

# CRISI, tutto quello che non ti aspetti

Non solo il settore automobilistico è entrato in difficoltà ed ora offre ai consumatori prodotti più scontati e moderni. Le occasioni in un momento congiunturale sfavorevole riguardano anche altri segmenti del mercato come l'alimentare, l'abbigliamento uomo-donna-bambino, l'elettronica di consumo, i viaggi e la casa. Ecco alcuni consigli per cogliere al volo le offerte di primavera che d'inverno ci sognavamo.

**Q**uattro mesi di timori, lamenti e terrore di chiudere. Il mercato dei consumi - nel Varesotto, in Italia, in Europa e nel mondo - mostrando limiti e fiato corto di un'economia in panne, ha girato la chiave e fermato il motore. Tra famiglie, aziende e professionisti, da fine dicembre 2008 a pochi giorni

fa, si è fatta largo una serie di sentimenti paralizzanti: un sentore comune che taglia le gambe, materializza la parola recessione come lo spauracchio che riduce a zero entusiasmo e il desiderio di programmare investimenti, riduce al minimo le risorse innovative, annulla molti contratti d'acquisto da tempo sottoscritti.



Davvero un brutto momento quello vissuto a cavallo tra fine 2008 e inizio 2009, non solo nel settore motori, ma anche tra gli scaffali del settore abbigliamento uomo-donna-bambino o tra i banconi dei supermarket, nel settore immobiliare, viaggi & turismo o dell'elettronica di consumo.

## IL MERCATO DELLE QUATTRO RUOTE

Così in poche settimane, dall'inizio dell'anno, dal cappello a cilindro del circo del motore, sono uscite novità tecnologiche sfornate a velocità siderale dalle case automobilistiche e dalle antenne tecnologiche, promosse dagli strateghi del marketing, frutto di raffinati pensatori del design e della ricerca a basso impatto ambientale. Dalla fine del Motor Show di Bologna alla presentazione del Salone di Ginevra, sono stati realmente quasi tre mesi indimenticabili per la filiera del mercato dell'auto. Tutto ciò con il progressivo varo degli ecoincentivi (in Italia da metà febbraio) che hanno rivitalizzato il mercato tedesco e francese, britannico e scandinavo. E pure da noi, facendo tornare un clima di moderata fiducia. Il varo delle misure che favoriscono la rottamazione delle "carrette" Euro 0,1,2 (sconti da 1.500 a 3.500 euro per auto nuove) ha ridestato in pochi giorni il mercato, dissipando, per ora, il timore di chiusure di fabbriche e gloriosi marchi. Prima di quei provvedimenti, presi in ritardo di un paio di mesi, la cassa integrazione e la disoccupazione per 60mila del gruppo Fiat e 300mila dell'indotto erano un'evidenza inderogabile, come tuonò più volte **Emma Marcegaglia**, presidente di Confindustria.

Ma ponendo anche nuove priorità di sviluppo, confidando non più solamente nel risultato degli aiuti urgenti e concreti di un governo che vara incentivi

**Il costo di una city car o di una berlina è sceso, a seconda dei modelli, dai 2mila ai 4.500 euro.**

sulla rottamazione e di case automobilistiche e concessionari che aggiungono bonus agli sconti, ma in un circolo virtuoso che possa continuare nel futuro. Oggi è possibile acquistare una city car (Fiat Panda, Chevrolet Matiz, Toyota Yaris, Ford Ka, Peugeot 107 o Renault Twingo), un segmento medio (Vw Golf, Audi A3, Fiat Punto e Bravo, Ford Focus, Opel Corsa, Peugeot 308 o Renault Mégane) o una berlina (Lancia Delta, Opel Zafira, Seat Leon) a costi inferiori, dai 2.000 ai 5.500 euro rispetto al dicembre 2008. Ma se il vento di un moderato entusiasmo nel settore dei consumi del mercato automobilistico è tornato a girare per il verso giusto, ciò che rimane è una duplice eredità di tipo culturale. Da un lato, una maggiore consapevolezza delle dimensioni "naturali" di questo mercato. Come sosteneva l'avvocato **Gianni Agnelli**: *"Drogare il mercato dell'auto in Italia è una forzatura, una follia che presenta il conto: da noi vale al massimo 2 milioni di auto vendute all'anno, alla luce dell'economia, del territorio, dell'ambiente e della rete stradale"*. Dall'altro, la certezza che i desideri dei consumatori stanno evolvendo verso prodotti più risparmiatori e più attenti all'ambiente.



