

Saldi, partenza flop: vendite giù del 15% Resistono turisti e capi a basso costo

ROMA La grande crisi che attanaglia l'Italia non risparmia nemmeno più i saldi. La prima settimana di vendite scontate di fine stagione si chiude infatti con un calo medio del 15% della spesa dei clienti rispetto allo stesso periodo del 2012, secondo quanto emerge da un sondaggio condotto da Fismo-Confesercenti su un campione di commercianti di alcune città italiane. «È sparita completamente la febbre da inizio saldi e, con essa, le file interminabili davanti ai negozi», lamentano i commercianti. Ci sono tuttavia marcate differenze tra le varie città della Penisola e tra i diversi settori. A Milano, nel quadrilatero della moda, le vendite tengono o crescono, grazie soprattutto all'apporto di turisti comunitari ed extra-comunitari, in particolare arabi, che acquistano Made in Italy e ai buoni sconti sui prodotti firmati, le cui vendite risultano stabili.

I NUMERI

Risultati al ribasso, invece, per i negozi delle strade periferiche e semi-centrali, più legati alla clientela residente in loco. In generale, i clienti milanesi acquistano volentieri scarpe e i capi fondamentali per il rinnovo del guardaroba, approfittando degli alti sconti di partenza. Anche a Torino i saldi rimangono sui livelli dello scorso anno: come nel 2012, si registra una partenza tiepida, anche per le troppe promozioni precedenti ai saldi, che hanno annacquato l'effetto sorpresa. I clienti cercano soprattutto camiceria e pantaloni, meno calzature ed accessori. A Bologna, invece, si rileva un calo di vendite diffuso, fino al -20%, soprattutto per quanto riguarda accessori e capi d'abbigliamento dal prezzo medio-alto, mentre resistono meglio i prodotti a medio e basso costo. Le limitazioni di budget si sentono poi a Bari, dove si registra un vero e proprio crollo delle vendite dei prodotti firmati premium, anche nell'ordine del 25%.

La bassa disponibilità economica influisce pesantemente anche sul comportamento d'acquisto dei clienti. Nonostante gli sconti iniziali superiori alla norma, non si è registrata la consueta ressa dei primi giorni. Svanite le file: in coda davanti ai negozi, ormai, resistono soprattutto i turisti stranieri, in cerca del capo Made in Italy. I consumatori italiani si mostrano invece più attenti alle spese e confrontano le varie offerte prima di comprare. In generale, vendono comunque meglio i capi nelle fasce di prezzo medio-basse e low-cost, mentre soffrono i capi premium, rivolti a chi può spendere un po' di più. Tra le categorie merceologiche che mostrano una miglior tenuta c'è la moda giovani. I genitori - spiegano i commercianti - preferiscono tagliare la propria spesa per l'abbigliamento piuttosto che quella dei figli.