

GIOVANNI MARABELLI

Per gli "outlet" il momento è d'oro

Fatturati in crescita mentre se ne progettano altri otto, anche fuori dai confini

Si definiscono un "set-tore anticrisi" e in un certo senso è così. In tempi di perduranti difficoltà per il commercio e la vendita al dettaglio, con i consumatori che si riavvicinano guardinghi al mercato e stanno molto attenti a quello che spendono, cercano di distinguere l'essenziale da tutto quello di cui è possibile per adesso fare a meno, gli *outlet village* vanno invece benone. Se ne aprono di nuovi ai quattro angoli del Paese e durante i fine settimana sono meta di veri e propri pellegrinaggi di massa. In-gorghi ai casselli d'uscita, parcheggi

I nuovi piani saranno presentati da mercoledì al Mapi di Cannes

che scoppiano, intere famiglie in gita con quella voglia di spendere tenuta a freno per i primi cinque giorni della settimana. Più venti per cento di fatturato nel primo semestre 2009, dicono le cifre citate da Europ Invest, società attivissima proprio in questo settore. Difficile trovare di questi tempi altri comparti con altrettanto vento in poppa. Giro d'affari complessivo, sempre secondo Europ Invest, di quasi tre miliardi di euro all'anno e rendimento, per chi investe nel ramo, tra il 5 e l'8 per cento annuo.

Le ragioni del successo degli *outlet store* e dei centri commerciali che li ospitano sono ovvie a tutti. Danno la

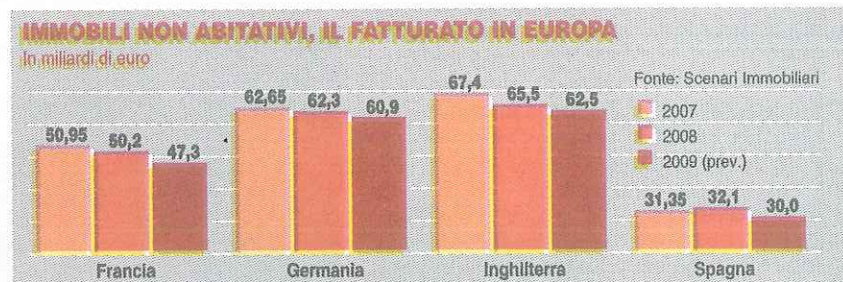


possibilità di accedere, a prezzi sicuramente più abbordabili, agli stessi oggetti del desiderio dei lussuosi negozi del centro città. Status symbol in saldo. Gli *outlet* sono dunque una risposta alla crisi anche se, in parte e in un certo senso, ne sono anche causa. La loro concorrenza fa soffrire infatti molti negozianti e può mettere in seria difficoltà alcuni settori del commercio al dettaglio,

come quello dell'abbigliamento o il calzaturiero. Il che non impedisce ai consumatori di riversarsi compatti tra i loro scaffali ricolmi di beni a prezzi ridotti.

Per questo la Europ Invest, una società italo-belga che si occupa di progettare, realizzare e gestire centri commerciali e *outlet village*, ha pronti nei cassetti numerosi nuovi piani che stanno per essere presentati al Mapi di Can-

Nelle due tabelle qui a sinistra in evidenza il fatturato degli immobili commerciali nei principali paesi d'Europa e in Italia



nes che è in calendario da mercoledì prossimo 18 novembre sino al 20. Un investimento complessivo di quattrocento milioni di euro per otto nuovissimi village, tre dei quali in Italia (gli altri sono previsti in Croazia, Grecia e Marocco). Il primo di questi è stato appena aperto, lo scorso settembre. E' presentato come il primo factory outlet center d'Abruzzo, si chiama Città Sant'Angelo

Village, sta a venti chilometri da Pescara e a uno dall'omonima uscita dell'autostrada A14 Bologna-Bari. Centoventi punti vendita, di cui quarantotto già aperti al pubblico (per questo Europ Invest lo presenta tra le realizzazioni ancora in corso: ci sono ottomila metri quadrati ancora da commercializzare).

Gli altri due progetti italiani di Europ Invest sono uno

alle porte di Firenze, l'altro in provincia di Pavia, a trenta chilometri da Milano. Si tratta del Reggello Company Store, a quattro chilometri dall'uscita Incisa dell'A1 — trenta milioni di euro di investimento, un'area di 100mila metri quadrati, una struttura da completarsi entro l'autunno 2010 — e del Vigevano Lifestyle Park. Quest'ultimo si trova presso l'incrocio della A7 Milano-Genova con la A4 Milano-Torino e si presenta con cifre da capogiro. Settecentomila metri quadrati di superficie complessiva, di cui ventimila di struttura commerciale. Prima apertura entro il 2011, cui seguirà un retail park per altri trentacinquemila metri quadri. Di che stuzzicare la nostalgia per il caro buon vecchio negozio di quartiere.