Vetture in attesa di clienti in un autosalone

*"In questo quadro di rinnovamento culturale nell'economia dei consumi - interviene il professor **Gian Primo Quagliano**, coordinatore del più autorevole osservatorio dei motori, il Centro Studi Promotor - anche i poteri pubblici hanno un importante ruolo da giocare per favorire al massimo un corretto orientamento verso tecnologie più pulite ed economiche, senza cadere nel protezionismo. Avendo sotto gli occhi i disastri della crisi finanziaria, sarà possibile far capire a chi ragiona in chiave ideologica che la concorrenza e gli interessi dei consumatori e della società non si tutelano né con il liberismo di questi anni, né con l'emergente protezionismo. Il liberismo messo a nudo dai recenti scandali finanziari si è rivelato come la libertà del più forte o del più spregiudicato, il protezionismo nazionalista è una difesa di interessi magari legittimi, ma attuata in modo sbagliato e regressivo".*

Abbiamo l'opportunità di fare una politica industriale innovativa e non distorcente, favorendo lo sviluppo della motorizzazione a metano e gpl. Tutto ciò però deve passare attraverso un ampliamento della rete di

**Per l'industria dell'auto, l'opportunità di fare una politica industriale innovativa, che punti allo sviluppo del metano e del gpl.**

rifornimento: oggi i punti sono carenti sul territorio, basti pensare che sono due i distributori gpl in un largo raggio intorno a Varese e solo un terzo sta per sorgere. Investendo nelle reti di carburanti più puliti si darebbe un forte impulso ad automobili più economiche e meno inquinanti. L'Italia è leader mondiale in tutta la filiera e favorirne la diffusione significherebbe dare impulso allo sviluppo di tecnologie e di imprese che hanno innovazioni da offrire ed occupazione da garantire. Motori diesel-metano, attualmente in fase di avanzata sperimentazione, motori benzina-metano sovralimentati, motori a metano mixato con idrogeno o idrogeno puro. Siamo tuttavia ancora alla sperimentazione per le molte case produttrici che, peraltro, investono ingenti capitali nella ricerca, (Bmw, Mercedes, Volkswagen-Audi, gruppo Psa Citroën-Peugeot, gruppo Fiat, Ford, Toyota, Renault-Nissan, solo per fare degli esempi) ma è ancora lontana la prospettiva di far viaggiare auto ad emissioni zero. Sembra comunque un futuro ineludibile. La scommessa tecnologica da vincere costituisce uno stimolo per crescere e donare ai nostri figli e nipoti certezze per un domani più pulito e un traffico meno congestionato. Certamente si impone una riformulazione di strategie ed obiettivi, una riprogrammazione di priorità e gesti virtuosi di tutti, famiglie ed imprese, politici-legislatori e banchieri-finanziatori di validi progetti imprenditoriali. Ed anche questa evoluzione della specie costituisce per tutti... il bello della crisi.

