

I saldi invernali/1

I negozi di vicinato attirano ancora

Amilcare Renzi*


I nostri associati esprimono una moderata soddisfazione per l'andamento delle vendite in queste settimane di saldi. Non abbiamo segnali di particolari situazioni critiche. Da tempo come Confartigianato chiediamo di premiare i negozi di vicinato e la loro capacità di esaltare le specificità del made in Italy e del territorio. Queste botteghe, al di là degli aspetti commerciali, alimentano i nostri centri storici, portano nuove idee, socialità, collaborazioni, alimentano il bene complessivo.

Da parte dei consumatori c'è certamente una moderazione negli acquisti, una forte attenzione all'acquisto utile e una marcata sensibilità al rapporto qualità prezzo. Ma nello stesso tempo vengono apprezzate la serietà e la professionalità garantite dal commercio tradizionale e dai negozi di quartiere, quindi posso dire che è stato colto il nostro messaggio di favorire quelle attività che anche nei mesi più difficili del recente passato hanno sempre dimostrato di essere un punto di riferimento. Toccare con mano, trasparenza dei prezzi e qualità del prodotto sono aspetti che emergono dalle vendite di questo periodo. Un buon risultato della campagna dei saldi è importante per tante attività, ma non risolve tutti i problemi. L'aumento dei prezzi delle materie prime e il costo dell'energia hanno ancora un impatto estremamente negativo sulle imprese: non bisogna abbassare la guardia e chiediamo a tutti i livelli interventi a sostegno degli imprenditori e una accelerazione delle politiche per ridurre la dipendenza energetica del nostro Paese. Inoltre, e il periodo dei saldi lo dimostra, è necessario continuare a livello locale nelle iniziative di rilancio dei centri storici. Vanno bene i contributi, ma chiediamo anche di supportare chi ha il coraggio di aprire nuove attività e di continuare con il restyling urbanistico. Un centro storico bello e vivibile è capace di attrarre cittadini ridando vita a parti importanti della città che rischierebbero la decadenza.

***segretario Confartigianato Metropolitana**

I saldi invernali/2

Il commercio sulla Rete è un problema

Sabina Quarantini*


È un bilancio in chiaroscuro, quello tracciato dagli operatori commerciali del circondario imolese dopo un mese di saldi invernali. C'è, infatti, una parte di addetti ai lavori delusi e che non si ritengono per nulla soddisfatti delle vendite in queste settimane ed un'altra fetta,

invece, è in parte soddisfatta, considerato che hanno registrato incrementi rispetto allo scorso anno. Una maggior soddisfazione si rileva da parte di esercenti all'interno di centri e parchi commerciali. Due situazioni diverse che fotografano le contraddizioni che da anni si vivono nel settore del commercio cittadino, senza tenere conto dell'effetto distraente e della concorrenza dell'e-commerce sul commercio tradizionale di prossimità. La previsione alla vigilia dei saldi finora è stata sovrastimata, dopo una discreta partenza nel weekend dell'Epifania: come per incanto tutto si è rallentato malgrado il rialzo degli sconti fino al 70%. Per quanto concerne gli acquisti è un periodo di calma, non ci sono più le file e i

fermenti di una volta nel periodo dei saldi, si spera che a partire da questa settimana in considerazione di San Valentino ci sia una ripresa delle vendite. I consumatori iniziano ad avvertire intensamente la diminuzione del potere d'acquisto. Le famiglie non sanno come mantenere in equilibrio il bilancio per i rincari, sono preoccupate della situazione economica e per il loro futuro, il clima di fiducia diminuisce e riducono i consumi. Va evidenziato che le imprese del commercio al dettaglio, pur se fiduciose in una non lontana ripresa economica, sono le più esposte e le più indifese di fronte ad una frenata dei consumi che potrebbe innescare una fase recessiva.

