

03015

Ma il Black Friday non stuzzica i lucani

Troppe incertezze e difficoltà economiche

● L'accoglienza dei consumatori lucani alla campagna del Black Friday è stata piuttosto tiepida. Qualche fila sporadica alle casse dei negozi di hi-tech (con i soliti telefonini ad essere i più venduti) e grandi magazzini (articoli natalizi e casalinghi per lo più) mentre per abbigliamento e calzature l'andamento è stato piuttosto lento. Secondo Federmoda-Confcommercio, a Potenza difficilmente sarà raggiunta la previsione della vigilia di spesa tra i 120 e i 160 euro a famiglia per un giro in provincia tra 1,5 e 2 milioni di euro. Tra le motivazioni individuate in primo luogo la difficoltà economica con l'inflazione che cresce e l'incertezza sul futuro. «Il Black Friday – dice Antonio Sorrentino, Federmoda - impatta sicuramente sulle abitudini di acquisto, ma anche sulle scelte degli operatori, in particolare della moda e calzature, che devono rispondere alla voglia dei consumatori di fare acquisti economicamente e ambientalmente sostenibili e alla necessità di diffondere maggior consapevolezza sul valore e la qualità dei prodotti in vendita. Ciascun operatore del fashion è libero di scegliere la migliore strategia per la sua clientela e la sua azienda, ma va da sé che quest'evento, che dovrebbe durare un solo giorno, per taluni soprattutto sul web dura anche una settimana e oltre. Operiamo su uno stesso mercato e quindi ci aspettiamo le stesse regole. Stiamo, però, ancora aspettando la web digital tax sui guadagni dei colossi del web che non pagano all'Italia le nostre stesse tasse».

Per i titolari di negozi di moda e calzature le aspettative sono rivolte al passaggio del clima decisamente in linea con la stagione. Capi di abbigliamento e scarpe invernali sono ancora in vetrina e nei negozi. «Sinora – dicono da Confcommercio – il venduto di articoli invernali non va oltre il 20% del magazzino». «Con l'abbassamento delle temperature registrato in questo ultimo weekend e quindi un clima più consono al periodo dell'anno in cui ci troviamo, auspichiamo vivamente che – dice il responsabile Federmoda - finalmente gli acquisti vengano indirizzati verso i capi di stagione come cappotti, maglioni, piumini, calzature invernali ad oggi invenduti per la scelta di molte persone di posticipare i propri acquisti viste e considerate le temperature sin qui registrate. La crisi del settore è talmente grande, che per molti titolari di piccoli negozi di vicinato – aggiunge Sorrentino – sta diventando insostenibile. Quegli stessi negozi che animano i nostri centri urbani, oggi rischiano la chiusura». Ancora da Confcommercio insistono: «I consumatori richiedono certezze sull'origine dei prodotti e sulla trasparenza dei prezzi e sicuramente questo non può avvenire con continue promozioni che li disorientano e non li tutelano. I nostri negozi di moda – a differenza di altri settori – non solo non hanno incrementato i prezzi, ma contribuiscono a tenerli bassi anche sotto Natale e, con le loro vetrine addobbate, illuminano animi e città, rendendo più attraenti i nostri centri. Il nostro suggerimento ai consumatori è di chiedere sempre consigli e di fare acquisti nei negozi di fiducia, perché la fiducia non tradisce mai neanche con il Black Friday».

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 3015



Superficie 13 %