

Corsa al lusso scontato

da qui al 2005 i promoter internazionali progettano l'apertura di una dozzina di grandi outlet center in Italia - in queste pagine la mappa degli opening, la tipologia dei village e il parere degli esperti

di Mariella Barnaba

Foto grande: immagine dei negozi RJ Outlet

Qui sotto, da sinistra: alcuni dettagli dei progetti di Fidenza Village a Fidenza, Fashion District a Valmontone (Roma) e Designer Outlet della McArthurGlen a Castel Romano (Roma)

Non confondeteli con spacci e stocchisti. Gli outlet center sono molto di più: vere e proprie cittadelle dello shopping che si estendono per decine di migliaia di metri quadri ospitando centinaia di negozi, ristoranti, sale giochi e attrazioni varie in strutture dotate di servizi moderni e progettate da architetti di fama. Ma soprattutto sono l'altare in cui ogni giorno si consuma sui grandi incassi il rito della massificazione del lusso con la benedizione di chi compra e di chi vende esaurendo le giacenze di magazzino. Infatti qui le migliori firme e marchi internazionali della moda ma anche dell'elettronica, dei casalinghi, della cosmesi, dell'editoria e del food, propongono direttamente i loro prodotti provenienti da eccedenze di produzione, showroom e spesso anche dagli invenduti delle boutique con una riduzione di prezzo che va dal 30 al 70%. Fino a qualche anno fa la mappa distributiva del nostro Paese non presentava riferimenti a quelli che oggi chiamiamo outlet center dopo aver mutuato nome e formula dalla più spregiudicata politica commerciale statunitense. Il primo "incontro ravvicinato" è stato per il pubblico italiano quello con l'ormai celeberrimo **Foxtown** di Mendrisio, sul confine italo-svizzero, creato nel '96. Tre anni dopo nasceva, in territorio italiano (seppure all'estero per definizione politica) il **San Marino Factory Outlet**. Nel settembre del 2000 è stata la volta del primo vero outlet italiano, il **Serravalle Scivia** promosso dal gruppo inglese **McArthurGlen** in collaborazione con la **Fingen** di Firenze. Da allora, non si può negare, qualcosa di importante è accaduto nel mondo distributivo. Molti outlet di più modeste dimensioni si sono affacciati sulla scena, gli stessi stilisti hanno abbandonato le reticenze per promuovere spazi privati allo scopo di tutelare anche i marchi che finivano incontrollatamente in mercatini, blocchisti ecc., e i progetti riguardanti nuove aperture di colossi del "comprar bene" si sono moltiplicati. Ma attenzione, la rivoluzione è appena cominciata. Perché la realtà attuale è destinata, secondo gli osservatori, a una seconda fase evolutiva. Basta pensare che attualmente in Italia ci sono in commercializzazione una dozzina e più di outlet center di grande superficie per prevedere, nel prossimo biennio, la nascita di altrettanti villaggi. Sempre che tutti i progetti vadano in porto.

CHI APRE A BREVE

Sulle scrivanie dei principali developer internazionali si accatastano valutazioni d'investimento, bozzetti architettonici, contratti e finanziamenti. Sembra proprio che l'Italia voglia raggiungere in fretta i numeri dell'Inghilterra o della Francia dove recenti stime segnalano la presenza rispettivamente di almeno 33 e 12 outlet center. Ma vediamo da vicino il programma delle aperture che interessano principalmente le aree del nord e del centro. Anche **Store House**, che fa capo al manager milanese Giuseppe Rusconi, ha di recente aggiunto ai suoi negozi di Riva del Garda, Monselice, S. Angelo Lodigiano, Biella e San Marino (le cui metrature non superano i mille metri quadri), due nuove postazioni a Sarche (Trento) e Meda, alle porte di Milano. Quest'ultimo si trova all'interno del centro **Full & Fifty** che su piani diversi accoglie collezioni di stagione a prezzo pieno e capi superscontati. Allo studio presso **Store House** sono ancora un paio di progetti: una delle piazze possibili sarebbe Aosta.

