

STAR
Abito in jersey e cotone indossato da Kate Moss per Mango



NET À PORTER
Acquistare capi griffati a costi da outlet senza spostarsi da casa. Un sogno che diventa realtà grazie a internet

TAGLI NETTI
Asimetrico e sensuale con spacchi Zara. A destra, taglio bon ton per il modello a tunica di Mango



Prese nella Rete



Veronica Timperi

Aprire l'armadio e, nonostante la straripante quantità di abiti che contiene, avere sempre la sensazione di non avere il capo giusto, l'abito trendy, o il pezzo che in una serata formale e glamour possa fare la differenza.

Grazie al cielo in soccorso alle fashion addict e a coloro che non vogliono spendere un occhio della testa per acquistare nuovi vestiti, oltre i saldi, ci sono tanti modi per fare shopping intelligente e, soprattutto a piccoli prezzi. E' una vera e propria tendenza quella di comprare low cost e riguarda catene di negozi, outlet, e, da qual-

che anno, anche i siti di e-commerce. In primis c'è da ringraziare i fashion district, gli outlet dislocati in tutta Italia, il Fidenza Village, i McArthur-Glenn, che oltre il 30% canonico, durante il periodo dei saldi propongono ulteriori sconti su capi griffati.

Non importa se in molti casi non si tratta di abiti dell'ultimissima collezione, è la qualità che conta. Unica nota negativa sono le code per entrare negli store e la folla di donne battagliere che si conten-



dono abiti, scarpe e borse. Altro modo per acquistare a piccoli prezzi sono le catene internazionali. Zara, H&M, Mango, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius.

Nel caso di Zara e Mango le collezioni traggono ispirazione da tendenze più sobrie, che fanno il verso, dando un tocco di originalità, a capi disegnati da grandi stilisti. Il problema di chi fa spesa in questi negozi è la mas-

sificazione. E' facile trovare nella stessa piazza almeno tre persone che indossano lo stesso capo che abbiamo appena acquistato. Il tempio delle occasioni e della ricercatezza è quindi diventata la rete. On line, comodamente seduti sul divano, senza l'ansia della commessa che insegue e tallona è possibile trovare vere e proprie rarità, e spuntarla a prezzi contenuti. Gli indirizzi più gettonati, oltre YO-

OX, il sito di e-commerce dove qualità, prezzo e originalità vanno a braccetto, Net-a-porter dove si possono trovare capi di stilisti emergenti e griffe famosi nel fashion system newyorchese e londinese, sono quelli a vendita temporale. Unica raccomandazione: iscriversi e registrarsi alla newsletter per non perdere la settimana nella quale una firma famosa vende i capi delle collezioni passate a metà prezzo. Saldi Privati, Vente Privée, PiùStyle e Privalia hanno una grande gallery di offerte, capaci di far risparmiare, a volte, anche più del 50% dal prezzo di negozio.



Ferro, i preziosi low cost

Come concedersi un lusso risparmiando fino al 50%

I gioielli sono un lusso per pochi, ma in tempi di crisi anche il mercato sta cambiando per adeguarsi al portafoglio degli italiani. Gioielli by Ferro a tal proposito sta portando avanti una piccola rivoluzione nel settore, trasformando il concetto di oreficeria nell'immaginario collettivo in un sogno realizzabile per tutti, e non più elitario.

Il brand, controllato da Pronto Gold Spa, ha aperto i battenti con l'obiettivo dichiarato di rendere tutti i preziosi, an-

che quelli più importanti e di maggior valore, alla portata del grande pubblico, grazie a una politica aziendale caratterizzata da bassi ricarichi sul prezzo finale e da costi alla



fonte, sia di acquisizione che di produzione, vantaggiosi. Questo risultato è possibile perché "Gioielli by Ferro" ha alle spalle la casa-madre Pronto Gold Spa, Banco Metalli leader sul mercato di Milano, il cui core business è costituito appunto dall'acquisizione di oro, gioielli, monete e metalli preziosi sia da operatori del settore che da privati.

Il risparmio, rispetto ai prezzi delle altre gioiellerie è di circa il 50%, praticamente i clienti acquistano a prezzo di co-

sto. «Badate bene: prezzo accessibile non significa bassa qualità dei gioielli in vendita - spiega il titolare Ferruccio Invernizzi -. Al contrario: significa che noi applichiamo ricarichi bassi su tutti i preziosi in vendita nel nostro negozio per una precisa strategia commerciale per cambiare una mentalità. Il desiderio di comprare un gioiello non deve essere più vissuto come un'esperienza voluttuaria, ma come un rapporto in cui prezzo e valore devono coincidere». (A.VII.)