni. Se le vendite hanno tenuto o sono cresciute nei centri principali, a soffrire sono stati i negozi nei comuni più piccoli o che non contano su visitatori e turisti».



Bilancio in chiaroscuro per i saldi

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901



Superficie 13 %

Saldi, bilancio tra luci e ombre: +4% in media rispetto al 2022

written by laura bernardi
13 Marzo 2023



Vendite appese al meteo, la ripresa delle cerimonie invita agli acquisti



Diego Pedrali

Con la fine dei saldi ed eventi come lo Sbarazzo, le vetrine si vestono a nuovo ospitando le collezioni primavera-estate di abbigliamento e calzature e le ultime novità per lo sport, in particolare all'aria aperta. I commercianti sperano in una ritrovata voglia di fare shopping dopo anni difficili e un bilancio dei saldi al di sotto delle aspettative, che non basta per supportare le maggiori spese - bollette in testa- relative alle attività e i costi fissi, a partire dagli affitti, sempre più difficili da sostenere. Rispetto allo scorso anno, un 2022 ben lontano dal poter essere definito soddisfacente, le vendite di fine stagione hanno segnato un +4% complessivo, con dati tuttavia negativi nei centri più piccoli e nelle vie periferiche o nei paesi lontani dalle principali località di villeggiatura. "L'anno scorso è stato l'ennesimo anno difficile per il commercio, fare peggio sarebbe stato impossibile- commenta Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo, de "L'uomo più" di Torre Boldone-. I costi fissi in notevole aumento e l'imposizione dei fornitori di ordini minimi per assicurare la produzione dell'industria della moda, stanno mettendo in ginocchio il settore. Non è stato d'aiuto nemmeno il clima, in una stagione contraddistinta da sbalzi termici. Ma a destare particolare preoccupazione è la percezione di una certa disaffezione per lo shopping. Si vede girare sempre meno gente per vetrine, forse anche perché con promozioni e svendite continue anche fare acquisti perde appeal". Ora, tra rialzi di temperatura e la primavera che timidamente inizia a bussare alla porta, si spera in un buon marzo: "L'anno scorso marzo è stato un mese da dimenticare, segnato e condizionato irrimediabilmente dall'inizio a fine febbraio dal conflitto tra Russia e Ucraina- continua Pedrali-. Confidiamo in una riscoperta del piacere di rinnovare il guardaroba con capi alla moda". La ripresa delle cerimonie si spera possa aiutare il comparto: i negozi specializzati nella vendita di abiti per le occasioni più importanti sono positivi, grazie anche a un +10% rispetto allo scorso anno, registrato anche nei saldi. E del ritorno agli eventi può beneficiare tutto il comparto, stimolando acquisti di capi, anche importanti. Oltre alle ricorrenze speciali, matrimoni in testa, si tornano a festeggiare in grande post pandemia i diciottesimi.

Il dato rilevato da Ascom Confcommercio Bergamo , che registra un +4% delle vendite di fine stagione rispetto al 2022, è peggiore di quello nazionale rilevato da Federazione Moda Italia. Federmoda evidenzia come a gennaio le vendite a livello nazionale abbiano segnato il +8,9% e a febbraio il +5,3%. In particolare a gennaio il 65% dei commercianti ha dichiarato di avere registrato un incremento delle vendite, mentre il 16% sostanziale stabilità (positivo quindi nel complesso il bilancio per l'81% del campione rappresentativo di insegne abbigliamento, calzature e articoli sportivi). Febbraio è stato comunque abbastanza buono: il 54% dei commercianti ha segnato un aumento delle vendite, il 25% in linea con lo scorso anno (positivi nel complesso il 79%).

Tra i capi più venduti a livello nazionale cappotti, giubbini e piumini, seguiti da maglieria, pantaloni e jeans, scarpe da donna, intimo e pigiama e abiti.

