

Saldi, Ascom stima 145 euro a persona per 116milioni e 800mila euro complessivi

“Mai come quest’anno i saldi hanno un valore fondamentale per la tenuta del sistema del commercio tradizionale”

Con il weekend, dopo l’avvio del 5 gennaio, si è aperto il primo banco di prova per gli acquisti scontati di capi invernali, con grande attesa per la coincidenza del ponte dell’Epifania, che porta anche turisti e visitatori in città e provincia. Le previsioni di spesa di Ascom Confcommercio Bergamo fanno ben sperare, con 145 euro a persona (erano 139 nel 2023) che in media verranno spesi sul nostro territorio. Una cifra in rialzo di 6 euro rispetto ai 139 euro del 2023 (erano 134 nel 2022 e 124 nel 2021), ma che purtroppo non basta nemmeno ad assorbire l’inflazione. Sono oltre 350mila le famiglie che acquisteranno in saldo, con 805.474 bergamaschi dedicati al rito della caccia ai capi scontati, magari già adocchiati in vetrina nei giorni precedenti. La spesa complessiva stimata da Ascom Confcommercio Bergamo è di 116 milioni e 800mila euro. Il 72,5% farà qualche acquisto in saldo in Bergamasca, percentuale superiore a quella nazionale (61,7%), anche per l’importanza degli acquisti di capi della stagione autunno-inverno a queste latitudini. La media di spesa nazionale, rilevata dall’Ufficio Studi Confcommercio, è di 137 euro a persona per un giro d’affari complessivo di 4,8 miliardi di euro e 15,8 milioni di famiglie italiane impegnate nello shopping d’occasione. “Mai come quest’anno i saldi hanno un valore fondamentale per la tenuta del sistema del commercio tradizionale- spiega il direttore di Ascom Confcommercio Bergamo **Oscar Fusini** -. Veniamo da una stagione difficile. Anche se non si riusciranno a recuperare i margini persi negli ultimi mesi, la maggioranza dei piccoli imprenditori attende i saldi per sostenere le vendite e per riallestire i negozi con

le nuove collezioni moda e fare acquisti per la nuova stagione”.

Come già accaduto con i saldi estivi, a garanzia di chi acquista ci sono le ulteriori tutele del nuovo Codice del consumo, che cambia le norme su sconti, promozioni e liquidazioni. In particolare, l’obbligo di indicare il prezzo praticato nei 30 giorni antecedenti l’avvio degli sconti, con il rischio di sanzioni fino a 3098 euro.

Sui saldi invernali in arrivo restano però anche delle zone d’ombra. Sono quelle denunciate da **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federmoda, che punta il dito contro la pratica dei pre-saldi e con gli sconti tutto l’anno: “Una consuetudine purtroppo consolidata, che è bene ricordare quanto sia completamente fuori norma, che il nuovo codice del consumo va a regolamentare a tutela dei consumatori. Sconti e saldi non andrebbero mai anticipati. Questi, in aggiunta al Black Friday (che per alcuni esercenti dura non due giorni, ma settimane), contribuiscono a creare una gran confusione nei consumatori e un’importante disparità tra i commercianti che li applicano e i commercianti che non li applicano perchè non sostenibili. I saldi devono essere visti come un elemento per rilanciare i consumi, ma devono essere saldi veri e di fine stagione, senza continue promozioni e pratiche illecite e scorrette. Il commercio può anche resistere, soprattutto ora che abbiamo assorbito tanti costi per non riversarli sui consumatori, senza svendersi per mantenere i giusti margini tutto l’anno”.

PER IL CORRETTO ACQUISTO DEGLI ARTICOLI IN SALDO, FEDERAZIONE MODA ITALIA E CONFCOMMERCIO RICORDANO ALCUNI PRINCIPI DI BASE:

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 (d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo). 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. È rimesso alla discrezionalità del negoziante.
3. **Pagamenti:** le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante e vanno favoriti i pagamenti cashless.
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.
5. **Indicazione del prezzo:** obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale.

Bergamo, i saldi non partono bene: – 10-15% rispetto allo scorso anno

Pedrali: "Non si può continuare a lavorare con budget e quantitativi minimi imposti dai brand e dall'industria della moda"

Il primo bilancio dei saldi è decisamente negativo. Da un

sondaggio fatto da Ascom Confcommercio Bergamo i primi due fine settimana di saldi registrano un -10% sulle vendite di fine stagione rispetto allo scorso anno, con picchi anche del -30%. Un andamento negativo che rispecchia anche le vendite del mese di giugno, che hanno registrato in media un -10% rispetto al giugno 2022.

La caccia a capi scontati risente dell'inflazione e della spending review familiare al ritmo della recessione: Ascom Confcommercio Bergamo stima che a rinunciare agli acquisti in saldo sarà il 5% in più delle famiglie rispetto allo scorso anno. I commercianti confidano in una ripresa delle vendite: l'assortimento nei negozi non manca e le occasioni di fare buoni affari, anche per i turisti in visita alla città e nelle principali località di villeggiatura, non mancano.

La crescita della merce esposta deriva dai maggiori acquisti effettuati nel 2022 in vista della primavera/estate 2023. "In questi ultimi anni, estremamente difficili per il comparto, i negozi si sono trovati a dover ordinare più di quanto necessario, nonostante il calo generalizzato degli acquisti nei negozi, per non parlare dell'aumento degli affitti e delle spese energetiche – commenta **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, Calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo, oltre che consigliere nazionale di Federazione Moda Italia -. L'industria della moda oltre ai rialzi di listino punta a mantenere budget prefissati; così se si vogliono continuare a proporre marchi e articoli che contraddistinguono la propria insegna si è costretti ad ordinare stock di merci che vanno oltre la sostenibilità d'impresa, già messa a repentaglio da rincari e inflazione".

