

# Confesercenti, dati Istat confermano, l'attesa del Black Friday paralizza le vendite



Il **Black Friday** non dà una spinta al commercio, anzi: come confermano i dati di novembre rilasciati oggi dall'Istat, l'attesa per la giornata di sconti paralizza le vendite. Ed il fenomeno non si limita alla nuova usanza del Venerdì Nero: in generale, l'eccesso di promozioni – in certi casi anche poco chiare – confonde i consumatori e danneggia in modo particolare le imprese più piccole, costrette a ridurre i margini per inseguire i colossi.

**Così Confesercenti commenta i dati sulle vendite del commercio al dettaglio diramati dall'Istituto nazionale di statistica.**

I giganti del web e della distribuzione investono ogni anno molte risorse per pubblicizzare il Black Friday e gli altri eventi promozionali. Una battaglia tra grandi realtà che rischia di schiacciare i negozi indipendenti, che non hanno le risorse né per condurre campagne pubblicitarie nazionali né per vendere tutto il magazzino a prezzi scontati: la stessa Istat, infatti, certifica che la crescita dei consumi su base annuale è dovuta quasi completamente a **web e GDO**. In particolare, le vendite nella Grande distribuzione organizzata hanno avuto incrementi nel mese di novembre del 3,3% mentre i negozi tradizionali hanno registrato una flessione del -1,4:

un gap del 4,7%, il più consistente del 2019.

A perderci, però, non sono solo i negozi, ma anche i consumatori: al contrario dei saldi, che sono normati in ogni loro aspetto, dalla composizione delle vetrine alle indicazioni dei prezzi originali e degli sconti praticati sull'etichetta, le altre promozioni sono quasi del tutto deregolate. Il risultato è una mancanza di trasparenza che non può che confondere anche i clienti.

Per questo, riteniamo opportuno che si inizi a riflettere sulla bulimia di sconti che ha investito il mercato. In altri Paesi lo stanno facendo: in Francia si è proposto addirittura di vietare il **Black Friday**. Una posizione forse eccessiva, ma che dimostra la necessità di avere più regole, a vantaggio dei consumatori e a tutela della concorrenza tra piccole e grandi imprese.