### AL SUPERMARKET

Chi gestisce promozioni, campagne sconti e fidelity card nei supermercati tocca con mano tutti i giorni una

## ECOINCENTIVI IN PILLOLE

Solo le auto di grossa cilindrata o di alta potenza sono escluse dall'operazione eco-incentivi varata dal governo per l'anno 2009. Il primo criterio, infatti, è quello rivolto alla tutela dell'ambiente, abbinato al fenomeno della rottamazione per svecchiare un parco auto circolante tra i più vetusti dell'Europa più evoluta. L'obiettivo primario è quello di ridestare un mercato dell'automobile in preoccupante contrazione nella seconda parte del 2008 e all'avvio del 2009. Ma vediamo quali sono gli eco-incentivi sulla rottamazione:

- 1.500 euro per la rottamazione di veicoli Euro 0, 1 o 2, immatricolati prima del 31 dicembre 1999, per vetture con emissioni di CO<sub>2</sub> inferiori a 140 g/km (benzina) e inferiori a 130 g/km (diesel);
- bonus da 1.500 a 3.500 euro per vetture con alimentazione a metano;
- bonus da 1.500 a 2.000 euro per vetture con alimentazione a gpl.

I bonus governativi sono cumulabili con eventuali promozioni in corso sia da parte di case automobilistiche, sia dei concessionari. Alla fine, tra incentivi, tagli e arrotondamenti, si può arrivare ad ottenere uno sconto reale sul listino fino a 6.500 euro per un'auto media alimentata a metano.

cinghia sempre più stretta. L'hanno tirata quasi tutti i consumatori, sia famiglie sia single, e i buchi si stanno esaurendo. Così riscuotono successo i ribassi a rotazione per gran parte degli alimenti, a partire dai prodotti freschi di stagione del reparto frutta e verdura. Per poi coinvolgere le operazioni "3x2" e "4x2" per prodotti di più largo utilizzo e dalle griffe più celebrate nel reparto frigorifero (dagli yogurt ai tortellini, dai formaggi freschi alle sfoglie pronte), ma estendendo le opportunità più degustate anche alle ghiottonerie del reparto gastronomia. E' anche il caso dei prodotti con il marchio della catena che li commercializza: i biscotti, la marmellata e mille altri diffusi dai grandi gruppi Esselunga, Standa, Coop, Gs. In

quest'ultimo market, sede di Sanvito Silvestro a Varese, l'80 per cento dei prodotti è scontato dal 3 al 5 per cento. Ma con l'aggiunta che il consumatore ha operato scelte d'orientamento sul prodotto: chi puntava solo sul branzino e orata pescata in mare, oggi opta sullo stesso pesce ma d'allevamento, chi prediligeva il salmone si orienta sul pesce azzurro che, tra l'altro, ha ottime qualità organolettiche. Anche qui poi, a rotazione ciclica, come avviene da anni nelle Esselunga, Standa, Coop e Iper, si operano tagli dei prezzi su gruppi di prodotti selezionati e di qualità, incentivando l'uso delle fidelity card, diffusissime.

A farsi orgoglioso paladino di una spiccata varesinità è certamente Tigros. Presidente della holding di controllo, Cedis, è **Paolo**

**Orrigoni**, 32enne figlio del fondatore, Luigi. Tigros conta 1.100 addetti, occupati in 62 punti vendita di 4 province lombardo-piemontesi e quest'anno celebra 30 anni di attività. "La crisi? Sì, una generalizzata contrazione dei consumi si avverte. Il nostro marchio di famiglia, Tigros, fa di tutto, nel concreto, per

**Paolo Orrigoni, Tigros:**  
"Il nostro gruppo conta più di 250mila fidelity card che danno diritto a sconti, regali e bonus".

restare a fianco alle famiglie e ad ogni tipo di consumatore, sia coloro che da noi pretendono il meglio del fresco di stagione nei reparti frutta/verdura o macelleria/pescheria, puntando sulla miglior qualità, sia coloro che optano per i prodotti del nostro marchio Primia, che strizzano l'occhio al risparmio garantendo sempre la massima soddisfazione. Abbiamo rafforzato questa linea di prodotti che seguiamo e curiamo direttamente nelle diverse fasi: dalla selezione dei fornitori, alla definizione delle materie prime e degli ingredienti, al controllo sulla qualità e sicurezza dei prodotti esposti nei punti vendita. Ritengo che la crisi sia un trampolino ideale per mostrare il valore delle persone e la qualità dei prodotti

