



I saldi sono un importante evento per la promozione del territorio e per la valorizzazione del negozio di vicinato.

E' necessario che il Comune si impegni a far rispettare le regole.

Confesercenti ricorda le regole delle vendite a saldo

COMUNICATO STAMPA CONFESERCENTI ROMA

Questi saldi 2019 – dichiara **Valter Giammaria**, Presidente della Confesercenti di Roma – cadono ancora in un momento di estrema difficoltà del settore abbigliamento e calzature e

possono comunque rappresentare una occasione di recupero per l'impresa diffusa.

Anche questa volta abbiamo, purtroppo, assistito al caos più completo con tantissime attività che in spregio del rispetto delle regole che lo vietano hanno effettuato “sconti” nel periodo inibito, non solo per mezzo di messaggi ma anche esponendo platealmente in vetrina percentuali di sconto ad esempio del 30 – 50%, inoltre, oramai si assiste impotenti a che l'importazione del cosiddetto black – Friday è di fatto divenuto un modo di ulteriore deregolamentazione che crea solo confusione tra i consumatori e ovviamente con una pressoché assente azione di controllo e sanzionamento.

La fotografia che appare - continua **Giammaria** – è quella di un settore allo stremo. Infatti, il 2018 ha continuato ad essere un anno di estrema difficoltà e ciò significa che se, come sembra, la stessa situazione si ripetesse nel corso del 2019, molti commercianti non andrebbero più avanti.

C'è necessità di una decisa inversione di tendenza – sottolinea **Giammaria** – bisogna dare fiato alle famiglie e alle imprese. A dimostrazione delle sofferenze del settore bisogna considerare che, dal 2008 al 2018, le quote di spesa dedicata dalle famiglie di Roma e del Lazio all'abbigliamento e alle calzature si è ridotta quasi del 25% .

Stimiamo, difatti, che la spesa a famiglia a Roma e nel Lazio si attesterà in media intorno ai 250/300 Euro

, anche perché il saldo invernale è, comunque, l'occasione per l'acquisto di capi “importanti” quali ad esempio cappotti, piumini, giacconi, calzature etc..

Le vendite di fine stagione o saldi invernali – precisa Valter **Giammaria** – rappresentano, ancora, per il nostro settore un'importante occasione di recupero e per questo riteniamo che ad esse debba essere ridato il loro originario significato. Averne di continuo anticipato la data di inizio ha di fatto completamente snaturato questo tipo di vendita speciale a danno sia delle piccole e medie imprese del dettaglio che conseguentemente del consumatore determinando una confusione totale sulle varie forme di vendite straordinarie. I saldi debbono tornare ad essere delle reali vendite di fine stagione da effettuarsi nei periodi originariamente previsti, posticipandone, quindi, l'attuale data di avvio.

Inoltre, è necessario che la Pubblica Amministrazione si impegni a far rispettare le regole, perché non è possibile continuare come oggi dove si assiste alla completa inosservanza delle stesse a cominciare da quelle previste per le vendite di fine stagione. E' necessario e non più rinviabile mettere regole anche alle vendite on-line.

La Confesercenti ha ribadito queste richieste alla Sindaca Virginia Raggi e all'Assessore al Commercio Cafarotti chiedendo, inoltre, che venga istituita di nuovo la polizia annonaria per avere un intervento dedicato al settore con azioni e risultati verificabili.

I saldi – conclude Giammaria – sono un evento per la promozione del territorio oltreché un'occasione vantaggiosa di acquisto per i consumatori.

Ulteriori deregolamentazioni non sarebbero altro che nuovi colpi alle piccole imprese, allo loro presenza nei quartieri e nei rioni accelerando una fine che se non si cambia registro è ormai prossima.

La nostra Federazione del Settore Moda (FISMO) prosegue nell'impegno a tutela di questo importante comparto nell'economia del nostro territorio chiedendo con forza alle Istituzioni che prendano provvedimenti e facciano scelte per dare risposte concrete alle famiglie e alle imprese promuovendo la riqualificazione di strade e quartieri della nostra città e in questo modo sostenendo il commercio diffuso che oltre a svolgere un importante ruolo economico contribuisce a dare un servizio sociale e di vivibilità del territorio.

Infine, riteniamo utile oltreché doveroso informare sulle regole di questo tipo di vendita speciale.

LE REGOLE DEL SALDO

- La vendita di fine stagione (saldo) non ha obbligo di comunicazione al Comune.
- Le condizioni favorevoli di acquisto prospettate al consumatore attraverso il messaggio pubblicitario debbono essere reali ed effettive .
- I prodotti esposti per la vendita nelle vetrine esterne o all'ingresso del locale e nelle immediate adiacenze dell'esercizio e su aree pubbliche o sui banchi di vendita, ovunque collocati, devono indicare in modo chiaro e ben leggibile il prezzo di vendita al pubblico, mediante l'uso di un cartello o con altre idonee modalità; quando siano esposti insieme prodotti identici dello stesso valore è sufficiente l'uso di un unico cartello. Negli esercizi di vendita e nei reparti di tali esercizi organizzati con il sistema di vendita del libero servizio l'obbligo di indicazione del prezzo deve essere osservato per tutte le merci esposte al pubblico.
- I dati da esporre nei cartellini sono: a) il prezzo originario; b) la percentuale di sconto; c) il prezzo finale di vendita.

Sabato 5 gennaio 2019 partono i saldi invernali a Roma e nel Lazio

Scritto da Formazione

Giovedì 03 Gennaio 2019 11:26 - Ultimo aggiornamento Giovedì 03 Gennaio 2019 13:51

- Alle vendite di fine stagione non si applicano le normative relative alle vendite sottocosto: l'esercente, dunque, è libero di vendere i prodotti anche a prezzo inferiore a quello di acquisto.

- Il commerciante continuerà ad accettare i pagamenti con carta di credito e pos secondo i termini delle relative convenzioni.
- In caso di mancata conformità del bene al contratto (difetti o mancata corrispondenza rispetto alle caratteristiche descritte prima della vendita) il cliente ha diritto, ai sensi del D.LGD. n.° 24/2002: a) al ripristino, senza spese, della conformità del bene mediante riparazione o sostituzione (a scelta, salvo che il rimedio richiesto sia oggettivamente impossibile o eccessivamente oneroso rispetto all'altro); b) ad una riduzione adeguata del prezzo o alla risoluzione del contratto (se la riparazione e la sostituzione sono impossibili o eccessivamente onerose; se il venditore non ha provveduto alla riparazione o alla sostituzione entro un congruo termine; se la sostituzione o la riparazione precedentemente effettuata hanno arrecato notevoli inconvenienti al consumatore).
- L'impegno alla massima disponibilità e cortesia nei confronti del cliente per eventuali cambi non dettati dall'obbligo di Legge. Non esiste difatti il cosiddetto diritto al "ripensamento" negli acquisti effettuati in forma diretta. Ciò vale, come è noto, solo nei casi di vendita "a distanza" eseguita al di fuori dei locali commerciali (ad esempio on line).

Roma, 02.01.2018