

## Saldi 2024 – Confesercenti: *“In Piemonte propensione alla spesa in leggero calo. Consumatori più consapevoli, puntano alla qualità”*

Spesa media di 130 euro per i saldi 2024 che in Piemonte inizieranno venerdì 5 gennaio, per proseguire sino a venerdì 1° marzo: una cifra in leggero calo rispetto alla scorsa stagione, che tuttavia i commercianti sarebbero contenti di vedere confermata a fine stagione, date la persistente crisi dei consumi.

Il dato positivo è invece l’aumento della percentuale dei consumatori che dichiara di voler approfittare degli sconti: 44% contro il 40% dei precedenti saldi invernali.

L’indagine condotta fra commercianti e consumatori piemontesi dall’ufficio studi di Confesercenti delinea una situazione di difficoltà, dovuta all’inflazione, nella quale sconti e promozioni non saranno in grado di compensare due mesi difficili per le vendite come sono stati novembre e dicembre, nei quali si è registrato un calo del 10-15%. Anche il cambiamento climatico ha inciso negativamente sulle vendite, secondo la stragrande maggioranza delle imprese.

*“Probabilmente – sintetizza Micaela Caudana, Presidente di Fismo-Confesercenti, l’associazione dei commercianti di abbigliamento – vedremo un numero maggiore di clienti, ma lo scontrino medio sarà un po’ più basso. D’altra parte – al di là della crisi economica, che sicuramente pesa sui bilanci delle famiglie – sono le stesse modalità di consumo a essere cambiate rapidamente: possiamo parlare di saldo consapevole, sia da parte dei commercianti, sia da parte dei clienti. Noi operatori sempre di meno ci lanciamo in sconti mirabolanti che sviliscono il nostro lavoro e la nostra funzione, oltre a non apparire seri nei confronti dei clienti, i quali hanno abbandonato gli acquisti d’impulso tipici dei saldi del passato. Se i consumatori puntano su competenza e servizio, ciò non potrà che avvantaggiare i piccoli negozi: proprio perché la disponibilità economica è limitata, una parte sempre maggiore della clientela preferisce fare riferimento al negozio di fiducia e privilegiare la qualità alla quantità, magari accontentandosi di un ribasso minore pur di assicurarsi un capo davvero utile e duraturo”.*

### **Consumatori in crescita, scontrini in calo**

Secondo l’indagine, il 44% dei piemontesi (contro il 40% dello scorso anno) utilizzerà i saldi e l’abbigliamento continua a essere scelto da oltre 8 consumatori su dieci. Il resto si orienta soprattutto verso l’elettronica (computer, tv, cellulari) e gli accessori per la

casa. Il budget medio previsto si colloca intorno ai 130 euro, ma circa la metà dei piemontesi starà sotto i 100.

## I prodotti preferiti

Il clima mite di questo inverno ha lasciato invenduta una parte significativa di capi pesanti – cappotti, giacconi, piumini -, per i quali i consumatori potranno contare su un buon assortimento di taglie, colori e tipologie. Ma le preferenze per i capispalla sono in calo rispetto allo scorso anno. La maggioranza si orienterà su capi meno impegnativi anche dal punto di vista economico: maglie e felpe (indicate dal 45%), gonne e pantaloni (40%), scarpe (37%), intimo (25%), pelletteria (cinture, accessori, borse: 23%).

## Ritorno ai negozi di vicinato

Il fenomeno di un ritorno ai negozi di vicinato – già riscontrato nella scorsa stagione – si conferma anche in questa: saranno scelti da oltre un terzo dei consumatori (34% contro il 30% del 2023).

## Sconti nel 90% delle attività

Anche quest'anno sarà molto alta la percentuale degli operatori che praticheranno gli sconti: saldi in oltre il 90% dei negozi.

*“Le difficoltà – conclude Confesercenti – non sono certo finite e l’inflazione, pur in calo, sta lasciando una pesante eredità sui bilanci delle famiglie. È dunque inevitabile che gli acquisti siano cauti e oculati. È confortante che un numero crescente di consumatori riscopra il ruolo del negozio di quartiere. Tuttavia, web e grande distribuzione adottano politiche commerciali sempre più aggressive e gli sconti si fanno ormai tutto l’anno. È particolarmente in occasioni come quella dei saldi che si sente l’esigenza di regolamentare gli sconti selvaggi, ma soprattutto di tassare adeguatamente i giganti del web: nessun intento punitivo, ma sono necessarie regole uguali per tutti. Purtroppo, su questo fronte si è fatto pochissimo: non sappiamo se la recente global minimum tax sarà di facile applicazione e, in ogni caso, prevede un’aliquota di gran lunga inferiore rispetto a quella che grava sulle nostre piccole imprese”.*