

Malpensa, feste “di magro”

Pubblicato: Giovedì 23 Dicembre 2004

Nella zona dedicata allo shopping del Terminal 1 di Malpensa si incontrano negozi di tutti i tipi, dal rivenditore di scarpe pregiate al fiorista, dal fotografo al chiosco che vende orologi. Tutti dicono più o meno le stesse cose: «c'è crisi, la gente fa fatica a comprare, c'è poco transito di potenziale clientela». Nemmeno l'aumento di passeggeri previsto per Natale sembra aver incentivato le vendite: secondo la Sea saranno 1,3 milioni i passeggeri che per queste festività natalizie utilizzeranno gli aeroporti milanesi, 320mila a Linate e 980mila a Malpensa. L'incremento complessivo rispetto allo stesso periodo dello scorso anno sarà del 5 per cento. Malpensa si conferma al primo posto in Italia per il traffico charter, con aumento del flusso verso destinazioni tipicamente turistiche, che fanno registrare il tutto esaurito, come Maldive, Caraibi, Brasile e Mar Rosso. Numerose le prenotazioni per le capitali europee e per il Sud Italia e buone performance per i voli low cost che, con un incremento del 46%, hanno servito nel 2004, dagli aeroporti milanesi, 2 milioni di passeggeri.

Gli affari maggiori i negoziati li fanno con i dipendenti dello scalo, che possono usufruire di agevolazioni e sconti particolari. Al negozio della Sisley le commesse sembrano quasi rassegnate alla situazione: «Sono un paio d'anni che si vende poco. Non è più come una volta, i passeggeri entrano, guardano, ma prima di comprare ci pensano tre o quattro volte e spesso escono senza aver acquistato niente. Con l'avvicinarsi del Natale è aumentato il flusso di passeggeri, abbiamo venduto secondo le aspettative, che comunque erano tutt'altro che ottimistiche». La crisi si sente anche in altri settori: al chioschetto della Swatch, marca che fino a pochi anni fa vendeva i prodotti ancora prima di pubblicizzarli, la ragazza al banco ammette che la situazione non è facile: «Fino all'anno scorso capitava più spesso che qualcuno si fermasse a comprare il cronografo da cento euro, adesso sono tutti molto più attenti, scelgono i modelli meno costosi, regali più che altro per figli e nipoti. Gli stranieri non sono tantissimi, ma comprano con più facilità».

Che stranieri ne passino pochi lo dicono anche in negozi dove il made in Italy è sempre stato un punto di forza, come Valleverde e Aspesi: «Qualcosa gli stranieri la comprano ancora, un oggetto italiano regalato ai parenti fa sempre un bell'effetto. Turisti non ne passano però molti. Facciamo affari con i dipendenti dell'aeroporto o con il personale di passaggio, hostess e stewards, più che con i passeggeri in attesa di imbarcarsi. Sarà per colpa delle code e dei tempi di attesa dilatati, ma la gente non si ferma più come una volta». Perfino lo store della Giochi Preziosi, negozio che in questo periodo dovrebbe fare il “botto” grazie agli acquisti natalizi per i bambini, sente la crisi: «Facciamo molte più vendite via telefono che di persona, la maggior parte ai lavoratori dello scalo».

Babbo Natale a Malpensa sembra essere magro, forse ci penserà la Befana a riempire un po' di più le calze dei negozi.

