

SVENDITE DI STAGIONE

TAGLI SUBITO DRASTICI
LA RIDUZIONE DEGLI SCONTRINI
SARÀ GIÀ ALL'INIZIO
DAL 30 AL 50%: I VARI SETTORI

I PEZZI PIÙ AMBITI
TRA QUELLI PIÙ RICHIESTI
CAPPOTTI, SCARPE PESANTI
MAGLIONI E SCARPE

IN CITTA' DA OGGI AL 4 MARZO TORNA LA POSSIBILITÀ DI ACQUISTARE LA MERCE A PREZZO SCONTATO

Saldi, ultima spiaggia dopo la frenata di Natale

A dicembre il sofferto pareggio negli affari: ora la grande occasione specie per la moda

di ANGELA BALDI

L'ARRIVO del freddo dovrebbe dare una mano ai consumi. E far vendere cappotti, maglioni, guanti e scarpe, rimasti per mesi negli scaffali. Senza che nemmeno il Natale riuscisse a dare una svolta significativa alle spese: un pareggio sofferto, una possibile ripresa sciupata proprio allo sprint, di quelle che ti lasciano l'amaro in bocca. Partono oggi con questo auspicio i saldi invernali 2016, l'ennesima edizione stile «ultima spiaggia». Così da oggi e fino il 4 marzo sarà possibile fare acquisti a prezzi scontati. Anzi scontatissimi con percentuali subito alte fin dai primi giorni. Quelli in cui in generale si fanno gli affari migliori anche in termini di assortimento e taglie.

Le aspettative degli operatori sono buone: «L'inverno finora molto caldo ha rallentato le vendite dei capi e delle calzature pesanti, questi primi giorni di freddo dovrebbero smuovere gli acquisti», dice il presidente provinciale di Federmoda Concommercio Paolo Mantovani - il Natale infatti non è stato brillante per il nostro settore». E se l'anno appena concluso non ha visto la tanto attesa

ripartenza, almeno però ha rallentato e bloccato la discesa dei consumi a cui abbiamo assistito negli ultimi anni.

Quanto spenderemo per i saldi? Secondo la Concommercio il budget destinato alle svendite dovrebbe restare lo stesso dello scorso inverno, e cioè circa 396 euro a famiglia, comunque superiore di 4 euro rispetto al 2014.

L'indagine di Concesercenti per i



saldi, ipotizza una spesa a persona da 150 a 200 euro. Con i consumatori pronti finalmente a togliersi gli sfizi e ad acquistare capi e merce della quale fino ad oggi hanno fatto a meno proprio per attendere l'occasione giusta. «Complice l'arrivo dell'inverno», spiega il direttore di Concesercenti Mario Checchagnini - è atteso uno sprint tra i negozi con l'avvio dei saldi invernali. Fino ad oggi le temperature non rigide hanno frenato il

guai Checchagnini - I saldi sono un motore importante». Ci aspettiamo un buon movimento, in considerazione degli acquisti rimandati finora per motivi climatici - fa eco il presidente di Federmoda Concommercio Mantovani - l'attesa del pubblico c'è, in molti fanno pressione per ottenere prezzi tagliati». Secondo Federmoda nazionale, le vendite a prezzo pieno sono calate di circa il 40% al 2009.

UNA GUIDA UTILE
I negozi devono mostrare il doppio cartellino. Occhi aperti sui capi e sui prezzi

rinnovo dei guardaroba. Sui saldi c'è attesa da parte di tutta la categoria per rilanciare le vendite. Le percentuali saranno fin da subito accattivanti». Si parte dal 30% con punte superiori fino al 50% in alcune tipologie di prodotti. Una vera occasione per i consumatori che potranno trovare nei negozi di fiducia qualità a prezzi vantaggiosi. «Fare acquisti nei negozi rappresenta un importante sostegno all'economia cittadina in un momento non semplice - prose-

SU DIECI cappotti, oggi solo due vengono venduti a prezzo pieno, gli altri otto a saldo. E questo, ovviamente, taglia i margini di guadagno necessari a mandare avanti l'attività. Ma, d'altra parte, esistono consumatori sempre alla ricerca del miglior affare, abituati ormai ad ottenere sconti tutto l'anno. Tra i «consigli per l'uso» quello di evidenziare l'oscillazione dello sconto praticato e di separare in modo chiaro le merci offerte a prezzi di saldo da quelle poste in vendita alle condizioni normali. E ancora, evidenziare il prezzo originario e quello scontato dei prodotti messi in saldo, accettare pagamenti con pago bancomat e carte di credito, rendersi disponibili a sostituire la merce anche se acquistata nel periodo dei saldi effettuando anche riparazioni.

