

Confcommercio Milano: + 5% nei negozi con le vendite per il Black Friday

Sconto medio del 30%, scontrino medio sui 110 euro

Ufficio Studi: un giorno online nel periodo del Black Friday (Milano, Lodi, Monza e Brianza) vale 40 milioni di euro con le piattaforme specialistiche di commercio elettronico

Moderato ottimismo per le vendite 2023 in Black Friday a Milano con un incremento del 5% rispetto allo scorso anno. Lo prevede Confcommercio MiLoMB. (rilevazioni a campione nei negozi di moda, ottica, casalinghi, profumerie-articoli per la persona, argenteria bigiotteria alle quali si aggiungono orientamenti emersi dai punti vendita d'arredamento e dell'elettronica di consumo). La percentuale media di sconto in Black Friday è del 30% e lo scontrino medio d'acquisto per i prodotti scontati con il Black Friday si posiziona sui 110 euro. Fra i prodotti più venduti, nell'abbigliamento, i capispalla (finora sacrificati dalle temperature più elevate) e la maglieria.

Negli acquisti online – rileva una stima del Consorzio Netcomm* – il valore delle vendite nel periodo clou del Black Friday si triplica rispetto a un normale giorno di vendite. L'Ufficio Studi di Confcommercio MiLoMB valuta in 40 milioni di euro – a Milano, Lodi, Monza e Brianza – il valore medio di un giorno di acquisti online durante il Black Friday con le piattaforme specialistiche del commercio elettronico.

Nell'elettronica di consumo il Black Friday, già ampiamente avviato online, vede i negozi fisici milanesi concentrarsi soprattutto nei prossimi giorni con una scontistica media del 30% e un'attenzione su grandi e piccoli elettrodomestici e, in particolare, altoparlanti per la musica cosiddetta "liquida" (cioè non generata da supporti fisici come cd e vinile). Lo scontrino medio si attesterà sui 300 euro. Anche nell'arredamento, dove cresce l'aspettativa dei clienti per il Black Friday rispetto agli scorsi anni, gli sconti si concentrano in questi giorni: dal 30 al 40%. Riguardano soprattutto i componenti d'arredo (come sedie, tavoli, divani, letti, armadi).

*"Il Black Friday – commenta **Marco Barbieri**, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – mantiene il suo appeal invogliando il consumatore all'acquisto nonostante l'erosione della disponibilità di spesa causata dall'inflazione. Il moderato ottimismo che percepiamo è un buon trampolino di lancio per il mese di dicembre, fondamentale per il commercio".*

*Confcommercio MiLoMB collaborerà con Netcomm per la presentazione in Confcommercio Milano, il 5 dicembre (ore 17), di uno speciale Netcomm NetRetail dedicato a "Il nuovo Consumatore tra Recessione e Black Friday".

Milano, 21 novembre 2023