

CONFCOMMERCIO

CAMPANIA

NOTIZIE



COMMERCIO. 1

Saldi, partenza al rallentatore

Federmoda chiede la liberalizzazione delle vendite promozionali

Prossima settimana decisiva per un primo bilancio sulle vendite straordinarie di fine stagione avviate lo scorso 2 gennaio in Campania. In lieve aumento rispetto lo scorso anno secondo le prime stime di Federmoda, mentre si alimenta nuovamente il dibattito sulle liberalizzazioni. A partire dalle vendite promozionali. Secondo un recente sondaggio di Confcommercio, il gradimento è ancora alto: oltre il 90 per cento dei consumatori intervistati conferma che la qualità della merce offerta è buona ed è soddisfatto della varietà proposta.

ANDREA SEGRETI

Avvio al rallentatore anche in Campania per i saldi invernali. Complici il freddo arrivato solo nei giorni di Natale e le festività di inizio anno, solo a partire dalla prossima settimana sarà possibile verificare l'incidenza delle vendite straordinarie di fine stagione sull'intero comparto.

Per Federmoda-Confcommercio le previsioni sono comunque ottimistiche: "Chi acquista in questa fase può contare su sconti forti - afferma il presidente nazionale **Renato Borghi** - che in media si aggirano intorno al 40 per cento e su una netta quantità di capi, dato che le scorte sono abbondanti. Il vero inizio - conferma Borghi - si avrà quando gli ita-

liani torneranno dal lungo ponte di inizio anno". Ma è proprio la federazione dei dettaglianti dell'abbigliamento a lanciare un appello per rivedere il calendario anticipato dei saldi. Troppo presto il 2 gennaio per Federmoda, anche perché le ultime consegne nei negozi sono a metà novembre e, in molte regioni compreso la Campania, ad inizio dicembre c'è già il via libera alle vendite promozionali. E il rischio di confondere i consumatori è elevato, anche perché le vendite promozionali e quelle straordinarie di fine stagione (i saldi n.d.r.) hanno regimi autorizzativi e condizioni di vendita distinti e motivazioni differenti.

Sullo sfondo delle rituali polemiche di inizio anno sulle date dei saldi, la prospettiva di una riforma di questo tipo di vendite, sulla scia delle liberalizzazioni avviate nel 1998 con il decreto Bersani sul commercio. Liberalizzazione delle vendite promozionali subito e definizione di una data unica per i saldi, è la risposta del presidente di Federmoda della provincia di Napoli **Paola Borriello** che aggiunge: "In Campania siamo stati i primi ad anticipare il dibattito sulle liberalizzazioni, convinti che il mercato delle vendite in profonda trasformazione, sta imponendo dei cambiamenti che dovremo necessariamente assecondare".

Sull'andamento della prima settimana di saldi, il presiden-

Maddaloni: Irpef più leggera per rilanciare i consumi

"Il calo dei consumi a Natale è stato superiore alle aspettative, ma gli indicatori economici, tutti negativi, registrati nella nostra regione per il 2009, non autorizzavano previsioni ottimistiche". Lo afferma Maurizio Maddaloni, presidente regionale di Confcommercio e vice nazionale con delega al Mezzogiorno che aggiunge: "E' un segnale evidente che la crisi è ancora in atto e la stagione dei saldi appena cominciata non può trasformarsi nei tempi supplementari per recuperare le diseconomie di un anno intero. Per uscire dal tunnel della crisi in tempi brevi, è necessario rilanciare le vendite in generale, mettendo più soldi nelle tasche dei consumatori - continua il presidente di Confcommercio Campania - agendo direttamente sulla leva fiscale. Queste le indicazioni della confederazione: meno pressione fiscale locale e riduzione delle aliquote Irpef, insieme ad incentivi per rilanciare i consumi e sostenere la ripresa". Secondo i dati di fine anno, in Campania si conferma la tendenza al ribasso di tutti gli indicatori economici: dalla disoccupazione al Pil regionale. "Quest'ultimo poi - aggiunge Maddaloni - cala in proporzione maggiore rispetto allo scorso anno e le conseguenze sono sotto gli occhi di tutti. E' fallito il modello di sviluppo economico previsto in questi anni per la Campania - conclude il presidente di Confcommercio Campania - e serve una radicale inversione di tendenza per iniziare la stagione della ripresa".



