

La Promos di Brescia al Mopic di Cannes con tre progetti

Promos presenta al MAPIC 2010 di Cannes i tre progetti in fase operativa attualmente nel proprio portfolio: il Cilento Outlet Village, il Lifestyle Village Perle di Faenza e il Palmanova Outlet Village.

Il *Cilento Outlet Village*, già in corso di costruzione ad Eboli, in provincia di Salerno, aprirà al pubblico entro la fine del 2011. La struttura, realizzata in collaborazione con Innovazione Commerciale – Gruppo Irgenre, immobiliare qualificata nell'edificazione di strutture per la grande distribuzione, è destinata a diventare l'outlet più grande della Campania con 140 punti vendita, 3.000 posti auto e una superficie commerciale di 34.000 metri quadrati, per un investimento complessivo di 80 milioni di euro. (Scheda Cilento Outlet Village http://servizi.lifelongariloman.com/UploadedFiles/PROMOS/CILENTO_Scheda.doc)

Il *Lifestyle Village Perle* di Faenza, previsto in apertura entro il primo semestre del 2012, nasce in collaborazione con Faenza Erre Srl e vedrà nel Mopic di quest'anno il momento ufficiale per l'annuncio dell'avvio del cantiere. Con i suoi 125 punti vendita e 26.800 metri quadrati, sarà un'iniziativa immobiliare commerciale con un'offerta retail di livello, a prezzo tradizionale. Da un design ricercato e innovativo, risulterà un luogo in cui gli spazi dedicati allo shopping saranno in armonia con le aree per il relax e il tempo libero. Una vera nuova shopping experience. (Scheda Lifestyle Village Perle di Faenza http://servizi.lifelongariloman.com/UploadedFiles/PROMOS/FAENZA_Scheda.doc)

La partecipazione di Promos al Mopic sarà infine l'occasione per presentare i dati aggiornati, a quasi 30 mesi dall'inaugurazione, del *Palmanova Outlet Village*. Primo outlet italiano di confine, aperto nel maggio 2008, ad Aiello del Friuli, in provincia di Udine, il Village dello shopping friulano si riconferma una grande realtà fortemente integrata nel territorio friulano e dei 3 stati confinanti (Slovenia, Austria, Croazia). Nel primo semestre del 2010, il fatturato è cresciuto del 21% e i visitatori sono aumentati del 15% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Nei mesi di giugno, luglio e agosto il fatturato ha superato del 25% quello dello stesso periodo del 2009 e i visitatori sono stati il 16% in più. I punti di forza del Palmanova Outlet Village sono la qualità dell'offerta commerciale con i suoi 90 punti vendita e il suo bacino d'utenza internazionale, composto per il 40% da visitatori provenienti da Austria, Slovenia, Croazia e Serbia. (Scheda Palmanova Outlet Village http://servizi.lifelongariloman.com/UploadedFiles/PROMOS/PALMANOVA_Scheda.doc)