

LA CRISI ITALIANA

Viaggio al Valmontone Outlet, nel primo giorno dei saldi, lanciati per scongiurare la crisi dei consumi: ma la folla di una volta è solo un pallido ricordo

«C'è poca gente e non ha voglia di spendere...»: eppure qui lo sconto è «istituzionalizzato» con i prezzi che vengono abbassati fino al 50%

Il triste giorno dei saldi nella Disneyland dello shopping

di Roberto Brunelli / Roma

Nella Disneyland dello shopping gli ultimi saldi si sguagliano sotto un sole accecante. In questa specie di villaggio multicolor, con le ringhiere verdi abbellite da fiori finti e due file di palme un po' striminzite, le coppie avanzano come sotto ipnosi: la giovane donna con la gonna viola tiene stretta nelle mani una sola busta, Intimissimi-Calzedonia, il suo fidanzato, occhiali da sole a specchio e capelli a porcospino, non ne ha nemmeno una. «Vedrai, troverai la fila di auto sin dall'uscita in autostrada», aveva avvertito la bella signora che ci era già stata. Macché. Quello era «una volta», solo una manciata di mesi fa. Oggi è desolato il vialone che porta al «Fashion District», ossia al «Valmontone Outlet»: una specie di piccola città intagliata in un grande nulla a due passi dallo svincolo della Roma-Napoli, centocinquanta negozi di «grandi marche» in cassette un po' rosa, un po' verdi, un po' blu, come nelle favole. Qui erano abituati alle grandi folle. Alla gente che si strizzava, si stipava, che si litigava i parcheggi, alle masse che procedevano come un corpo solo e che premevano concentratissime sulle casse. Oggi intorno al manifesto con la formosa Luisa Corna che inneggia allegra al «fascino dei saldi» del Fashion District, c'è il grande vuoto. Nell'immenso Uni-Euro al fondo della piazza principale ci sono le casse 1, 2, 3, 4 e 5: ma c'è un solo cliente, alla numero 1.

Paura. I primi dati del primo giorno dei saldi estate 2008 fanno paura. Parlano di un calo di acquisti che va dal 10 al 30% a livello nazionale, parlano di prezzi stracciati («meno 30, meno 40, meno 50%»), si urla dalle locandine dentro ognuno dei centocinquanta negozi di Valmontone, che però stentano a far rimontare un fatturato complessivo che nell'ultima stagione è stato del 20% in media, con punte negative fino al 40%.

E allora quello che ieri era un totem, un desiderio, una forza di aggregazione, una dispensa di identità da comprare pezzo per pezzo, oggi comincia a far paura: tutta quell'immensità che luccica davanti a te - i frigoriferi di UniEuro, le magliette di Stefanel, le scarpe di Pakerson, i toppezzini Miss Sixty, le mutande di Calvin Klein, le borsette di Bags, i profumi di Kiko - oggi è lì che ti rimira dalla vetrina per dirti di no. Non puoi. Qui, al Valmontone Outlet così come negli altri Outlet sparsi su tutto lo Stivale, i saldi stracciati e

I primi dati fanno paura: acquisti in calo dal 10 al 30%. Perché oggi comprare è quasi un pericolo

i prezzi assatanati rendono ancor più plastica la grande crisi: perché qui è lo sconto dello sconto, è il prezzo basso come fine e giustificazione di un'ideologia dell'acquisto, è il saldo applicato su un prezzo già istituzionalmente scontato, per cui un paio di Levi's, che in città di norma ti costa oltre cento euro, finisce per costartene 39. Eppure anche quei 39 oramai sono troppi. I commessi - quelli stessi che in un fine settimana come questo avevano sempre l'aria un po' febbrile - si guardano intorno guardinghi. «C'è niente da fare: hanno anticipato i saldi, ma qui c'è poca gente, e quella che c'è non ha voglia di spendere». Una signora sui sessant'anni esce dal negozio «Medea» e guarda fissa sul suo scontrino: dovrebbe aver speso relativamente poco, eppure non ha la faccia felice. Un'adolescente bionda tinta discute con l'amica: «Mia mamma m'ha dato 30 euro... che

IL PRIMO BILANCIO

Salari bassi e prezzi senza pietà: e gli acquisti crollano fino al 30%

La scheda

È la Sicilia la regione in cui si spende meno

Sicilia infelix Stimata una significativa contrazione degli acquisti: almeno tra il 25 e il 30% rispetto ai saldi estivi del 2007.