MAURIZIO MADDALONI

te Borriello afferma: "C'è un lieve aumento rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Siamo moderatamente ottimisti, anche perché a partire dalla prossima settimana ci sarà più gente per strada pronta ad approfittare delle vendite a prezzo scontato e di qualità".

Ma è ancora alto il gradimento per le vendite di fine stagione? La risposta arriva da un recente sondaggio di Confcommercio-Format, secondo il quale il 69,3 per cento dei consumatori approfitterà delle vendite straordinarie e ben il 58,9 per cento dà molta importanza al periodo dei saldi,

dichiarando, per il 59,4 per cento del campione nazionale intervistato, che "si sente molto tutelato come consumatore facendo un acquisto in questo periodo" e conferma, per il 67,4 per cento, di attendere le svendite per acquistare qualsiasi tipo di prodotto.

I saldi inoltre sono sinonimo di qualità: per il 91,6 per cento l'offerta è buona e l'82,4 per cento afferma di essere soddisfatto della varietà della merce proposta dai negozi.

E se la qualità quindi viene prima di tutto, c'è un 16,5 per cento che invece attribuisce maggiore importanza al prezzo.

Un sinonimo di qualità dell'offerta, ma anche di promozione dei prodotti in vendita in Campania è il Borgo degli Orefici di Napoli. "La qualità è la nostra strategia vincente che applichiamo anche nei periodi di crisi - afferma il presidente del consorzio Antico Borgo degli Orefici **Roberto De Laurentiis** - e che ci permette di superare le difficoltà del nostro comparto. Per noi più che saldi, si parla di promozione, nel senso di far comprendere, attraverso la qualità certificata, che acquistare in qualsiasi periodo dell'anno un gioiello è sempre un affare".

COMMERCIO. 2

Le categorie: Non c'è stato il crollo delle vendite e segnali di ripresa

Secondo un primo monitoraggio condotto attraverso il sistema di rilevazione delle Federazioni aderenti a Confcommercio sui consumi di Natale e Capodanno, si confermano sostanzialmente le previsioni: nessun crollo delle vendite, qualche timido segnale di ripresa e comunque consumi in linea con la debolezza della domanda interna. Il settore della ristorazione ha sostanzialmente tenuto rispetto all'anno precedente facendo registrare un lieve calo intorno all'1 per cento, grazie anche all'effetto del contenimento dei prezzi praticato nei ristoranti ai circa 10 milioni di clienti che hanno scelto di festeggiare al ristorante Natale e Capodanno. Nella grande distribuzione invece, il record di vendite è per i prodotti del made in Italy, ma non sono mancati gli acquisti dei prodotti da regalo in tutti gli altri settori: bene l'elettronica, trainata dalle vendite dei televisori di

ultima generazione anche grazie all'introduzione del digitale terrestre, ma si sono dimostrati vivaci anche gli acquisti dei prodotti per l'arredamento della casa, degli articoli sportivi, della profumeria e del bricolage. Secondo la Fida-Confcommercio poi, i consumi per i negozi tradizionali hanno sostanzialmente tenuto, registrando un timido incremento attorno al +0,5 per cento. Positivi anche i dati delle vendite per il cenone della Vigilia e di Capodanno, segno che anche quest'anno in tanti hanno preferito consumarlo a casa. In calo infine le vendite di libri rispetto allo scorso anno, ma il mercato ha parzialmente recuperato nel periodo natalizio, confermando l'abitudine degli italiani a considerare il libro tra i regalai preferiti.

A.S.