E le imprese stanno già acquistando per la prossima primavera/estate: "Stiamo facendo ora gli ordini per la primavera estate 2024, senza avere previsioni ma solo imposizioni. Non si può continuare a lavorare con budget e quantitativi minimi imposti dai brand e dall'industria della moda – continua Pedrali -. I commercianti stanno mettendo in

campo strategie per contenere gli aumenti senza scaricare i costi sui consumatori. Sarà comunque importante e cruciale per i prossimi mesi dedicare cura allo studio e alla pianificazione degli sconti durante tutto l'anno, facendo attenzione al prezzo finale proposto per fidelizzare e venire incontro ai consumatori, in modo tale che i saldi non siano l'unico salvagente delle imprese. Dalle Istituzioni ci aspettiamo interventi utili al comparto come ad esempio quelli che abbiamo richiesto e che continueremo a richiedere al Tavolo della Moda: in particolare, una misura per ridurre il costo delle locazioni commerciali; un'Iva agevolata sui prodotti di moda Made in Italy e un bonus moda per l'acquisto di prodotti ecosostenibili".

Saldi al via, Ascom stima una spesa di 232 euro a famiglia per un valore di oltre 67 milioni di euro

Per la prima volta data unica nazionale per le svendite. In calo del 5% il numero di famiglie che faranno shopping alle prese con inflazione e rincari

Scatta l'ora dei saldi estivi a Bergamo, come nel resto della Lombardia e in tutto il Paese, eccezion fatta per l'Alto Adige (14 luglio). Il clima, con temperature elevate e meteo in linea di massima favorevole, incentiva lo shopping di stagione. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia (15,8 milioni) spenderà in media 213 euro – pari a 95

euro pro capite – per un valore complessivo di 3,4 miliardi di euro. Il dato è in aumento rispetto allo scorso anno, grazie anche al ritorno del turismo nazionale e internazionale.



Oscar Fusini

Le previsioni a livello locale di Ascom Confcommercio Bergamo sono leggermente al di sopra della media nazionale, con un budget pari a 232 euro a famiglia, per una media pro-capite pari a 99,50 euro per un valore complessivo di oltre 67 milioni di euro. In calo però, in base alle stime Ascom Confcommercio Bergamo, il numero di famiglie che acquisterà articoli in saldo, il 61% contro il 66% dello scorso anno. “Quest’anno prevediamo un lieve aumento della spesa per famiglia, ma una minore partecipazione ai saldi. Un calo, stimato di circa il 5%, dovuto alle maggiori difficoltà economiche in cui molte delle nostre famiglie si stanno imbattendo – commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Questi saldi saranno il primo banco di prova per l’applicazione delle nuove normative introdotte dal Codice del Consumo, che modifica le norme sugli sconti, promozioni, liquidazioni e saldi e introduce per la prima volta una regolamentazione delle vendite online. Infine per la prima volta in Italia tutte le regioni partiranno con i saldi estivi domani e non ci sarà un’inutile concorrenza tra territori”.

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte: via libera dunque agli affari, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d'occasione.



Diego Pedrali

“Speriamo che il nuovo Codice del Consumo possa regolamentare la giungla delle vendite online per un commercio all’insegna del principio stesso mercato, stesse regole- commenta Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federazione Moda Italia-. Importante anche la data uguale in tutta Italia per l’appuntamento con gli sconti. Dopo anni di dibattito si è finalmente arrivati alla definizione di una data unica nazionale di partenza dei saldi per mantenerne l’appeal e tutelare le attività coinvolte, che stanno soffrendo enormemente il calo dei consumi e i rincari. I tagli ai prezzi dei cartellini? Saranno come gli altri anni progressivi: dal 20-30% iniziale fino al 40%”. Le vendite di fine stagione dureranno 60 giorni dal primo giorno di saldi, domani 6 luglio, fino al 3 settembre a Bergamo e in tutta la Lombardia. “Sarà comunque importante e cruciale per i prossimi mesi dedicare cura allo studio e alla pianificazione degli sconti durante tutto l’anno, facendo attenzione al prezzo finale proposto per fidelizzare e venire incontro ai consumatori, in modo tale che i saldi non siano l’unico

salvagente delle imprese” continua Diego Pedrali.

LE REGOLE PER SALDI CHIARI E SICURI

CAMBI La possibilità di cambiare il capo acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante. Tuttavia, se il prodotto è danneggiato o non conforme (ex artt. 130 e ss. d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo e successive modificazioni) scatta l’obbligo per il negoziante di riparazione o sostituzione entro un congruo periodo di tempo e, nel caso ciò risulti impossibile o se i costi che il venditore dovrebbe sostenere siano sproporzionati: riduzione o restituzione del prezzo pagato. Il compratore è tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

PROVA DEI CAPI Non c’è obbligo. È rimessa alla discrezionalità del negoziante.

PAGAMENTI Le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante e vanno favoriti i pagamenti cashless.

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

INDICAZIONE DEL PREZZO Obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita (che in base al D.Lgs 26/2023, è il più basso applicato alla generalità dei consumatori nei trenta giorni precedenti l’avvio dei saldi), lo sconto e il prezzo finale.

MODIFICHE SARTORIALI In caso di modifiche e/o adattamenti sartoriali alle esigenze della clientela (es. orli, maniche, asole) il costo è a carico del cliente, salvo diversa pattuizione. Va data preventiva informazione al cliente.

Come negli anni precedenti tra le varie iniziative promosse da

Confcommercio sul territorio nazionale si segnalano le campagne di Federazione Moda Italia “Saldi Chiari e Sicuri”, “Saldi Trasparenti” e “Saldi tranquilli”.

Saldi al banco di prova del nuovo Codice del Consumo

Novità su annunci di sconti e riduzioni, la nuova norma pone ordine al caos del web e delle pratiche sleali. I chiarimenti nel convegno Ascom Federmoda



Massimo Torti illustra le novità ai commercianti



Massimo Torti e Diego Pedrali

Dal 1°luglio cambia la normativa sugli sconti, giusto qualche giorno prima dell'avvio dei saldi, che inizieranno il 6 luglio. Il D. Lgs. n. 26 del 7 marzo 2023 (che ha recepito la direttiva UE 2019/2161 "Direttiva Omnibus" riguardo il codice di tutela del consumatore) modifica la normativa sugli sconti e impone regole molto più rigide riguardo le pratiche commerciali sleali, l'adeguamento dell'e-commerce, le sanzioni per i comportamenti ingannevoli che possono interessare la tutela di salute, sicurezza e minori.