Puglia risparmia. I pugliesi spenderanno 140 milioni di euro (-10% rispetto 2006).

Una «Notte bianca» di shopping, musica e spettacolo: i cagliaritari che l'8 luglio troveranno negozi aperti fino a tardi.

I «furbetti» del commercio hanno le ore contate: controllori in incognito, armati di penna, carta e macchina fotografica, per scovare i finti sconti.

Altro che saldi: è più corsa al risparmio che corsa all'acquisto. L'arrivo nelle vetrine della merce in offerta coincide, quest'anno, con una fase tutt'altro che facile per le tasche delle famiglie, soffocate dal potere d'acquisto in caduta libera e dall'impennata dei prezzi, con un'inflazione che si avvicina pericolosamente al 4%. Confcommercio stima che il giro d'affari complessivo dei saldi estivi sarà di 4 miliardi di euro. Ma l'organizzazione sa anche che il settore del commercio è alle prese con una forte crisi dei consumi, precipitati a maggio del 2,7%. «L'ora X» delle vendite ribassate è scattata ieri sia a Roma, sia a Milano, che danno il polso della situazione. Stando ai dati del Codaccons, nella Capitale gli acquisti sono crollati del 15% rispetto all'anno scorso, le presenze del 10%. In Sicilia la contrazione tocca il 30%, e non va meglio in molte regioni del Sud. Via libera agli sconti anche a Torino, Venezia, Bologna, Bari, Ancona e Trieste, come previsto

dal calendario dei saldi estivi, dopo che nei giorni scorsi avevano fatto da appripista Napoli e Genova. Certo, per fare un bilancio bisognerà aspettare almeno il giro di boa delle due settimane dall'avvio. Nel capoluogo lombardo l'affluenza nei negozi è stata piuttosto alta, in particolare nelle boutique delle grandi griffe situate nelle vie del quadrilatero della moda. Nella Capitale invece strade dello shopping quasi vuote, niente serpenti di americani e giapponesi in fila davanti alle vetrine di via Condotti e via Frattina, dove si concentrano i negozi dei grandi marchi: l'euro forte contro dollaro e yen, che rende molto sfavorevole il cambio, gioca la sua parte. Anche i dati del Codaccons, che ha sguinzagliato i propri «ispettori» nelle strade dello shopping e nei centri commerciali, parlano chiaro: l'andamento è tra i peggiori degli ultimi anni. In base al monitoraggio dell'associazione, il numero di cittadini in giro per negozi o nei centri

I numeri

30%

IN MENO il calo massimo per gli acquisti nel primo giorno dei saldi. La maglia nera va alla Sicilia.

40%

IN MENO il fatturato delle vendite nella stagione primavera-estate.

70%

IL TETTO massimo degli sconti applicati. La media è del 30-40% nelle maggiori città italiane.

2,7%

A MAGGIO il calo annuo dei consumi in Italia.

280

EURO a famiglia il budget destinato ai saldi d'estate per un giro d'affari complessivo di circa 4 miliardi di euro.

commerciali è diminuito di circa il 10% rispetto ai saldi estivi del 2007. Certo, i commercianti non sperano di ottenere molto dalle vendite a prezzi ridotti. Anche perché, dicono, devono rifarsi di una stagione primavera-estate che ha visto un calo di fatturato medio del 20%, con punte del 30-40%. Ripianare questa perdita non sarà facile.

