

Si saldi chi può

I ribassi anticipati a causa della crisi dei consumi dimostrano l'insensatezza di una legge che limita i saldi a due periodi dell'anno. La nostra inchiesta lo conferma.



Molti saldi, pochi soldi. Se proprio vogliamo stringerla in quattro parole, la situazione è questa. La recessione ci ha reso immuni alla febbre dell'acquisto da super-sconto, anche se lo stipendio è lo stesso, la rata del mutuo diminuisce e l'inflazione scende. Sembriamo anestetizzati contro quella frenesia da saldo che ci coglieva alla fine di ogni stagione. Si stringe la cinghia, si evitano sprechi, non si butta via niente, si scopre la sobrietà, si rimanda.

Il portafogli è diventato un contagocce. Il maglione di cachemire infeltrito è sostituito da uno misto-lana. Lo strappo alla camicetta lo si rammenda. Si rispolvera il cappotto dimenticato nell'armadio perché ora fa vintage. Tornano i regali simbolici, addirittura i pensierini low cost. Addio *cadeau* superfluo, meglio qualcosa di utile. La paura del futuro è più forte di qualunque appello a spendere e a far circolare soldi freschi. La frenata dei consumi fa vedere rosso i commercianti, che non sanno più cosa fare per correre ai ripari: una volta erano i consumatori a sommergerli a caccia dell'affare, ora sono loro che

si sono messi a caccia dei consumatori. Le hanno pensate tutte per portare un po' di quattrini in cassa e salvare la stagione invernale: sconti speciali, offerte promozionali, svendite e liquidazioni. Qualsiasi sinonimo di saldi andava bene, perché la legge limita l'uso di questo termine agli sconti di fine stagione,

■ ■ I negozianti non perdono il vizio di pompare ad arte gli sconti

che iniziano adesso.

Chi, invece del cartello "vendita promozionale", appende quello con su scritto "Saldi" prima della data stabilita dal regolamento regionale, rischia una multa da 500 a 3.000 euro. È tutta una questione di forma, nella sostanza stiamo parlando della stessa cosa.

Saldi liberi sempre

Allora perché non liberalizzare i saldi? Che senso ha una legge che li restringe a due soli periodi, quando in Italia per fortuna vige il principio della libertà dei ▶



Il metodo dell'inchiesta

L'indagine è stata svolta in cinque città: Milano, Torino, Roma, Napoli e Bari. In ciascuna abbiamo visitato dai 15 ai 20 punti vendita, tra quelli che si trovano in due tra le più importanti vie dello shopping cittadino, per un totale di 178 negozi. La rilevazione ha riguardato i prezzi di 2.813 capi d'abbigliamento.

Prima dei saldi

Una prima rilevazione è stata effettuata tra la fine di giugno e gli inizi di luglio, cioè prima dell'inizio ufficiale dei saldi estivi. Per ciascun articolo è stata compilata una scheda dettagliata, contenente una descrizione delle caratteristiche del capo, il codice a barre e il relativo prezzo.

Durante i saldi

Iniziate i saldi, in date differenti in ciascuna città in base a quanto previsto dai regolamenti regionali, siamo tornati negli stessi punti vendita. Una volta ritrovati i capi selezionati a fine giugno, abbiamo analizzato le differenze sul cartellino.

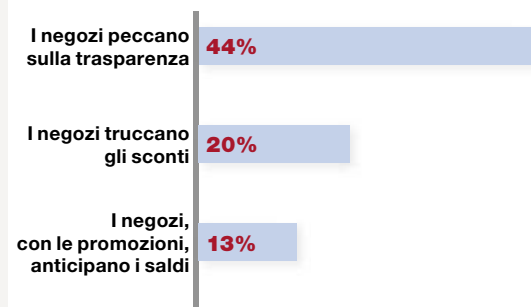
prezzi? I negozianti possono decidere di vendere la merce al prezzo che vogliono. Hanno pure il diritto di fare vendite speciali e di pubblicizzarle, purché tutto avvenga con la massima trasparenza.