L'impatto sulle imprese avviene ad ogni livello, dal piccolo negozio o banco del mercato fino ai portali di vendita on line o di pubblicità e richiede l'adeguamento dei sistemi informatici gestionali, le schede prodotto, la documentazione contrattuale e informativa per l'e-commerce e l'operatività in store riguardo ai cartellini prezzi e alla gestione delle vendite straordinarie, promozionali, di fine stagione e di liquidazione. Su abbigliamento calzature, articoli sportivi, accessori della moda oltre ai prodotti di elettronica c'è una ricaduta di applicazione molto pesante.

Se le poche righe del decreto indicano che il prezzo di riferimento nell'annuncio di sconto è quello più basso praticato dal venditore nei trenta giorni precedenti, l'impatto della norma porta a decine di applicazioni diverse e a centinaia di domande a cui rispondere. I nuovi cartellini prezzi devono rispondere da subito agli obblighi previsti dalla legge, a pena di sanzioni (da euro 516,00 a euro

3.098,00). Per questo motivo Ascom Confcommercio Bergamo e Federazione Moda Italia hanno organizzato un incontro con l'obiettivo di offrire le risposte che gli operatori si attendono per affrontare l'imminente avvio dei saldi. "In anni difficili per il comparto come quelli che abbiamo



vissuto e stiamo vivendo è auspicabile una maggiore partecipazione alla vita associativa, come vedo oggi in questa aula piena - introduce il convegno così Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e consigliere nazionale Federazione Moda Italia, da 40 anni imprenditore nel settore moda maschile con la sua insegna L'uomo più di Torre Boldone -. Con la nostra associazione in rappresentanza delle insegne multimarca indipendenti stiamo portando avanti con successo diverse battaglie a tutela dei centri storici e della vivacità dei nostri borghi. Rappresentiamo l'anima più autentica del commercio e diamo voce e tutela a tutti quegli imprenditori che ogni giorno con le loro vetrine animano le vie dei piccoli comuni montani come delle grandi città. Sono a disposizione per qualsiasi richiesta e chiarimento". La nuova normativa prevede in generale maggiori tutele per i consumatori a partire già dai saldi estivi, ma viene messo ordine anche sul web: "Si tratta di una legge ottima, ma che deve essere applicata - commenta il direttore Ascom Confcommercio Oscar Fusini -. La legge va conosciuta in tutti i suoi aspetti principali e nelle sue applicazioni dagli esercenti e dai consumatori, nel rispetto delle regole e a tutela delle proprie ragioni. Va detto che la maggior parte delle truffe e pratiche sleali o scorrette avviene online: è qui tra social, piattaforme e altri canali digitali che si concentrano irregolarità. Per cui ci aspettiamo che una legge evoluta come il nuovo Codice del consumo evolga di pari passo con controlli e sanzioni per andare a porre paletti e regole sul web, che

per certi versi è un Far West". Sul commercio elettronico le novità sono rilevanti. "Il mare magnum di sconti che vediamo ogni giorno su internet viene regolamentato- sottolinea Massimo Torti, segretario generale Federazione Moda Italia-. La legge modernizza il codice del consumo alla luce dello sviluppo dell' e-commerce e la rende uniforme a livello europeo, rafforza l'azione di contrasto dell'autorità pubblica ed inasprisce le sanzioni che per le piattaforme potranno arrivare fino ai 10 milioni di euro e addirittura al 4% del fatturato. Grazie a questa norma colossi della moda che attuavano pratiche scorrette online hanno avuto sanzioni pesanti. La normativa obbliga, inoltre, alla trasparenza nelle ricerche on line, interviene sulle recensioni false o acquistate, vieta il bagarinaggio digitale e obbliga alla chiarezza nel caso di prezzo dinamico deciso da un algoritmo". Non da ultimo si prefigge di dare ordine al caos del "Black Friday" : "Diventa d'obbligo un'attenta pianificazione delle promozioni e della comunicazione delle scontistiche, perché il prezzo a cui andrà applicato lo sconto sarà sempre quello più basso applicato nei trenta giorni precedenti se è diverso da quello di listino. E i nuovi cartellini dovranno indicare il prezzo pieno, lo sconto e il prezzo finale" continua Torti . Il decreto, nella parte che riguarda gli annunci di riduzione dei prezzi, si applica alla vendita di qualsiasi prodotto con le sole eccezioni dei prodotti agricoli, dei prodotti deperibili ed esclude i cosiddetti "prezzi di lancio" e le "vendite sottocosto". L'impatto è rilevante: "Impone l'adeguamento gestionale, schede prodotto, documentazione e-commerce, ma anche in-store per la gestione dei cartellini- continua Massimo Torti-. Il consiglio è quello di dedicare maggiore attenzione alla pianificazione degli sconti, in particolare nel mese antecedente occasioni di festa particolari. Fondamentale annotare ogni sconto o promozione applicata rispetto ai listini, articolo per articolo. La ratio della legge è quella di porre freno a pratiche commerciali scorrette, dalle vendite sottobanco alle abbuffate di sconti vietati online, ma la legge si applica a tutti. E noi dobbiamo

farci trovare preparati e adeguarci". In vista dei saldi va precisato che gli sconti devono indicare prezzo iniziale, percentuale di sconto e prezzo finale: "Nulla di sostanzialmente nuovo rispetto a quello che normalmente avviene nei negozi, ma è bene ricordare le regole. Quando la riduzione di prezzo aumenta progressivamente durante una medesima campagna di vendita senza interruzioni, la classica prassi dei saldi (dal 20 al 30 per cento e così via), il prezzo precedente è quello che si applica alla prima riduzione di prezzo. Per le riduzioni successive il prezzo precedente è il prezzo originario di partenza della campagna di vendita - chiarisce Torti -. Se il prezzo iniziale è di 100 euro i successivi cartellini indicheranno il prezzo di 100 euro e di 80 euro quando lo sconto è al 20%, di 100 euro e 70 euro quando lo sconto arriva al 30% e di 100 euro e 50 euro per gli sconti più forti al 50%".

