Rassegna Stampa

La Sicilia

Martedì 29 Ottobre 2013 pagina 26

Abbigliamento e calzature blocco totale delle vendite

Commercio: una stagione che stenta a decollare. I negozianti aretusei sono alle prese con il blocco delle vendite, che si abbatte su tutti i settori senza esclusione di colpi. Se fino a pochi mesi fa, infatti, era il segmento medio-basso del settore abbigliamento e calzature a soffrire maggiormente il calo delle vendite, ora il fenomeno è dilagante, iniziando ad intaccare anche le fasce medio-alte, quelle che fanno delle grandi griffe il loro fiore all'occhiello. Segno quest'ultimo che a risentire delle ristrettezze economiche del periodo non è soltanto il ceto medio della popolazione; ma anche il consumatore, un tempo benestante.

«Troppi fattori - sottolinea Sebastiano Brocca, presidente provinciale Federtessile - remano contro la ripresa dei consumi. A cominciare dal clima che con le sue temperature decisamente al di sopra della media stagionale non fa avvertire l'esigenza di acquistare i capi delle nuove collezioni. Le inside, però, non finiscono qui e la questione climatica rappresenta il vano tentativo di nascondersi dietro a un dito. Il problema veramente serio, e avvertito a tappeto da tutta la popolazione, benestante e non, è rappresentato dalle scadenze tributarie fissate per i prossimi mesi. Tares, Imu e conguagli vari inducono il consumatore a farsi sempre più parsimonioso, nel tentativo di racimolare la somma non indifferente da consegnare allo Stato, quanto prima».

Si tenta così di aguzzare l'ingegno e di far scendere in campo strategie che consentano al commercio aretuseo di risalire la china. La via d'uscita, però, non può essere individuata in un anticipo del periodo dei saldi né tantomeno in una scontistica che mette in moto meccanismi di concorrenza spesso sleali, che finiscono per minacciare la sopravvivenza del settore.

«Lavorare sottocosto con una scontistica che dura 365 giorni l'anno - spiega Brocca - non apporta alcun beneficio anzi conduce alla rovina anche le aziende più rodute. È chiaro, infatti, che lavorare riducendo costantemente i già limitati margini di guadagno non può che affossare ancora di più un commerciante. La prova evidente, di quanto una simile politica dei prezzi si riveli fallimentare, si è avuta proprio negli ultimi anni. Le attività che l'hanno perseguita hanno chiuso i battenti perché non riuscivano a far quadrare i conti, compensando le uscite con le entrate. È stato, quindi, il mercato stesso a travolgerle. Liberalizzare il settore delle vendite è auspicato da quasi tutte le associazioni di categoria, ma questo non significa essere favorevoli ad estendere in modo selvaggio e sregolato il periodo dei saldi». Altro fenomeno che ha compromesso, non poco, l'andamento dei fatturati dei mesi appena trascorsi è stato il calo delle vendite, dovuto alla minore disponibilità di spesa anche dei turisti che, da sempre, hanno ravvivato i commerci durante la stagione estiva. I visitatori quest'anno, anche se in calo rispetto al passato, non sono mancati; ma a precipitare è stata la loro voglia di darsi allo shopping.

«Non puntavamo di certo - spiega Brocca - sui connazionali, le cui ristrettezze economiche sono ormai ben note, ma avevamo riposto le nostre speranze sui turisti stranieri, collaudati amanti del made in Italy. E invece a parte pochi russi e giapponesi, per il resto la stagione si è conclusa decisamente sottotono». Si tenta, dunque, di contenere a monte i costi di listino sui prodotti della nuova stagione, abbassando il ricarico sulle merci e non facendo gravare sul consumatore il peso dell'aumento dell'Iva. Questo ribasso dei prezzi sortirà, però, l'effetto di abolire, già dalla prossima stagione dei saldi, la percentuale del 70% di sconto che assumerebbe il valore di una svendita dannosa per gli esercenti. A dipingere scenari non meno rosei interviene anche la Confesercenti le cui previsioni non lasciano ben sperare: «La ripresa dei commerci - interviene Arturo Linguanti, presidente provinciale Confesercenti - non può avvenire se le persone si ritrovano senza soldi in tasca. Se la disoccupazione continua a crescere chi potrà più permettersi di acquistare capi nuovi? Di certo una maggiore cooperazione tra gli stessi esercenti e una maggiore disponibilità da parte delle banche per gli accessi al credito, potrebbero rappresentare due strade da intraprendere per rendersi protagonisti di una ripresa».