Le classiche vendite di fine stagione iniziano il 4 gennaio

Da sabato al via la caccia ai saldi

Un prezioso vademecum per ricordare i criteri base delle promozioni

LECCO (dci) Scattano i saldi. Le attesissime vendite di fine stagione possono essere effettuate, tenuto conto delle consuetudini locali e delle esigenze del consumatore, soltanto in due periodi dell'anno, della durata massima di sessanta giorni. La data di inizio dei saldi invernali, così come concordato dalla Conferenza delle Regioni, è stata individuata nel primo giorno feriale antecedente l'Epifania, cioè 4 gennaio 2020. E sabato inizierà la caccia all'affare, la ricerca del capo di abbigliamento o dell'accessorio che avevamo adocchiato poco prima del periodo natalizio ma che per il prezzo o il budget a disposizione non eravamo riusciti ad acquistare. Ora, invece, grazie alla possibilità di sconti che generalmente arrivano al 50% - in altri casi anche di più - possiamo farlo finalmente nostro.

Per quanto riguarda le vendite promozionali, Confcommercio ricorda che sono effettuate dall'operatore commerciale al fine di promuovere la vendita di uno, più o tutti i prodotti della gamma merceologica, applicando sconti o ribassi sul prezzo normale di vendita. Le vendite promozionali dei prodotti di cui all'articolo 3, comma 1 della Legge Regionale (abbigliamento e relativi accessori, calzature, articoli tessili per la casa), non possono essere effettuate nel periodo dei saldi e nei trenta giorni antecedenti. Le vendite promozionali dei prodotti alimentari, dei prodotti per l'igiene della persona e per l'igiene della casa non sono soggette alle limitazioni di cui sopra. Si ricorda che per tutti i cartelli relativi alle vendite straordinarie apposti sulle vetrine degli esercizi commerciali deve essere assolta l'imposta sulla pubblicità presso i Comuni o i concessionari degli stessi.

Per il corretto acquisto degli articoli in saldo, Confcommercio ricorda alcuni principi di base validi anche per i saldi invernali 2020. Un vademecum semplice che riproponiamo ai nostri lettori:

1. Cambi: la possibilità di cambiare il capo dopo che lo si è acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante, a meno che il prodotto non sia danneggiato o non conforme (art. 1519 ter cod. civile introdotto da D.L.vo n. 24/2002). In questo caso scatta l'obbligo per il negoziante della riparazione o della sostituzione del capo e, nel caso ciò risulti impossibile, la riduzione o la restituzione del prezzo pagato. Il compratore è però tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

2. Prova dei capi: non c'è obbligo. E' rimesso alla discrezionalità del negoziante.

3. Pagamenti: le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante qualora sia esposto nel punto vendita l'adesivo che attesta la relativa convenzione.

4. Prodotti in vendita: i capi che vengono proposti in saldo devono avere carattere stagionale o di moda ed essere suscettibili di notevole deprezzamento se non venduti entro un certo periodo di tempo. Tuttavia nulla vieta di porre in vendita anche capi appartenenti non alla stagione in corso.

5. Indicazione del prezzo: obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale.

più o tutti i prodotti della si è acquistato è general- nel caso ciò risulti impos- 3. Pagamenti: le carte di sere suscettibili di notevole finale.

IL BILANCIO Tra le attività di via Cavour e via Roma si respira un cauto ottimismo. Anche grazie allo spettacolo di luci

I commercianti in coro: «Gli acquisti natalizi? Un successo»

LECCO (dci)Natale è appena passato e con esso le ansie dei commercianti che da sempre ripongono in questo periodo le migliori aspettative di vendita.

Quest'anno, ad esempio, si è stimato secondo uno studio dell'Osservatorio Compass, che la spesa media per ogni italiano sia stata di euro 322, di poco inferiore a quella del 2018.

Restringendo il campo, per quanto riguarda il nostro capoluogo, i negozi del centro storico di via Roma e via Cavour, come hanno vissuto questo periodo? Lo abbiamo chiesto ad alcuni titolari o responsabili di punti vendita di generi diversi.

«Siamo veramente molto soddisfatti di questo primo Natale- spiega **Luca Frigerio**, proprietario della nuovissima gastronomia Beechef, aperta solo due mesi fa in via Roma –abbiamo avuto una calda accoglienza da parte dei lecchesi. I prodotti più venduti sono stati i piatti freschi, pronti per la tavola delle feste, che hanno messo in crisi il nostro chef e la cucina per le moltissime prenotazioni. Molto bene anche i prodotti del territorio, le paste e le conserve, ma l'idea regalo più apprezzata sono state sicuramente le nostre borse confezionate con le selezioni dei nostri prodotti gourmet». Frigerio conclude assegnando all'amministrazione comunale un dieci e lode per l'iniziativa dei giochi di luce natalizi.