Saldi, bilancio tra luci e ombre: +4% in media rispetto al 2022

Vendite appese al meteo, la ripresa delle cerimonie invita agli acquisti



Diego Pedrali

Con la fine dei saldi ed eventi come lo Sbarazzo, le vetrine si vestono a nuovo ospitando le collezioni primavera-estate di abbigliamento e calzature e le ultime novità per lo sport, in particolare all'aria aperta. I commercianti sperano in una ritrovata voglia di fare shopping dopo anni difficili e un bilancio dei saldi al di sotto delle aspettative, che non basta per supportare le maggiori spese – bollette in testa relative alle attività e i costi fissi, a partire dagli affitti, sempre più difficili da sostenere. Rispetto allo scorso anno, un 2022 ben lontano dal poter essere definito soddisfacente, le vendite di fine stagione hanno segnato un +4% complessivo, con dati tuttavia negativi nei centri più piccoli e nelle vie periferiche o nei paesi lontani dalle principali località di villeggiatura. “L'anno scorso è stato l'ennesimo anno difficile per il commercio, fare peggio sarebbe stato impossibile- commenta Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo, de “L'uomo più” di Torre Boldone-. I costi fissi in notevole aumento e l'imposizione dei fornitori di ordini minimi per assicurare la produzione dell'industria della moda, stanno mettendo in ginocchio il settore. Non è stato d'aiuto nemmeno il clima, in una stagione contraddistinta da sbalzi termici. Ma a destare particolare preoccupazione è la percezione di una certa disaffezione per lo shopping. Si vede girare sempre meno gente per vetrine, forse anche perché con promozioni e svendite continue anche fare acquisti perde appeal”. Ora, tra rialzi di temperatura e

la primavera che timidamente inizia a bussare alla porta, si spera in un buon marzo: “L’anno scorso marzo è stato un mese da dimenticare, segnato e condizionato irrimediabilmente dall’inizio a fine febbraio dal conflitto tra Russia e Ucraina- continua Pedrali-. Confidiamo in una riscoperta del piacere di rinnovare il guardaroba con capi alla moda”. La ripresa delle cerimonie si spera possa aiutare il comparto: i negozi specializzati nella vendita di abiti per le occasioni più importanti sono positivi, grazie anche a un +10% rispetto allo scorso anno, registrato anche nei saldi. E del ritorno agli eventi può beneficiare tutto il comparto, stimolando acquisti di capi, anche importanti. Oltre alle ricorrenze speciali, matrimoni in testa, si tornano a festeggiare in grande post pandemia i diciottesimi.

Il dato rilevato da Ascom Confcommercio Bergamo , che registra un +4% delle vendite di fine stagione rispetto al 2022, è peggiore di quello nazionale rilevato da Federazione Moda Italia. Federmoda evidenzia come a gennaio le vendite a livello nazionale abbiano segnato il +8,9% e a febbraio il +5,3%. In particolare a gennaio il 65% dei commercianti ha dichiarato di avere registrato un incremento delle vendite, mentre il 16% sostanziale stabilità (positivo quindi nel complesso il bilancio per l’81% del campione rappresentativo di insegne abbigliamento, calzature e articoli sportivi). Febbraio è stato comunque abbastanza buono: il 54% dei commercianti ha segnato un aumento delle vendite, il 25% in linea con lo scorso anno (positivi nel complesso il 79%).

Tra i capi più venduti a livello nazionale cappotti, giubbini e piumini, seguiti da maglieria, pantaloni e jeans, scarpe da donna, intimo e pigiama e abiti.

“Il dato locale- commenta Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo- è in questo caso peggiore del nazionale per la particolare distribuzione commerciale in una provincia particolarmente estesa come la nostra che annovera oltre 240 comuni. Se le vendite hanno tenuto o sono cresciute rispetto allo scorso anno nei centri principali, a soffrire sono stati i negozi nei comuni più piccoli o che non contano su

visitatori e turisti”.

Saldi estivi, in città e nelle località turistiche dati sopra la media nazionale

Dalle prime rilevazioni di Ascom Confcommercio Bergamo, l'incremento registrato nei due mesi è del 5% rispetto al 2021

La stagione dei saldi estivi si conclude oggi, martedì 30 agosto dopo 60 giorni di calendario dalla partenza del 2 luglio 2022. Dalle prime rilevazioni fatte da Ascom Confcommercio Bergamo, l'incremento registrato nei due mesi di saldi è del 5% rispetto al 2021. Il dato è depurato dal segno molto positivo registrato dai settori della ristorazione, presente in molti osservatori nazionali e locali e che ha contribuito a raddoppiare a circa il 10% l'incremento dei consumi registrato nei mesi di luglio ed agosto.

Per abbigliamento, calzature e articoli sportivi, dopo un avvio meno eclatante rispetto agli anni scorsi, le vendite sono proseguite anche nella seconda metà di luglio ed a agosto. Il segno positivo bergamasco supera inoltre un peggioramento rilevato da Federmoda a livello nazionale, riscontrato in un - 10% a luglio. A livello nazionale si è in attesa dei dati di agosto, che difficilmente ribalteranno una tendenza che non ha premiato le vendite di fine stagione in generale nella penisola.

A trascinare il segno positivo a Bergamo sono stati la città, i luoghi turistici delle valli e dei laghi ed i centri commerciali. Un fattore positivo è stato il turismo, almeno

per le località che ne hanno beneficiato, facendo registrare presenze superiori agli anni prima della pandemia.

