

Il Natale 2019 è stato meno consumista e più sostenibile ma la crisi dei consumi non è ancora archiviata: è questo lo scenario che emerge dall'analisi condotta da Confesercenti Nazionale, uno scenario in continua trasformazione che negli ultimi dieci anni ha visto cambiare completamente le regole del gioco per consumatori e commercianti.

A poche ore dall'avvio dei saldi invernali, che in Emilia-Romagna partiranno sabato 4 gennaio e dureranno come di consueto 60 giorni, il consumatore medio fa i conti con il proprio potere di acquisto mentre gli esercenti delle nostre città si confrontano con le nuove abitudini di chi deve decidere come e cosa comprare: dalla crescita del commercio on line, percepito come più veloce e vantaggioso, all'orientamento della spesa delle famiglie verso i prodotti della tecnologia, alla tenuta del settore alimentare e dei pubblici esercizi, alle complessità del settore abbigliamento. Quel che è certo è che i consumatori fanno sempre più attenzione alla spesa, complice anche la percezione della difficoltà a vivere con il proprio reddito: un quarto delle famiglie (il 25%) oggi ritiene i prezzi un elemento di massima preoccupazione (erano solo il 15% nel 2010).

Tra esplosione dell'e-commerce e maggiore libertà di fare promozioni in diversi momenti dell'anno diventa sempre più difficile fare previsioni sull'andamento dei saldi tradizionali - **commenta Mauro Tagiuri, presidente della**

Confesercenti di Ravenna -. La speranza di veder rifiorire con vigore il commercio tradizionale, che rappresenta ancora l'anima delle nostre città dal centro storico alle periferie, è diventata una sfida ardua. Indubbiamente i saldi danno respiro ai negozi: anche se non hanno l'incidenza che avevano in passato restano comunque una calamita per attirare le persone. Certo è che oggi il commerciante "tradizionale" per essere competitivo deve essere più che mai adeguatamente preparato e attento - **sottolinea Tagiuri**. Mettere a disposizione del cliente la propria esperienza e competenza è un valore aggiunto che può dare buoni risultati sia per l'impresa che per il consumatore. Importante anche il rispetto delle regole: trasparenza dei prezzi e degli sconti applicati, qualità della merce e correttezza del commerciante sono tutti elementi che contribuiscono a fidelizzare la clientela".