

I commercianti sono cauti: «Con grandi firme e online le difficoltà locali restano»

**MASAT (ARTIGIANI):
«PER IL NOSTRO
SETTORE, QUESTO
PERIODO HA SEMPRE
MENO VALORE, MA UN
CONTRIBUTO RESTA»**

I NEGOZI

VENEZIA È un timido ottimismo quello che esprimono Roberto Panciera (presidente Ascom, associazione commercianti veneziani) e Matteo Masat (segretario Confartigianato Venezia) sui saldi a Venezia. Pur consapevoli che l'utilità del periodo promozionale è diversa da quello di una volta, il concetto pare superato, ma può contribuire. Per Panciera: «Ormai gli ultimi anni ci hanno dimostrato che i saldi di certo non servono a recuperare il grande gap che ormai si è sedimentato da dopo il covid. L'auspicio è che ci possa esser il recupero che Natale non ha consentito. Resta da mettere in discussione se la data sia corretta o la troppa vicinanza degli sconti con il periodo natalizio sia penalizzante con realtà commerciali che trattano prodotti soggetti a stagionalità come il comparto della moda».

PREZZI

Dall'associazione di categoria, il presidente chiarisce che sarà difficile che i commercianti nel 2024 tentino di fare i "furbetti" gonfiando i prezzi e poi abbassan-

doli nel periodo che partirà domani: «In passato potrà anche esser successo, oggi è più difficile. La possibilità che con un telefonino si possa fotografare una vetrina prima e dopo i saldi è un rischio a cui un commerciante difficilmente si dovrebbe esporre». Per quanto riguarda il periodo, Panciera esclude che sia opportuno anticipare la data: «Vedo pericoloso anticipare i saldi perché il periodo tra black friday e periodo promozionale è ridotto. Non la vedo una soluzione, il saldo nasce per coprire il gap stagionale che si verifica a gennaio, un periodo difficile per tutti. Semmai è da verificare che chi aderisca al black friday poi non sfiori eccessivamente, perché da un giorno si è arrivati a una settimana. Il rischio è che si arrivi a vendere a metà prezzo un prodotto che avrebbe avuto mercato a prezzo intero». Dal punto di vista degli effetti del turismo in città, Panciera si dimostra cauto: «Sicuramente la moda italiana interessa il turista. I saldi hanno richiamato, ma temo che il risvolto sia più verso le grandi firme, quindi, di fatto, per tanti negozi a conduzione familiare le difficoltà restano».

TURISMO

Anche la presenza dell'outlet a San Donà, che Panciera ha vissuto da assessore al turismo, è un'arma a doppio taglio: «Nessuno avrebbe pensato che potesse rappresentare un punto di riferimento per gli equilibri della moda nelle regioni di Veneto e Friuli.

Forse non ci siamo resi conto che il fatto di modellarlo sul layout di Venezia forse danneggiasse la città più del dovuto».

Altra "scure" su cui il presidente si spende è quello degli acquisti online: «Tanti consumatori cercano lo sconto durante tutto l'anno, perciò i negozi di prossimità dovrebbero tentare di recuperare un rapporto di fiducia, diretto, con il cliente locale».

ARTIGIANATO

Sono lontani i tempi in cui i saldi servivano a rilanciare l'economia: «Negli anni 70-80 erano un'altra cosa, ma il mondo oggi è cambiato, il consumo si è modificato. L'auspicio è che si riduca l'online, che non genera posti di lavoro, per un maggior senso civico». Saldi che restano un punto interrogativo anche per Matteo Masat. Da segretario degli artigiani pone subito un distinguo: «Per l'artigianato artistico, per chi fa commercio, questo periodo ha sempre meno valore. Il 99 per cento del mercato in città è rivolto al turismo. Se il turismo si ferma per due notti, l'acquisto lo farà indipendentemente dal saldo. Semmai serve al commerciante, perché libera il magazzino e dà il "giro" alla merce. Non avrà i risultati che si avevano prima, ma un contributo positivo esiste». Lo stesso Masat pone un distinguo: «In terraferma hanno un altro valore, qui invece il risultato finale è relativo, ben vengano, ma non hanno il richiamo di una volta».

Tomaso Borzomi