*«Anche se la media conferma un incremento del 5% rispetto alla stagione dei saldi estivi 2021, la situazione non è stata favorevole per tutti – commenta **Oscar Fusini, direttore di Ascom Confcommercio Bergamo** -. Non mancano infatti imprese, poco meno della metà, che hanno registrato segni negativi rispetto all'estate 2021. Sono soprattutto i negozi posti nei centri urbani dei comuni di più piccola dimensione e con assenza di turismo. L'anno boom delle vacanze, anche dei bergamaschi, ha favorito le ferie delle famiglie, almeno quelle con la possibilità economica, erodendo le vendite dei negozi vocati alla clientela più locale».*

Con la chiusura dei saldi si inaugura ufficialmente la stagione autunnale che parte con i buoni risultati dell'estate e con molte preoccupazioni, a partire dal caro energia che sta mettendo in grave difficoltà le imprese di ogni settore ed anche del terziario. Nel commercio la situazione peserà il doppio non solo per l'aggravio dei costi per i negozi, ma anche per la riduzione della possibilità di spesa dei consumatori.

Saldi al via, 228 euro la spesa stimata a famiglia per un indotto di 70,9 milioni di euro

Tagli ai prezzi dei cartellini progressivi. Occasione per fare buoni affari in vista degli annunciati aumenti delle prossime

collezioni

Conto alla rovescia per la partenza dei saldi estivi, sabato 2 luglio. Fino al 30 agosto a Bergamo e nel resto della Lombardia sarà possibile acquistare capi e accessori moda primavera-estate a prezzi scontati. Il clima, con temperature elevate e solleone, incentiva lo shopping di stagione. E, in vista degli annunciati aumenti da parte dell'industria della moda dei prezzi a catalogo nei prossimi mesi (si stima un ritocco al rialzo del 10-12% in media con punte fino al 20%), si possono fare affari ancora più interessanti, senza indecisioni e tentennamenti nello shopping d'occasione.

Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 202 euro – pari a 88 euro pro capite – per un valore complessivo di 3,1 miliardi di euro. 15,4 milioni di famiglie italiane non rinunceranno allo shopping d'occasione. Il dato è in aumento rispetto allo scorso anno, grazie anche al ritorno del turismo nazionale e internazionale.

Le previsioni a livello locale di Ascom Confcommercio Bergamo sono leggermente al di sopra della media nazionale, con un budget pari a 228 euro, per una media pro-capite pari a 97,50 euro per un valore complessivo di 70,9 milioni di euro. Il 66% delle famiglie bergamasche (310.200 su 470mila totali, dato Istat) acquisteranno articoli in saldo. *“I dati confermano una voglia di fare acquisti da parte dei consumatori- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Confcommercio Bergamo-. Dopo lo choc dei primi mesi dell'anno dovuti alla guerra e al rincaro energetico, le vendite stanno recuperando. I problemi certamente persistono, ma i bergamaschi, come testimonia la ripresa dei consumi fuori casa, vogliono tornare a uscire e fare acquisti. Ci aspettiamo un luglio e agosto buoni e confidiamo, non senza qualche preoccupazione, in una tenuta per settembre”.*

Le aspettative da parte dei commercianti sono alte, anche se

pesa sempre più la concorrenza senza regole di promozioni e sconti, vietati come impone la legge regionale, nei trenta giorni antecedenti i saldi. *“Su internet la deregulation è totale e la concorrenza sleale dell’online pesa sempre più sulle attività tradizionali, senza contare che i colossi del web hanno beneficiato di un’importante rendita di posizione. C’è molta attesa per l’attuazione degli accordi per la global minimum tax– commenta **Diego Pedrali**, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo-. Promozioni e perfino Black Friday estivi stanno impazzando ovunque, a scapito di chi segue e rispetta le regole e dell’attesa stessa di quello che è sempre stato un appuntamento sentito come la partenza dei saldi”.*

I tagli ai prezzi dei cartellini saranno come gli altri anni progressivi: dal 20-30% iniziale fino al 40%. Da anni la maggior parte dei commercianti invoca un cambio di data per le svendite che, per loro stessa definizione, sono nate per essere “di fine stagione”: *“Il tema è complesso, perché è inutile rinviare i saldi se si parte prima con gli sconti - continua Pedrali-. Dopo anni di dibattito si era arrivati alla definizione di una data unica nazionale di partenza dei saldi per mantenerne l’appeal e tutelare le attività, ma il calendario perde di valore se non si rispetta il codice del consumo”.*

Andamento delle vendite positivo negli ultimi due mesi

L’avvio dell’anno non è stato dei migliori, come evidenziano i più recenti dati Federmoda (-9% a gennaio rispetto allo stesso periodo del 2021, seguito da -16,3% a febbraio e -4,5% a marzo), ma aprile e maggio, anche se ben distanti dai dati pre-covid, segnano un rapido recupero: +3,5% ad aprile e +5,7% a maggio, ritenuto dal 59% degli intervistati un mese positivo.

Il 78% dei commercianti non ha effettuato vendite online o a domicilio e la maggioranza di chi ha optato per e-commerce, il

68%, non ha superato il 5% del fatturato. La percentuale di imprese che ha scelto di affiancare le vendite online all'attività tradizionale è passata dal 14,4% del 2019 al 51,2%. Instagram è tra i canali di promozione emergenti (30,3%), seguito da sito web (21,2%), whatsapp (16,7%), facebook (13,6%), piattaforme aggregatrici (9,1%).

LE REGOLE FEDERMODA PER SALDI CHIARI E SICURI

CAMBI La possibilità di cambiare il capo acquistato è generalmente lasciata alla discrezionalità del negoziante. Tuttavia, se il prodotto è danneggiato o non conforme (ex artt. 130 e ss. d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo e successive modificazioni) scatta l'obbligo per il negoziante di riparazione o sostituzione entro un congruo periodo di tempo e, nel caso ciò risulti impossibile o se i costi che il venditore dovrebbe sostenere siano sproporzionati: riduzione o restituzione del prezzo pagato. Il compratore è tenuto a denunciare il vizio del capo entro due mesi dalla data della scoperta del difetto.

PROVA DEI CAPI Non c'è obbligo. È rimessa alla discrezionalità del negoziante (Non sono più previsti obblighi di effettuare la prova dei prodotti previa disinfezione delle mani e di utilizzo delle mascherine, anche nei camerini).