offerti: da parte nostra puntiamo sulla cortesia del personale e la fiducia dei clienti, ben testimoniata da più di 250mila fidelity card che danno diritto a sconti, regali e bonus. La crisi in atto a livello mondiale non ci fa recedere dall'aprire nuovi punti vendita e ristrutturare, accorpando tra loro, quelli esistenti: riteniamo che il taglio minimo, oggi, sia un supermarket con spazi superiori a 1.000 metri quadri per i consumatori". Un altro marchio legato a doppio filo al territorio è Latte Varese. "Per anni abbiamo programmato investimenti ed espansioni territoriali e i risultati ci stanno dando ragione - precisano **Fabio Binelli** e **Carlo Crosti**, rispettivamente presidente e direttore commerciale della cooperativa agricola che dà lavoro a più di 250 addetti,



In discesa i prezzi degli alimentari

## In un market di Varese l'80% dei prodotti è risultato scontato dal 3 al 5%.

indotto compreso - . E' innegabile che la crisi e la concorrenza sleale ci frenino: basti pensare che il latte dalla Slovacchia o della Romania viene importato ad un costo inferiore del 30 per cento rispetto all'Italia. Con la crisi i grandi gruppi alimentari sono più aggressivi e propongono sconti veri o alcuni solo "civetta". E noi puntiamo per vocazione sulla qualità assoluta, sulla raccolta del latte da 35 stalle del Varesotto e sulla sua trasformazione in loco per produrre ottimi gorgonzola, toma, mozzarella, stracchino ed ora anche formaggio di capra, prodotto per noi in Valcuvia e nel Luinese. Continueremo a puntare sulla qualità e ad amare il territorio".

## IN BOUTIQUE

Alla fine si è dovuto arrendere anche il burbero ragioniere **Cesare Barbero**. Il titolare della più blasonata boutique d'abbigliamento torinese Jack Emerson - che per decenni

ha servito Giovanni Agnelli, dove ancora oggi si vestono Alain Elkann, il figlio John e dove Sergio Marchionne compra i suoi proverbiali maglioni - ha dovuto soccombere agli sconti, smentendo la regola inveterata di cui si era fatto paladino: "No saldi, mai promozioni". C'è la crisi, la sentono tutti e piovono promozioni e sconti, persino nelle

cattedrali dell'abbigliamento di lusso. La tempesta finanziaria sconquassa le borse internazionali, gela la propensione all'acquisto e come

può non creare scompiglio tra gli scaffali di boutique e grandi magazzini? Anche qui è scoccata l'ora di fare buoni affari fuori dal periodo dei saldi: la discesa dei cartellini non è più solo peculiare all'elettronica di consumo, alimentari per chi vanta fidelity card, viaggi e case. Ma riguarda pure l'abbigliamento.

Anche nell'ambito della moda uomo-donna-bambino l'ondata di ribassi vede protagonista innanzitutto la grande distribuzione che, per sorreggere le vendite e non intaccare il fatturato, lancia campagne di sconto del 20-35 per cento a ripetizione e scatena i responsabili degli acquisti per strappare ai fornitori condizioni più favorevoli. Però dove domanda e offerta si fronteggiano senza le alchimie del marketing esasperato, tipico della grande distribuzione, tagli del 10-25 per cento rispetto al 2008 costituiscono l'offerta delle boutique per giacche e pantaloni da uomo e tailleur e abiti da donna.