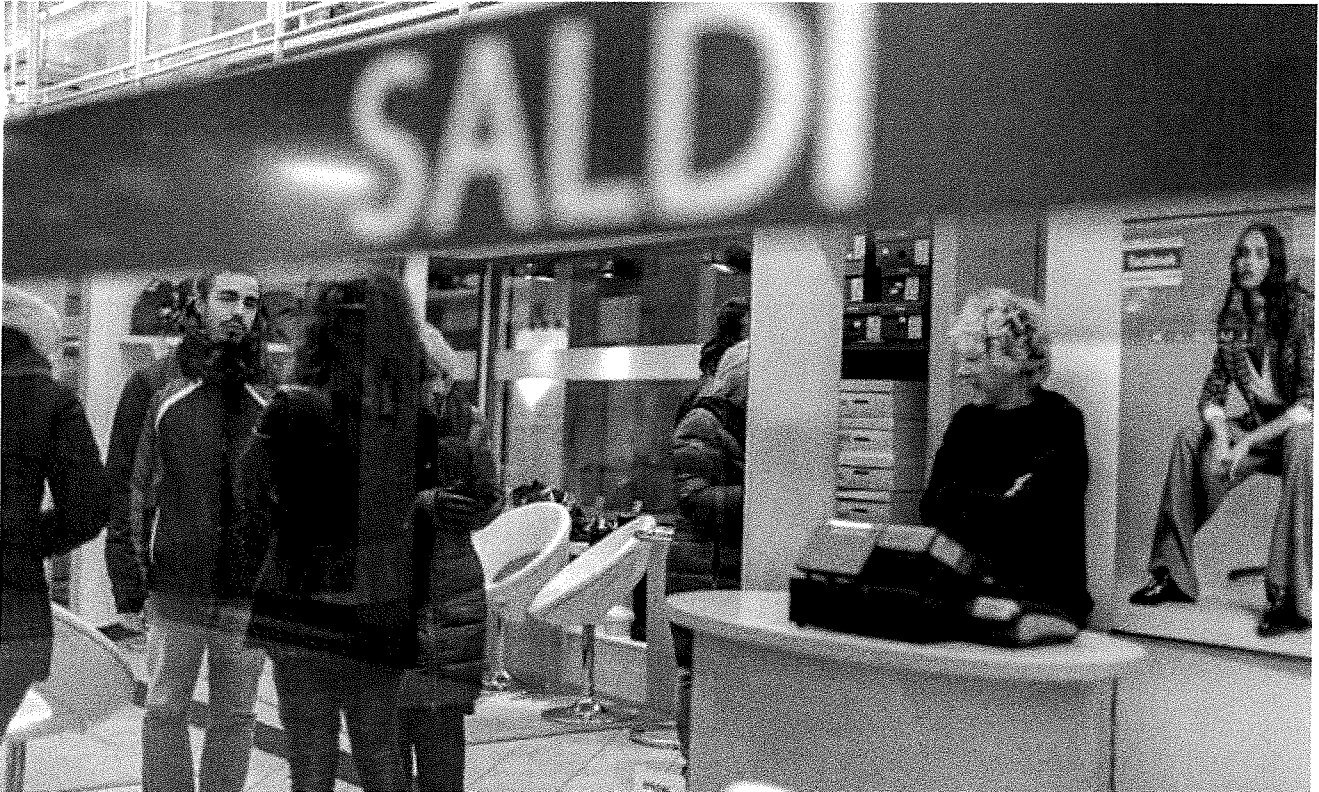
“Il dato locale- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo- è in questo caso peggiore del nazionale per la particolare distribuzione commerciale in una provincia particolarmente estesa come la nostra che annovera oltre 240 comuni. Se le vendite hanno tenuto o sono cresciute rispetto allo scorso anno nei centri principali, a soffrire sono stati i negozi nei comuni più piccoli o che non contano su visitatori e turisti”.



COMMERCIO

Saldi, bilancio tra luci e ombre: più 4% sul 2022, anno comunque difficile

Vendite appese al meteo: la ripresa delle cerimonie invita agli acquisti



ECONOMIA | Bergamo, 12 Marzo 2023 ore 23:36

Con la fine dei saldi ed eventi come lo Sbarazzo, le vetrine si vestono a nuovo ospitando le collezioni primavera-estate di abbigliamento e calzature e le ultime novità per lo sport, in particolare all'aria aperta. I commercianti sperano in una ritrovata voglia di fare shopping dopo anni difficili e un bilancio dei saldi al di sotto delle aspettative, che non basta per supportare le maggiori spese – bollette in testa- relative alle attività e i costi fissi, a partire dagli affitti, sempre più difficili da sostenere.

Rispetto allo scorso anno, un 2022 ben lontano dal poter essere definito soddisfacente, le vendite di fine stagione hanno segnato un più 4%



permanere o nei paesi lontani dalle principali località di villeggiatura.

«L'anno scorso è stato l'ennesimo anno difficile per il commercio, fare peggio sarebbe stato impossibile - commenta **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo, de "L'uomo più" di Torre Boldone -. I costi fissi in notevole aumento e l'imposizione dei fornitori di ordini minimi per assicurare la produzione dell'industria della moda, stanno mettendo in ginocchio il settore. Non è stato d'aiuto nemmeno il clima, in una stagione contraddistinta da sbalzi termici. Ma a destare particolare preoccupazione è la percezione di una certa disaffezione per lo shopping. Si vede girare sempre meno gente per vetrine, forse anche perché con promozioni e svendite continue anche fare acquisti perde appeal».

Ora, tra rialzi di temperatura e la primavera che timidamente inizia a bussare alla porta, si spera in un buon marzo: «L'anno scorso marzo è stato un mese da dimenticare, segnato e condizionato irrimediabilmente dall'inizio a fine febbraio dal conflitto tra Russia e Ucraina - continua Pedrali -. Confidiamo in una riscoperta del piacere di rinnovare il guardaroba con capi alla moda».

La ripresa delle cerimonie si spera possa aiutare il comparto: i negozi specializzati nella vendita di abiti per le occasioni più importanti sono positivi, grazie anche a un più 10% rispetto allo scorso anno, registrato anche nei saldi. E del ritorno agli eventi può beneficiare tutto il comparto, stimolando acquisti di capi, anche importanti. Oltre alle ricorrenze speciali, matrimoni in testa, si tornano a festeggiare in grande post pandemia i diciottesimi.

Il dato rilevato da Ascom Confcommercio Bergamo è peggiore di quello nazionale rilevato da Federazione Moda Italia. Federmoda evidenzia come



Febbraio il 79,5%. In particolare a gennaio il 65% dei commercianti ha dichiarato di avere registrato un incremento delle vendite, mentre il 16% sostanziale stabilità (positivo quindi nel complesso il bilancio per l'81% del campione rappresentativo di insegne abbigliamento, calzature e articoli sportivi). Febbraio è stato comunque abbastanza buono: il 54% dei commercianti ha segnato un aumento delle vendite, il 25% in linea con lo scorso anno (positivi nel complesso il 79%).