Altrettanto soddisfatta **Valentina Palagiano**, responsabile del negozio di abbigliamento Alanred. «Quest'anno l'incasso natalizio ha avuto un incremento rispetto allo scorso anno, siamo molto contenti. La clientela apprezza il fatto che

ALANRED
Valentina Palagiano con la collaboratrice

siamo produttori, abbiamo la fabbrica a Varese e questo ci consente di riassortire, con nuovi capi e a cadenza settimanale, i nostri punti vendita di cui uno anche a Lugano. In attesa dei saldi, adesso aspettiamo i cambi dopo Natale, per modello o per taglia, questo lo mettiamo sempre in conto, anche se in genere conosciamo la clientela. Gli articoli più venduti sono stati gli accessori da regalare: sciarpe, guanti e cappelli fanno sempre la parte del leone».

Bene anche per le calzature. «E' andata meglio dello scorso anno, stimerei un più 10%, anche se le vendita di Natale sono purtroppo diventate un momento di stallo fra il Black Friday e i saldi di fine stagione- dichiara **Elena Pozzi** del negozio di calzature Castelletti in piazza XX Settembre - Ci siamo resi conto che l'articolo di qualità viene acquistato principalmente approfittando degli sconti. Certo, ai regali

CASTELLETTI CALZATURE
Elena Pozzi (negozio piazza XX Settembre)

sotto l'albero non si rinuncia, soprattutto se hanno un prezzo contenuto, ma molti non esitano ad aspettare il periodo dei saldi per acquistare, per se stessi ad esempio, gli articoli con prezzi più impegnativi. Comunque, quest'anno le strade del centro storico sono state particolarmente frequentate, vi era una folla che non vedevo da anni».

C'è anche chi lamenta conseguenze a causa del maltempo. «Abbiamo lavorato molto in questi ultimi giorni che hanno preceduto il Natale, quando il tempo è migliorato e la gente ha ricominciato a fare shopping - racconta **Gabriele**, figlio di **Gabriella** e **Mario Giudici**, dell'omonima profumeria che da oltre 43 anni si affaccia in via Roma – non abbiamo ancora tirato le somme, crediamo comunque che sia andata come lo scorso anno. Ora aspettiamo il periodo dei saldi per proporre a prezzo scontato alcuni

BEAUTY STAR
Simona Sangalli con la collaboratrice

dei nostri prodotti; i profumi ad esempio non seguono queste dinamiche, in ogni caso è possibile trovare qualche promozione».

Dello stesso parere **Simona Sangalli** del Beauty Star in via Cavour. «E' stato un Natale strano ed anomalo per le vendite – riferisce – A causa del brutto tempo pensiamo che molte persone si siano dirette nei centri commerciali per fare acquisti. Questo ha un po' compromesso le nostre performance, che ci auguravamo potessero essere superiori allo scorso anno, invece non abbiamo avuto un incremento. Con l'arrivo di condizioni meteo migliori, solo qualche giorno prima delle festività, abbiamo notato molto più movimento in negozio. Gli articoli più venduti, come ogni anno, sono stati i profumi ma anche i cofanetti regalo con creme e bagnoschiuma».

Uno dei luoghi più frequentati dalle famiglie con bimbi è sicuramente il negozio di giocattoli. «Non è stato uno degli anni migliori, anzi direi che sotto certi aspetti è stato proprio deludente rispetto ai 3 anni passati - racconta **Glauco Cogliati** che insieme alla socia **Roberta Riva** gestisce La Città del Sole – Questa situazione purtroppo la condividiamo anche con altri punti vendita della nostra catena. Per la tipologia del nostro articolo, il Natale rappresenta il 35% di fatturato annuo se le vendite vanno bene, ma personalmente credo il Black Friday abbia in qualche modo assorbito delle potenziali vendite di dicembre».

Anche le gioiellerie sono meta di molti amanti del regalo prezioso. **Pinuccia Gallarati**, dell'omonima gioielleria di via Roma che ha festeggiato proprio questo mese i 60 anni di attività, apprezza molto la novità di quest'anno, «i giochi di luce sono un segnale che qualche cosa si sta muovendo in questa città. Questa iniziativa ha attirato molti nuovi clienti, sia dal comasco che dalla Brianza. Anche le vendite ne hanno risentito positivamente. Abbiamo avuto Natali più difficili, da qualche anno vediamo una lenta risalita, non possiamo lamentarci. Certo, non sono più gli anni 80, quando c'era la coda in negozio. Ma c'è un ritorno al regalo prezioso».

Anche quest'anno gioie e dolori per i negozi che devono sempre più fare i conti anche con un'altra tendenza: gli acquisti online. Quest'anno il 32% degli italiani ha fatto esclusivamente shopping natalizio comodamente seduto in poltrona. Mentre dal 4 gennaio arriva il momento preferito da chi è disposto a rinunciare alle sorprese sotto l'albero per ottimizzare gli acquisti con i saldi.