

PROMOS, TRE CENTRI DELLO SHOPPING PER IL 2012

Dopo l'apertura nel 2008 del Palmanova outlet village in Friuli, la bresciana Promos, specializzata nello sviluppo, promozione e commercializzazione di grandi progetti immobiliari, punta ad ampliare il network degli outlet e dei lifestyle village in Italia. La società, che in passato ha contribuito alla promozione degli outlet Franciacorta e Valdichiana (ora controllati da Degi), inaugurerà tre nuovi centri nel 2012 con l'obiettivo di entrare nel novero dei grandi colossi internazionali specializzati in questo settore. A marzo 2012 sarà la volta di Cilento Outlet Village a Eboli, nel salernitano.

I lavori, che si estendono su una superficie commerciale di 34mila m², ospiteranno 140 punti vendita.

Sempre nel primo semestre 2012 sarà inaugurato il progetto Perle di Faenza Lifestyle Village, un centro di 26.800 m² di superficie commerciale con 125 punti vendita all'interno di un contesto che punta a coniugare le caratteristiche dei tradizionali centri retail con l'architettura delle main street cittadine. Nello stesso periodo aprirà i battenti anche Pisa Outlet Village a Crespina, lungo la statale che unisce Firenze, Pisa e Livorno. L'outlet conterà su 80 punti vendita dislocati su una superficie di 18mila m².

Nel frattempo Promos amplierà

anche il numero di punti vendita di Palmanova Outlet Village che già presenta 90 negozi su 24mila m² di superficie commerciale.

Il centro, che ha chiuso il 2010 con una crescita dei ricavi del 18% rispetto al 2009 e un incremento dei visitatori del 9% a quasi tre milioni, aprirà quattro nuovi negozi: Dreams temporary store che venderà le collezioni sviluppate in licenza dal Gruppo Ittierre (GF Ferrè, Acht, C'N'C Costume National, Galliano, Ermanno by Ermanno Scervino), Kids Space, Alcott (che per la prima volta entra in un outlet) e il Gruppo Sintesi con i marchi di design Sintesi, BUM, DMK, BBB, Montana, Cabas e Spai.