LEGGI ANCHE

**SPAVENTO**

Bolletta dell'acqua da infarto per una famiglia di Caravaggio: ottomila euro

**TANTI (FORSE TROPPI) SCONTI**

Bergamo, saldi in partenza il 5 gennaio. Ma prima ci sono i Boxing Days

SEGUICI SUI NOSTRI CANALI



NEWSLETTER

**CHI ERANO**

Marito e moglie morti a tre giorni di distanza, il parroco: «Si sono chiamati»

Oltre 50 anni di matrimonio, poi la dura realtà della malattia per entrambi e infine l'addio ravvicinato. Un doppio lutto che ha commosso Cologno al Serio

Doppio prezzo sui cartellini Scatta l'obbligo in caso di sconto

Commercio

Il nuovo decreto
varato dal governo
Confcommercio Como
«Adempimento in più»

■ Saldi, ma non soltanto. Per i commercianti scatta l'obbligo di indicare sul cartellino i due prezzi oltre alla percentuale dello sconto. La novità è contenuta in un decreto varato dal Governo che modifica il Codice del consumo recependo una direttiva europea del 2019.

L'obbligo interessa tutti i settori merceologici, fanno eccezione alcuni prodotti alimentari, come il latte e la frutta fresca, mentre per tutti gli altri prodotti, al supermercato così come nei negozi, il commerciante avrà il dovere di esporre un cartellino con il doppio prezzo durante tutto il periodo delle campagne promozionali, ad esempio nel periodo dei saldi estivi e invernali.

«Dal punto di vista della trasparenza e della tutela del consumatore non possiamo che ritenerci soddisfatti e condividere questa scelta - commenta Graziano Monetti, direttore di Confcommercio Como - Si tratta, infatti, di uno strumento in più per il consumatore di avere maggiori dettagli sul prezzo effettivo del bene di

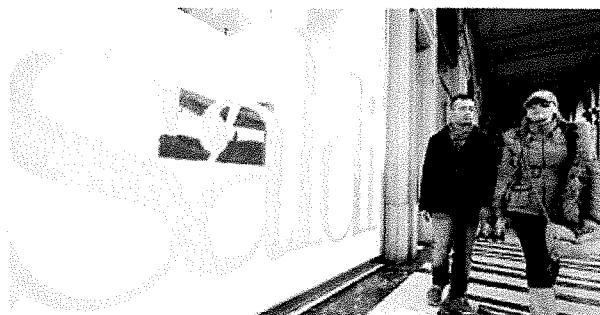
consumo che si porterà a casa».

Per le piccole attività si tratta di un adempimento, l'ennesimo, a cui fare fronte. «Partiamo dal presupposto che per i commercianti si tratterà di un onere in più che andrà a pesare anche dal punto di vista economico - dice Monetti - Immagino la preparazione dei cartellini da porre sui prodotti, che già era molto complessa soprattutto nel periodo dei saldi».

L'indicazione del prezzo e della percentuale di sconto non è in realtà una novità nel mondo del commercio durante le campagne promozionali. «Ora il decreto però ci dice che il commerciante dovrà mostrare il prezzo relativo agli ultimi trenta giorni di vendita, in modo tale da rendere visibile al consumatore finale il prezzo scontato paragonato a quello precedente».

Per il momento ancora nessuna rimostranza da parte dei commercianti tutelati da Confcommercio Como.

«La notizia è freschissima, non abbiamo avuto ancora nessun tipo di sollecitazione da parte dei nostri associati - conclude Monetti - Stiamo predisponendo un'informativa dedicata indicando le novità introdotte dal decreto. Come sempre siamo a disposizione per qualsiasi dubbio o perplessità». **F. Ber.**



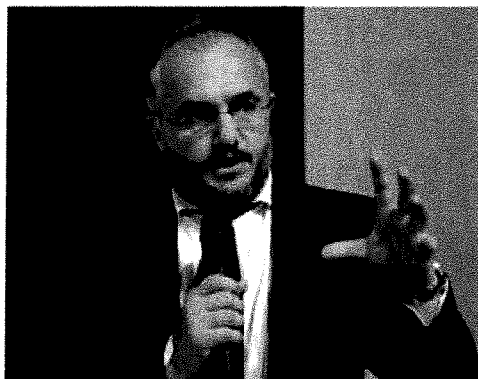
Informativa interessa tutti i tipi di promozione

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



«E c'è tempo per gli ultimi affari»

Tazza (Aviscom): «Fatturato in crescita mediamente del 10% sul 2022»



Berlino Tazza, presidente di Asvicom Sistema e impresa, traccia un bilancio positivo dell'andamento dei saldi invernali: «Giro d'affari in crescita del 10%»

■ **CREMA** Una crescita media del 10% a livello nazionale che ha avuto buoni riflessi anche sulla città e il territorio. **Berlino Tazza**, presidente di Asvicom sistema e impresa, traccia un bilancio dell'andamento dei saldi invernali. «Mancano pochi giorni ormai alla conclusione di questo periodo di sconti - sottolinea - che ha visto un giro d'affari in crescita nelle nostre città mediamente del 10% rispetto al 2022. Le famiglie si sono confermate interessate all'appuntamento dei saldi, anche se l'inflazione su tutte le materie prime e il caro bollette hanno inciso direttamente sul costo dei prodotti e sulla loro capacità di spesa». Poi, Tazza entra nel dettaglio: «Il dato per la spesa media per famiglia e per persona nella nostra provincia è in linea con quello lombardo, ossia rispettivamente 320 e 140 euro». C'è ancora spazio per gli ultimi affari, giusto una decina di giorni. «Essendo ormai alle ultime battute di questi saldi, nei prossimi giorni assisteremo agli ultimi acquisti per approfittare degli sconti più alti - conclude il presidente di Asvicom -: sino ad ora, la percentuale media di sconto praticata dai commercianti è stata del 30-40%. In linea con gli altri anni è stato il settore dell'abbigliamento ad essere interessato maggiormente dagli acquisti delle famiglie. A seguire le calzature e gli accessori. Nonostante le difficoltà indotte da un contesto generale non proprio favorevole, i nostri commercianti si sono detti soddisfatti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONFCOMMERCIO



