

Il caso

# Distribuzione I commercianti e i saldi (di gioia)

Confcommercio: «Le vendite di fine stagione restano un affare per tutti. Anche per le famiglie»

Si riaccende il dibattito sull'utilità dei saldi: un inutile anacronismo superato da e-commerce e outlet o un efficace volano di affari per consumatori e imprese? «Premetto che io sono tra quelli che non gradiscono per nulla l'intervento dello Stato negli scambi liberi tra individui — avverte **Mariano Bella** direttore ufficio studi Confcommercio —. Tuttavia, mi pare che in materia di saldi non ci siano affatto buone ragioni per la loro abolizione. Che rispetto a una ventina d'anni fa, oggi siano meno importanti a causa dell'estensione a tutto l'anno di sconti e promozioni, anche in virtù della multicanalità di approvvigionamento offerta ai cittadini, non può indurre a trascurare l'importanza. Costituiscono non un vincolo bensì un'opportunità aggiuntiva per le famiglie, che li riconoscono e li apprezzano».

Quindi infondate e pretestuose le obiezioni di chi è contro i saldi? «Capisco e condivido il fastidio di chi per regolamentazioni, diciamo così, sovrabbondanti, considera i saldi un vecchio rituale pieno di legacci normativi — continua Bella —. Ma se invece di osservare il fenomeno sotto il profilo giuridico ne valutiamo la portata economica, è possibile mitigare il giudizio negativo».

Proviamo a ricordare gli

aspetti positivi dei saldi? «Intanto, le vendite di fine stagione generano accentuazioni significative di fatturato di abbigliamento e calzature rispetto ai normali profili mensili: mettendo a sistema la stagionalità, dato grezzo su destagionalizzato, delle vendite al dettaglio Istat con le vendite Sita, emerge che gennaio presenta un picco del 44% sulla normale media mensile e luglio del 10%, valore che risente del minor costo unitario dell'abbigliamento estivo rispetto a quello invernale. Dunque, contrariamente a quanto si sostiene comunemente, sebbene si possano fare buoni affari tutto l'anno, le vendite hanno periodi di concentrazione coincidenti con i saldi».

Un vantaggio solo per i commercianti o anche per gli acquirenti? «I saldi veicolano vendite determinanti per il bilancio familiare e per quelli delle imprese delle filiere settoriali interessate non solo dei commercianti», risponde Bella. **Confcommercio** effettua due ricerche l'anno da dieci anni sulle intenzioni di acquisto e sulle prospettive di vendita presso famiglie e negozianti in prossimità dei saldi. Quali risultati emergono? «Guardando alle serie storiche dei risultati e senza fissarsi con i decimali emerge che stabilmente dal 2008 a oggi oltre il 75% delle famiglie valuta buone o

molto buone tanto la varietà quanto la qualità dei prodotti in saldo e circa il 65% ritiene di potere usufruire dei saldi in modo sicuro, cioè senza andare incontro a brutte sorprese. Quasi la metà delle famiglie intervistate attende i saldi per fare acquisti programmati, quindi contano. Tre commercianti su cinque sono contro la totale liberalizzazione dei saldi, come oltre un quarto delle famiglie».

Continua a crescere però il fronte di chi sostiene che i saldi stiano un retaggio del passato. «Effettivamente tutte queste evidenze a favore dei saldi sono moderatamente calanti nel corso del tempo, coerentemente con la liberalizzazione del commercio e dei consumatori: e-commerce, eventi speciali, promozioni anche nel periodo pre-saldi, legittime in diverse regioni italiane, non dimentichiamolo — conclude Bella —. Ma quand'anche si abolissero i saldi di legge, essi si riproporrebbero di fatto: l'obsolescenza, le stagioni e la moda pre-esistono alla legislazione. Se non ci fosse un minimo di regole, tanti urlerebbero al liberismo selvaggio e al pernicioso ruolo dei commercianti predoni. Tanto vale tenere i saldi così come stanno, visto che la loro salute non è più cagionevole di quella del resto dell'economia».

ISIDORO TROVATO

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Presidente Carlo Sangalli

