

Trento



Saldi Gli sconti esposti sulla vetrina del negozio Dan John, fotoservizio © Pierluigi Cattani Faggion



Grigoli Elisa



Blue Tomato Tiziano



Pedrotti Raffaele



Chioco Comessa e titolare

«I saldi non tirano più come una volta»

L'allarme dei negozi del centro: sempre meno clienti, il centro va rianimato

di Gabriele Stanga

Non ci sono più i saldi di una volta. O almeno non attirano clienti come facevano qualche anno fa, salvo qualche rara eccezione. A dirlo sono i negozi della via del centro di Trento: alcuni lamentano la concorrenza spietata del commercio online, altri la carenza di parcheggi nelle vicinanze, che dissuade potenziali clienti dal visitare le botteghe. L'estate non porta in dote molti turisti, i tedeschi in visita sono calati, si vede qualche americano, qualche inglese e qualcuno che arriva dagli Emirati o da altri stati arabi. In generale, turisti e non, tutti sono molto più attenti a spendere e gli acquisti sono mirati. Un destino comune tanto ai negozi storici della città, quanto alle grandi catene. Non sono più gli sconti ad attrarre i consumatori e l'afflusso non è maggiore che durante il resto dell'anno.

«Il centro va rianimato»
E dire che passeggiando per le vie del centro non mancano di certo i cartelli che annunciano saldi: ci

sono da Dan John, da Boggi, ai Due Leoni, all'ottica Fielmann e persino nelle librerie come la Giunti, cui il cambio stagione non dovrebbe interessare più di tanto. Chi, invece, i saldi ha scelto di non farli, è Lucia, titolare di Lucia abbigliamento: «Soprattutto negli ultimi anni non attraggono più clienti del solito. Almeno fino ad agosto, sicuramente non farò sconti. qualche turista d'estate c'è ma noi lavoriamo più con la clientela locale, che ormai ci conosce. Chi viene da fuori difficilmente si ferma qui. Diciamo che per noi le vendite stanno andando bene ma non ci sono grosse differenze rispetto al resto dell'anno».

Una visione che condivide anche Elisa, della pelletteria Grigoli, che pure, a differenza della collega, ha in vetrina riduzione dal 20 fino al 50%: «I saldi non vanno, si lavora come si lavora normalmente nè più né meno. E sentendo i colleghi non è una cosa che riguarda solo noi, ma tutte le tipologie di merce, non solo scarpe e borse. E non è esente nemmeno chi fa fast fashion, c'è un calo generalizzato». Insomma, dice la negoziante, «i saldi non sono più un'attrattiva, una volta la gente li aspettava e nei primi 20 giorni c'era un lavoro

“

Gli sconti non attirano più. Una volta la gente li aspettava e portavano un afflusso importante. Oggi il lavoro è lo stesso che c'è durante l'anno

Elisa (Grigoli)

importante, da stare anche in tre ad assistere i clienti tutto il giorno. Adesso potrei fare un self service, per il tipo di assistenza che mi viene richiesto», osserva con un sorriso un po' amareggiato. Uno dei problemi riscontrati dalla negoziante è quello della mancanza dei parcheggi: «Alcuni clienti a volte mi chiamano perché hanno visto una storia su Instagram con un prodotto cui sono interessati, però chiedono o di tenerlo da parte o addirittura di spedirlo, ad esempio, a Cognola perché non vogliono passare 40 minuti a cercare parcheggio o spendere 2 euro e 20 per lasciare la macchina mezz'ora».

Sicuramente la scarsità di posti dove lasciare l'auto è un'aggravante in una situazione già non semplice» conclude Elisa. A completare il coro dei delusi, sono commesse e titolare della Chicco: «Non ci sono più i saldi di una volta, faccio questo lavoro da tanti anni ma il richiamo ormai è poco». E in linea generale da Trento «passa poca clientela, i turisti non sono poi così tanti e non spendono tanto come facevano i tedeschi una volta. La città e il centro storico avrebbero bisogno di essere rianimati, non solo in estate ma durante tutto l'anno».

