

**Acquisti.** Come orientarsi nei temporary store: verificare la data di chiusura e preferire marchi ufficiali

# Un bollino per i negozi a tempo

Su iniziativa di Assotemporary, nuove garanzie ai clienti da ottobre

PAGINA A CURA DI

**Marco Lorusso**

■ A dispetto del loro nome, i temporary shop (o store) sono ormai una presenza fissa lungo le principali vie dello shopping di Milano prima di tutto, ma oggi anche di Roma, Napoli, Parma, Capri, Torino. Un fenomeno contagioso frutto di una mutazione interessante ma per il quale è bene che il consumatore abbia qualche "istruzione per l'uso".

Questi spazi commerciali sono nati negli Usa e in Inghilterra come un esperimento di marketing e pubblicità innovativa: negozi-showroom che "scadono" dopo una o al massimo due settimane. Ma, complice la crisi, si stanno velocemente trasformando in una sorta di piccoli outlet che spesso di temporaneo hanno ben poco, se non l'insegna. I clienti finali sembrano gradire molto, ma spesso con questa formula sono indotti ad acquistare dietro l'impulso di un'imminente chiusura e del prezzo stracciato. Chiusura che però, nella maggior parte dei casi, arriva solo dopo due o tre mesi con capi (pantaloni, scarpe, borse orologie e altro ancora) che puntualmente vengono riforniti e proposti a prezzi più bassi.

Va innanzitutto detto che anche se a livello di categoria giuridica ancora non esiste, in realtà il "vero" temporary store, nella sua accezione più pura è un evento, un negozio temporaneo che occupa per un periodo limitato (la media è due settimane) uno spazio in zone altamente rappresentative. Una nuova formula di comunicazione e commercio che permette di lanciare e testare in modo concreto il successo e la vendita di un nuovo prodotto o comunicare il marchio. Si punta sull'effetto sorpresa e sulla curiosità di "impulso" per attirare i clienti.

In un temporary store la vendita diretta al cliente è solitamente una componente secondaria dello spazio espositivo: in primo piano ci sono la pubblicità e il test di nuovi prodotti. Se invece viene dato molto risalto alla vendita e ai prezzi ribassati, bisogna prestare attenzione ad altri aspetti, quali la presenza, chiara e nitida, di una data di chiusura: viene posta addirittura in vetrina, in al-

cuni casi con tanto di timer elettronico e conto alla rovescia. Così si eviterà la sgradita sorpresa di scoprire che il prezzo pagato per un prodotto è stato ulteriormente ribassato, poiché l'apertura del negozio si protrae nel tempo anche di alcuni mesi, o, peggio, per evitare che nel tempo arrivi un campionario più ricco e vario. Altro suggerimento: è più sicuro affidarsi ai marchi e alle insegne chiare ed ufficiali. Se si cerca la vendita in promozione, liquidazione e l'ultimo prezzo su scarpe, maglioni e abbigliamento vario la dicitura outlet è sempre un marchio di serietà e trasparenza sulle intenzioni del punto vendita.

A livello di outlet temporanei e vendite promozionali in stock, tra i più diffusi c'è il circuito Temporary Touch&Go. «I nostri negozi spiegano i responsabili del Gruppo Lilla, di cui il network fa parte - aprono e chiudono in breve tempo. Nessuno sa per quanto resteranno aperti. Può capitare ad esempio che lo stock di prodotti a prezzo speciale finisca in pochi giorni. Esaurita la merce, il punto vendita chiude subito e ci si sposta da un giorno all'altro verso un'altra città. Acquistando direttamente i capi dalle aziende produttrici, riusciamo a ridurre i passaggi dal produttore al punto vendita e possiamo così contenere i costi di gestione a beneficio dei nostri clienti».

Se invece si cerca il temporary store "puro" a breve - grazie al lavoro dell'apposita associazione Assotemporary, nata lo scorso anno in seno ad Assomoda - ci sarà un vero e proprio marchio di qualità e garanzia che verrà posto sulla vetrina dello spazio oggetto dell'evento. «Grazie a un simile bollino - spiegano da Assotemporary - comunicheremo in maniera chiara e lampante che all'interno di un determinato spazio si sta svolgendo un evento veramente temporaneo, pubblicitario, volto a migliorare e rendere più interattivo il rapporto tra clienti e aziende».

