

Retail

Fashion district arriva primo in Sicilia

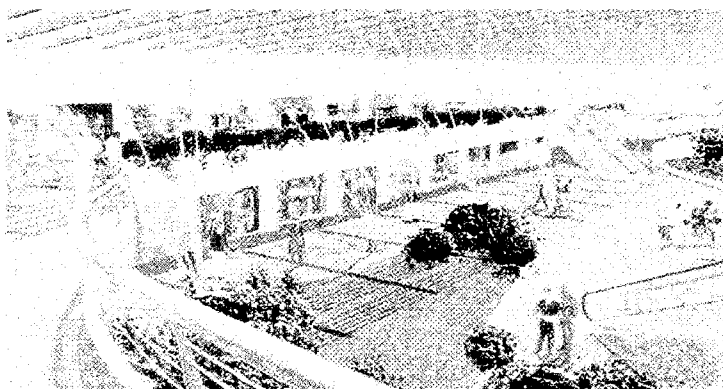
A novembre un outlet da cento negozi

Previsto un investimento di 75 milioni per costruire uno spazio di 32 mila metri quadrati su tre piani, dove lavoreranno circa mille persone. Dolce & Gabbana e Prada fra le prime aperture. **Camilla Gusti (Palermo)**

«**P**rimi in Sicilia. Primi nello shopping». Con queste basi si apre il nuovo progetto siglato da **Fashion district**, la società nata dall'incontro delle realtà imprenditoriali italiane **Draco, Earchimede e Mixinvest**, per l'apertura di **Fashion district Melilli outlet** prevista per l'11 novembre prossimo. Già presente sulla penisola con altri tre factory outlet a Mantova, Roma, Valmontone e Molfetta (location scelte ad hoc per densità di abitanti, transito di veicoli e flussi turistici), con più di 400 negozi e 12 milioni di visitatori all'anno, il gruppo inaugurerà la superficie commerciale nel comune di Melilli, più o meno a metà strada fra Siracusa e

Catania, al centro di quella direttrice costiera che corre da Noto a Taormina, conquistandosi il ruolo di primo Factory outlet center della Sicilia. «Abbiamo scelto la Sicilia perché non sono presenti altri outlet center, siamo i primi a insediare il territorio con questo tipo di progetto», ha spiegato **Giuseppe Taini**, amministratore delegato Fashion district Melilli, durante la conferenza stampa di presentazione, svoltasi ieri mattina nella località siciliana, alla quale hanno partecipato fra gli altri anche il vice-presidente della Regione **Michele Cimino** e il presidente della **Camera nazionale della moda italiana Mario Boselli**. «Inoltre la posizione scelta è strategica per la massiccia presenza di turisti, quattro milioni e mezzo l'anno di cui un terzo stra-

nieri». Costruito su tre livelli, per un ammontare totale di 75 milioni di euro di investimento complessivo, il nuovo fiore all'occhiello dell'azienda italiana darà lavoro a regime a circa mille persone, compreso l'indotto, e si estenderà su una superficie di 32 mila metri quadrati per un centinaio di store (non soltanto nel settore moda, con grandi marchi come **Prada e Dolce e Gabbana**, ma anche quello casalingo e di servizi generici) nei quali sono attesi circa 3 milioni di visitatori l'anno. L'iniziativa sarà supportata da una forte campagna pubblicitaria che toccherà prima gli addetti ai lavori con pianificazioni su testate di settore e poi proseguirà con affissioni locali. Prossima apertura a Grisignano, nel Veneto, prevista per il 2011. (riproduzione riservata)



Un rendering del progetto Fashion district Melilli outlet