A commentare il momento che stiamo vivendo è un personaggio esperto, **Giorgio Angelucci**, presidente di Ascom Varese, per anni docente universitario e titolare di una delle più note boutique della Città Giardino. "La crisi c'è, inutile negarlo, ma la maniera migliore per affrontarla è non cedere al disfattismo da una parte e all'eccessivo ottimismo dall'altra. Io scelgo la terza via, quella della positività razionale del mondo del commercio, che non nega le difficoltà del momento ma vuole continuare a guardare avanti in vista di una imminente ripresa. La primavera, un momento storicamente importante per noi, purtroppo coincide con un forte rallentamento dei consumi, fra aspettative e paure. L'atteggiamento più corretto mi sembra quello dell'analisi e del coraggio: confrontando la spesa media di una famiglia lombarda, oggi ci sono molte più occasioni e promozioni rispetto ad uno o due anni fa. Comprare un'auto, scegliere un capo d'abbigliamento, fare la spesa settimanale o acquistare quotidianamente pane, latte e salumi dal gastronomo di fiducia costa meno rispetto a 12 mesi fa. Shopping agevolato, quindi. Una situazione positiva che non fa chiudere gli

## Nella moda l'ondata di ribassi vede protagonista la grande distribuzione con campagne di sconto del 20-35 per cento.



occhi su due problemi molto seri: sensazione di diffusa "povertà" e i timori di perdere il posto di lavoro. Nel "diario della crisi"

redatto dall'Istituto di ricerca Censis, emerge la fotografia di un Paese in difficoltà ma nemmeno allo sbando, dove, udite

udite, il risparmio delle famiglie è cresciuto, i depositi bancari sono saliti, la propensione al risparmio è cresciuta del 9 per cento. Gli italiani stanno facendo le formiche, alimentando la propria ricchezza, spendendo meno oggi per avere più certezze e capacità di consumo domani. I dati sul turismo - conclude Giorgio Angelucci - confermano che settimane bianche e vacanze estive sono un piacere irrinunciabile, magari scegliendo il low-cost, sfruttando le promozioni".

**Opportunità anche nelle boutique, con tagli che si aggirano tra il 10 e il 25% sui costi del 2008.**

## DAI BYTE ALLA LAVATRICE

"In 42 anni di professione ho vissuto numerosi rallentamenti del mercato, periodi di recessione generalizzata. Credetemi, questa è una crisi vera per alcuni, ma molto enfatizzata per tutti da un elemento che, in altri periodi, mancava: la sfiducia alimentata dai media sull'onda delle speculazioni di grandi gruppi finanziari. E ve lo dimostro". Parla così, con chiarezza disarmante, **Cesare Bernasconi**, 63 anni, presidente dell'omonimo marchio celeberrimo nel Varesotto e Verbano-Cusio-Ossola, leader nel settore elettrodomestici ed elettronica che fa parte del grande gruppo Trony. Innamorato dell'ippica, è a capo di un'azienda che vanta 160 addetti.

"Storicamente molti ricorderanno la metà degli anni Settanta con il periodo etichettato come grande austerità. Addirittura non potevano circolare le auto per l'eccessivo costo del carburante. In quel periodo gli indici di sfiducia avrebbero dovuto essere ben peggiori rispetto ad oggi, in cui il petrolio, sempre fonte di speculazione, ora è tornato a costi ragionevoli rispetto alle follie di un anno fa

**Una moderna Tv Lcd da 19 pollici costa 199 euro, un Pc portatile Compact da 4GB memoria Ram 399 euro.**

(1,570 euro al litro nell'estate 2008).

Nell'autunno/inverno 2008 le famiglie hanno vissuto un assalto da terrorismo psicologico paralizzante. E ancora oggi molti non si rendono conto che, grazie ad alcune nostre promozioni periodiche e all'evoluzione tecnologica, i prezzi si sono molto abbassati. Esempi? Una moderna Tv Lcd da 19 pollici costa 199 euro o un

Pc portatile Compact da 4GB memoria Ram solo 399 euro. Una lavatrice Indesit 1.000 giri solo 195 euro. Insomma, meglio di così!".