SALDI L'ALTRA FACCIA DELLA STAGIONE HA IL CLOU IN VALDICHIANA. ALLA STRUTTURA ARRIVI DA PIÙ REGIONI

E l'outlet aspetta come al solito l'assalto dei consumatori

È ATTESO il consueto serpente di pubblico al Valdichiana Outlet Village in occasione della partenza dei saldi, per il polo commerciale delle Farniole si tratta del decimo anno di attività. L'Outlet di Foiano è uno dei termometri della ripresa dei consumi e c'è attesa di conoscere se il numero degli shopper si avvicinerà a quello della gente. Un vecchio adagio del saggio commerciante consiglia di non guardare tanto alla folla, ma al numero di buste che le persone riportano a casa, insomma non confondere una scampagnata di massa nei luoghi delle svendite con la ripartenza dei consumi.

I PRESUPPOSTI per una «ripresina» ci sono tutti se è vero che l'occupazione in provincia è tornata positiva da ormai nove mesi, intanto per il management del Valdichiana Outlet Village è tempo di bilanci dopo il primo decennio di attività: «La soddisfazione più grande è intanto quella di essere arrivati fin qui», dichiara il managing director Dario Pistone - sono stati dieci anni di progetti, di idee, di interazione col pubblico e col territorio, ma anche di emozioni. Abbiamo passato indenni la crisi, anzi, siamo addirittura cresciuti in termini di qualità e questa può essere già considerata un'impresa. Il successo raccolto finora rappresenta per

noi un grande stimolo a migliorare ulteriormente la nostra maniera di lavorare e di comunicare col pubblico. Chi ci viene a trovare deve poter compiere sempre un vero e proprio viaggio esperienziale. Essere stati acquisiti da Blackstone ci permette di alzare l'asticella e spingerci in avanti con forza e entusiasmo».

Oltre a Valdichiana Outlet Village, Blackstone ha acquisito Franciacorta, Mantova, Molfetta e Palmanova, «con l'obietti-

vo ed è questa la sfida che ci aspetta - continua Pistone - di uniformarli nel rispetto delle peculiarità territoriali e creare un polo di outlet di eccellenza in Italia».

SE IL PASSAGGIO di proprietà verso Blackstone rappresenta per il l'Outlet Valdichiana la possibilità guardare avanti, Pistone e il direttore Massimiliano Peron ricordano le numerose iniziative messe in

campo in questi anni dal grande evento celebrativo «Valdichiana live», con i migliori artisti del panorama musicale italiano ed una serie di eventi legati al territorio ed alle sue eccellenze, che hanno ottenuto il patrocinio della Regione Toscana e il riconoscimento di eventi Expo coi quali l'Outlet si è legato all'operazione di comunicazione dei sette municipi della vallata. «Siamo felici di sentirci parte attiva di questo territorio», dichiara Massimiliano Peron - e di essere stati al centro di un'attenzione forte da parte di pubblico e media. Le iniziative a sfondo sociale, gli appuntamenti enogastronomici patrocinati dalla Regione Toscana e il mix di artisti che si sono avvicinati nel corso dell'evento di luglio, hanno attratto e soddisfatto trasversalmente un target variegato, ricevendo apprezzamenti da parte del pubblico, che ha fatto registrare il record di presenze e da parte dei nostri Punti Vendita, che hanno ottenuto ottimi risultati».

Dunque, atmosfera delle feste al Valdichiana Outlet grazie ad un rapporto sempre più stretto con il territorio, vista anche la collaborazione con la mostra di presepi di Bettole, proprio una delle creazioni è esposta all'interno del centro commerciale.



VALDICHIANA OUTLET VILLAGE Attesa oggi la folla delle grandi occasioni

M.P.