***presidente Confesercenti Imola**



L'andamento della stagione dei saldi invernali viene valutato in maniera differente dalle associazioni di categoria

I saldi invernali/3

Segnali buoni, ma insufficienti a cambiare rotta

Luca Palladino*


A d un mese circa dalla chiusura dei saldi 2023, sebbene non sia possibile fare un bilancio definitivo, le imprese segnalano un andamento in chiaroscuro. Se per alcune si conferma un dato delle vendite a livello del 2022, per altre il trend è moderatamente più positivo. Dopo una prima fase vivace, che ha evidenziato flussi di vendite considerevoli,

abbiamo assistito a un progressivo rallentamento nelle settimane successive. Andrà verificato se le ragioni sono di tipo fisiologico, vista l'intensità delle prime settimane e l'attesa dei consumatori degli ultimi giorni di offerte, oppure il segno di un rallentamento generalizzato che porterà il bilancio 2023 al di sotto dei valori dell'anno precedente. Ad oggi si prospetta una sostanziale sovrapposizione con i valori dei saldi invernali 2022, lontani comunque dai numeri del periodo pre-Covid, e dove i timidi segnali positivi che si intravedono non sono sufficienti a dare quella boccata di ossigeno che servirebbe alle attività costrette a fare i conti anche con il caro bollette di luce e gas. E' infatti l'inflazione e la conseguente riduzione del

potere d'acquisto, la principale causa del rallentamento dei consumi, che non riguarda solo il periodo dei saldi, un elemento da vigilare e contrastare nelle future iniziative dei decisori politici. Una inversione di tendenza potrebbe essere rappresentata dalla sensibile riduzione delle tariffe di luce e gas, come ipotizzato dal ministro Giorgetti, che unita a misure per detassare gli aumenti contributivi favorirebbe una spinta ai salari limitati dall'inflazione energetica. Occorre anche, a mio parere, fare una valutazione su come aggiornare lo strumento delle vendite promozionali in funzione di abitudini e stagionalità che nel tempo sono cambiate, nell'ottica di favorire i commercianti e le esigenze della clientela.

***presidente Cna Imola**

I saldi invernali/4

Bilancio positivo Anche il turismo è in ripresa

Danilo Galassi*


Bilancio positivo dopo un mese, ora il rush finale. Tanti i cittadini che hanno approfittato degli sconti, di fronte a una caro-vita in continua crescita, per acquisti di ogni genere. Una vera e propria caccia all'offerta migliore, nella speranza di risparmiare quanto più possibile. Ora è il momento più congeniale per trovare degli ottimi prodotti ad un prezzo molto basso. Nel frattempo i clienti possono già cominciare a dare uno sguardo alla nuova collezione. Molti negozianti proprio in questi giorni si stanno preparando a ulteriori ribassi con l'avvicinarsi delle ultime settimane dei saldi. Possiamo dire che il primo mese di saldi invernali è andato bene. C'è stato un leggero incremento e l'e-commerce si è ridimensionato, così da lasciare più spazio alle vendite fisiche. Seppure persista ancora questa concorrenza sleale: è lo stesso mercato, ma con regole diverse. E non va bene. I settori tradizionali voluttuari, e quindi non di prima necessità, hanno sofferto molto durante l'autunno, dove una stagione anomala e segnata anche dalle alte temperature ha rallentato le vendite autunnali. In dicembre invece, grazie anche a festività come il Natale, c'è stata una ripresa. È una tendenza che, a oggi, sembra continuare: se lo paragoniamo all'anno precedente, possiamo infatti vedere segnali di miglioramento che si estendono anche al turismo. In quest'ultimo anno si è verificata un'importante riscoperta delle città d'arte come Imola e dei piccoli borghi, del cosiddetto turismo slow, che ha comportato un aumento dei visitatori. E, ora, questi luoghi possono finalmente tornare a essere popolati di visitatori. Questo aspetto è stato ulteriormente dimostrato anche durante le festività, ma in generale possiamo dire che, dopo i due anni di pandemia, si è verificato un aumento di prenotazioni incoraggiante e questi numeri fanno ben sperare. D'altra parte, non dimentichiamo che il turismo è stato uno dei settori più colpiti durante l'emergenza Covid e anche in questo ambito la ripartenza non può essere immediata.

***presidente Confcommercio-Ascom Imola**