

Via ai saldi di fine stagione: da sabato acquisti più light

Author : Redazione

Date : 2 luglio 2014



Sabato è il primo giorno di saldi estivi, che dureranno per 60 giorni.

Le svendite di fine stagione, anche se il termine sembra improprio visto il periodo, si concentreranno nelle attività del settore moda che hanno particolarmente risentito della "gelata" dei consumi; per questo, dopo un andamento delle vendite particolarmente difficile registrato negli ultimi mesi, i commercianti confidano nei saldi estivi per cercare di recuperare, almeno in parte, le flessioni del semestre.

Secondo le previsioni del centro studi della Confesercenti di Pisa, quasi il 60% dei pisani approfitterà di questa opportunità: il 25% farà acquisti nei centri cittadini, un altro 20% nei centri commerciali, mentre gli altri andranno dove troveranno le migliori occasioni.

"Ormai i saldi costituiscono il punto di svolta per i bilanci dei commercianti – spiega il direttore di Confesercenti, Marco Sbrana - non a caso il fatturato di queste vendite copre il 35% degli interi incassi. C'è dunque attesa da parte degli imprenditori, anche se già durante tutto l'anno si cerca di contenere i prezzi ed i ricarichi; non è più come una volta quando gli sconti erano davvero notevoli rispetto alla norma".

Finora il 2014 ha visto proseguire la crisi del commercio, anche se si colgono alcuni segnali positivi secondo Sbrana: "Nei primi quattro mesi dell'anno le vendite di abbigliamento sono state ancora negative, -0,2% rispetto al disastroso 2013, mentre le scarpe hanno segnato una striminzita crescita dello 0,4%. Siamo quindi di fronte a un quadro di stagnazione, che non basta a tamponare l'emorragia di imprese del settore. Nonostante questo, però - continua Sbrana - non nascondiamo un cauto ottimismo: questi potrebbero essere i saldi dell'inversione di tendenza, grazie anche al contributo del bonus fiscale di 80 euro. Il nostro auspicio, infatti, è che venga almeno in parte investito nelle vendite di fine stagione. I saldi, che quest'anno saranno caratterizzati da sconti particolarmente convenienti e dalla buona disponibilità di magazzino – conclude il direttore di Confesercenti – continuano a rappresentare una buona occasione di risparmio per le famiglie d una opportunità per gli imprenditori di recuperare le perdite registrate a causa della crisi economica, del calo dei consumi, dell'aumento di tasse e dei costi di gestione".

Confesercenti ricorda infine le principali regole: non vi è obbligo di comunicazione al Comune, le condizioni favorevoli di acquisto prospettate al consumatore attraverso il messaggio pubblicitario devono essere reali ed effettive, i cartellini devono riportare il prezzo normale (quello originario), la percentuale di sconto e quindi il prezzo

finale di vendita.