Non c'è alcuna necessità di avere un "periodo dei saldi", a nessuno piace avere le mani legate, né ai consumatori che vogliono risparmiare, né ai commercianti che hanno necessità di vendere. Tanto è vero che sono sempre di più i negozianti che bypassano la legge, e non solo in questi ultimissimi mesi. Anche la scorsa estate – come dimostrano i dati della nostra inchiesta, svolta in cinque grandi città lo scorso luglio – il 13% dei negozi di abbigliamento ha fatto "vendite promozionali" prima dei saldi, di fatto anticipandoli.

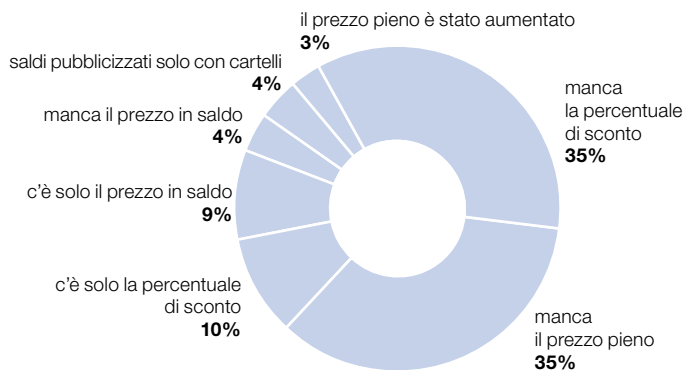
I saldi sono una forma di pubblicità, e come tale possono essere ingannevoli. Non è un caso che, a ogni nostra indagine sull'argomento, vengano fuori

Tutte le sorprese dei saldi: l'inchiesta in cifre

PERCHÉ LA LEGGE SUI SALDI NON FUNZIONA?



QUALI SONO LE PECCHE SULLA TRASPARENZA?



COSA HANNO FATTO I NEGOZI PER TRUCCARE GLI SCONTI

Prima dei saldi non avevano nessuna promozione

Sconti pompati. Il prezzo in saldo è più basso del vecchio prezzo pieno ma lo sconto è pompato
24%

Sconti fittizi. Il prezzo in saldo è uguale al vecchio prezzo pieno, lo sconto è inventato.
16%

Sconti falsi. Il prezzo in saldo è più alto di quello pieno prima dei saldi
3%

Prima dei saldi avevano una promozione

Sconti maggiorati. Il prezzo in saldo è più basso di quello della promozione pre-saldo, ma lo sconto appare più alto.
32%

Sconti trasformisti. Lo sconto della promozione si trasforma in sconto di saldo.
24%

puntualmente molte magagne. Quindi, ciò che veramente serve sono i controlli, e le sanzioni tutte le volte che i venditori non sono corretti e trasparenti.

Ecco come ti gonfia lo sconto

I saldi si trasformano in un gioco allo sconto truccato per un negozio su cinque. Ben nel 20% delle boutique da noi visitate, abbiamo rilevato subdole manomissioni sui prezzi nel periodo dei saldi. Il fine è di fare del "sensazionalismo" sulle percentuali di sconto per attirare i clienti, rinunciando il meno possibile al loro margine di guadagno. Cominciamo dai negozi che non avevano promozioni prima dei saldi.

■ **Sconti falsi.** La pubblicità ingannevole della peggiore specie si ha quando il prezzo in saldo è superiore al prezzo pieno rilevato in precedenza. Per esempio, da *Woman & Man*, a Milano (via Torino), le canottiere con la scritta Imperial costavano prima dei saldi 25 euro, mentre dopo le abbiamo ritrovate a 30 euro con uno sconto dichiarato del 10%. Un affarone. Per di più sull'etichetta figuravano solo lo sconto e il prezzo finale, quello di partenza era sparito. Insomma doppiamente scorretti.

■ Sconti fittizi quando il prezzo in saldo è identico a quello di prima

■ **Sconti fittizi.** È uno stratagemma che ha adottato il 16% dei punti vendita colti in fallo. Lo sconto è totalmente inventato, perché il prezzo praticato durante i saldi coincide con quello rilevato prima. Un'offerta-fantasma che fa leva sul fatto che il consumatore non può sapere il prezzo pieno o non può ricordarlo con esattezza nel caso in cui sia passato dal negozio settimane prima. Anche questo è un inganno bell'e buono, dal momento che il saldo è immaginario.