Superficie 12 %

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

IN PROVINCIA STAVOLTA SALDI PROMOSI

«Tornati ai livelli pre Covid» Così i saldi ridanno il sorriso

L'analisi di Stanga (Federmoda): «Ottimo risultato, che si sta confermando anche nel mese in corso»

■ **CREMONA** L'andamento dei saldi invernali soddisfa i commercianti della provincia di Cremona. La conferma arriva da **Marco Stanga**, vice presidente di Confindustria e presidente provinciale Federmoda: «Riconfermiamo dati positivi soprattutto perché paragonati all'anno scorso. Non dobbiamo dimenticare - aggiunge Stanga - che l'anno scorso eravamo ancora nel periodo pandemia che imponeva alcune limitazioni. Ciò che conforta è che siamo sicuramente tornati ai volumi del 2019, quindi prima della pandemia». Per il nostro territorio, la spesa media dei saldi invernali è in linea con le previsioni di circa 130-140 euro a persona, la percentuale media di sconti al pubblico è del 30%, ma è destinata a salire con l'approssimarsi della fine dei saldi prevista per il 5 marzo. Secondo i dati di Confindustria, il settore abbiglia-

mento è in cima alle preferenze di acquisto, interessando il 93,8% degli acquirenti, seguito dalle calzature a cui si è interessato l'83,6% dei clienti e dagli accessori (49,6%), a sorpresa a registrare il maggiore aumento delle vendite rispetto allo scorso anno sono gli articoli sportivi (+2%). «Si tratta di un ottimo risultato - aggiunge il presidente di Federmoda della provincia di Cremona - che si sta confermando anche per questo mese di febbraio, che è partito bene. Non dobbiamo dimenticare che, in alcuni casi, anche noi saremo costretti a fare i conti con listini aumentati in funzione dell'aumento dei costi e dell'inflazione. Siamo molto fiduciosi nonostante questa situazione e siamo confortati da quella che sembra una ripresa del mercato». Intanto l'inflazione è in «netta attenuazione» a gennaio. Se-

condo le stime preliminari dell'Istat, nel mese l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (Nic), al lordo dei tabacchi, registra un aumento dello 0,2% su base mensile e del 10,1% su base annua (livello che non si registrava da settembre 1984), dal +11,6% nel mese precedente. La flessione si deve principalmente all'inversione di tendenza su base annua dei prezzi dei beni energetici regolamentati, le tariffe (da +70,2% a -10,9%) e al rallentamento di quelli degli energetici non regolamentati (da +63,3% a +59,6%), degli alimentari non lavorati (da +9,5% a +8,0%). Nel complesso, sempre su base annua, a gennaio i prezzi dei beni evidenziano un profilo in rallentamento (da +17,1% a +14,2%), mentre quello relativo ai servizi evidenzia un lieve incremento (da +4,1% a +4,2%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

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





Marco Stanga,
vice
presidente
di Concom
mercio
e presidente
provinciale
Federmoda.
Buono il suo
giudizio
sui saldi 2023
«Dati positivi
soprattutto
perché
paragonati
all'anno
scorso»
A sinistra,
l'interno di un
negozio di
abbigliamento
di Cremona
il giorno
del debutto
dei saldi



130

È la spesa media
in euro a persona
per i saldi
invernali, in linea
con le previsioni

30

È la percentuale
media di sconto
applicato
Salirà verso
la fine dei saldi

320

È la spesa media
in euro
per famiglia
per i saldi
invernali

«Anche noi costretti a fare
i conti con listini aumentati
Molto fiduciosi nella ripresa»

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

GARLASCO

Ascom: «Buoni segnali dai saldi, vendite cresciute del 10%»

GARLASCO

«I saldi invernali si sono conclusi nel migliore dei modi, con un incremento di vendite rispetto al 2021 pari a circa il 10%». Il presidente di Ascom Garlasco Stefano Albanesi esprime moderata soddisfazione per l'andamento del commercio a livello locale, in lieve crescita nonostante le incertezze economiche dei consumatori, sempre più alle prese con l'aumento delle bollette.

«La mia attività di vendita di capi di abbigliamento - spiega il referente garlaschese dell'Associazione commercianti - ha tenuto, le offerte dei saldi che sono state apprezzate dalla clientela. Dobbiamo poi aggiungere l'onda lunga degli acquisti generata dalla recente festa di San Valentino, con persone alla ricerca di un regalo originale per la persona amata».

Ma tutto il settore commerciale di Garlasco sta lavorando, dimostrando che la diversificazione dei prodotti e la specializzazione su prodotti di qualità anche nel settore alimentare e dolciario è risul-

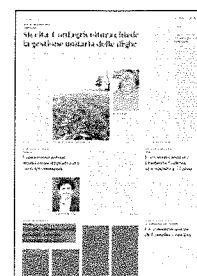
tata la chiave vincente per riprendere fiato dopo i difficili anni del Covid e per poter affrontare il caro prezzi delle materie prime dovuto all'invasione dell'Ucraina e all'inflazione.

«In questo periodo - spiega Albanesi - ci prepariamo ad allestire le offerte per il periodo primavera-estate con un occhio di riguardo anche agli eventi che Pro loco e Comune propongono. Riteniamo infatti che sia fondamentale quando ci sono particolari manifestazioni in città che noi commercianti siamo presenti con le serrande alzate e le vetrine allestite nel migliore dei modi, così che la maggior affluenza di persone in città possa tramutarsi anche in occasione di acquisti».