Se infine si ha l'impressione di essere stati truffati con un capo venduto a un ultimo prezzo in vista di una imminente chiusura che poi invece non avviene, o che il negoziante di turno stia effettuando vendite promozionali fuori periodo (durante

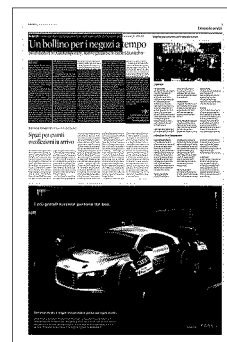
te i saldi o nei 30 giorni che li precedono), è possibile effettuare una segnalazione presso i vigili, i carabinieri o più precisamente presso la polizia annonaria. In caso di vendita promozionale fuori dai termini o di comprovata falsità delle dichiarazioni fatte nella redazione del Diap (dichiarazione di inizio attività produttiva con effetto immediato) è prevista la chiusura immediata del punto vendita e anche la denuncia penale per falso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

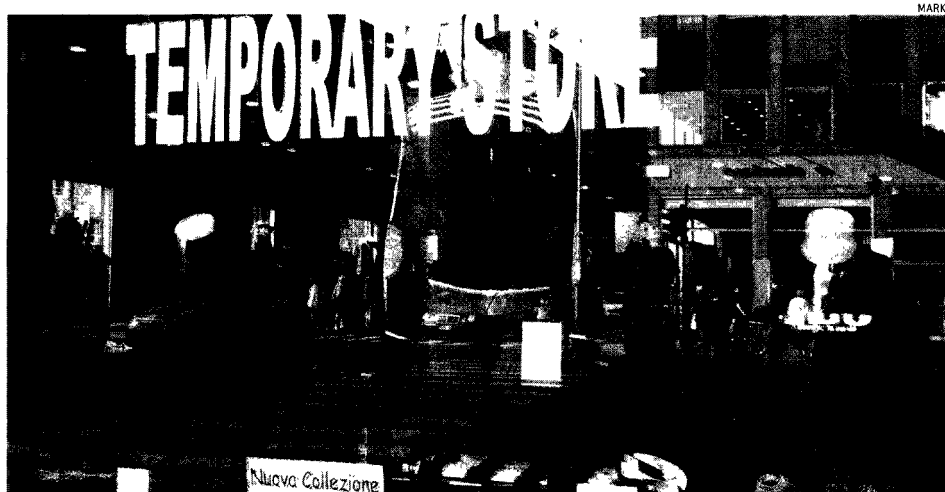
**RADIO 24**  
LA PASSIONE SI SENTI

**GLI APPUNTAMENTI SU RADIO 24**

Oggi (dalle 8, 15 alle 8,30) nel programma «Soldi e dintorni» si parla di temporary store  
[www.radio24.it/sole24ore.com](http://www.radio24.it/sole24ore.com)



## Shopping senza sorprese con il conto alla rovescia



### L'IDENTIKIT

#### CHE COSA SONO

■ I temporary shop sono negozi a tempo (da 2 settimane a 30 giorni) ospitati in spazi posizionati in zone ad alta visibilità e densità commerciale. Vi si organizzano eventi e iniziative tese a richiamare l'attenzione del consumatore su un marchio, una azienda o un prodotto in fase di lancio. Tra le varianti, i *Pop up store*, ossia chioschi o gazebo informativi e di vendita temporanei creati in zone nevralgiche della città e i *temporary showroom*, ovvero spazi espositivi temporanei rivolti agli operatori.

#### CATEGORIE MERCEOLOGICHE

■ La moda ha aperto la strada (il

primo caso italiano è stato **Levi's**) ma poi la cerchia si è allargata. Oggi comprende quasi tutte le categorie (eccetto forse solo il food).

#### ASSORTIMENTO

■ In genere è monomarca, ma si sono verificati anche alcuni casi di temporary shop plurimarca realizzati da gruppi di stilisti della medesima regione o accomunati da altri elementi distintivi.

#### DOVE E PROSSIME APERTURE

■ Esperienze a Milano, Roma, Napoli, Parma, Torino, Venezia, Trieste, Firenze, in zone centrali. Aperture sono previste a Bologna, Bari, Palermo, Catania

#### ASSOCIAZIONE

■ A Milano esiste Assotemporary, corso Venezia 47/49 [www.assotemporary.com](http://www.assotemporary.com), che rappresenta gli operatori economici, titolari di spazi organizzati per uso commerciale o espositivo temporaneo.

#### BOLLINO

■ In via di realizzazione da parte di Assotemporary un apposito bollino (il debutto è previsto per la seconda metà di ottobre): una vetrofania che identificherà i temporary shop che svolgono correttamente questa attività secondo le norme stabilite dall'associazione. Al momento il Temporary shop non esiste ancora come categoria giuridica.

