

CONSUMI**E gli italiani
si buttano
sui «saldi»**

Code e folla nel primo giorno dei saldi. Un avvio inatteso, soprattutto nelle grandi città che offre una doppia lettura. Per la Confesercenti «fa ben sperare» e ipotizza una ripresa dei consumi con un giro d'affari di 6,1 miliardi di euro. Più cauta la Federconsumatori: solo il 45 per cento delle famiglie approfitterà delle occasioni offerte. Divergenze tra le associazioni di categoria anche sulla spesa media delle famiglie: per i commercianti si arriverà a 400 euro, per i consumatori ci si fermerà a 130. Prende piede intanto la moda dei negozi temporanei.

IL CASO**L'ULTIMA MODA DELLO SHOPPING: I NEGOZI «A TEMPO»**

L'ultimo è stato aperto a metà novembre a Napoli. Si tratta dei «temporary shop», i negozi a tempo. È l'ultima moda importata in Italia, nelle grandi città, e prevede l'apertura, sul modello di quanto avviene in metropoli come Londra e New York, di spazi espositivi al pubblico con scadenza indicata. Obiettivo: vendere tutto in poco tempo, sfruttando l'effetto novità e il conto alla rovescia innescato il giorno stesso dell'apertura. Con tanto di incognite per i consumatori. In Italia nel maggio 2008 è nata un'associazione, denominata Assotemporary, che coordina gli imprenditori che desiderano intraprendere questa strada. Gli associati si contano a decine e sono per lo più milanesi. Ma quali sono i requisiti necessari per aprire un «temporary shop»? Primo: disporre di una «location», una sede possibilmente in centro. Secondo: pubblicizzare l'apertura del negozio per attirare il più possibile clienti e curiosi. Terzo: investire risorse e tempo. L'altra faccia della medaglia è quella dell'assoluto vuoto legislativo in cui questa novità si colloca, che incentiva l'apertura di attività di questo genere. È infatti consentito vendere per qualche mese accessori per la casa, nei mesi successivi apparecchi informatici o abbigliamento. L'importante è fare in fretta, perché il negozio è «a tempo».