



Dopo la crisi

Il futuro degli outlet tra digitale e nuovi spazi

L'effetto Covid? Lo hanno attestato su un valore medio: meno 40%. Una ghiottina ottimistica. In Piemonte gli outlet si curano le ferite, ma non si danno per vinti. Milioni di euro svaniti, anche se non quantificano nel dettaglio. Masticano amaro: chiusi

nei weekend, mai equiparati ai centri cittadini. Credono nella ripresa: inventandosi iniziative, recuperando l'invenduto che arriverà dai negozi full cost.

di Francesco Antonioli
 ● a pagina 11

Anche l'outlet piange ma pensa al futuro tra digitale e nuovi spazi

I 4 centri piemontesi hanno perso il 40% degli affari per il Covid
 Ora si rilanciano investendo in iniziative ed espandendosi ancora



Serravalle punta su acquapark e Starbucks, a Settimo in arrivo 60 negozi, Novara apre il parco per i bimbi, Mondovì fidelizza i clienti

di Francesco Antonioli

L'effetto Covid? Lo hanno attestato su un valore medio: meno 40%. Una ghiottina ottimistica. In Piemonte gli outlet - formula nata negli Usa e sbarcata in Europa circa 25 anni fa, cittadelle degli acquisti



griffati con sconti base tra il 30% e il 70% - si curano le ferite, ma non si danno per vinti. Milioni di euro svaniti, anche se non quantificano nel dettaglio. Masticano amaro: chiusi nei weekend, mai equiparati ai centri cittadini, pur essendo all'aperto e con molti controlli. Credono nella ripresa: inventandosi iniziative, recuperando l'invenduto che arriverà dai negozi full cost.

In regione, nell'Alessandrino, c'è il più grande polo europeo. Il McArthurGlen Serravalle Designer Outlet, uno dei 25 che il gruppo (joint tra Kaempfer Partners e Simon Property Group) gestisce a livello internazionale. Inaugurato nel 2000, ha una superficie di vendita (Gla, ovvero Gross leasable area) di oltre 50mila metri quadrati, un parcheggio per 4mila auto. Conta 240 negozi, il tra bar e ristoranti. E poi premium parking, guest lounge, wi-fi, operatori che parlano una trentina di lingue, servizi turistici per il territorio. Sono 6,5 milioni i visitatori all'anno. Moltissimi gli stranieri, 200 nazionalità nel 2019, attratti da brand come Prada, Burberry, Fendi, Moschino, Moncler, Dolce & Gabbana.

Matteo Migani, general manager di McArthurGlen, allarga le braccia. È incollato al telefono e alle videocall: «Subito abbiamo introdotto protocolli di sicurezza ancora più stringenti di quelli imposti dalle autorità - incalza Migani -. Su 2.500 addetti, di cui il 75% donne, si sono registrati una ventina di contagiati. Rivisto il calendario promozionale, creata una app per gli appuntamenti, siamo andati incontro ai nostri partner per gli affitti». A

Serravalle non hanno bloccato il Piano di investimenti da 40 milioni di euro varato nel 2019: un parco acquatico, un baby park, un'area picnic e sei nuove "unità retail" per lusso e food, tra cui Starbucks. «Siamo ottimisti», conclude Migani: «C'è grande voglia di riscatto, risaliremo la china senza tagli di posti».

Oggi è un giorno importante a Mondovicino, l'outlet cuneese di Mondovì, che torna in arancione dopo il lockdown da zona rossa. La struttura, 80 punti vendita e 500 addetti diretti, fa capo a Promos Group di Brescia. Luigi Maurizio Villa è il Retail operation Director: «La difficoltà principale? L'impossibilità di programmare - spiega -. L'incertezza delle regole ci ha tagliato le gambe. La possibilità di raggiungere le seconde case aveva ricreato movimento, ma lo stop nei fine settimana è stato una mannaia. E noi, come tutti, abbiamo vigilanza e conta persone. Potenziati i servizi digitali, ci auguriamo di affrontare l'estate in piena ripresa».

A Settimo Torinese c'è il Torino Outlet Village - gestito da Arcus Real Estate di Milano - 20mila metri quadrati e un "boulevard" di 290 metri con 80 negozi: da Armani a Tod's, da La Perla a Roberto Cavalli e Trussardi. Punti di ristoro, servizi di ospitalità, info point multilingue, personal shopper e navette per Torino. Il direttore Luca Frigeri: «Siamo stati chiusi 107 giorni nel 2020 e 52 in questo inizio 2021, ma a ogni riapertura, la risposta del pubblico è stata confortante. Lo scorso luglio abbiamo lanciato un "programma loyalty" con punti

per premi e benefit». Precisa: «E ancora valido il progetto per la seconda fase di sviluppo, altri 11.500 metri quadrati per 60 nuovi negozi. E ci stiamo organizzando per le Atp Finals».

Nel Novarese ecco il Vicolungo The Style Outlets. È del gruppo Neinver, in Italia anche con l'outlet di Castel Guelfo, vicino a Bologna. Qui 150 boutique e 300 brand, punti ristorazione, come "Antonino, il banco di Cannavacchiuolo", o "Sapore", pizzeria dello chef Renato Bosco. La struttura occupa circa mille persone. Quattro milioni di visitatori all'anno. La Center manager Francesca Monteleone: «Le restrizioni? Dure - ammette -, ma la salute va al primo posto, senza mai perdere creatività e contatto con i clienti attraverso i canali digitali. Prezioso anche lo scambio di idee con gli altri outlet piemontesi».

Iniziativa imminente? «Neinver ha coinvolto il giovane artista torinese Nicolò Canova nella realizzazione delle proprie campagne primavera-estate. Giovedì installerà nell'outlet un globo terrestre dipinto: che simboleggia quanto il domani dipenda dalle scelte e dall'impegno di ciascuno di noi». Anche a Vicolungo non mancano progetti: «Speriamo - conclude Monteleone - di poter riaprire il "Kinder Joy of moving Park", inaugurato a settembre e subito chiuso. È un parco giochi gratuito per bambini con una superficie di oltre 1.700 metri quadrati».

▲ Per i più piccoli

L'outlet di Vicolungo ha inaugurato una grande area per i bambini

Data: 19.04.2021 Pag.: 1,11
Size: 859 cm2 AVE: € 24911.00
Tiratura:
Diffusione: 9371
Lettori:



◀ Sbarriati nei weekend

Il Torino Outlet Village, fermo nel fine settimana come tutti i centri del Piemonte: il suo piano di espansione proseguirà comunque. In alto, l'outlet di Serravalle

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile