



La nuova frontiera del low cost di lusso

I grandi outlet conquistano anche la Sicilia: negozi chic a prezzi di saldo. Grazie a un imprenditore del Nord

Valerio Barghini

■ In quella che da quasi tutte le statistiche è considerata la provincia italiana fanalino di coda per reddito pro capite e, dunque, nella quale la penuria di lavoro si fa sentire più forte, a balzare subito all'occhio sono i numeri degli occupati: 600. Che diventano 800 se si aggiungono altri 200 lavoratori dell'indotto. Un numero destinato soltanto a crescere, almeno secondo le intenzioni, visto che si riferisce agli iniziali 70 negozi (l'inaugurazione c'è stata tre giorni fa, ndr) per ora presenti nella nuova (e al momento unica) grande realtà commerciale di alta moda *low cost* in Sicilia, il Sicilia Fashion Village, che ha aperto i battenti nel comune di Agira, poco più di 8mila anime e una trentina di chilometri da Enna, l'«om-belico» dell'isola.

Così, anche la Sicilia ha la possibilità di conoscere quanto in altre parti d'Italia esiste già da tem-



mento della «fase 2» (prevista entro la prossima primavera). Intanto, un primo target da queste parti se lo sono fissato, visto che ai settanta negozi iniziali, entro fine anno, se ne dovrebbero aggiungere un'altra trentina, raggiungendo così quota cento.

E giusto perché, a parere di qualche demagogo, il Nord non «vuole bene» al Sud a scommettere su questa realtà uno che in fatto di scommesse (vincenti) se ne intende, un certo Antonio Percassi da Clusone, classe 1953,

punta di diamante della difesa dell'Atalanta degli anni Settanta, che da qualche mese della stessa Atalanta è tornato ad essere il patron, dopo una precedente parentesi negli anni Novanta. Nonché noto imprenditore. Il quale in Sicilia ha investito 120 milioni di euro e che, attraverso la controllata milanese Premium Retail (diretta da Stefano Stroppiana), ha anche gestito la promozione e la commercializzazione dell'iniziativa. E che ha definito, quello di Agira, «il più

LA RICERCA

Dacia e gli altri: tutti i numeri di un mercato in espansione

Il simbolo del *low cost* è un'auto dal prezzo abbordabile e dalle prestazioni super. Insomma, Dacia, marchio della casa Renault, ha puntato molto - e bene - sulla Duster, l'unico Suv nel settore *low cost* che dal lancio ad oggi ha raggiunto già quasi 10mila ordini, il 97 per cento dei quali nella configurazione massima Laureate. Per un prezzo d'acquisto medio di 17.500 euro, che è un vero record nel settore. Proprio Dacia ha commissionato una ricerca dalla quale si evince che sempre più italiani sono attratti dagli acquisti a buon mercato ma di ottima qualità. Dai dati - su un campione di 100 interviste in modalità CAWI - si evince che il 69 per cento (più 32% rispetto al 2007) delle persone interpellate pensa che il *low cost* sia un concetto ormai applicabile a tutte le fasce di popolazione, mentre il 76 per cento (più 16%) ha utilizzato o utilizzerebbe un prodotto di questo segmento merceologico. Al primo posto degli acquisti i viaggi aerei (72%), poi alimenti (34) e Viaggi (34). Il mercato dell'auto si ferma per ora all'8%, ma tre anni fa era all'1. E grazie a marchi come Dacia si stanno colmando le distanze.

PERCASSI Da Bergamo a Enna per aprire il Fashion Village: a regime ci saranno 160 shop

po: prodotti di marca a prezzi super scontati. Una realtà, quella del Sicilia Fashion Village, di ben 25mila metri quadrati, posti strategicamente esattamente al centro dell'isola (in modo da favorire l'accesso da tutte le province siciliane) che si pone come obiettivo, in quella che viene definita «fase 1», il raggiungimento di quota 120 negozi, che diventeranno 160 al completa-





bel centro a livello internazionale». C'è da credergli, visto che tra i suoi recenti trascorsi nel campo degli outlet Percassi vanta la realizzazione del lombardo Franciacorta di Rodengo Saiano, nel Bresciano, o il Valdichiana di Foiano della Chiana, in provincia di Arezzo. E c'è da credergli anche perché dove va Percassi lo seguono (dunque anche in provincia di Enna) marchi come Ballantyne, Billionaire, Calvin Klein, Ferrari Store, Gattinoni, Guess, Nike, Loro Piana, Versace, Trussardi, Giorgio Armani, Ermenegildo Zegna, Lacoste. Oltre, ovviamente, visto che siamo in Sicilia, Dolce&Gabbana. I quali metteranno in vendita i propri prodotti di marca della stagione precedente o le sovrapp-

**ALTA MODA Da Trussardi
a Versace, da Armani
e Dolce & Gabbana:
presenti i marchi più noti**

produzioni a prezzi ridotti, non solo nel periodo dei saldi, tra il 30 e il 70 per cento, con l'obbligo contrattuale di non scendere sotto la prima soglia. Destinatari dei supersconti, gli oltre tre milioni e mezzo di visitatori che da ogni parte dell'isola raggiungeranno Agira, posta in prossimità dell'uscita Dittaino dell'autostrada A19 Catania-Palermo, con mezzi propri o (è previsto pure questo) con autobus navetta da Messina, Agrigento, Palermo, Catania, Siracusa, fino addirittura dal vertice geografico del «triangolo» siciliano, Trapani (informazioni sul sito www.siciliafashionvillage.it).

Un tempo, neanche tanto lontano, era solo il Serravalle Outlet di Serravalle Scrivia. Da lì la diffusione a macchia d'olio di shopping di qualità a basso costo. Non al Sud, però, dove la realtà siciliana creata da Percassi acquista ancora più «valore» se si considera che, risalendo lo Stivale, i primi distretti di rilievo del lusso *low cost* che si incontrano sono quelli di Molfetta, sul lato adriatico e, a Ovest, quello di Marcanise, nel Casertano. Ora Agira. E magari Enna non sarà più fanalino di coda.