Dall'assessore al Commercio arrivano anche alcuni dati riguardanti aperture e chiusure dei negozi di vicinato nel 2022. «Al 31 dicembre scorso - commenta Riccardo Tosi - abbiamo registrato una cessazione di attività con un subingresso, quindi posso affermare che la situazione è stabile». —

M.D.

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



«I saldi vanno bene Siamo ai livelli di prima del Covid»

Commercio. Molta soddisfazione tra i negozianti
«Abbiamo ancora tre settimane, speriamo continui»
Con il clima mite, molti pensano già ai capi leggeri

PAOLA SANDIONIGI

I saldi si confermano un affare: buono il bilancio degli addetti ai lavori che confidano in ancora almeno tre settimane di vendite, poi la merce invernale lascerà il posto a quella primaverile che inizia già a farsi spazio nelle vetrine.

Tanti coloro che hanno approfittato dei ribassi per fare shopping cercando gli affari. I capi più venduti sono stati cappotti, giubbetti, piumini, ecopellicce ma anche pantaloni. Il tutto con un occhio verso la qualità e il taglio classico che non passa di moda.

«Il bilancio è positivo - dice **Oscar Riva**, presidente di Federmoda Lecco, e storico commerciante di calzature con il negozio Kammi all'Isolago -. Il grosso delle vendite è andato, diciamo che siamo tornati nella media del 2019 prima della pandemia. Ci sono però ancora tre settimane dove ci attendiamo un continuo discreto giro di vendite, poi inizieranno ad arrivare le collezioni primaverili».

Saldi iniziati con il 30% di ribasso e ora già in buona parte al 50% e in alcuni casi anche qualcosa in più. Una giacca da 200 euro scontata del 30% diventa molto appetibile a 140 euro. Su un capo spalla o su una borsa da 300 euro il ribasso del 30% è pari a 90 euro, una somma che alleggerisce lo

scontrino. Se poi si arriva al 50% l'affare è fatto pagando invece che i 200 euro sul cartellino solo 100 euro.

Il vestito con dettagli attuali che però tra qualche mese sarà ormai vecchio, non ha lo stesso richiamo dell'abito che si sfrutta in più occasioni e per più stagioni.

Un ottimo dicembre

«Il mese di dicembre con lo shopping di Natale abbiamo fatto il 10% in più rispetto all'anno precedente, e lo stesso a gennaio i saldi hanno portato un buon giro con un incremento anche in questo caso del 10% su gennaio 2022. Il mese di febbraio è partito bene e noi siamo fiduciosi - dicono **Cristian e Stefano Caseri**, con attività di abbigliamento all'Isolago oltre allo storico negozio a Castello -. Nel negozio di Castello arrivano soprattutto i clienti affezionati mentre all'Isolago abbiamo un buon giro di passaggio».

Da "Cooper Blondie" in via Mascari, **Monica Dagnello** parla di «saldi nella media, come da attese».

Il boom è stato chiaramente dal 5 gennaio con il via dei ribassi, anche se già nei giorni precedenti si acquistava con lo sconto.

«C'è stata una buona richiesta - racconta **Nicoletta Odo-**

bez di "Lina T" all'Isolago -, le vendite in saldo sono andate bene e continuano visto che ci sono ancora proposte, con capi a prezzi d'affare».

Buono il bilancio tracciato da **Alberto Bianchi** di "Capo Horn" all'Isolago. «I ribassi sono andati bene, i capi spalla sono i più richiesti e adesso ancora di più con gli ottimi sconti che vengono proposti. Diciamo che è andata e sta andando come da attese».

Sessanta giorni

I ribassi durano sessanta giorni dal 5 gennaio, ed entro fine febbraio stando ad un'indagine siglata da Confcommercio il 65% dei lecchesi avrà fatto acquisti scontati. L'abbigliamento si conferma al top delle preferenze d'acquisto pari al 93,8%; seguito da calzature con l'83,6% e accessori con il 40,6%.

Prevista una spesa sui 200 euro a persona con anche punte molto più alte o al contrario più basse.

Dati che a linee generali si confermano, stando alle vendite e al primo bilancio fatto dai commercianti. Bilancio che sarà poi dettagliato a fine campagna ribassi, ovvero con l'inizio del mese di marzo quando gli sconti verranno archiviati.

©RIPRODUZIONE RISERVATA



ASCOM E CONFESERCENTI

Calo acquisti, abbigliamento ko «Anche questi saldi sono un flop»

■ Nonostante il clima di fiducia del terziario sia positivo per il 2023, i dati presentati ieri da Ascom segnalano ancora una situazione non certo rosea per il nostro commercio, tra caro bollette e difficoltà di settore, soprattutto nell'abbigliamento. E l'andamento sotto le aspettative registrato da Confesercenti evidenzia una sofferenza per i negozi che non sembra avere fine. Si salvano soltanto gli hotel e i ristoranti. «I negozianti sono in difficoltà, il 46,6% denuncia una riduzione degli acquisti, il 40% un calo del volume di spesa e il 30% della qualità dei prodotti acquistati, soprattutto nell'abbigliamento» ha spiegato la presidente di Ascom, Maria Luisa Coppa, durante la conferenza nella sede di via Massena, sulla sullo stato di salute delle imprese al VI trimestre del 2022. «Nonostante i problemi - ha aggiunto - si respira un clima di fiducia e alcuni tornano a investire, una leva importante è il turismo». Una grande ostacolo è la difficoltà per i piccoli imprenditori di accedere ai crediti in banca. «L'accesso al credito è aumentata rispetto al trimestre precedente e registra una nuova difficoltà da parte degli istituti bancari - ha sottolineato il direttore di Ascom, Carlo Alberto Carpignano -. Cresce infatti il numero di richieste non accolte, ma così si rischia di soffocare le imprese, se è vero che un quinto delle richieste di credito sono finalizzate appunto a investimenti si rischia di limitare una vera ripartenza».