PAGAMENTI Le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante. Da domani, 30 giugno 2022, per chi non accetta pagamenti con bancomat e carta di credito (ex art. 18 del Decreto Legge n. 36 del 30 aprile 2022) scatteranno le sanzioni (pari ad una quota fissa di 30 euro cui va aggiunta una quota pari al 4% del valore della transazione rifiutata).

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

INDICAZIONE DEL PREZZO Obbligo del negoziante di indicare il

prezzo normale di vendita e la percentuale di sconto (In altre regioni è richiesta anche l'indicazione del prezzo finale)

MODIFICHE SARTORIALI In caso di modifiche e/o adattamenti sartoriali alle esigenze della clientela (es. orli, maniche, asole) il costo è a carico del cliente, salvo diversa pattuizione. Va data preventiva informazione al cliente.

Dal 5 gennaio saldi al via: c'è fiducia nei negozianti

Secondo Ascom Confcommercio Bergamo la spesa procapite è di circa 134 euro, per una spesa complessiva di oltre 147,5 milioni di euro e un aumento dell'8% rispetto al 2021

Da mercoledì 5 gennaio anche in Lombardia scatta ufficialmente la stagione dei saldi invernali che terminerà sabato 5 marzo. Nonostante le molte preoccupazioni per il Covid-19, i saldi si confermano un'opportunità per i consumatori a caccia di affari e le stime dell'Ufficio Studi Confcommercio parlano chiaro: anche quest'anno lo shopping dei saldi interesserà oltre 15 milioni di famiglie e ogni persona spenderà circa 119 euro (111 euro pro capite nei saldi 2021 e 140 nel 2020), per un giro di affari di 4,2 miliardi di euro (3,9 miliardi di euro nei saldi 2021 e 5,1 miliardi di euro nel 2020). In Bergamasca, secondo Ascom Confcommercio Bergamo, la stima è più alta con una spesa procapite di circa 134 euro, e una spesa complessiva di oltre 147,5 milioni di euro, con un aumento dell'8% rispetto al 2021.

*“Numeri che fanno sorridere considerando il periodo – sottolinea **Oscar Fusini, direttore Ascom Confcommercio Bergamo** -. Nei mesi scorsi le famiglie bergamasche hanno risparmiato*

di più rispetto agli anni precedenti e quindi c'è una maggiore propensione e voglia di acquistare così come è già accaduto tra novembre e dicembre. Il vero rischio è nello spauracchio di nuove restrizioni al vaglio del Governo che limiterebbero gli spostamenti e quindi le occasioni di shopping".

Al di là di ipotetici scenari negativi, le previsioni fanno comunque ben sperare come sottolinea **Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio**: *"Confidiamo che in questi 60 giorni i consumatori bergamaschi vogliano concedersi un regalo di moda per poter soddisfare un desiderio dopo tante restrizioni. È anche vero però che i saldi stanno perdendo la loro efficacia: in passato erano un momento molto atteso dalle famiglie ma gli sconti continui promossi durante tutto l'anno hanno fatto perdere l'appeal a questo periodo. Così facendo si sta sempre più perdendo il fascino di una volta che caratterizzava i tanto attesi saldi".*

Ad ogni modo, le vendite di fine stagione rappresentano un'opportunità sia per i consumatori sia per i commercianti che rinunciano a margini di guadagno nell'auspicio di ritrovare una stabilità. Secondo Pedrali, infatti, lo stato d'emergenza che ancora oggi permane può fare da leva al commercio al dettaglio, rilanciando il ruolo e il valore dello shopping sotto casa: *"Acquistare nei negozi significa poter contare su relazione umana, servizio in loco e prova e consegna istantanea – conclude Pedrali -. Poter vedere e toccare i capi interessati dal vivo e capire il prodotto che si acquista è infatti un valore aggiunto per ogni consumatore e noi commercianti siamo pronti a riaccendere quella relazione umana con le persone che sta venendo meno a causa dell'uso sempre più esagerato della tecnologia".*

Saldi: "manuale" per un acquisto sicuro

Come ogni anno, infine, per il corretto acquisto degli

articoli in saldo Federazione Moda Italia e Confcommercio ricordano alcuni principi di base:

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 (d.lgs. 6 settembre 2005, n. 206, Codice del Consumo). 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. È rimesso alla discrezionalità del negoziante.
3. **Pagamenti:** le carte di credito devono essere accettate da parte del negoziante e vanno favoriti i pagamenti cashless..
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.
5. **Indicazione del prezzo:** obbligo del negoziante di indicare il prezzo normale di vendita, lo sconto e il prezzo finale.
6. **Rispetto delle distanze:** occorre mantenere la distanza di un metro tra i clienti in attesa di entrata e all'interno del negozio.
7. **Disinfezione delle mani:** obbligo di igienizzazione delle mani con soluzioni alcoliche prima di toccare i prodotti.
8. **Mascherine:** obbligo di indossare la mascherina fuori dal negozio, in store ed anche in camerino durante la prova dei capi
9. **Modifiche e/o adattamenti sartoriali:** sono a carico del cliente, salvo diversa pattuizione.

10. **Numero massimo di clienti in store:** obbligo di esposizione in vetrina di un cartello che riporti il numero massimo di clienti ammessi nei negozi contemporaneamente.

Saldi estivi al via dal 3 luglio in quasi tutta Italia. La spesa media sarà di 171 euro a famiglia

La durata massima è di 60 giorni. In Lombardia blocco delle vendite promozionali un mese prima dell'inizio dei saldi

Al via sabato 3 luglio i saldi estivi 2021 in quasi tutta Italia, Lombardia compresa. Da sabato pronti, quindi, ad approfittare di sconti interessanti nei negozi di abbigliamento. I saldi termineranno il 31 agosto. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 171 euro – pari a 74 euro pro capite – per un valore complessivo di 2,6 miliardi di euro. Sempre secondo l'Ufficio Studi saranno più di 15 milioni le famiglie che acquisteranno in saldo.

