

Il turismo sulla rotta dello shopping

Nel primo quadrimestre 2012 le vendite negli outlet dei grandi marchi sono aumentate del 144%

LA RICETTA ANTICRISI

FABIO LO SAVIO

Ancona

Non conosce crisi l'appeal degli outlet marchigiani e anzi i dati hanno positività addirittura a due cifre. Il trend con il più non è solo un fenomeno marchigiano ma è generalizzato in tutta Italia e nel primo quadrimestre 2012 il dato nazionale delle vendite nei negozi multimarca (fonte Il Sole24ore) sono cresciute del 48%, mentre quelle negli outlet dei grandi marchi italiani si sono impennate addirittura del 144%. E non si vendono solo scarpe e abbigliamento, ma anche orologi e gioielli. Insomma la ricerca della griffe torna a guidare i gusti degli acquirenti che la inseguono laddove sia percepibile il risparmio. Si tratta di un fenomeno che nelle Marche ha preso piede in maniera più par-

ticolare rispetto ad altre parti d'Italia ma che comunque è sui generis perché, se la parola d'ordine resta quella di "comprare risparmiando", il fenomeno ha radici storicamente profonde nelle vecchie rivendite delle aziende.

"La differenza tra outlet e spaccio - spiega Paolo Picchio, responsabile del settore moda di Confartigianato - è che mentre lo spaccio è una rivendita di collezioni di un'unica azienda o marca, l'outlet invece è uno store di più aziende e marche griffate riunite assieme con prezzi più vantaggiosi rispetto ai negozi, anche grazie a una legislazione che non disciplina nel dettaglio questa materia".

Il rischio insomma è che si crei una concorrenza sleale. Tra gli imprenditori non c'è convergenza sul vantaggio reale di avere un outlet. Uno di questi è Luca Paolorossi, sarto di Filottrano la cui azienda di famiglia da tre generazioni realizza abiti su misura, il quale rivendica la qualità della manifattura marchigiana in nome di un saper fare e di uno stile sempre più apprezzato dai turisti e clienti di tutto il

mondo.

"Secondo me - dice Luca Paolorossi - nelle Marche dovremo parlare di spacci aziendali che commercializzano i prodotti realizzati nei laboratori familiari più che forzare il concetto di outlet solo per avere più appeal. Di fatto negli outlet non vengono mostrati i laboratori nei quali i capi vengono realizzati, perdendo quel fascino che invece attira gli stranieri".

"La valorizzazione del made in Marche e ancor più della storia manifatturiera di un territorio che ha nella tradizione familiare artigiana la propria vocazione - ha giunto il sarto di Filottrano che possiede un corner anche a Londra - è estremamente apprezzata dalla clientela straniera che ricerca l'esclusività nell'abbigliamento e ciò che è espressione della nostra qualità sartoriale più che lo

La partita oggi si gioca sul coordinamento tra tutti gli attori imprenditoriali legati agli spacci aziendali

sconto sulle rimanenze di qualche grande marchio".

Oggi sono oltre 350 i punti vendita diretta nelle Marche che praticano vendita di prodotti di una certa marca anche se il censimento non ha dati ufficiali. "Lo realizzammo nella provincia di Ancona qualche anno fa - ricorda Picchio che curò lo studio per conto di Confartigianato - e nella sola provincia di Ancona erano circa 130 comprendendo però anche le aziende agrarie che praticano vendita diretta di prodotti agroalimentari". La partita oggi si gioca sul coordinamento tra tutti gli attori imprenditoriali. Chi viene nelle Marche dall'estero in vacanza non trova percorsi destinati allo shopping di qualità per l'assenza di un coordinamento che è lasciato all'iniziativa dei singoli imprenditori. Confindustria Macerata ha un progetto in questa direzione al quale sta lavorando. "Sarebbe opportuno - conclude Picchio - avere una regia da parte della Regione Marche per realizzare un progetto ampio e con più probabilità di successo".