

Два раза в году в Италии на ступает "час икс" – это зимние и летние распродажи. Магазины не могут вместить всех желающих. Не то что пройти – вздохнуть полной грудью невозможно. Особенно в Риме, особенно на таких "модных улицах", как виа дель Корсо, виа Кондотти, Аппиа-Нуова, виа Национале. Слово три миллиона жителей Рима и еще столько же приезжих целый год ничего не покупали.

Сезон низких цен не может начаться раньше официально установленного срока. Зимой это 7 января, следующий день после праздника Святой Епифании, или доброй ведьмы Бефаны. Летом – первая декада июля. Сезон зимних распродаж длится до 1 марта, летних – до 1 августа. За тем, чтобы в витринах магазинов раньше срока не появлялись дразнящие таблички "сальди", зорко следят городские власти. Нарушителей штрафуют на астрономические суммы. Огромный многоэтажный магазин "Коин" возле площади Сан-Джованни-ин-Латерано был безжалостно закрыт полицией в первые дни января за то, что нелегально открыл сезон распродаж до 7 января. Теперь администрации грозит крупный штраф, неприятности в мэрии. Но, может, все и обойдется, – в Италии официальные власти и частные структуры всегда умудряются найти общий язык.

В период распродаж крупные торговые центры открыты по воскресеньям, вопреки вековым традициям южноевропейской страны, где любое лишнее телодвижение в выходной день считается чуть ли не грехом. "Белые воротнички" ухитряются заскочить в обувной или мебельный даже в обеденный перерыв. А после работы – в салон модной одежды, магазин галстуков, в книжный и хозяйственный.

Каждый третий итальянец отправляется снимать стресс... в магазин. Посещение торговой точки в этой стране считается куда более эффективным отдыхом, чем прогулка на свежем воздухе, пробежка рысцой, поход в музей или в кино. Лишь 2% итальянцев в свободное время приобщаются к культуре в музеях и на выставках. 14% прохлаждаются в баре, 15% потеют в спортивном зале, 17%% расслабляются на природе, и аж 32% приятно и полезно отдыхают в магазинах. И в процессе такого "отдыха" итальянец готов расстаться с весьма внушительной суммой своих кровных.

Ради желанного шопинга итальянец готов покорно терпеть многокилометровые автомобильные пробки, часами простаивать в очереди на распродаже рубашек, мокнуть под дождем или жариться под полуденным солнцем. А после – обязательное доброе угощение во славу обновок!

Самый правильный магазин для среднестатистического жителя Италии – такой, в котором есть всего понемногу. В первую очередь в нем должна быть одежда, затем – обувь, обязательно парфюмерия, широкий выбор бытовых товаров и продовольственный отдел, желательно с большим отделом макаронных изделий. В последние годы в Италии пустило корни и быстро прижилось чисто американское стремление – получать от шопинга все сразу, вплоть до отутюженного белья и чашки кофе. А ведь еще 10–20 лет назад в апеннинских семьях существовал целый ритуал: после сытного домашнего обеда все, от мала до велика, специально отправлялись в кафе, – выпить чашечку эспрессо,

полакомиться мороженым, насладиться рюмочкой ароматного "амаро" – горьковатого бальзама на травах, способствующего пищеварению.