

## **SALDI AL VIA TRA SCETTICISMO E SPERANZE. COMINCIA TORINO** **Imprese preoccupate, le famiglie tirano la cinghia ma non rinunciano all'affare.**

Saldi ai nastri di partenza in tutta Italia, tra commercianti sfiduciati che non credono di poter rientrare del calo di fatturato per la contrazione dei consumi e consumatori che, pur stringendo la cinghia, continuano a sperare nell'affare.

Sono questi i presupposti con i quali, il prossimo primo luglio, cominceranno da Torino per poi proseguire in tutte le principali città, le tradizionali vendite di fine stagione.

La cultura per l'eleganza e per il bel vestire che gli italiani hanno nel proprio Dna è un dato di fatto universalmente riconosciuto (l'81%, secondo un'indagine Swg, ci tiene molto o abbastanza) che però ha dovuto fare i conti con i bilanci delle famiglie e con la crisi economica. Dalla metà degli anni '80, infatti, la quota della spesa per consumi destinata all'acquisto di capi di abbigliamento si è andata via via riducendo passando dal 10% del 1986 all'8% del 2004, fino al 6% di quest'anno. Così l'Italia ha perso il primato che deteneva insieme al Giappone all'inizio degli anni 2000 per la più elevata spesa per nucleo familiare destinata all'abbigliamento, avvicinandosi sempre di più ai più morigerati Paesi del Nord Europa.

Le trasformazioni sociali, forse, ma soprattutto la perdurante e preoccupante crisi dei consumi, hanno cambiato le abitudini delle famiglie italiane costringendole a rivedere i bilanci ed a tagliare, anche in modo drastico, alcuni capitoli di spesa.

A testimoniare sono i fatturati delle imprese che vendono moda e che, secondo un'indagine condotta dalla Fismo-Confesercenti tra i propri iscritti, nel primo semestre del 2010 hanno registrato, rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, un calo compreso tra il 15 ed il 20 per cento.

Dati alla mano e condizioni meteo che certo non hanno influito positivamente sull'andamento delle vendite in questo scorcio di stagione, i commercianti si avvicinano all'apertura dei saldi con scarse attese. Mentre infatti solo lo scorso anno oltre il 50% degli addetti ai lavori parlava di buone prospettive, l'80%, interpellato dalla Fismo, si è detto quest'anno sfiduciato, scettico ed incerto circa il risultato delle prossime vendite promozionali (che negli anni passati hanno rappresentato il 26% del fatturato complessivo degli esercizi di abbigliamento e calzature).

Ciononostante, negli oltre 150 mila negozi di moda italiani i saldi ci saranno come ogni anno. Gli esercenti non rinunceranno ad offrire alla propria clientela l'annuale occasione di fare affari e di portare a casa i capi desiderati e tenuti sott'occhio in attesa degli sconti (6 italiani su 10 aspettano queste vendite per acquistare i capi d'abbigliamento più importanti). Lo faranno cercando di celebrare questo appuntamento con i consumatori attraverso nuove iniziative ed aperture notturne. Presumibilmente, vista la crisi e le difficoltà delle famiglie, lo faranno anche proponendo sconti superiori agli anni precedenti.

Quanto alle istruzioni per l'uso, agli operatori del settore la Fismo ha raccomandato, come sempre, qualità, correttezza, trasparenza e cortesia. Per i consumatori i consigli sono quelli di sempre: rivolgersi ai negozi di fiducia, controllare la merce ed il rispetto degli sconti annunciati.