

■ BLACK FRIDAY Il 30% delle famiglie lucane ha speso 125 euro «Penalizzati i piccoli negozianti»

POTENZA – «Nessuna coda chilometrica come è avvenuto in grandi città del centro-nord ma più la voglia di togliersi qualche sfizio, accaparrarsi qualche regalo di Natale a prezzo inferiore e approfittare degli sconti che ormai non riguardano più solo i big dell'elettronica e si sono allargati anche ad abbigliamento, calzature, accessori e profumeria. Insomma, giornate di saldi anticipati che hanno avvantaggiato le catene di elettrodomestici-telefonia e i centri commerciali campani e pugliesi dove si sono riversati numerosi consumatori lucani». E' il bilancio di Confcommercio Potenza al Black Friday. «Noi come Confcommercio - sostiene una nota a firma del presidente Fausto De Mare - abbiamo dato l'opportunità ai nostri associati di parteciparvi nonostante questa giornata cada nella "quarantena" precedente ai saldi (al via il 5 gennaio 2020, ndr) in cui è vietata qualsiasi promozione. Il nostro dissenso riguarda il fatto che solo in Italia il Black Friday si è trasformato in Black Weekend, Black Week e questo penalizza i piccoli lavoratori». In queste giornate di sconti «riteniamo che il 30% delle famiglie lucane abbia fatto acquisti aggiuntivi per una cifra che si aggira in media attorno ai 125 euro per ciascun nucleo. C'è fermento in particolare nel settore moda perché si avvicina il Natale e torna la voglia di shopping».

“Condanniamo la versione ‘made in Italy’ - dice Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio - che, da ‘evento-brand’ si è snaturato in weekend o addirittura in settimane di sconti, sacrificando in piena stagione le marginalità già risicate dei negozi multibrand. Per questo abbiamo proposto di organizzare un evento come lo ‘Small Business Day’ capace di riconoscere e valorizzare il ruolo di presidio sociale ed il contributo dei nostri negozi in termini di professionalità, servizio, sicurezza e decoro alle nostre città. Sarebbe d'aiuto e darebbe maggiore attenzione ai negozi sotto casa, incoraggiando al contempo residenti, consumatori e comunità a supportare le piccole attività senza chiedere in cambio sconti che non fanno altro che mettere in crisi la sopravvivenza del nostro modello di vendita”.





Fausto De Mare (Confcommercio)