



Palmanova Outlet Village, il più internazionale dei FOC italiani

Pisa Outlet Village, un progetto ecosostenibile per la Versilia



PROMOS: specializzazione e diversificazione per crescere



CARLO MAFFIOLI
Presidente di Promos Srl

Promos Srl è una property management company, attiva da vent'anni nello Sviluppo, Promozione e Commercializzazione di progetti immobiliari commerciali, quali Factory Outlet Center, Shopping Center e Retail Park.

L'accordo di **partnership finanziaria e di sviluppo**, siglato nel 2007, con la banca austriaca **Raiffeisen-Leasing Gesellschaft m.b.H.**, consente alla società di proporsi anche come investitore diretto nei progetti promossi, con l'obiettivo primario di identificare aree strategiche dal punto di vista della valorizzazione commerciale, acquisirle, svilupparle, portarle a reddito e quindi cederle a fondi d'investimento.

Insiati nel mercato italiano e internazionale, i **progetti Promos** coprono, a oggi, più di **300.000 metri quadri** di superficie commerciale, con **350 insegne fidelizzate** e oltre **700 milioni di investimenti promossi**.

Importanti studi internazionali, presentati all'Isc Factory Outlets Conference londinese dello scorso ottobre 2008, hanno stimato per Promos una **quota di mercato** europea, in termini di mq di Gla promossi e sviluppati nel solo settore outlet, pari al **4,4%**; percentuale che si attesta invece nell'intorno di un consolidato **20%** con riferimento all'arena competitiva italiana.

Promos si classifica poi al quarto posto in Europa, per dimensione media delle superfici commerciali promosse e sviluppate, con un dato pari a 22.250 mq di Gla, ed è considerata il player indipendente con maggiori prospettive di crescita nel prossimo biennio, grazie a diversi **nuovi progetti**, per un totale di **150.000 mq, in apertura entro il 2010**.

FACTORY OUTLET VILLAGE

Il **Palmanova Outlet Village**, inaugurato nella primavera 2008, è il primo outlet di confine italiano con quattro nazioni nel proprio bacino d'utenza: Italia, Slovenia, Austria e Croazia.

Con i suoi **24.000 mq** di superficie commerciale e oltre **90 negozi** - con insegne di livello che spaziano dall'abbigliamento sportivo di Nike e Puma a griffe quali Pollini e Calvin Klein, Valentino Fashion Group e Iceberg, Romeo Gigli e Guess by Marciano, Alberta Ferretti e Moschino, senza trascurare il comparto casa e servizi di ristorazione di qualità - la struttura ha già registrato, **nel primo semestre di attività, un milione e mezzo di visitatori**.

Il progetto prevede un **ampliamento nel 2010**, con l'aggiunta di un Retail & Leisure Park.

La **gestione** del Palmanova Outlet Village è oggi affidata a **Promanagement Srl**, società preposta, interamente controllata da Promos e operante in tutto il nord Italia con numerosi altri centri commerciali in portfolio.

Tra i nuovi progetti, due sono le principali iniziative outlet che coinvolgeranno Promos in qualità di Developer: l'italianissimo Pisa Outlet Village e il rumeno Timisoara Outlet Village.

Il **Pisa Outlet Village**, con **25.000 mq di Gla** e **100 negozi**, sorgerà a 15 km dal centro di Pisa, insisterà sulla Versilia e, più in generale, su tutta la fascia costiera toscana, grazie alla sua prossimità alla Strada di Grande Comunicazione Firenze-Pisa-Livorno, che collega Firenze al mare.

Il Pisa Outlet Village intercederà così un bacino d'utenza, nei 60 minuti d'auto, di oltre 3 milioni di persone, a cui si aggiungeranno il flusso dei fiorentini abitualmente in transito verso il mare e l'importante indotto turistico della zona costiera, stimato nell'intorno dei 10 milioni di presenze annue.

Il progetto sarà sviluppato da Promos in collaborazione con una cordata di imprenditori privati, aprirà i battenti entro il **2010** e sarà il **primo Foc ecosostenibile in Italia**.

Analoghe sono le previsioni di apertura per il **Timisoara Outlet Village**, la prima iniziativa di questo genere promossa in Romania da un gruppo di investitori bresciani.

A Promos spetterà il compito d'indirizzo strategico, tanto in area commerciale quanto in campo gestionale, di un progetto da **120 negozi** e **25.000 mq di Gla**, posizionato strategicamente nel distretto industriale di Timis, nei pressi dei confini occidentali della Romania con Serbia e Ungheria, sulla principale arteria stradale diretta a Belgrado.

Seconda solo alla capitale per importanza economica e culturale, la popolosa città di Timisoara ospita numerose grandi superfici specializzate di note insegne internazionali, alcune delle quali già si concentrano nell'area di insediamento del Village.

In avanzata fase di cantieraggio è invece il **Città Sant'Angelo Village** di Pescara, progetto per il quale Promos cura il processo di commercializzazione, e che vedrà l'apertura dei primi **90 negozi**, per una superficie commerciale di **19.000 mq**, entro il **2009**.

Forte di un bacino d'utenza di 3 milioni di residenti e di 8 milioni di turisti annui, il primo outlet d'Abruzzo e del Medio Adriatico gode di un'ottima visibilità dall'autostrada A14, nei pressi del casello di Pescara Nord, proponendosi direttamente ai 30 milioni di automobilisti che ogni anno vi transitano.

LIFESTYLE VILLAGE

Accanto alle iniziative citate, promosse in ottica di continuità e frutto di una sempre crescente specializzazione nel mercato Foc nazionale ed estero, Promos ha tuttavia ritenuto strategico **diversificare il portfolio progetti** promuovendo, anche in questo caso insieme a imprenditori privati, **Le Perle**, un **Lifestyle Village** alle porte di Faenza.

Il nuovo concept coniuga e armonizza le caratteristiche salienti dei classici retail park e delle main street cittadine, enfatizzandone la piacevolezza di visita grazie a progetti open air, luminosi, ricchi di verde e dall'arredo urbano curato, studiati in ogni dettaglio perché possano offrirsi ai visitatori come **luoghi stimolanti dove socializzare oltreché dedicarsi allo shopping**.

Anche a Faenza, a una componente retail di livello, si affiancheranno infatti servizi alla persona e spazi dedicati a intrattenimento e relax, **in una cornice architettonica dalla spiccata coscienza ecologica e dallo stile innovativo**: l'intervento assicura un impatto energetico nullo, prevede l'impiego di materiali biocompatibili e il recupero delle acque piovane.



Le Perle, un Lifestyle Village alle porte di Faenza

Le Perle, in apertura nel **2010** con **100 negozi** e **26.500 mq di Gla**, saranno così strettamente legate a un concetto architettonico del tutto nuovo e richiameranno - mixando elementi ceramici, giardini pensili e giochi d'acqua - il susseguirsi di pianure e argini tipico del territorio, proteggendo scenograficamente gli spazi di fruizione dall'autostrada, senza tuttavia precluderne la visibilità, a ridosso del casello di Faenza.

Sarà infatti la A14 Bologna-Taranto il principale collegamento con i 3 milioni di abitanti che compongono il bacino d'utenza dell'iniziativa, ai quali si potranno sommare i quasi 9 milioni di turisti annui in arrivo in Emilia Romagna, 6 milioni dei quali diretti in Riviera.



Timisoara Outlet Village, promosso in Romania da un gruppo di investitori interamente italiano