

SIMONA POLI

Firenze

Primo in assoluto in Toscana è stato il management Prada ad avere l'idea di creare un grande centro di vendita al dettaglio a prezzi scontati dei modelli delle vecchie collezioni. I giapponesi all'inizio degli anni Novanta sono letteralmente impazziti cercando di rintracciare sulle mappe geografiche lo spaccio "Pellettieri d'Italia" a Levanelle, una frazione vicino a Montevacchi a metà strada tra Firenze e Arezzo. Poi dagli hotel fiorentini e romani sono stati organizzati servizi giornalieri di pullman e taxi che accompagnano i clienti nel capannone delle "svendite" dove i reparti di calzature e borse sono riforniti continuamente di articoli firmati. I "Pellettieri", tuttora attivissimi, rappresentano la prima forma di quello che oggi si chiama outlet ed ha perso nel tempo la caratteristica del monomarca.

La Toscana è stata terra fertile per le griffe che fanno affari con quelle rimanenze di magazzino che nelle vetrine di via Tornabuoni non si possono più proporre. La stessa Miuccia Prada ha aperto un'altra "sede discount" a Fucecchio e un negozio a The Mall, il grande centro del Leccio alle porte di Firenze inaugurato nel marzo del 2006 dove sono in vendita i marchi più fashion da Dior a Cavalli, Armani, Gucci, Yves Saint Laurent, Valentino, Ferragamo, Tod's, Stella McCartney con prezzi scontati dal 35% fino al 75 per cento. Nei centri commerciali della struttura lavorano 700 persone (il 67% risiede sul territorio) e il 60 per cento dei dipendenti è assunta con un contratto a tem-

Cresce il numero di alberghi e ristoranti per soddisfare le richieste dei visitatori

Gli outlet un business che richiama anche turisti

Prada aprì il primo e subito dopo la Toscana è diventata terra fertile per le griffe più famose che vendono a prezzi super scontati i capi firmati rimasti in magazzino. Ce ne sono in tutta la regione: molti sono stati disegnati e realizzati come villaggi dove intere famiglie possono trascorrere l'intera giornata

po indeterminato) e il fatturato supera i 100 milioni di euro annui con circa 3 milioni di visitatori, provenienti soprattutto da Toscana ed Emilia Romagna.

Nello stesso territorio è nato anche The Fashion Groove (Geox, Intimissimi, Disney, Flavio Castellani) fondato come The Mall dall'imprenditore di Reggello Dario Renzi, scomparso lo scorso settembre. E un terzo outlet sta per aprire sempre a Reggello: si chiamerà Fashion Village e la società costruttrice è la Cooperativa La Castelnuovese di Cavriglia.

The Mall è in diretta competizione con il villaggio di Barberino dove sono presenti 99 grandi griffe della moda in una location costruita come un borgo con strade, piazze, fontane, bar e ristoranti concepito per dare la possibilità a ragazzi e famiglie con bambini di trascorrere l'intera giornata facendo shopping. Ancora più fornito il Valdichiana Out Village appena accanto all'uscita dell'Autosole, a Foiano (80 marchi con sconti non inferiori al 40 per cento), mentre Dolce & Gabbana espone collezioni a sconto al Freeport Outlet di Pieve a Nievole, vicino a Montecatini, e a Pian dell'Isola nella campagna di Rignano. A Cascina, nei pressi di Pisa, è stato aperto il Centro Moda by Carabetta ma sono gli spacci aziendali con i capi di seconda scelta adesso a prendere terreno: nasco-

Un'immagine di The Mall, il grande centro commerciale alle porte di Firenze



no spesso nelle immediate vicinanze dell'azienda madre o dell'atelier. Per esempio a Sesto Fi-

orentino c'è quello di Roberto Cavalli, a Sansepolcro in provincia di Arezzo ha un punto vendita il

gruppo tessile Fabio Inghirami, tra Campi Bisenzio e Calenzano si trovano il cashmere di Malo e gli

abiti di Patrizia Pepe.

La stagione degli outlet, che con la crisi economica hanno trovato nuovo vigore, è tutt'altro che al tramonto. Una ricerca commissionata dalla Comunità montana del Mugello mette in evidenza come il megainsediamento dell'outlet di Barberino, uno dei più grandi d'Italia, non abbia sostanzialmente modificato in senso negativo la tenuta del tessuto commerciale tradizionale della zona. L'analisi emerge dallo "Studio sull'andamento dell'economia e del commercio nel territorio della Comunità Montana Mugello" curato da Simurg Ricerche. Tra il 2005 e il 2009, a fronte di un'inevitabile diminuzione della rete della vendita al dettaglio nelle immediate prossimità dell'outlet, si assiste a un incremento delle attività di bar e ristoranti. Un fenomeno recente interessante, osserva la ricerca, è quello della crescita di presenze di turisti organizzati, anche ospitati in strutture alberghiere mugellane dove i giapponesi rappresentano il primo paese per arrivi. L'outlet si configura quindi come un ulteriore attrattore turistico e uno strumento di "tipicità" del tutto nuovo del territorio. Dallo studio si evidenzia poi che il commercio di vicinato, che sembrava rappresentare la parte più debole del sistema commerciale locale, si assesta sui valori registrati prima dell'apertura dell'outlet. Più luci che ombra, insomma.

L'ANNUNCIO

Nasce Garpe, joint venture tra Gucci e "Arte e Pelle"

Gucci annuncia una nuova joint venture nel settore della pelletteria con un'azienda dell'indotto. Nasce Garpe (Gucci Arte Pelle), una nuova società posseduta al 51% da Gucci e per il restante 49% da Virgilio Brogi, titolare di Arte e Pelle, impresa di Piancastagnaio (Siena), già fornitrice di Gucci dal 1995, azienda da 8 milioni di euro di fatturato realizzati prevalentemente nella borsetteria, con circa 40 dipendenti diretti e un indot-

to di 18 subfornitori per circa 120 addetti.

Negli ultimi mesi Gucci aveva condotto altre operazioni di ingresso nel capitale di società di fornitura del territorio toscano con lo scopo di valorizzare la filiera regionale. Su sollecitazione di Cna, la maison è però anche chiamata a trattare un sistema tariffario che garantisca remunerazioni certe e adeguate ai subfornitori.

(ma. bo.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

