



Crescono giro d'affari e visitatori **Outlet, continuano le nuove aperture**

■ La stasi dei consumi da un colpo di acceleratore sia alle vendite degli outlet sia agli investimenti finanziari per aprire nuovi punti vendita.

L'anno scorso i bilanci degli outlet si sono chiusi spesso con ricavi in crescita a due cifre. E anche nel 2009 il copione dovrebbe rimanere o stesso.

Gli outlet ospitano in prevalenza negozi di abbigliamento e accessori di grandi marchi, con merce delle stagioni precedenti e sconti variabili dal 30 al 70.

Quest'anno McArthurGlen Group inaugurerà, in ottobre, il mega-outlet (120 negozi e 2 mila metri quadrati) di Marcianise, in provincia di Caserta, con un investimento dichiarato di 120 milioni. E l'anno prossimo Premium Retail aprirà il primo Factory outlet village in Sicilia, battendo sul tempo la stessa McArthurGlen.

«Quando c'è la crisi», osserva Luigi Battuello, direttore regionale per McArthurGlen de Sud Europa - il nostro settore è percepito con maggiore interesse: crescono i visitatori e il giro d'affari complessivo. Anche se cala la spesa media, non viviamo fuori dal mondo». Infatti il manager non nasconde i momenti di difficoltà vissuti pochi mesi fa in coincidenza con l'esplosione della crisi finanziaria e delle preoccupazioni legate all'economia: «Da metà ottobre a tutto novembre del 2008 abbiamo vissuto un brutto momento. Poi a dicembre le vendite sono ripartite».

Il gruppo internazionale è coinvolto nel progetto *Collezioni by McArthur Glen*, iniziativa del lusso aeroportuale. Il primo progetto è decollato, a inizio 2008, allo scalo Marco Polo di

Venezia, visitato in sei mesi da mezzo milione di persone per un giro d'affari di 10 milioni di euro. McArthurGlen, nonostante la recessione, ne aprirà altri tre entro il 2010 negli aeroporti europei.

Diverso il discorso per chi si accinge a partire. «L'orizzonte pluriennale dei nostri progetti», esordisce Stefano Stroppiana, ad di Premium Retail unito alla sostanziale anticiclicità del business outlet ci consente di andare al di là della congiuntura e di continuare a investire in risorse umane. La pipeline attuale di progetti è infatti tale che procederemo all'apertura di almeno un nuovo shopping centre all'anno di qui al 2015».

Nel 2008 i quattro outlet del gruppo McArthurGlen (Barberino del Mugello, Serravalle Scrivia, Castel Romano e Novanta di Piave) hanno realizzato ricavi in crescita, variabili tra il 9 e il 20 per cento.

Il gruppo Fashion District, con tre outlet center (Mantova, Valmontone e Molfetta) ha chiuso il 2008 in crescita, con un totale di 10,6 milioni di visitatori, contro 10 dell'anno precedente, e buoni incrementi del volume d'affari.

Sul fenomeno delle promozioni pre-natalizie del 2008, Battuello sostiene che «non sono ufficiali, sono vietate per legge ma quando c'è la crisi economica e si creano stock eccessivi vanno fatte. La contrazione delle vendite nei negozi a prezzo pieno è un dato di fatto: ed è per questo che sono nati gli outlet, un toccasana per gli immobilizzi delle merci».

**Fr. Ba.
 E.Sc.**