Anche il bilancio della fine dei saldi tracciato da Confesercenti rappresenta un ulteriore campanello d'allarme: il calo delle vendite rispetto alla scorsa stagione è del 10% con punte del 15% in periferia, secondo i commercianti interpellati da Confesercenti per un bilancio della campagna sconti che chiude oggi. I prodotti meno venduti sono stati i capispalla, cappotti, giacconi, giubbotti e giacche fanno registrare un -20%. Un po' meglio le calzature al -5%. «È stata - dice Micaela Caudana, presidente di Fismo-Confesercenti, - una delle stagioni peggiori degli ultimi anni: subito dopo la pandemia avevamo riscontrato una ripresa, ma ora siamo tornati alla calma piatta. «Questi numeri - sottolinea conclude Giancarlo Banchieri, presidente di Confesercenti - confermano l'allarme che abbiamo più volte lanciato sul pericolo di una progressiva desertificazione commerciale delle città».

[R.L.E.]

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3025



Inverno mite, giù i saldi Meno cappotti acquistati

CITTÀ È un bilancio amaro quello dei saldi invernali a Torino. Il calo delle vendite rispetto alla scorsa stagione è stato tra il 10 e il 15 per cento. Lo ha reso noto Confesercenti. «È stata – ha affermato Micaela Caudana, presidente di Fismo-Confesercenti, l'associazione dei commercianti abbigliamento e calzature – una delle stagioni peggiori degli ultimi anni: subito dopo la pandemia avevamo riscontrato una ripresa, ma ora siamo tornati alla calma piatta. Ma le difficoltà non sono limitate ai saldi: purtroppo, è almeno dall'autunno scorso che le vendite vanno a rilento. Questa flessione prolungata della spesa è un

fenomeno soltanto torinese: i colleghi di altre città, Milano prima di tutto, mi raccontano di risultati ben più soddisfacenti dei nostri», ha continuato Caudana. A pesare sul risultato dei saldi il costo delle bollette e dei mutui, ma anche le temperature miti. Infatti, i prodotti meno venduti sono stati i capisala, ovvero cappotti, giacche e giubbotti (-20 per cento).

Ma secondo Ascom-Confcommercio Torino se cala l'abbigliamento ci sono segnali positivi in molti settori, in particolare nelle attività legate al settore food grazie all'impatto del turismo che ha dato una spinta al settore.

LA FOTOGRAFIA DI ASCOM CONFERMÒ LO STATO DI SALUTE DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE IMPEGNATE NEL TERZIARIO

Credito, gli investimenti tirano la domanda

Bene ristoranti e bar, crollano gli acquisti dei capi di abbigliamento. I saldi invernali chiudono in negativo

DIEGOMOLINO

I torinesi preferiscono regalar-
si sempre più viaggi e cene al ri-
storante, cala il numero di chi
sceglie di comprare capi di ab-
bigliamento e beni durevoli. È
la fotografia di Ascom Con-
fcommercio sullo stato di salu-
te delle piccole e medie im-
prese nel terziario, ma il calo nel
comparto calzature e abbiglia-
mento è registrato anche
dall'ultimo report di Confeser-
centi sui saldi invernali che si
chiudono oggi.

Una prima lettura di questo
andamento la fornisce Maria
Luisa Coppa, presidente di
Ascom: «Sono cambiati i modi
di consumare, c'è voglia di so-
cialità e libertà e ad averne be-
neficiato maggiormente è il
settore del food rappresentato
da ristoranti e bar - spiega -. Il
2022 si è concluso con una
buona tenuta anche grazie al
turismo, ai collegamenti Rya-
nair in aeroporto, ma è anche
merito delle istituzioni e della
forza degli imprenditori».

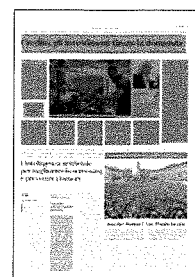
Partiamo dai numeri. Le im-
prese attive (extra agricole)
nella provincia di Torino sono
oltre 168 mila, quelle del ter-
ziario rappresentano il 70%
del totale (118 mila in com-

mercio, turismo e servizi). I
servizi più richiesti dai consu-
matori negli ultimi tre anni, se-
condo l'indagine Ascom com-
missionata a Format Resear-
ch, sono state le consegne a do-
micilio, le prenotazioni/acqui-
sti online e anche l'utilizzo dei
social per un contatto diretto
con l'azienda.

Riguardo alla fiducia delle
imprese del terziario sull'anda-
mento della propria attività,
l'indicatore è pari a 47 (la me-
dia italiana segna 45). C'è però
un aspetto su cui pone l'atten-
zione il direttore di Ascom, Car-
lo Alberto Carpignano: «Man-
ca un supporto adeguato alla
creazione di impresa, non sol-
tanto per i giovani - dice -. La
Regione sta avviando l'iter per
nuovi bandi, ma nel 2023 ci sa-
rà un rallentamento». Negli ul-
timi tre mesi, secondo Ascom,
aumentano le imprese che han-
no fatto richiesta di credito (il
22% per effettuare investimen-
ti), ma solo nel 56% dei casi la
richiesta viene accolta total-
mente dal sistema bancario.
Aumentano i pagamenti digita-
li dei consumatori secondo
l'81% delle imprese intervista-
te, mediante Pos, Contactless,
telefono e carta di credito.

