



Con un investimento di 100 mln apre i battenti il primo fashion village dell'Isola

LA SICILIA SI DÀ ALLO SHOPPING

E Palermo scopre la febbre da centro commerciale

DI EMANUELA ROTONDO

In Sicilia sale la febbre da shopping. Nonostante i portafogli si siano assottigliati a causa della crisi, nell'Isola il settore del commercio e della grande distribuzione non ha perso vitalità. Fino a qualche anno fa i centri commerciali era praticamente assenti nell'Isola. Unica eccezione Catania e dintorni che ha sempre mostrato una naturale inclinazione verso le cittadelle commerciali. Per il resto zero assoluto. Almeno fino a quando gli investitori oltre lo Stretto hanno messo gli occhi sulla Sicilia come nuova frontiera dello shopping. È così che è partita la corsa verso il real estate della grande distribuzione. L'ultimo, in ordine di tempo, ad aprire i battenti è stato il **Sicilia Fashion Village** realizzato da Premium Retail, società del gruppo Percassi, nel cuore dell'entroterra siciliano, ad Agira (in provincia di Enna). È qui che, tra svincoli autostradali e i dolci pendii siciliani, si trova il nuovo tempio della moda. Investimento complessivo: 120 milioni di euro, spicciolo più spicciolo meno, per costruire il primo vero fashion outlet della regione che mette in vetrina le grandi firme a prezzi convenienti, con sconti tutto l'anno dal 30% al 70%.

La struttura da 25 mila mq, moderna e all'avanguardia (il progetto porta la firma dell'architetto Guido Lorenzo Spadolini), ospiterà a regime 120 negozi riunendo i marchi più noti degli stilisti di moda italiani e stranieri. I potenziali visitatori arriveranno da tutta la Sicilia. Il centro commerciale infatti si trova lungo la A19 che mette in collegamento Catania a Palermo da cui dista rispettivamente 80 e 120 chilometri. «L'area gode di una straordinaria visibilità ed è facilmente accessibile da tutte le province siciliane», dicono da Premium retail. E aggiungono: «L'outlet si colloca in un mercato di grande interesse con 4 milioni di residenti nel raggio di 90 minuti e con un flusso di 14 milioni di turisti all'anno». Le stime parlano di un volume di visitatori di oltre tre milioni l'anno. «Proprio perché prossimo ad un luogo turistico, di eccezionale valore artistico e storico, quale è Piazza Armerina», spiegano ancora dalla società del gruppo Percassi, «il Sicilia Outlet Village si inserirà a pieno titolo nel circuito turistico locale come passaggio obbligato per i visitatori desiderosi di arricchire con una giornata di shopping di alta qualità il piacevole soggiorno insulare». Progetto simile anche sul fronte orientale dell'Isola. In provincia di Siracusa dovrebbe

infatti sorgere il **Fashion district Melilli Village**, sulla scia di quelli già presenti a Mantova, Roma-Valmontone e Molfetta. In programma da otto anni e con un investimento complessivo da 75 milioni di eu-



ro, l'apertura del mega-centro commerciale (32 metri quadrati su tre livelli) era prevista per la prima decade di novembre ma ancora non sanno dire quando verrà aperta la struttura.

Novità anche sul fronte palermitano. È stato di recente inaugurato il centro commerciale **La Torre**. Realizzato da Igd (Immobiliare grande distribuzione Siiq, spa quotata in borsa), la struttura ospita al suo interno una sessantina di negozi più un Ipercoop, il secondo a Palermo nonché il quinto in

Sicilia dopo Ragusa, Milazzo e Catania. Anche Ipercoop ha fatto rotta sulla Sicilia con un piano complessivo da 1.500 posti di lavoro e un investimento pari a 600 milioni di euro.

Nel capoluogo siciliano l'altro Ipercoop si trova nel quartiere Brancaccio all'interno di **Forum Palermo**, il più grande centro commerciale della città che ha aperto i battenti un anno fa esatto. Realizzata da Multi Development C Italia srl in joint ventur con l'olandese Multi Corporation

per un investimento totale di oltre 200 milioni di euro, la cittadella si estende su una superficie di 55 mila metri dove trovano posto oltre all'ipermercato (13 mila metri quadrati) anche 125 negozi. Qui, tra le altre, si trova un'insegna H&M, il colosso svedese dell'abbigliamento low-cost che ha fatto bis a Palermo aprendo, sempre un anno fa, un mega-punto vendita da sei piani per una superficie complessiva di 2.300 metri quadrati. Il marchio modaiolo ha preso casa proprio nel cuore della città, su via Ruggero Settimo, e ha preso il posto dei magazzini della Rinascenza che nel frattempo si sono trasferiti in un altro edificio del centro, in via Roma, a due passi

dalla stazione.

Insomma, in Sicilia i reparti vendita sono al lavoro e scaldano i motori il vista dello shopping natalizio. Lo dice anche l'ultimo report di Bankitalia che vede il settore in «moderata» ripresa; nei primi nove mesi dell'anno il fatturato è risultato in aumento per il 41% del campione, rispetto al 30% che ha registrato una diminuzione. Secondo le stime Unioncamere, inoltre, nel primo semestre dell'anno il fatturato delle imprese della grande distribuzione in Sicilia è aumentato dello 0,6%, un valore leggermente superiore alla media nazionale (0,4%). (riproduzione riservata)

Gdo, per Abate ricavi a 300 mln

Rispetto ai venti di recessione e al calo dei consumi, il 2010 è stato un anno in controtendenza per il gruppo Abate di Belpasso (Catania), uno dei più attivi player della distribuzione organizzata in Sicilia, la società cui si deve la costruzione di Etnapolis, l'innovativo centro commerciale alle porte della città etnea disegnato da Massimiliano Fuksas. Un avveniristico chilometro di vetro e cemento in cui il noto architetto è felicemente riuscito a coniugare bellezza e funzionalità. In un momento di crisi profonda per la Sicilia e le sue attività produttive, anche quelle commerciali, tradizionalmente al centro dello sviluppo dell'Isola, il gruppo Abate cresce, confermandosi leader regionale della distribuzione organizzata. Con brand come Famila e IperFamila (che circa un anno fa ad Etnapolis ha preso il posto di Carrefour, sempre più deciso ad abbandonare il Sud Italia), Ard, A&O e Cash&Carry, i ricavi caratteristici sono passati da 239 milioni di euro a fine 2009 agli attuali 300 milioni. Novanta i punti vendita complessivi, con una superficie totale di 85 mila metri quadrati, di cui 67 mila dedicati alla vendita. Ottimo anche il dato occupazionale. Gli 845 dipendenti al 12 dicembre 2009 sono già divenuti 930. Un incremento di 85 unità che nell'attuale panorama siciliano ha del miracoloso. Ma qual è la ragione di tanto successo? Roberto Abate, storico fondatore del gruppo, non ha dubbi: «Essere riusciti ad interpretare al meglio le esigenze e le aspettative dei siciliani, cosa che i grossi gruppi esteri proprio non riescono a fare».