■ **Sconti pompati.** Quello di pompare gli sconti è un vizio di vecchia data. Si maggiore artificialmente il prezzo pieno, lo si sconta con una percentuale consistente che attira i consumatori, cosicché il prezzo finale risulta di poco più basso rispetto a quello di partenza. In pratica si gioca sull'illusione del grande risparmio, mentre si tratta di pochi spiccioli. Per esempio, se il prezzo pieno di un paio di pantaloni è di 100 euro, basta portarlo a 135, dichiarare di scontarlo del 40% (54 euro), e venderlo poi a 81 euro. Lo sconto reale però non arriva neanche al 20%: quella che appare sul cartellino è una palla piena d'aria. Un'astuzia che è stata messa in pratica dal 24% dei negozianti "truccatori", e nei confronti della quale il consumatore non ha armi adeguate per difendersi. ▶

I TRUCCHI DEI NEGOZIANTI



L'inganno nascosto sotto la colla Una sull'altra tre etichette adesive occultano il vero prezzo di partenza per pompare lo sconto

Saldi da favola da *Bershka* a Roma (via Tuscolana, 1238/1250). Sul cartellino dei capi, diverse etichette erano appiccate una sull'altra. Incuriositi ne abbiamo staccata una che riporta il prezzo pieno di 14,95 euro, 71% di sconto, prezzo finale 4,99. Sotto ne compare un'altra: prezzo iniziale 9,95, sconto 44%, prezzo finale 5,99. L'ultima rivela il vero prezzo di partenza: 7,99 euro. Un bel raddoppio del prezzo pieno, solo per pompare lo sconto senza rinunciare troppo al guadagno.

Sul cartellino compare il pre-saldo Fuori stagione attira più della scritta "sconti" o "svendita": ecco come si gioca d'anticipo

Prima della data fissata per legge per i saldi, il negozio *Bottiglieri* in viale Marconi, a Roma, ha incollato sul cartellino di alcuni capi la scritta "pre-saldi". Lo sconto non era fasullo e, quando siamo tornati nel periodo dei saldi veri e propri, i prezzi erano ulteriormente tagliati. *Bottiglieri* dimostra che con un po' di fantasia i saldi si possono tranquillamente anticipare.

L'illusione di un risparmio maggiore Far lievitare il prezzo pieno così la percentuale sconto diventa più allettante

A Napoli, in via Chiaia 221, il negozio *Henryson* ha aumentato il prezzo pieno per dare l'impressione di uno sconto più generoso. Prima dei saldi, sul cartellino di pantaloni di diverse marche era riportato l'importo di 50 euro, poi il prezzo di partenza è diventato 65. Per di più mancava anche l'indicazione della percentuale di sconto.

Quando il conto non cambia mai La promozione è annunciata da un cartello, poi durante i saldi il prezzo non cambia

Prima dei saldi, da *Sash* (a Torino, in via Garibaldi) troviamo sulla cassa un cartello che reclamizza uno sconto del 30% su tutti i capi. Mentre sui cartellini è esposto solo il prezzo pieno. Tornati al momento dei saldi, lo sconto riportato è sempre del 30% sul prezzo di partenza, questa volta annunciato sulle etichette. Insomma, siamo di fronte a uno sconto che si trasforma in saldo, il prezzo finale è identico.

► Anticipano gli sconti. E poi?

Passiamo ai negozi che avevano già anticipato i saldi con vendite promozionali: nessuno di loro ha calcolato lo sconto di saldo sul prezzo in promozione; la base è rimasta, nella migliore delle ipotesi, il prezzo pieno di partenza. Vediamo cosa si sono inventati.

■ **Sconti maggiorati.** Il 32% ha sì praticato prezzi più bassi di quelli della promozione, ma ha maggiorato lo sconto aumentando artificialmente il prezzo pieno. Per esempio, a Bari, *Sphinx*, in piazza Luigi di Savoia, alla fine di giugno aveva già in corso dei ribassi malgrado nessun cartello ne facesse menzione: ci è stato semplicemente detto a voce. Il cartellino di una maglietta riportava il prezzo di 18 euro.

