

Confesercenti, Black Friday: con chiusure forzate dei negozi passano al web 83 milioni di euro di vendite al giorno, Lina Novelli: “Sostenere l’economia locale”



VITERBO – Black Friday e Black Weekend, quest’anno, marcano davvero un periodo nero per il commercio. Le restrizioni imposte ai negozi, dalle chiusure forzate nelle regioni rosse e arancioni allo stop nel fine settimana imposto alle attività di gallerie e centri commerciali, rende impossibile alle imprese di vicinato partecipare all’evento promozionale.

Uno squilibrio concorrenziale che rischia di spostare dai negozi fisici al web 83 milioni di euro di vendite al giorno dall’inizio della settimana del Black Friday al termine degli sconti. A stimarlo è Fismo, l’associazione delle imprese del commercio moda Confesercenti. Ed è proprio la spesa in abbigliamento e accessori a subire il travaso più rilevante, con 25 milioni di euro al giorno di spesa delle famiglie dirottate verso il web.

Ma lo squilibrio concorrenziale ha un impatto significativo

anche su giochi e giocattoli per ragazzi e bambini (20 milioni di euro trasferiti verso l'e-commerce ogni giorno), la tecnologia e gli elettrodomestici (15 milioni al giorno per entrambi i comparti), e la vendita di libri (circa 300mila euro al giorno).

“Abbiamo presentato un esposto all'antitrust per segnalare la grave distorsione della concorrenza che si è creata con le restrizioni anti-contagio: mentre i negozi sono chiusi, il web agisce in condizioni di monopolio o quasi, è un problema che va risolto, soprattutto se le norme di contenimento dovessero essere prorogate – spiega Fabio Tinti, Presidente nazionale di Fismo Confesercenti.

Una situazione che diventa esplosiva nella settimana del Black Friday, ormai diventato il maggiore evento promozionale dell'anno del commercio, e in particolare del commercio moda, dopo i saldi. Per ridurre il gap abbiamo chiesto al Governo di esercitare una moral suasion su piattaforme di e-commerce, grande distribuzione e negozi di vicinato per posticipare il Black Friday fino alla data di riapertura dei negozi.

Una soluzione che hanno già applicato in Francia, che non danneggia alcuno ma dà a tutti la possibilità di competere. Purtroppo è mancato l'accordo tra i rappresentanti delle imprese: è una grande delusione, così il cosiddetto venerdì nero sarà davvero un disastro per il commercio di vicinato, in particolare per la moda. Abbiamo perso l'occasione per fare qualcosa di concreto per le imprese. È giusto ragionare sulla web tax, ma il dibattito si trascina da anni e il commercio aveva e ha bisogno di interventi urgenti.

Migliaia di negozi rischiano di chiudere definitivamente i battenti tra la fine di quest'anno e l'inizio del prossimo, con gravi ripercussioni sull'occupazione e sulla vita di tutti. Per questo ci appelliamo ai consumatori: dove possibile, scegliete un negozio di vicinato per i vostri acquisti, sostenete l'economia del vostro territorio”.

Il consiglio della responsabile Confesercenti Fismo di Viterbo e delegata Fismo nazionale **Lina Novelli** è di: “rivolgersi nei negozi di vicinato delle proprie comunità, sia per attivare comportamenti virtuosi in tema di covid 19, sia per controllare la veridicità delle promozioni ma in particolare per sostenere le attività produttive locali e potenziare l’economia locale. L’accoglienza e la fiducia del consumatore nei punti vendita di prossimità sono il valore aggiunto che fa la differenza negli acquisti ed incentiva la speranza per una vera ripartenza anche nel settore del commercio”,