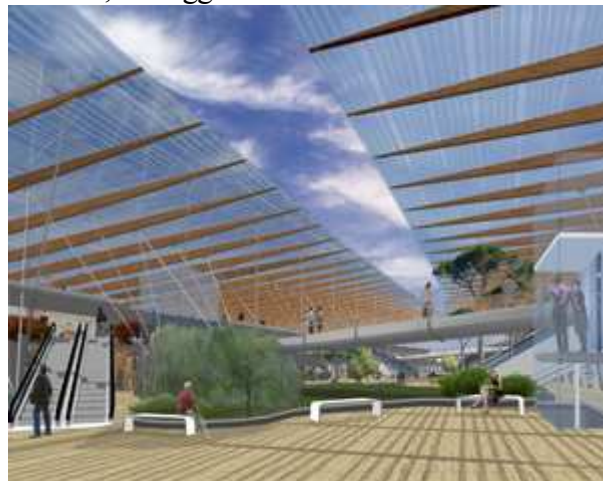


NEWS

Promos scommette sul turismo per l'outlet di Melilli

venerdì, 6 maggio 2011



Un rendering di Melilli outlet licensed by Fashion District

La febbre dell'acquisto griffato a prezzi scontati contagia sempre di più anche gli stranieri che vengono in Italia. E proprio la voce turismo sarà uno dei punti di forza del nuovo outlet siciliano che aprirà i battenti nel periodo estivo a Melilli, nel siracusano. Si tratterà del primo centro ad usare la formula del franchising abbinando il "marchio" Fashion District al nome di **Melilli Outlet**. Ad affiancare l'impresa immobiliare **Tecnall**, proprietaria della struttura, ci sarà **Promos**, la società di sviluppo, promozione e commercializzazione dei centri shopping. La società ha al suo attivo l'outlet di **Palmanova** e nei prossimi mesi sarà impegnata in una serie di opening di altre strutture in Italia come **Pisa Outlet Village**, **Cilento Outlet Village**, e **Perle di Faenza Lifestyle Village**.

In tutti questi casi la parola d'ordine è conquistare anche una fetta importante di turisti che nei mesi estivi, da Pasqua a settembre circa, gravitano nelle aree dove sono o saranno presenti questi outlet. "Che siano stranieri o italiani i turisti sono ormai strategici in un business come questo e quindi per stiamo studiando una serie di collegamenti dall'aeroporto di Catania e il porto di Siracusa dove fanno scalo le navi da crociera Msc", ha spiegato **Filippo Maffioli**, sales & marketing director di Promos. "In prospettiva cercheremo di collegare anche Malta. Per stimolare l'interesse dei visitatori stiamo anche pensando a una serie di promozioni nei migliori alberghi della zona e di convenzioni con il parco acquatico aperto da tempo proprio accanto al centro". Questo sarà caratterizzato da una copertura mobile che in caso di temperature eccessivamente alte permetterà di mantenere in tutto il villaggio un ambiente climatizzato. Al centinaio di punti vendita di posizionamento medio-alto si affiancheranno degli spazi dedicati all'artigianato locale e alle raffinatezze enogastronomiche.

Inoltre, in partnership con la società di selezione del persona le **Gi Group** sta portando avanti una preselezione delle candidature per le figure di store manager e shopping assistant, un enorme database che sarà poi affidato alle singole aziende all'interno del centro. In totale sono previsti circa 500 addetti tra interni ed esterni.