

McArthurGlen, con La Reggia Designer Outlet conquista anche il sud Italia



McArthurGlen sbarca in sud Italia e apre a Marcianise, in provincia di Caserta, il suo quinto centro. La Reggia Designer Outlet si estende su una superficie di 26.500 mq adibiti a retail per il quale il gruppo ha previsto uno stanziamento complessivo pari a 120 milioni di euro e che dovrebbe richiamare oltre 2 milioni di visitatori nei primi dodici mesi di vita. “Per il primo anno ci aspettiamo di raggiungere un fatturato di 70 milioni di euro circa – ha dichiarato Luigi Battuello, Country Manager Italia di McArthurGlen – e stimiamo di ottenere il ritorno dell’investimento nell’arco di sei-sette anni”. A pieno regime il centro si aspetta di superare anche i tre milioni di visitatori annui. Un dato legato alla posizione strategica del luogo, con un bacino potenziale di utenza che supera i cinque milioni di persone entro un’ora di viaggio. La Reggia Designer Outlet è stato realizzato in collaborazione con RDM, società di servizi immobiliari del Gruppo Fingen, che da dieci anni collabora con il gruppo inglese. “Questa partnership è nata nel ‘99 – ha sottolineato Jacopo

Mazzei, presidente di RDM –, da un’intuizione di Corrado e Marcello Fratini, in seguito all’apertura di alcuni negozi del Gruppo Fingen, all’interno dell’outlet di Serravalle. In questi dieci anni abbiamo realizzato cinque centri per un totale di 50mila metri quadri di superficie”. Con questo quinto complesso aperto in Italia, e 19esimo in Europa, McArthurGlen si conferma leader nel Vecchio Continente nello sviluppo e gestione dei designer outlet, con un 2009 chiuso a 545 milioni di euro. Ma la strategia di sviluppo degli outlet non si ferma con l’inaugurazione di Marcianise. “Per quanto riguarda gli altri centri italiani – continua Battuello – abbiamo in programma una serie di espansioni. A Venezia stiamo realizzando altri 60 negozi che apriranno a settembre mentre a Marcianise siamo impegnati nella costruzione di 50 negozi ulteriori che apriranno in due tranches, a metà a ottobre e a metà marzo del prossimo anno. A Barberino abbiamo iniziato i lavori per un ampliamento del centro di 5mila mq che si sommano ai già presenti, il cui taglio del nastro è previsto per la primavera del prossimo anno. Infine per l’outlet di Castel Romano c’è in programma l’espansione del centro con altri 70 negozi”. Prossima tappa del colosso europeo dell’outlet sarà la Grecia, con un centro che aprirà ad Atene. “La Grecia è molto simile all’Italia del sud – ha affermato Gary Bond, ceo di McArthurGlen –, le persone sono molto attente ai marchi e sono ben disposte a passare una piacevole giornata fuori, a metà strada tra una gita turistica e una bella giornata di shopping”.

■ Nasce Sensation 2.0 di Ritratti ■



Per la prima volta un brand haut de gamme del settore intimo in Europa ha realizzato una collezione interamente in Lycra 2.0 tape. Stiamo parlando di Ritratti, marchio del gruppo Delmar, che ha disegnato la linea Sensation 2.0. Due sono i temi della collezione: Basic-Everyday, dedicata a un target più giovane e Shapewear dai tratti più eleganti. L’incursione nella ricerca del mix tra diversi concept non è certo una novità per il marchio Ritratti. Nato negli anni Ottanta, è stato il primo brand italiano ad introdurre sul mercato il ricamo di tulle elastico. Oltre al controllo di Ritratti, il gruppo comasco Delmar ha all’attivo numerose collaborazioni con importanti case di moda, tra cui Dior, Armani, Prada e Gucci. Nel 2009 la società comasca ha chiuso con un fatturato di circa 12,7 milioni di euro, registrando un incremento del 15% rispetto agli 11 milioni del 2008. Recentemente la società ha aperto uno store online dedicato esclusivamente agli Stati Uniti e Nord Europa, che in una prima fase servirà come test per poi approdare anche negli altri Paesi. “I nostri mercati di riferimento sono Europa, Russia, Far East e Usa – ha dichiarato l’a.d. del gruppo Delmar Francesco Macchi – e per ora intendiamo consolidarli oltre che potenziare l’e-store