

VareseNews

Confesercenti Varese: “A Natale 2025 vendite penalizzate e sotto le aspettative”. E i saldi sono stati già bruciati dai pre-saldi

Pubblicato: Lunedì 29 Dicembre 2025



A Varese e in provincia le vendite di Natale sono risultate penalizzate e frammentate, anche a causa dell'anticipazione degli acquisti legata al Black Friday, che ha assorbito una quota significativa della spesa delle famiglie già tra fine novembre e inizio dicembre penalizzando così gli acquisti di Natale: è questo l'incipit dell'analisi relativa alle vendite effettuata da Confesercenti Lombardia – sede di Varese.

A questo, secondo il report, si sono aggiunte criticità legate alle scelte urbanistiche e viabilistiche locali, che in diversi casi hanno reso più difficoltoso l'accesso ai centri urbani e alle aree commerciali di prossimità. Tra cantieri, modifiche alla viabilità, riduzione dei parcheggi e congestione del traffico, molti operatori segnalano un calo dei flussi pedonali, soprattutto nei giorni chiave del periodo pre-natalizio.

«Il risultato – sottolinea **Rosita De Fino**, direttore di Confesercenti – è stato un Natale meno performante del previsto per molti esercizi di vicinato, nonostante l'impegno degli operatori e le iniziative sul territorio. Presenze elevate ma concentrate in poche vie».

Il bilancio del Natale 2025 a Varese e provincia restituisce un quadro articolato: da un lato le città hanno registrato una buona presenza di persone, soprattutto nei giorni clou delle festività; dall'altro tali

presenze si sono concentrate in poche vie e in aree ben delimitate del centro, lasciando escluse ampie porzioni della città e numerosi esercizi commerciali.

«C'è stata sicuramente partecipazione – dichiara **Sara Calzoni** rappresentante di Fismo Confesercenti – ma non una reale distribuzione dei flussi. Il Natale ha funzionato solo in alcuni punti, mentre avrebbe avuto molto più senso se fosse stato diffuso e integrato su tutte le vie cittadine, valorizzando l'intero tessuto commerciale».

In compenso, i saldi invernali 2026 sono già stati svuotati dai pre-saldi: tra il 26 dicembre e l'avvio formale dei saldi invernali si sta infatti consolidando un periodo promozionale “di fatto”, soprattutto nella moda: offerte e ribassi compaiono in anticipo, spesso attraverso formule riservate alla propria clientela che invitano a partecipare a “saldi privati”, “pre-saldi”, “winter pre-sale” e “exclusive sales”. Molte etichette, ma la sostanza è la stessa: offerte promozionali che anticipano la data ufficiale di avvio dei saldi.

Un fenomeno che trova riscontro anche nel Varesotto, dove molti esercizi segnalano una pressione competitiva crescente, con sconti anticipati che spingono anche i negozi di prossimità ad adeguarsi per non perdere flussi di clientela.

Una dinamica in contrasto con molte normative regionali, che vietano promozioni nei 30 o 45 giorni precedenti alle vendite fine stagione, e che rende meno leggibile il quadro degli sconti. «In Lombardia – sottolinea Rosita De Fino – la normativa regionale prevede il divieto di promozioni nei 30 giorni precedenti l'avvio ufficiale dei saldi. Tuttavia, nella pratica, il mercato si è già spostato verso una stagione promozionale continua, che inizia a novembre e prosegue senza interruzioni fino a gennaio».

Una dinamica alimentata in particolare dal **peso crescente di outlet ed e-commerce**, ma che finisce per coinvolgere l'intero sistema distributivo. Il risultato è un quadro sempre meno chiaro per i consumatori e sempre più penalizzante per il commercio tradizionale, che vede svanire la funzione dei saldi come momento ordinato, riconoscibile e realmente attrattivo.

In una provincia come Varese, caratterizzata da una rete diffusa di negozi di vicinato, centri urbani e realtà commerciali di prossimità, la perdita di significato dei saldi rischia di avere ricadute economiche e sociali rilevanti: riduzione dei margini, difficoltà nella programmazione delle vendite, maggiore squilibrio competitivo rispetto ai grandi operatori.

Per questo Confesercenti ha già chiesto all'assessore Regionale **Guido Guidesi** una revisione complessiva delle regole sulle promozioni. «È necessario – evidenzia l'associazione – rendere le norme più chiare, omogenee e realmente applicabili, per garantire concorrenza leale, trasparenza per i consumatori e tutela del pluralismo distributivo».

L'obiettivo non è limitare la libertà di mercato, ma ricostruire un perimetro regolato che restituisca valore ai saldi di fine stagione e permetta alle imprese del commercio di operare in condizioni eque. «Non capiamo le ragioni – continua De Fino – per le quali il problema non venga ancora affrontato. Difendere i saldi significa difendere il ruolo economico e sociale del commercio di prossimità, che in territori come il nostro rappresenta un presidio fondamentale di vitalità urbana, occupazione e qualità della vita».

Stefania Radman

stefania.radman@varesenews.it

