

**Addio vetrine senza ribassi**

Fino a qualche anno fa c'erano ancora negozi che per politica commerciale non praticavano saldi. Ma tutti hanno ceduto nel corso delle ultime stagioni. Il primo era stato Sugar, prestigiosa vetrina di abbigliamento, poi tutte le vetrine della famiglia Capaccioli, fino all'ultima, Borgo Maestro, che si è arresa sette giorni fa

**LA CONFCOMMERCIO**

SIAMO A UNO 0,2 DI AUMENTO SULL'ANNO SCORSO, MA NEI PROSSIMI MESI ARRIVEREMO FINO ALL'1,2. PRIMI SEGNALE DI RIPRESA

**L'ALTRA ASSOCIAZIONE DI CATEGORIA**

«IL NOSTRO SONDAGGIO FRA GLI ADERENTI E' ANCORA NEGATIVO, HA PESATO SOPRATTUTTO IL CALDO CHE HA ALLONTANATO I CLIENTI»

# Saldi, in ballo ci sono 240 milioni

## La prima settimana in saliscendi

*Per l'Ascom lieve aumento sul 2014. Confesercenti frena: meno 10%*

di SALVATORE MANNINO

BEI TEMPI quando i saldi erano ancora una colossale abbuffata di consumismo grazie ai quali i commercianti smaltivano, fra code e ressa, quel che non erano riusciti a piazzare nella stagione ordinaria. Oggi come oggi, ahinoi, la realtà è assai più prosaica e tutti sono lì a scrutare ansiosamente gli sconti: sarà finalmente l'estate di una ripresa tanto annunciata quanto ritardataria come Godot o invece siamo ancora in mezzo al guado? A una settimana dall'inizio dei ribassi, dopo due notti bianche che avrebbero dovuto portare consigli e affari, gli analisti dei consumi sono ancora lì che si interrogano sul saliscendi questo inizio di luglio: non sarà la Caporetto dei pessimisti ma non è neppure il bollettino della vittoria.

Non a caso, sull'andamento sono divise persino le associazioni di categoria. E se la più grande, l'Ascom, che da sola vale l'80 per cento dei negozi, parla di una conferma del 2014, semmai con qualche lievissimo segno di crescita, i dirimpettai di Confesercenti sono assai più cauti e diagnosticano un meno 10 per cento che sarebbe ancora un segno di crisi difficile da scrollarsi di dosso. I protagonisti, i titolari delle vetrine, sono anche loro sospesi fra i realisti, che si accontentano di incassi in linea con quelli degli anni scorsi, e gli apocalittici, per i quali, alla Bartali, è tutto sbagliato tutto da rifare. Vedi Carlo Capaccioli, dell'omonima dynasty, proprietario di Borgo Maestro, l'ultima fortezza a cadere sul fronte dei saldi: il prestigioso negozio di abbigliamento del Corso basso non li aveva mai fatti, ma stavolta ha dovuto cedere: «Non potevamo più resistere dopo una primavera così».

FRANCO MARINONI, direttore provinciale e regionale dell'Ascom, è assai meno catastrofista. Lui una luce in fondo al tunnel la vede e pronostica una crescita dell'1,2% per il commercio nel 2015. Luglio invece, è la sua previsione, «sarà ancora un mese

**ANDAMENTO LENTO**

**I segnali positivi che vengono dai dati macroeconomici faticano ad arrivare ai consumi**

di quasi stasi, con uno 0,2 di aumento rispetto al 2014. Poco, quasi niente, ma serve a tener viva la speranza che i tempi più cupi siano alle spalle. E anche a pensare ai saldi non come a una debacle ma come a un pari e patta sull'anno passato. Il vero problema

dei negozi, almeno in questa stagione estiva degli sconti, è che i dati macroeconomici secondo i quali ci sarebbe un timido segno di ripresa (1,2% di crescita del Pil in Toscana, secondo l'Irpet) faticano a trasmettersi all'economia reale. La gente i soldi che ha se li tiene in tasca, sempre con la paura dell'imprevisto dietro l'angolo, come ammette lo stesso Marinoni. «E quello che succede nel mondo, a cominciare dalla Grecia, non dà certo incentivi alla voglia di spendere».

CHECCAGLINI, invece, ha condotto per conto della Confesercenti un piccolo sondaggio fra i suoi associati, «non solo in città ma anche in provincia». Il risultato è appunto quella contrazione del 10 per cento nella prima settimana di cui si diceva sopra. «Ma forse - dice lui - più che di crisi bisogna parlare di effetto caldo. Ne ha fatto tanto che i consumatori, specie nei pomeriggi più afosi come quelli di sabato e di domenica se ne sono rimasti rintanati in casa. Contiamo di recuperare nei prossimi giorni e anche con le notti bianche».

Fatto sta che il piatto sarà anche pieno di cifre ballerine ma resta lo stesso bello consistente: sia Confcommercio che Ascom parlano di una spesa per i saldi intorno ai 200 euro per famiglia. Bene, la somma totale, solo in provincia di Arezzo, si aggira fra i 200 e i 240 milioni. Tanti soldi, la metà per intendere di quanto separa ancora Grecia ed Eurogruppo al tavolo di Bruxelles. Sufficienti perlomeno a tamponare i conti dei negozi, affamati di liquidità per rifarsi dopo 7 anni di vacche magre. Sarebbe il primo passo verso una ripresa vera e non chimerica. Se poi è ripresina, va bene anche quella. Basta non sia un altro balzo all'indietro.



**LANTERNE** Ecco il lancio da Piazza Grande seguito da una folla straordinaria: sono le 22.30 di ieri sera

**Ancora sconti fra il 30 e il 70%**

I saldi proseguono sulle percentuali di sconto della settimana scorsa, che poi tenderanno ad alzarsi via via che ci si avvicina alla fine della stagione dei ribassi e dunque nei negozi cresce il bisogno di attirare i clienti per svuotare il magazzino. La maggior parte dei negozi più importanti pratica saldi fra il 30 e il 50 per cento, con punte del 70 per cento in alcuni grandi magazzini ma solo per una parte dei capi