



**VISITATORI RECORD**  
 Il Mantova Outlet:  
 nel 2008 è stato visitato  
 da 143 mila persone.

## CONSUMI

# L'OUTLET SALVA LE VENDITE

**Mentre il commercio tradizionale arranca, tra Natale e i saldi le «cittadelle dello shopping» hanno registrato aumenti del giro d'affari anche del 30%.**

di Teresa Potenza

■ C'è chi ha portato a casa un +10%, chi un +30% e chi con i saldi ha fatto ancora meglio: gli outlet hanno salvato lo shopping di milioni di italiani e a loro volta i moderni templi dello shopping sono stati premiati con incassi record.

Questo successo è fatto di numeri impressionanti, soprattutto in un anno di crisi come il 2008, che ha visto il commercio tradizionale in serie difficoltà: il Franciacorta Outlet Village di Rodengo Saiano (Brescia), che fa capo al fondo immobiliare tedesco Degi, già proprietario del Valdichiana Outlet Village in Toscana, ha sfiorato i 130 milioni di euro di giro d'affari, con una crescita del 10%. Fidenza Village, outlet italiano di quel gruppo Value Retail che vale quasi 1 miliardo di euro, ha incassato il 30% in più.

**NUOVE ABITUDINI.** «Si badi bene, però, che l'impennata dei consumi è dovuta al mutato atteggiamento dei consumatori» dice a *Economy* Annamaria Tartaglia, direttore marketing del centro, «per i quali è diventato vitale, in ogni settore, il buon rapporto qualità-prezzo». Insomma, non è solo colpa di un portafoglio più leggero

se la gente preferisce gli outlet. Come resistere a un abito Valentino che costa la metà del prezzo di listino? E così di record parlano a Valmontone Outlet, nei pressi di Roma, che con i centri di Molfetta (Bari) e Mantova fa parte della famiglia **Fashion District**: durante i saldi di inizio anno Valmontone ha attirato 300 mila visitatori e il fatturato è esploso di oltre il 50% rispetto allo stesso periodo del 2008.

Soddisfazione anche per **McArthurGlen**, il gruppo inglese che fattura quasi 500 milioni di euro in Italia attraverso gli outlet di Serravalle (Alessandria), Barberino (Firenze), Castel Romano e Noventa di Piave (Venezia), che in quattro

mesi di vita ha incassato 10 milioni di euro. Luigi Battuello, amministratore delegato McArthurGlen-South Europe, pone l'accento su un altro dato: «Tra Natale e i saldi di gennaio gli outlet italiani sono cresciuti in media del 15%, mentre in Europa l'incremento è stato del 5-7%». E conferma le prossime quattro nuove aperture

previste in Italia entro il 2010.

Che la Penisola sia un mercato promettente lo crede anche il gruppo spagnolo **Neinver**: «A Vicolungo Outlet i visitatori sono aumentati del 35%, contro una media del 20% registrata nei nostri dieci centri europei» dice Alvaro Valiente, direttore generale dell'azienda in Italia.

Il merito è anche della collocazione

strategica dei villaggi, al centro di territori di interesse culturale: l'outlet diventa il pretesto per fare turismo e viceversa. Certo è che le aziende del settore si aspettano un anno all'altezza del 2008 e sono pronte a espandersi: c'è chi allargherà le strutture esistenti, come Fidenza Village, chi ne inaugurerà di nuove, come appunto McArthurGlen.

Intanto si registra il crescente successo di una formula «collaterale», gli outlet in miniatura, sia aziendali che specializzati, come il villaggio del libro a Frassineto Po (Alessandria), dove anche i nuovi arrivi sono scontati fino al 50%. ■

**GLI OPERATORI PROGRAMMANO INVESTIMENTI PER NUOVE APERTURE OPPURE PER L'AMPLIAMENTO DELLE STRUTTURE GIÀ AVVIATE.**