Uno su mille ce la fa

Qualcuno a cui le cose vanno meglio, però c'è. È il caso di Raffaele, che gestisce il negozio di borse e calzature, Pedrotti: «Luglio è partito molto bene e soprattutto c'è più movimento rispetto all'anno scorso. In città si vede più gente, sia trentini che turisti». Turisti che provengono da aree diverse rispetto al passato: «Non ci sono più soltanto i tedeschi, come anni fa, ma anche visitatori da altri paesi. Un po' di americani ma soprattutto ne ho visti tanti dagli Emirati Arabi, ne vedo tante anche

a sorseggiare un drink nei locali». Si vendono «soprattutto calzature», spiega il commerciante. «Tanti si preparano per le cerimonie e vengono qui a comprare in anticipo per settembre. Vedo però anche un forte ritorno all'attenzione per il made in Italy, che secondo me è un segnale positivo», conclude.

Ha buoni riscontri soprattutto dai turisti anche Tiziano, del negozio Blue Tomato: «Andiamo meglio con i visitatori, perché conoscono la nostra catena già dall'estero, dato che è presente in molte località del Nord Europa e quando arrivano qui sanno già che possono trovare i saldi. Invece, l'italiano magari fa un giro, si guarda intorno, ma non acquista nulla. Aspetta sconti ulteriori ed è molto attento al prezzo finale». Ad ogni modo, «le prime due settimane sono andate abbastanza bene - aggiunge il commerciante - Col caldo abbiamo venduto tanti pantaloncini corti, soprattutto i "jords" e tante magliette. Anche le scarpe avvano bene, alcuni marchi fanno il 20% sul saldo addirittura e questo attrae clienti. Poi abbiamo tante altre promozioni che stanno funzionando bene», conclude.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Confesercenti Baratella, alla guida dei commercianti

Associazioni | Gravante (Federmoda) polemico, sulla Color run: «Poca comunicazione», Baratella: «Partenza buona»

«Negozi penalizzati da clima e manifestazioni»

E dopo le parole dei negozianti, arrivano anche i commenti delle associazioni di categoria. Da un lato Confesercenti parla di una «buona partenza», pur con una maggiore attenzione nell'acquisto da parte dei clienti, dall'altro Confcommercio è meno ottimista e descrive un andamento «a macchia di leopardo». Il primo a parlare è Ivan Baratella, presidente dei commercianti di Confesercenti del Trentino: «La partenza è andata bene, la gente gira, curiosa, valuta e confronta prima di spendere soldi per via della crisi in atto, le prime

sensazioni, però sono buone, nelle giornate molto soleggiate c'è minor affluenza, perché con il caldo la gente preferisce andare al lago che stare in città». I dati nazionali, però non sono dei migliori: «A livello italiano c'è sempre un segno meno sugli acquisti, aspettiamo la fine e vedremo i risultati. La concorrenza dell'e-commerce è sempre molto aggressiva e il rischio è quello di avere nel 2025 il quarto anno consecutivo con segno meno», conclude Baratella. Accanto a lui, parte con una piccola polemica il presidente di Federmoda, Gianni Gravante: «Il giorno in cui

dovevamo partire la Color run ci ha danneggiato, perché ci ha preso la sprovvista. Ben vengano queste manifestazioni, però ci deve essere un collegamento tra chi organizza e chi usufruisce. Invece noi non siamo stati avvisati, anche per questo ho chiesto un incontro al sindaco e al presidente dell'apt Bertagnoli, in modo da avere informazioni più dirette sul calendario degli eventi». Gravante spiega poi che «l'andamento dei saldi finora è stato un po' a macchia di leopardo, qualcuno è andato bene, qualcuno male. In generale i saldi estivi sono

meno premianti di quelli invernali per noi, tanta gente va in vacanza e c'è minore attenzione. Il turismo c'è ma è un turismo con un portafoglio diverso da quello invernale». Non è mancato poi un riferimento al clima: «Gli eventi atmosferici violenti hanno portato alla perdita di qualche cliente, mentre il caldo agevola la vendita dei capi leggeri». Secondo il presidente di Federmoda, però, la concorrenza dell'e-commerce ai negozi fisici non sarebbe così spietata come si dice: «Va un po' rivista questa leggenda metropolitana. Noi siamo vincenti rispetto alla vendita online, perché il cliente vuole ancora toccare con mano la merce e vedere i colori di persona. Nell'abbigliamento il commercio via internet ha attecchito meno che in altri settori».

© RIPRODUZIONE RISERVATA