Ci spostiamo da Euronics, una catena celebre in tutta Italia. Anche qui riscuote successo l'aiuto per rivitalizzare gli affari nel settore degli elettrodomestici dato dalla legge che permette - se si smaltisce il vecchio frigo o congelatore - la detrazione pari al 20% in fase di dichiarazione dei redditi, sulle spese sostenute e documentate fino ad un massimo di 200 euro. A patto che si acquisti uno di classe uguale o superiore ad A+ che assicura un risparmio energetico di almeno il 25% rispetto alla classe A, con forte risparmio sulla bolletta elettrica.

"Sarebbe stato meglio tagliare subito alla cassa quei 200 euro per ciascun frigo, come avviene nel settore auto con gli eco-incentivi - precisa **Daniele Corio**, 43enne direttore di Media World del centro commerciale Belforte/Varese - Il cliente

deve conservare fattura o scontrino parlante e scontarsi l'acquisto in seguito con la dichiarazione fiscale. In merito agli altri prodotti il mercato è dinamico perché i nostri acquirenti fanno bene i conti e non vale la pena riparare la lavatrice tre volte se ne comperi una moderna con 200 o 300

euro e la paghi da 12 a 24 mesi a tasso zero reale (Taeg). Certo in questi ultimi mesi abbiamo avuto alcuni rifiuti al finanziamento per quei soggetti già oberati da rate e costi. Ma una famiglia o un single che sanno amministrarsi e non indebitarsi troppo, proprio in periodi di crisi, qui trovano opportunità che normalmente si sognano sfruttando campagne di promozione inimmaginabili. Dagli schermi Tv Lcd (32" a 399 euro con marche leader) ai moderni netbook da 199 euro piccoli e moderni Pc portatili collegati ad Internet che fanno di tutto a costi bassissimi".

**La legge permette, se si smaltisce il vecchio frigo o congelatore, una detrazione del 20% sulla dichiarazione dei redditi per spese sostenute fino ad un massimo di 200 euro.**

## VIAGGI SENZA CONFINI

E' un quadro multicolore, a tinte contrastanti, quello che è emerso dalla Bit, la Borsa Internazionale del Turismo svoltasi recentemente a Milano. Ben 158.600 presenze, di cui 101.000 operatori professionali (81.500 italiani, 19.500 esteri), hanno decretato che il malato è tutt'altro che moribondo: il turismo ha subito i contraccolpi innegabili e prevedibili della recessione internazionale, ma è pronto, rappresentato da 140 Paesi di tutto il mondo, a proporsi rinnovato e più dinamico che mai.

## CRISIS, ALL THE THINGS YOU WOULDN'T EXPECT

The car manufacturing industry is not the only sector experiencing difficulties and offering customers more modern, cut-price products. In this unfavourable economic climate special offers are also available in other sectors like food, clothing, consumer electronics, travel and property. Here are some tips to allow you to take full advantage this spring of the special offers you could only have dreamt of in winter. Let's start with cars. Depending on the model, the cost of a city car or saloon car has dropped from between 2 thousand and 4,500 euros.

New sales strategies which benefit consumers are even emerging in the distribution sector. This trend is evident at a market in Varese where 80% of the products on sale have been discounted by 3 to 5%. The fashion sector is no exception. Since 2008, boutiques have cut their prices by 10 to 25% with as much as 35% off prices in the large-scale retail trade.

It's also worth taking a look at shops which sell electrical appliances where a 19 inch Lcd TV costs 199 euros and a Compact laptop with 4GB Ram memory costs about 400 euros. In addition to these prices there are also other incentives like having your old fridge or freezer disposed of at no extra charge or being able to deduct 20% from your tax return for up to 200 euros.

In times of crisis it even costs less to travel. Many tour operators have created special deals for families with only one paying adult and discounts of between 50 and 100 percent for children. Those who took a relaxing break in the Mediterranean last year would spend 20 percent less this year. This price slide also involves the property market. In Varese (the Giubiano area) minimum estimates have dropped by €100 per square metre. Prices are also falling in Saronno: 1,800-2,000 euros per square metre for an office in a semi-central area.