Tiene banco il tema dei sal-
di invernali che si chiudono
oggi. Il quadro delineato da
Confesercenti è negativo: il ca-
lo di vendite rispetto alla scor-
sa stagione è del 10%, con pun-
te del 15% in periferia. Ad
aver influito sono state la crisi
economica e l'inflazione, visto
che le famiglie hanno dovuto
concentrarsi su bollette e mu-
tui. I prodotti meno venduti so-
no stati i capispalla: cappotti,
giacconi, giubbotti e giacche
fanno registrare un -20%. «È
stata una delle stagioni peg-
giori degli ultimi anni - spiega
Micaela Caudana, presidente
di Fismo-Confesercenti -.
Molti di noi hanno retto per-
ché hanno continuato a prati-
care sconti dal Black Friday in
poi, ma questo ha ridotto i gua-
dagni». Per la prossima stagio-
ne si prevede un calo negli or-
dinativi del 20% da parte dei
negozianti. Sempre secondo
Confesercenti, a Torino e pro-
vincia in poco più di dieci anni
è sparito un negozio di abbi-
gliamento su tre. «Numeri che
confermano il rischio di una
progressiva desertificazione
commerciale - conclude il pre-
sidente Giancarlo Banchieri -.
Serve attenzione da parte del-
la politica». —

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3025



SALDI Lo confermano i nostri negozianti

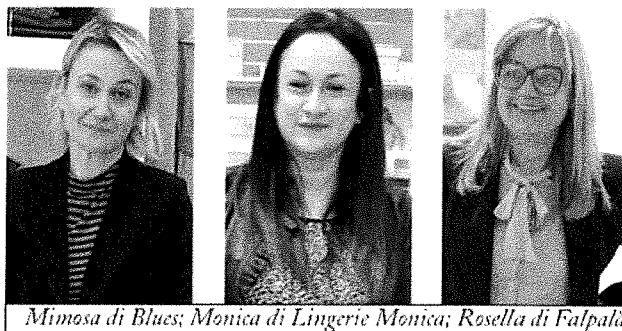
Trend migliorato in un anno

Saldi invernali 2023: a Raccanigi il caro bollette e l'inflazione non hanno frenato gli acquisti; per i commercianti il trend è nel complesso positivo.

Anche per chi non è shopping-dipendente il periodo dei saldi è sempre un buon momento per trovare, a prezzi abbordabili, capi desiderati a prezzo più basso e nel frattempo dare uno sguardo alle prime novità della primavera. A farla da padrone, come sempre, è stato il settore dell'abbigliamento e accessori, borse e pelletteria dove le prime a confermare la soddisfazione sono Caterina Rosso e Liliana Ruggero, titolari del negozio Rosso Borse e Casa della Scarpa. Un periodo dei saldi esaurito in poche settimane per Claudia Bonetto di Boga e in linea con gli anni precedenti per Rosella Barbero di Falpalà, che già iniziano ad allestire le vetrine con i colori della primavera. Una moda che quest'anno guarda al passato, agli anni '80, con abiti lunghi a schiena nuda, il ritorno del famoso chiodino e dei trench bluette, lilla, beige, romantici, classici, corti e lunghi che già stanno riscuotendo successo, come conferma Mimosa Agoviq di Blues. Hanno retto bene anche i saldi per intimo, calze e pigiami, ci dice Monica Lisa, e l'outfit sportivo messo

in vetrina da Spazio Sport. Un bilancio saldi migliore rispetto al 2022, ma meno positivo rispetto agli anni pre-Covid, invece per l'abbigliamento bimbi, sostiene Daria Mussetto di Baby Shop, così come un periodo saldi che forse poteva andare un pochino meglio è il giudizio di Gabriella Osella di Next Step, un momento, secondo lei, non più così ricercato e atteso come un tempo. In merito abbiamo sentito anche il direttore dell'Ascom della zona di Savigliano, Giulio Giletta. «In generale il bilancio sul commercio racconigese è positivo, con un fatturato che si è mantenuto bene. La paura dell'online non c'è più; dopo il periodo di chiusura e della pandemia siamo ormai ad uno step successivo in cui la gente è tornata ad apprezzare il piacere dello shopping in presenza, del socializzare, del provare gli abiti, di toccare con mano la qualità del prodotto. I negozi hanno assolutamente senso di esistere, sono importanti per il tessuto urbano e oggi possono regalare anche ai giovani buone opportunità di lavoro, soddisfazioni personali ed economiche. Un plauso va fatto ai commercianti della città, alla loro sana voglia di fare impresa, e a Racconigento, una bella realtà che va tutelata e preservata e che indubbiamente dona vitalità al paese». ●

V. C.



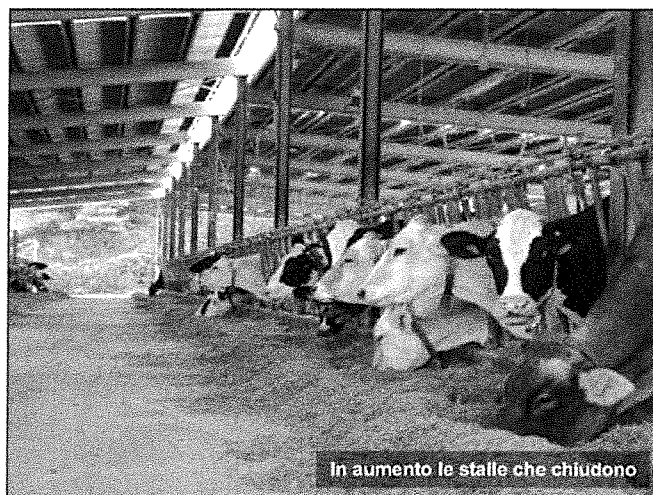
Mimosa di Blues; Monica di Lingerie Monica; Rosella di Falpalà

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3025



In sofferenza agricoltura e commercio

Aziende cuneesi, bilancio negativo



In aumento le stalle che chiudono

Tiene il mattone, prende fiato anche il turismo. Soffre l'agricoltura, con le stalle che chiudono per non riaprire più, così come il commercio.