Quando siamo tornati nel periodo dei saldi, sull'etichetta della stessa maglietta era riportato l'originario prezzo pieno di 24 euro, uno sconto del 30% e un prezzo in saldo di 17 euro (solo un euro di differenza rispetto a fine giugno).

■ Più controlli perché le etichette siano corrette

■ **Sconti trasformisti.** Un altro 24% ha semplicemente lasciato la percentuale di sconto della promozione anche nel periodo dei saldi: il prezzo finale, prima e dopo è rimasto identico. In questo caso come in quello precedente, forse non serviva aspettare i saldi per risparmiare: l'attesa comporta solo il rischio di non trovare la taglia o il capo che volevamo. Cosa sono questi se non saldi anticipati? In sostanza la norma fa acqua da tutte le parti, se ne potrebbe fare a meno. Non puntiamo il dito sui commercianti "anticipatori". È quando il saldo diventa fasullo che ci si deve adirare.

Il buco nella trasparenza

Prezzo pieno, percentuale di sconto, prezzo finale. Sono tre elementi imprescindibili per determinare la correttezza dell'informazione quando si compra in saldo. Però non bastano, perché occorre che tutti e tre siano dotati della stessa caratteristica: la veridicità. Sui cartellini spesso si perde qualche pezzo o, peggio ancora, viene alterato un elemento chiave come il prezzo di partenza. È successo nel 44% dei negozi visitati (vedi grafico a pag. 12, "Quali sono le pecche sulla trasparenza?").



Qualche consiglio per non prendere granchi

Fioccano le occasioni irripetibili. L'illusione di sconti all'osso fa abbassare la guardia. Seguite i nostri consigli.

✓ **Giro di perlustrazione.** Per essere sicuri di comprare capi dell'ultima collezione invece che vecchi resti di magazzino, fate un giro di perlustrazione qualche giorno prima dei saldi veri e propri. Le svendite scacciacrasi e le super-liquidazioni sono iniziate da mesi, spesso svuotando i magazzini dai capi dello scorso inverno. I veri sconti sul nuovo iniziano adesso.

✓ **Cartellino sotto la lente.** Confrontate sul cartellino il prezzo vecchio con quello ribassato: se avete dubbi sulla percentuale di sconto o il prezzo non vi sembra corretto, chiedete chiarimenti al negoziante. Fatevi guidare dal rapporto qualità-prezzo.

✓ **Vizi nascosti.** Controllate che i capi siano in buone condizioni. Se il difetto viene fuori dopo l'acquisto, potrete chiedere la risoluzione del contratto: il negoziante è tenuto a restituirvi l'importo pagato oppure ridurvi il prezzo. È importante conservare lo scontrino.

✓ **Un salto in camerino.** Provate sempre l'articolo scelto: se vi pentite dell'acquisto non è vostro diritto cambiarlo. Infatti il cambio è a discrezione del commerciante. Quindi chiedetegli sempre se vi consentirà di effettuare un cambio e quanti giorni avete per farlo.

✓ **Occhi aperti alla cassa.** Ricordate che i prezzi esposti vincolano il venditore: se alla cassa viene praticato un prezzo o uno sconto diverso da quello indicato,

fatelo notare al negoziante e non esitate, in caso di problemi, a far intervenire la polizia municipale.

✓ **Carta di credito anche per i saldi.** Il negoziante convenzionato con una carta di credito è tenuto ad accettarla sempre, anche in periodo di saldi.

✓ **Cautela sulle carte revolving.** Attenzione ai pagamenti con questo tipo di carte, perché i tassi applicati possono superare il 20%. Questo strumento di pagamento può essere conveniente solo in caso di rimborso del capitale in tempi brevissimi, vale a dire pochi mesi.

✓ **Due anni di garanzia.** Vale anche per gli acquisti in saldo, sempre che si sia conservato lo scontrino. Fotocopiate quelli di carta chimica, perché sbiadiscono.