**Adalberto Corsi**, presidente di Fiera Milano Expoct (commercio turismo servizi) ha dichiarato che nessun

**Molti tour operator hanno varato pacchetti famiglia con un adulto che paga ed un minore scontato dal 50 al 100 per cento.**

settore, meglio del turismo, si sa rinnovare e adattare al consumatore proprio in periodi di contrazione dei consumi. Impressioni confermate anche in una delle agenzie più note a Varese, Giuliani e Laudi.

"Il target medio-alto della nostra clientela non soffre nelle scelte delle destinazioni Stati Uniti, Polinesia o Maldive: queste sono sempre gettonatissime, a partire da 3.000/3.500 euro. Innegabile difficoltà per quella fascia di famiglie con figli che, al mare d'estate, non possono rinunciare e che giovano di promozioni notevoli con gratuità e bonus non solo in media stagione ma anche in alta".

"La paura generalizzata della crisi è andata in scena a novembre/dicembre 2008, ora si sta piano piano dissolvendo", esordisce così **Simona Ferretti**, da 20 anni agente di viaggio a Varese ed Azzate legata al marchio lombardo Gattinoni & Co, leader anche negli incentive.

"Come si fa a rinunciare alla sacrosanta vacanza dopo un

anno di lavoro? Recessione e timori stanno giocando il loro ruolo, ma tour operator come Valtur, Alpitour o Columbus hanno varato pacchetti famiglia molto allettanti per l'Italia e l'estero con un adulto che paga il 10-20 per cento meno dell'anno scorso ed un minore scontato dal 50 al 100 per cento. Poi il frutto positivo della crisi giunge proprio dagli operatori turistici che offrono oggi a prezzi di saldo villaggi in alta stagione in luoghi al top nel Mediterraneo, dalla Grecia alla Spagna, con proposte incredibili in Tunisia".

Ma non tutto è a buon mercato. Basti pensare che molte agenzie non trovano più una camera tripla a luglio in una delle località più amate della Sardegna, Costa Rei/Villasimius. Sempre gettonato in qualsiasi stagione è il lungo raggio caraibico, da Cuba, Messico o Santo Domingo, a partire da 1.000 euro.

"Il bello della crisi? Mi pare sia sotto gli occhi di tutti, anche degli scettici - afferma sorridendo

**Massimo Colombo**, direttore delle agenzie Bluvacanze di

**Chi l'anno scorso si è rilassato nel Mediterraneo, oggi spende il 20 per cento in meno.**

Varese Belforte e al centro commerciale Le Corti - Chi

l'anno scorso si è rilassato nel Mediterraneo, oggi spende il 20 per cento in meno, con i figli in vacanza gratuita. Bastano tre esempi del nostro marchio di qualità Going. In Tunisia per 8 giorni a luglio il costo è di 690 e l'adulto e il ragazzo dai 2 ai 16 anni paga solo l'aereo da 129 euro. Stessa cosa per la Sicilia, a Gioiosa Marea, con 590 euro il villaggio all inclusive, più solo 129 euro per i figli. Qui addirittura vengono offerte camere da cinque posti letto ed una ristorazione eccellente... E per chi ama le rutilanti Ibiza e Formentera, il prezzo da saldo vale per l'estate, con mezza pensione da 490 a 590 ed il costo del figlio fermato a 149 euro, praticamente solo il volo aereo".

## IL MATTONE

Che il sistema Casa soffra più di ogni altro la recessione in atto è dimostrato dal Piano governativo allo studio da inizio marzo, dalla crisi nei cantieri e dalla sfiducia degli operatori di intermediazione, ben cinquantamila tra agenti immobiliari e mediatori creditizi in Italia. Ma come sfruttare la crisi per favorire i consumatori e sfociare al termine del periodo negativo più professionali ed efficienti?

