

L'accusa delle organizzazioni di categoria. Domani giornata clou

Black Friday, negozianti divisi: «Sconti illegali prima di Natale»

Pubblicità martellante, promesse di sconti oltre il 50%. Domani è il Black Friday, il «venerdì nero» dei super-sconti prima delle feste di Natale. Tradizione importata dagli Usa, da circa tre anni ha preso piede anche nella Capitale, pure se qui sarà soprattutto un festival delle vendite online, dei grandi marchi e dei megastore, mentre in centro gli sconti li farà solo qualche negozio. «Non ho idea di quanti saranno, ma i piccoli negozi del centro sono tutti avvelenati - afferma David Sermoneta, neo eletto presidente di Federmoda e della Confcommercio Centro storico -. L'unica cosa che mi sento di dire è che è l'ennesima attività illegale prima delle vendite natalizie. Siamo ormai un Paese in saldo e ci adeguiamo a questo nuovo andamento di vendite e low cost».

E se Gianni Battistoni, il leader di via Condotti, ammette che alcuni faranno un po' di Black Friday in segreto

ai propri clienti, il suo j'accuse è contro questo continuo copiare da tradizioni d'oltreoceano: «Dopo Halloween ci toglieranno anche il Natale e ci faranno mangiare il tacchino». «È sicuramente una promozione che viene da lontano e che non è italiana - concorda la presidente della Cna Commercio Giovanna Marchese Bellaroto -. Non è prevista neppure nel nuovo Testo unico del Commercio che è già in vigore. Ma soprattutto è un sistema che riguarda la grande distribuzione e i grandi marchi, che organizzano e producono della merce di non ottima qualità e la fanno arrivare direttamente in alcuni reparti per l'occasione a prezzi scontati. Un negozio con merce di normale produzione non può agire così: faremo perciò delle piccole promozioni, offerte limitate anche per far entrare i clienti nei negozi di vicinato».

In realtà la Regione, con il

nuovo Testo unico del Commercio che disciplina saldi e vendite promozionali, ha vietato qualsiasi sconto o vantaggio particolari un mese prima dei saldi: in questo caso l'intervallo di tempo è rispettato, ma secondo i commercianti andrebbe fatta una comunicazione e ci dovrebbero essere criteri di trasparenza e sanzioni relative alle norme che regolano le promozioni.

«Altro problema - spiega il presidente di Confesercenti Valter Giammaria - è che qui da noi se ne abusa: non è il «venerdì nero» ma tutto il week end se non tutta la settimana. E nessuno interviene. Chi fa promozioni lo deve comunicare, ma c'è una situazione di degenerazione tale che temiamo anche per le vendite natalizie. La crisi del commercio è molto forte e rispetto l'anno scorso siamo già a un 15-20% di meno di vendite. Il Black Friday? Che sia di un giorno e non porti scompigli

in un settore allo stremo». E le associazioni dei consumatori come l'Aduc danno i loro consigli: controllare l'affidabilità del negozio online, confrontare i prezzi e usare solo carte pre-pagate.

Lilli Garrone

© RIPRODUZIONE RISERVATA

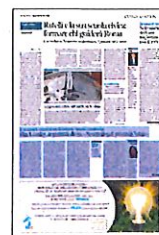
20

per cento
il calo delle
vendite nel
2019 secondo
Confesercenti

La vicenda



● Per Giovanna Marchese Bellaroto, presidente Cna Commercio (foto) il Black Friday riguarda soprattutto la grande distribuzione



Peso: 21%