Per i negozianti però c'è una novità: rispetto all'anno precedente non sarà più possibile effettuare le vendite promozionali (30 giorni prima dell'inizio dei saldi): la

Regione Lombardia ha deliberato il divieto, sulla base dell'articolo 116, comma 2 della l.r. n. 6/2010 ("Testo unico delle leggi in materia di commercio e fiere"). A partire, dunque, da giovedì 3 giugno 2021 non saranno consentite le vendite promozionali (per maggiori informazioni ["Date e regole dei saldi" della Regione Lombardia](#)).

"Dopo un lungo periodo di restrizioni, i saldi rappresentano un'occasione importante per la nostra categoria che soffre di riflesso la crisi di tutta l'industria tessile – sottolinea **Diego Pedrali, presidente del Gruppo Abbigliamento, calzature e articoli sportivi Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio** -. Ci aspettiamo consumi in crescita rispetto allo scorso anno ma, soprattutto, una conferma del trend degli acquisti nei negozi di prossimità dopo il forzato ricorso agli acquisti sul web. Per chi cerca un prodotto di media-alta qualità, infatti, il negozio rappresenta la scelta più affidabile e sicura dove poter provare il capo, osservare con attenzione il colore senza il filtro di uno schermo e ovviamente toccare con mano il tessuto. Per questo oggi è ancora più necessaria l'introduzione di un'imposta minima globale sui ricavi dei colossi del web nei Paesi in cui operano: tassazione che, di fatto, rappresenterebbe la chiave di volta per il rilancio del nostro comparto. D'altro canto riteniamo indispensabile anche un intervento governativo per sostenere la filiera della moda, dalla produzione alla distribuzione, sul tema delle eccedenze di magazzino, a cominciare dal contributo sotto forma di credito d'imposta del 30% delle rimanenze. Solo così potremo affrontare il presente con il giusto coraggio e la predisposizione e propensione agli acquisti della prossima collezione".

Saldi chiari e sicuri

Come per lo scorso anno, nel rispetto delle linee guida per le attività economiche e produttive, sono confermate le modalità

di svolgimento delle vendite di fine stagione, che dovranno avvenire secondo una serie di regole sintetizzate nel decalogo dei "saldi chiari e sicuri".

In vista del periodo estivo dedicato ai saldi, Federazione Moda Italia e Confcommercio forniscono, in un decalogo aggiornato, una serie di indicazioni fondamentali, sia per gli esercenti che per i clienti, per effettuare gli acquisti in saldo seguendo norme di sicurezza e trasparenza. Prima fra tutte il rispetto del distanziamento sociale, l'obbligo di mantenere la mascherina nel negozio e la disinfezione delle mani, includendo informazioni utili per cambiare i capi danneggiati o favorire i pagamenti digitali.

Saldi, liquidazione e vendite promozionali: qual è la differenza

Infine, è opportuno ricordare che c'è differenza tra vendite di fine stagione (i cosiddetti saldi), vendite promozionali e vendite di liquidazione. Queste ultime si differenziano dalle prime due perché possono essere effettuate solamente se sussistono determinate condizioni, quali la cessione dell'azienda; la chiusura dell'attività commerciale; la ristrutturazione o rinnovo dei locali; il trasferimento dell'azienda in altro locale. Occorre, inoltre, informare il Comune di competenza prima di svolgere una vendita di liquidazione. È il Comune stesso, infatti, che dovrà verificare se l'attività che ha avanzato richiesta di liquidazione si trova nelle condizioni sopra elencate per poter procedere alla vendita correttamente.

Le vendite promozionali, invece, a differenza dei saldi che hanno carattere stagionale e riguardano i prodotti invenduti, non sono vincolate a particolari mesi dell'anno, seppur il loro svolgimento deve avvenire per un periodo di tempo limitato. Le direttive che riguardano le vendite promozionali sono dettate dalle Regioni, che ne disciplinano lo svolgimento

con lo scopo di distinguerle dai saldi. Sono le Regioni, infatti che, in accordo con le organizzazioni locali delle imprese del commercio e dei consumatori, possono eventualmente porre il divieto di effettuare le vendite promozionali tra i 15 e i 40 giorni prima dei saldi.

Per ulteriori informazioni [consulta la pagina dedicata "Guida ai saldi"](#).

Il calendario completo dei saldi

Abruzzo: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Basilicata: da venerdì 2 luglio a giovedì 2 settembre

Calabria: da sabato 3 luglio a mercoledì 1 settembre

Campania: da definire

Emilia Romagna: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Friuli Venezia Giulia: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Lazio: da sabato 3 luglio a venerdì 13 agosto

Liguria: da sabato 3 luglio a lunedì 16 agosto

Lombardia: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Marche: da sabato 3 luglio a mercoledì 1 settembre

Molise: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Piemonte: da sabato 3 luglio a sabato 28 agosto

Puglia: da sabato 3 luglio a mercoledì 15 settembre

Sardegna: da sabato 3 luglio a venerdì 3 settembre

Sicilia: da giovedì 1 luglio a mercoledì 15 settembre

Toscana: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Trentino Alto Adige: a Trento e provincia i commercianti determinano liberamente i 60 giorni di saldi, nella maggior parte dei comuni dell'Alto Adige i saldi estivi iniziano venerdì 13 agosto e terminano venerdì 10 settembre

Umbria: da sabato 3 luglio a martedì 31 agosto

Valle d'Aosta: da sabato 3 luglio a giovedì 30 settembre

Lombardia di nuovo rossa: un dramma per la moda nel bel mezzo dei saldi

Nel primo giorno di una Milano Fashion Week in edizione virtuale, le notizie di un ritorno in fascia rossa per la Lombardia scuotono la capitale della moda. Notizie che si sono poi confermate con l'Ordinanza del Ministro della Salute del 16 gennaio che ha collocato la Lombardia in "zona rossa" per 15 giorni. Tradotto: tutto chiuso tranne i rivenditori di generi alimentari, farmacie, parafarmacie, tabaccai, edicole, parrucchieri, barbieri, lavanderie, ferramenta, ottici, fiorai, librerie, cartolerie, informatica, negozi di abbigliamento per bambini e di giocattoli, profumerie, pompe funebri e distributori automatici.