### I CONSIGLI UTILI AI CONSUMATORI

#### GLI ELEMENTI DISTINTIVI

■ Primo elemento: la data di scadenza deve essere evidenziata in vetrina (anche tramite sistemi elettronici come il conto alla rovescia). Il tutto per evitare che il cliente acquisti sotto l'impulso di un'imminente chiusura che poi viene puntualmente posticipata. Secondo elemento chiave di un vero temporary shop: la vendita non è l'attività principale ma complementare a integrazione di altre attività di comunicazione e formazione della clientela.

#### PREZZI E COLLEZIONI

■ I prezzi possono essere

vantaggiosi ma non si parla mai degli sconti tipici di altre tipologie di negozi come gli outlet né di vendite in stock o liquidazioni. Il prezzo non è la componente fondamentale ma è possibile che vengano svolte attività promozionali su alcuni prodotti in fase di lancio. In genere si tratta di collezioni e prodotti nuovi o in uscita, reperibili in anteprima e magari, a un prezzo promozionale, solo presso il temporary shop.

#### DIRITTI DEL CLIENTE

■ Sono gli stessi di quelli previsti nei normali negozi. Attenzione alla data di scadenza per avere il tempo

di cambiare il prodotto difettoso. Se il temporary ha già chiuso, per sapere su chi rivalersi, bisogna informarsi su chi era il titolare dell'attività di vendita (il brand o il retailer che ha messo a disposizione lo spazio e il servizio).

#### AVVERTENZE

■ Evitare l'acquisto d'impulso, nel timore che il negozio chiuda a breve. Se poi non si tratta di un vero temporary è possibile che la chiusura venga posticipata di alcuni mesi e che il campionario venga puntualmente rinnovato e rifornito con nuova merce a prezzi ancora più bassi.

Una formula di moda. Non vanno confusi con gli outlet

## Spazi per eventi o collezioni in arrivo

\*\*\* I temporary shop sono nati a New York nel 2004, un'idea vincente per contrastare il caro-affitti. Oggi i "veri" temporary store servono soprattutto per lanciare nuovi prodotti e promuovere le novità delle firme e anche in Italia le boutique con i giorni contati sono un fenomeno evidente nelle principali città. I milanesi hanno imparato ad apprezzare "Sidecar eventi" di Paolo Comini in corso Garibaldi uno spazio che ospita durante l'anno diversi negozi temporanei monomarca. Tra le principali marche che hanno sposato con successo questa forma di marketing ci sono Levi's, Vernel, Pirelli, Lagostina e c'è, ad esempio, Saeco, che proprio alla Sidecar di Milano ha organizzato nel 2008, una Café Boutique. Milano è l'apripista di un fenomeno in espansione, seguita da Roma e poi da Parma, Napoli, Torino e Venezia.

La linea di confine con gli outlet senza scadenza è tuttavia sottile. Alcuni negozi temporanei arrivano infatti a proporre merce con il 60% di sconto in periodo non di saldi. Difficile per i consumatori capire se si tratta di collezioni passate o di prodotti in fase di lancio venduti in promozione per ragioni pubblicitarie. È facile, infatti, aprire un temporary store grazie alla liberalizzazione delle licenze e alla semplicità con la quale si può dare il via a un'attività commerciale. Il punto cardine sta nel fatto che, ad oggi, «giuridicamente - spiegano agli uffici competenti dei principali comuni - i temporary shop non esistono. Si tratta di definizioni commerciali che stiamo monitorando con attenzione. Ci sono al massimo gli esercizi di vicinato temporaneo, ma si tratta in sostanza dei chioschetti aperti in occasione di particolari eventi o di filiali stagionali di altri negozi».

Molti approfittano di una formula alla moda per attirare i clienti. «Chiuderemo verso gennaio - ammette il responsabile di un temporary shop appena aperto a Milano - Sull'insegna c'è scritto temporary, però vuol dire poco: si chiamano tutti temporary ma alla fine rimangono aperti a lungo. Con la crisi biso-

gna inventarsi qualcosa e in questo modo la clientela ha la possibilità di comprare in saldo quasi tutto l'anno e noi risparmiamo sui costi di manutenzione. Contenti pure i fornitori che così possono svuotare il magazzino con più facilità».

«Tutto vero, come è vero però che la comunicazione deve essere chiara e il cliente deve sapere con esattezza come muoversi e cosa cercare in un temporary store - spiega Massimo Costa responsabile di Assotemporary, associazione nata in seno ad Assomoda nel 2008 per fare chiarezza sul tema -. La nostra associazione ha tra gli obiettivi quello di por fine a operazioni come quelle che stanno proliferando in centro a Milano, con la dizione "temporary", quando invece si tratta di outlet o iniziative commerciali molto aggressive che puntano a fare cassetta in tempi rapidi incentivando gli acquisti, sulla falsa idea che la merce sarà disponibile per un periodo limitato».