

Smorzate con una legge le polemiche sui saldi

POTENZA. L'approvazione da parte del Consiglio regionale della nuova legge (su iniziativa dei consiglieri Acito, Bellettieri e Piro (Fi), Cifarelli (Pd) e Braia (Iv)) per la "Disciplina temporanea, causa emergenza Covid, modalità di svolgimento delle vendite di fine stagione", se mette definitivamente la parola fine alla "querelle" sull'inizio dei saldi estivi, he francamente avremmo voluto fosse affrontata per tempo, è l'occasione per riaccendere l'attenzione politica ed istituzionale sulla fase di grande difficoltà che vive il settore abbigliamento-calzature-preziosi. E' quanto sostiene Confcommercio Potenza. Saldi o non saldi, la realtà - è scritto nella nota - che i segnali di ripresa dei consumi si sono fermati troppo presto. Lo stop delle vendite ha anche un imputato: lo smartworking. Affossa il commercio perché blocca i flussi dei clienti. Le vetrine non hanno occhi che le fissano. Il 94% dei negozi di abbigliamento ha riaperto nel rispetto delle regole anti Covid, a dirlo i dati Federmoda-Confcommercio, con un calo delle vendite che si aggira intorno al 60%, da noi in Basilicata "a macchia di leopardo" nel senso che in alcuni centri medio-grandi raggiunge anche il 70%. Qualche soddisfazione arriva dallo shopping di prossimità, dai centri minori e dai negozi di periferia grazie a una clientela maggiormente fidelizzata. Da qui le stime, che prevedono perdite di circa 15 miliardi di consumi con il rischio di chiusura di 17.000 punti vendita e di conseguenza di 35.000 posti di lavoro. Altrettanto significativa la bassa percentuale di di-

gitalizzazione dei punti vendita, a chiusura del 2019 solo il 36,2% dei punti vendita aveva già un sito web mentre il 67,1% utilizzava almeno i social network.

Il Covid-19 ha accelerato i cambiamenti nel mondo della moda ed il web (non solo l'e-commerce) porà rappresentare una naturale estensione dei punti vendita fisici in un rapporto di piena complementarietà. Il negozio sarà sempre più a metà tra "fisico" e "virtuale". Un quadro altrettanto complesso quello presentato da Assocalzaturifici. Dall'indagine condotta dal Centro Studi di Confindustria Moda emerge un quadro difficile. Nel primo trimestre del 2020 le imprese del comparto calzaturiero hanno accusato una flessione media del fatturato pari al -38,4%, con una perdita complessiva stimata in 1,7 miliardi di euro. Nel dettaglio il 60% delle aziende calzaturiere a campione ha registrato, nei primi tre mesi 2020, un calo del fatturato compreso tra il -20% e il -50% rispetto all'analogo periodo 2019; un ulteriore 20% degli interpellati ha rilevato una contrazione superiore al -50%. Spiega Antonio Sorrentino, vice presidente Confcommercio Potenza: "Ci troviamo chiaramente di fronte a sfide impegnative e definitive nella loro capacità di plasmare l'industria e il mercato. I fattori del cambiamento che ciascuno di noi stava affrontando negli ultimi anni - l'esplosione dei canali digitali di vendita, accelerazione e disintermediazione nei processi di acquisto e progressiva selezione della distribuzione tradizionale multimarca - sono diventati la condizione normale in cui operano gli imprenditori".