Tra le tante categorie messe in ginocchio dalle restrizioni per il Covid anche il comparto moda e abbigliamento non è da meno. A opporsi all'Ordinanza che colora di rosso la Lombardia è **Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia-Confcommercio**: "Una scelta che rischia di affondare l'intera filiera, in un momento cruciale per il settore. I saldi sono partiti con il freno tirato per le forti apprensioni degli operatori alle prese con uno slalom di paletti e aperture a geometria variabile e la dilagante confusione generata dai decreti anche nei consumatori. Il 91% delle imprese intervistate evidenzia un preoccupante decremento delle vendite, con sei imprese su dieci che dichiarano un calo tra il 50 e il 90%. Dopo aver perso quella marginalità di sussistenza nel pieno della stagione per cause dovute certamente al minor reddito disponibile dei consumatori; all'eccessivo utilizzo dello smart working nel pubblico e nel privato; alla totale assenza dello shopping tourism; al venir meno delle occasioni d'incontro di lavoro e nel privato (pranzi, cene, feste, cerimonie, cinema, teatri, musei, "Prima

della Scala", piscine, palestre, ecc...), perdiamo ora anche la liquidità dei saldi che permette ai negozi di effettuare gli ordini alla produzione per le collezioni autunno/inverno 2021/2022, con ovvie ripercussioni sulla manifattura e sul made in Italy".

"Per evitare l'apocalisse del retail della moda – conclude Borghi – servono misure shock per sostenere in modo concreto la continuità dei negozi attraverso un contributo sull'effettiva perdita di fatturato e per la rottamazione dei magazzini con un credito di imposta pari al 60% del valore di acquisto delle merci invendute".

L'indagine sull'andamento delle vendite

Premessa l'assoluta incomparabilità tra l'andamento delle vendite nei primi dieci giorni del 2021 con lo stesso periodo del 2020 a causa della complessità e dell'eterogeneità delle variabili generate dall'emergenza da Covid-19, il monitoraggio di **Federazione Moda Italia-Confcommercio** evidenzia un **decremento delle vendite per il 91%** delle imprese che hanno risposto in maniera importante ai questionari diffusi dalle Associazioni del settore moda delle Confcommercio provinciali.

Il **56,7%** delle imprese ha dichiarato un **calo tra il 50 e il 90%**. L'**80,8%** delle imprese ha proposto **sconti tra il 20 e il 40%** (la maggior parte, pari al 52% delle aziende ha scelto una percentuale di sconto del 30%). Un'impresa su dieci sta praticando sconti medi del 50%.

Il **95% delle transazioni** è avvenuto **cashless** con la preferenza di Pagobancomat e Carte di debito (63,4%) seguita dalle Carte di credito (32,3%). Residuale il pagamento in contanti (4,3%).

Tra i prodotti **più venduti: maglieria** (46,8%); **pantaloni** (24,7%); **scarpe donna** (21,5%); **giubbotti, cappotti e piumini** (21,2%); **abiti donna** (18,6%); accessori (14,5%). **In sofferenza** le vendite di **abiti da uomo** e di **valige**.



**Lombardia zona rossa dal 17
gennaio: il vademecum**

NEGOZI APERTI

Supermercati e alimentari

Rimangono aperti ipermercati, supermercati, discount di alimentari, minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimenti vari, compresi i negozi che vendono surgelati.

Profumerie e articoli igienico-sanitari

Rimangono aperte le profumerie, le erboristerie e i negozi di cosmetica. Ma anche gli esercizi che vendono articoli igienico-sanitari.

Negozi di giocattoli e per bambini

Sono aperti i negozi di giocattoli, così come quelli di vestiti e calzature per bambini e neonati.

Articoli sportivi

Sono aperti i negozi di articoli sportivi, biciclette e articoli per il tempo libero.

Biancheria personale

Rimangono aperti anche gli esercizi commerciali che vendono biancheria personale

Computer, elettronica ed elettrodomestici

Tra le attività aperte ci sono i negozi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici.

Ferramenta

Rimangono aperti i negozi di ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione (incluse ceramiche e piastrelle).

Agricoltura, giardinaggio e fioristi

Tra le attività che non chiudono, ci sono gli esercizi commerciali che si occupano di vendita di macchine, attrezzature e prodotti per l'agricoltura e per il giardinaggio. Ma anche i fioristi e i negozi che vendono piante, bulbi, semi e fertilizzanti

Farmacie articoli medicali

Restano aperte le farmacie e altri esercizi specializzati di medicinali non soggetti a prescrizione medica. Sono aperti anche i negozi di articoli medicali e ortopedici.

Tabaccai

Sono aperti anche i tabaccai e gli esercizi specializzati nella vendita di sigarette elettroniche e liquidi da inalazione.

Librerie ed edicole

Restano aperte le librerie e le edicole.

Ottici e negozi di fotografia

Tra le attività che restano aperte ci sono gli ottici e i negozi di fotografia.

Cartolerie

Sono aperte anche le cartolerie e i negozi che vendono articoli da ufficio.

Negozi per animali

Restano aperti i negozi che vendono animali domestici e alimenti per animali domestici.

Parrucchieri e barbieri

Sono aperti i parrucchieri e i barbieri, mentre rimangono chiusi i centri estetici.

Lavanderie

Restano aperte le lavanderie

Distributori di benzina

Restano aperti i distributori di benzina

NEGOZI CHIUSI

Negozi di calzature, abbigliamento e gioielli

Serrande abbassate, invece, per i negozi di calzature, abbigliamento e gioielli.

Bar e ristoranti

Tutto il reparto ristorazione, dai bar ai ristoranti, deve rimanere chiuso, ma può continuare ad effettuare servizio d'asporto fino alle 18 (i bar) e fino alle 22 (ristoranti e pizzerie). È sempre consentita, invece, la consegna a domicilio