Milano non compra più, addio alle «fashion victim»

In centro poca gente come in un giorno lavorativo. «Quanto posso spendere? Poco!»

di Marika Dell'Acqua / Milano

ORA X Ma che fine hanno fatto le «fashion victim» con sacchetti e pacchetti che si aggiravano per le vie più in di Milano come fossero a Rodeo Drive? Ieri mattina alle dieci è scattata l'ora X, sono arrivati i saldi, ma a popolare la piazza del Duomo e la Galleria Vittorio Emanuele erano per lo più famiglie e anziani in pensione. Tra redditi striminziti e prezzi irraggiungibili, a maggio l'indicatore dei consumi di Confcommercio ha registrato una flessione del 2,7% rispetto al maggio dell'anno precedente. Ma il vero problema è che il dato negativo persevera.

Così mentre i commercianti sperano di recuperare le performance abbassando i costi fino al 70%, molti accostano il naso alle vetrine per accertarsi di leggere correttamente il prezzo sulle etichette. «Quanto vengono quei pantaloni? 87 euro già scontati? No, è troppo, andiamo via». Solo qualche studente che se l'è vista brutta durante l'anno scolastico, ma alla fine è stato graziato, riesce a conquistare il cuore di mamma e papà e farsi regalare 100 euro da spendere in abbigliamento. Mentre per altri marca male e alla domanda «ma quanto spenderai oggi?», la bocca le rimane spalancata quando la voce della madre la sovrasta ribadendo «poco!». In una giornata in cui il centro milanese è invaso dai numeri a due

cifre appiccicati sui negozi, l'intimo e le calzature sembrano essere i capi più gettonati, in ripresa rispetto a maggio quando avevano registrato un calo del 2,3%. E se poco tempo fa in coda davanti a Prada ci imbattevamo in signore agge impregnate di botox, oggi in ordine per due troviamo comuni mortali, forse con qualche disponibilità economica in più, che ogni tanto si concedono un lusso. «Sto cercando un paio di scarpe per mio marito, due anni fa le aveva prese qui in saldo a 280 euro, così oggi guardo se ne trovo un modello simile». E poi dritti a casa senza tanti vizi e sollazzi, col paraocchi da cavallo per non farsi trarre in inganno dalle diciture «sconti all'interno» delle griffe più prestigiose, che solo varcata la soglia della porta vi svelano le sorprese. Tanto che nella città della moda

per eccellenza nemmeno i turisti sembrano essere trascinati dallo shopping. Anzi sono molto più attratti dai gioielli portafortuna del toro sul pavimento dell'Ottagono della Galleria, piuttosto che dallo sfarzo delle vetrine. Mentre tra gli arditi che osano buttare l'occhio sui prezzi da capogiro c'è chi borbotta «che nausea!». Chi sceglie le vie limitrofe con i negozi cosiddetti «pronto moda», invece, potrà cavarsela con poco anche se «l'effetto sfioramento» è sempre in agguato. Buone notizie anche per i soliti ritardatari che mercoledì 9 luglio potranno godere di una notte bianca e dedicarsi alle compere a go-go fino alle 6 di giovedì mattina. D'altronde è la frenesia dei consumi a farla da padrone e se le taglie scarseggiano state ben certi che una 48 per questa volta entrerà perfettamente in

una 44. Poco male se fuoriesce un rotolino impertinente, vorrà dire che servirà come incentivo per la dieta, con il risultato che quella maglietta di soli 20 euro rimarrà eternamente confinata in un cassetto. Le grandi catene di abbigliamento a basso costo sono prese d'assalto, H&M e Zara in testa, dove solo per accedere ai camerini è necessario sobbarcarsi una coda di un quarto d'ora. Ma all'uscita il sacchetto è più mezzo vuoto che mezzo pieno, così la corsa all'affare riprende nel prossimo outlet accanto, in un continuo dentro-fuori. Eppure mentre i negozi si riempiono di musica assordante per spingere all'acquisto d'impulso, fuori c'è ancora chi si incanta davanti a un sassofonista appoggiato a una colonna che sprigiona jazz.