È il quadro che emerge dall'analisi della Camera di Commercio di Cuneo, che nei giorni scorsi ha diffuso i dati relativi all'anno da poco concluso, peggiore rispetto a quello precedente per numero di attività cessate (3.478) rispetto a quelle avviate (3.347), con un saldo negativo di circa 130 aziende (-0,2%).

«Nel corso del 2022 la demografia d'impresa cuneese mostra lievi segnali di rallentamento, dopo l'incremento del numero delle aziende dell'anno precedente - afferma il presidente Mauro Gola -. Si consolidano i trend di crescita delle società di capitali e di calo delle ditte individuali; il tessuto imprenditoriale viene trainato da costruzioni, turismo e servizi. Frenano agricoltura e commercio».

Tra i settori di attività la dinamica più incoraggiante è registrata dalle costruzioni (+2,16%), trainate dai bonus edilizia, seguite dal turismo (+1,29%) complice un autunno che ha visto numeri

incoraggianti soprattutto per l'area alpina e per tutto il comparto legato all'outdoor, dagli altri servizi (+1,20%) e dall'industria in senso stretto (+0,02%).

Negativi i trend esibiti dagli altri comparti provinciali: a pagare le maggiori conseguenze è l'agricoltura (-2,20%) che rappresenta il 27,9% delle imprese della Granda, seguita dal commercio (-1,43%).

«Ci mostriamo cautamente ottimisti - aggiunge il presidente di Confcommercio Cuneo, Luca Chiapella - anche se il quadro economico generale resta fragile. Nonostante la guerra in atto alle porte dell'Europa, il caro bollette, gli aumenti generalizzati delle materie prime e ai tassi d'interesse che la Bce continua ad aumentare per contrastare l'inflazione ancora a due cifre, dalle nostre stime non si avvertono cambiamenti radicali nei comportamenti d'acquisto. Riteniamo quindi di escludere, almeno a breve termine, drastiche e generalizzate riduzioni della domanda. Di ciò ne è stata prova la buona performance natalizia, confermata anche nelle prime settimane di saldi».



Confcommercio, cauto ottimissimo in un contesto economico fragile

Dai dati pubblicati in questi giorni dalla Camera di Commercio di Cuneo, che riflettono sostanzialmente quanto avvenuto a livello nazionale, il 2022 si è concluso con un colpo di freno rispetto ai risultati 2021.

Dopo il guizzo post Covid, tornano a mostrarsi leggeri segnali di sofferenze dei settori già in difficoltà. Tra i comparti rappresentati da Confcommercio, si deve registrare il trend negativo del commercio, che resta con il segno meno senza particolari scossoni rispetto agli anni pre-Covid. Le ragioni di questo dato sono soprattutto da rilevare nella trasformazione in atto nelle abitudini di acquisto e più in generale nel terziario di mercato: da qui nasce l'impegno di Confcommercio nell'accompagnare il processo di trasformazione digitale delle imprese, offrendo nuovi servizi e soluzioni di consegna, stimolando il ricorso ai pagamenti elettronici lavorando affinché si riducano i costi legati all'accettazione di tali pagamenti.

Decisamente meglio, anche guardando i dati regionali e nazionali, i settori dei servizi e del turismo che chiudono in positivo. Soprattutto il turismo enogastronomico e quello legato all'outdoor e alla montagna mantengono il trend di crescita, a conferma di un sistema imprenditoriale produttivo distributivo ben funzionante e anche alla luce delle politiche di sostegno Regionali ed Europee volte alla riqualificazione

dell'economia di montagna, alla tutela del territorio e alla valorizzazione del prodotto locale.

"Ci mostriamo cautamente ottimisti - conclude Luca Chiapella - anche se il quadro economico generale resta fragile". "Nonostante la guerra in atto alle porte dell'Europa, il caro bollette, gli aumenti generalizzati delle materie prime e ai tassi d'interesse che la Bce continua ad aumentare per contrastare l'inflazione ancora a due cifre, dalle stime del Centro Studi di Confcommercio non si avvertono cambiamenti radicali nei comportamenti d'acquisto. Riteniamo quindi di escludere, almeno a breve termine, drastiche e generalizzate riduzioni della domanda. Di ciò ne è stata prova la buona performance natalizia, confermata anche nelle prime settimane di saldi."

A livello nazionale l'ISTAT evidenzia che nell'intero anno il PIL è comunque aumentato del 3,9% in confronto all'anno precedente. I segnali di rallentamento dell'economia sono però evidenti: i principali indicatori congiunturali si sono tradotti nel quarto trimestre, secondo le prime stime, in una diminuzione del PIL dello 0,1%, interrompendo un percorso di recupero che durava da quasi due anni.

"Il dato, meno negativo di quanto prospettato - prosegue il presidente Chiapella - ribadisce ancora una volta il ruolo fondamentale dei servizi e del turismo quali settori trainanti per la ripresa del nostro territorio".



Lucia Chiapella, presidente Confcommercio Cuneo

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3025