La prima riflessione giunge, in occasione di una recente visita a Varese, dal Presidente Nazionale di Fiaip, la più longeva delle federazioni delle agenzie immobiliari professionali legata a doppio filo a Confedilizia, **Franco Arosio**. "Colgo con meraviglia che qui a Varese il "sistema Casa" funziona come nelle migliori province d'Italia. Qui la filiera del mattone è attiva e sana, nonostante la crisi. Non si rinuncia a fare autocritica ma si ha voglia di vincere in gruppo, conquistare nuove fasce di clientela facendo emergere valori dei quali ho sentito parlare poco

**Mercato immobiliare: a Varese (zona Giubiano) le valutazioni minime sono scese di 100 euro al metro quadro.**

negli ultimi dieci anni nel mondo finanziario: etica, qualità della professione, confronto aperto e leale". Il presidente provinciale Fiaip Varese/Confedilizia, **Claudio Piccoli**, ha precisato con forza che, se gli economisti stanno studiando la diagnosi, la malattia ha prognosi di guarigione non breve e non facile. "Un fatto è certo, incontestabile: questo, meglio certo di 2 o 3 anni fa, è il momento di acquistare nel settore casa, un ambito che storicamente ha sempre assicurato rendite alte e garantito affari meglio della Borsa o dei titoli di Stato. Oggi accendere un mutuo - casa di 10 o 20 anni ha costi davvero bassi, si parla del 3,20-3,90% sul tasso variabile. E' sotto gli occhi di tutti che, per certe realtà di appartamenti usati di 4-5 locali invenduti, il prezzo sia sceso del 10-15% in due anni, mentre per le più piccole e contese unità si è trattata di una flessione più lieve, del 5-10%. Esempio: a Varese/Giubiano le valutazioni minime sono scese di 100 euro al metro quadro, da 2.300 a 2.200 (nuovo) o a Casbeno da 2.600 a 2.400 euro (nuovo) e da 1400 a 1300 euro al metro quadro (da ristrutturare). Ovvio che il venditore che non ha fretta di cedere e sa di possedere un bene in ottimo stato - perché ben ristrutturato, dotato di certificazioni e di sistemi moderni di sicurezza - non si presta all'abbassamento delle quotazioni. E aspetta con saggezza che i venti freddi della crisi passino o il cliente giusto sappia apprezzare e comperare. Ma non si può assolutamente essere d'accordo con chi parla di rottamazione del mattone, con flessioni del 40% rispetto a precedenti quotazioni. E' follia. Come si può valutare a Barasso un ampio quadrilocale, tutto da ristrutturare, ben 1.800 euro al metro quadro? Non sono cifre nemmeno da Varese o Busto Arsizio zona centrale, secondo la rilevazione dei prezzi varata dalla Camera di Commercio di Varese,

anno 2008. Poi ci sono realtà frutto di situazioni contingenti, dove l'offerta è vasta e molto articolata: per esempio, un ufficio centrale a Luino due anni fa era quotato 2.300-2.600 euro al metro quadro, ora è sceso a 1.600-2.500 euro. Stesso esempio vale per Saronno: qui due anni fa stimammo 2.500-2.700 euro al metro quadro per uffici nel semicentro, oggi rileviamo valutazioni medie di 1.800-2.000 euro al metro quadro".

**Prezzi in discesa anche a Saronno: 1.800-2.000 euro a metro quadro per un ufficio in semicentro.**

"Attenti, però - continua Piccoli - si rottama del 50% se sono state fatte stime false e valutazioni non professionali, magari da agenzie che per acquisire il cliente o soffiarlo ad altre hanno sparato cifre assurde, promesso l'Eldorado. Tornare a vedere splendere il sole sul mattone impone una vera operazione di profondo realismo e di coscienza di tutti: agenti immobiliari e mediatori creditizi da una parte; banche, notai, costruttori edili e ordini professionali dall'altra; tutti in prima fila in un'azione comune eticamente ispirata, a beneficio dei consumatori, siano essi famiglie o imprese".

Giuseppe Macchi

Il progetto Giardini Sospesi della FIM Group da realizzare a Varese nell'area ex SKF