cazzo ci faccio con 30 euro?». Un papà parla in rumeno a sua figlia e a sua moglie, e tutti e tre hanno le mani vuote. Più contenta sembra quella famiglia svedese che si è fermata a succhiare un gelato al «Fashion Café»: ostentati nel loro essere biondi, e ostentati con quelle loro dieci buste piene di roba, quasi a umiliare le altre famiglie, quelle che pagano sulla propria pelle e sui propri desideri la consapevolezza che il 76% dei redditi va nell'affitto e nei trasporti. E così finisce che un caldo sabato di luglio, il giorno in cui partono i saldi, mentre «Radio Fashion» manda nell'aria le voci nasali dei Negramaro e incita ad ogni due per tre alle gioie dell'acquisto, il negozio «Bialetti» è un deserto, «Camisissime» è svuotato, mentre allo shop della PlayStation ci sono solo alcuni ragazzini assembrati intorno agli ultimissimi videogiochi, che probabilmente quasi nessuno di loro si porterà a casa. In tutto il Paese corrono gli sconti, in questi giorni. Dopo Napoli e Genova, da ieri tocca a Roma, Milano, Torino, Bari, Venezia, Bologna, Ancona e Trieste. Ma le notizie che arrivano parlano della stessa realtà del Valmontone Outlet: qui che era la celebrazione del capitalismo e del mercato come motore di vita, di senso, dove si festeggiava l'umanità dell'acquisto e si diceva che le famiglie da ogni anfratto della provincia venivano per ritrovarsi, per fare la gita tutti insieme, addirittura per trovare nella sua variante postmoderna la dimensione del paese e dello struscio, qui oggi si respira tutto lo straniamento di un consumismo che si è perso per strada. E disorientato sembra il popolo dell'Outlet: le coraggiose ragazze con gli stivali, i giovani padri, le signore ciabattate, i palestrati dal sopracciglio sagomato sembrano d'un tratto non identificarsi più nella quantità enorme di merce che c'è nei negozi. Non si ritrovano più nell'ideologia più o meno esplicita data dalla somma di quello che c'è nelle vetrine, dall'alone di identità promessa che emanano le polo di Robe di Kappa, le bluse Regina Schrecker, le giacche di Pierre Cardin, le scarpe della Nike, le gonne di Ethic, le magliette A-Style. È bizzarro: c'è chi entra nella Disneyland dello shopping già griffato - sulle t-shirt, sui pantaloncini, sui cappellini - ma ha l'aria di uscirne svuotato. Forse sa che il gioco è finito.



Clienti controllano la merce sugli scaffali. Foto Omniroma

MicroMega 4/2008

È IN EDICOLA IL NUOVO NUMERO un volume su

GIUSTIZIA E PAURA

Con saggi e articoli di

Andrea Camilleri, Marco Travaglio, Claudio Paolucci, Alberto Gangemi, Pierfranco Pellizzetti, Marco Simoni, Gianni Barbacetto, Giorgio Parisi, Abdelwahab Meddeb, Renzo Butazzi, Alessandro Dal Lago, Bruno Tinti, Gian Carlo Caselli, Antonio Mazzeo, Felice Lima, Guido Caldiron, Peter Schneider

e un volume su "OLIMPIADI E LIBERTÀ" I DUE VOLUMI, INDIVISIBILI, 14 EURO

www.micromega.net

La manifestazione dell'8 luglio a Roma, Piazza Navona, ore 18

TUTTI IN PIAZZA contro le leggi-vergogna di Berlusconi

parleranno: Furio Colombo, Pancho Pardi, Andrea Camilleri, Paolo Flores d'Arcais, Antonio Di Pietro, Lidia Ravera, Rita Borsellino, Moni Ovadia...