

STRESS DA SALDI? MEGLIO LO SHOPPING ONLINE

Su Privalia.com per riscoprire il piacere di comprare, in tutto relax

Milano, 26 giugno 2009 – Con i saldi alle porte, le strade del centro si preparano a diventare dei campi di battaglia e i negozi/fortini si arrendono al periodico assedio estivo aprendo le porte a orde di *shopaholic*, più o meno agguerriti.

Tuttavia, come recenti ricerche stanno dimostrando, andare in giro per saldi non è più, percepito come un momento appagante dedicato a sé stessi e alla soddisfazione di sfizi a lungo sopiti. Al contrario: **è diventato un vero e proprio *tour de force*, fatto di alzatacce, resse, code, rinunce e brutte sorprese, a cui sempre più italiani preferiscono rinunciare.**

E se il detto popolare suggerisce “*mal comune mezzo gaudio*”, la formula è altamente sconsigliata nel periodo dei saldi in quanto il rischio di emulazione è forte e **fare shopping con un amico porta a spendere di più.**

Ancora peggio è decidere di coinvolgere nell’impresa il proprio partner. Se lei lo annienta con ore di attesa fuori dal camerino e consigli a mitraglietta sui suoi acquisti (salvo poi imporre il proprio veto a qualsiasi tentativo di emancipazione maschile nella scelta del proprio guardaroba), lui la ripaga con penosi tentativi di simulato interesse o peggio ancora con secche verità autostima-killer.

Crisi del settimo anno? Roba vecchia! Per testare la solidità della coppia basta riuscire a superare insieme una giornata di shopping da saldi!

Non c’è da stupirsi quindi se sempre più italiani preferiscono prendere un PC, connettersi ad internet e digitare www.privalia.com, il club privato online che organizza, in esclusiva per i suoi soci, vendite di **grandi marchi italiani ed internazionali con sconti fino al 70%, tutto l’anno.**

Con Privalia dedicarsi allo shopping torna ad essere un piacere, grazie ad un’offerta ampia, selezionata e sempre nuova, senza limiti di orari o di chiusura.

Ogni settimana Privalia ospita infatti circa 15 vetrine, ognuna dedicata ad altrettanti brand, e avvisa i suoi soci con una newsletter. **Ogni vetrina ha una durata di quattro giorni in cui è possibile approfittare degli incredibili sconti Privalia e riuscire ad accaparrarsi i pezzi cult della scorsa stagione, senza dover partecipare a un incontro di wrestling!**

E se l’acquisto non soddisfa? Con la formula **ResoFacile**, Privalia rimborsa interamente il valore dei prodotti resi e...bye bye crisi da camerino!

In più, con Privalia circondarsi di amici è sempre conveniente. Se inviti un amico, infatti, Privalia regala a entrambi un bonus di 5,00 euro sul prossimo acquisto.

Un motivo in più per passare la voce e tuffarsi in una *shopping experience* divertente, appagante e soprattutto conveniente, senza più stress!



Privalia Vendita Diretta S.r.l. opera nel settore dell'e-commerce ed è un Club Privato on-line che organizza, in esclusiva per i suoi soci, **campagne vendita di prodotti delle migliori marche con sconti fino al 70% rispetto ai prezzi di listino**, con offerta di prodotti di vario genere: moda, sport, accessori, complementi d'arredo, cosmetici, ecc..., garantendo che tutti i prodotti sono nuovi, originali e acquistati direttamente dai fabbricanti o dai distributori in Italia. **Privalia è stata fondata e lanciata in Spagna** da Josè Manuel Villanueva e Lucas Carne, nel giugno del 2006. **E nel giro di due anni è diventata leader di mercato** con 1.300.000 utenti registrati passando da 0 a 20 milioni di euro di fatturato. **Privalia Italia** è stata creata nel dicembre 2007 **con sede a Milano** e genera ogni mese circa **60 campagne vendita di brand importanti e accreditati** nel campo della moda, sportswear e accessori. **In Italia, Privalia.com** vanta una community di **oltre 360.000 iscritti** ed ha al suo attivo **51 addetti, per la maggior parte donne, capitanate dalla CEO Valentina Visconti Prasca.**

Per info:



Tel. 02.48.00.98.95 - www.alcoscomunicazione.com

Graziana Pesce - graziana.pesce@alcoscomunicazione.com

Sybil Shiddell - sybil.shiddell@alcoscomunicazione.com