

> Riaperture ed iniziative nei luoghi dello shopping in Italia: gli outlet

Sono stati senza dubbio mesi alquanto complicati per tutte le imprese, ma è indispensabile guardare al futuro e cercare di riprendere le attività con determinazione e ottimismo. Ad un giorno dall'avvio dei saldi, previsto il 1° agosto e posticipato di un mese rispetto all'abituale collocazione, il flash illustra lo *status* delle riaperture dei luoghi dello shopping in Italia a seguito dell'emergenza Covid-19 e le iniziative promosse dai vari centri per incentivare le persone e gli *shopping tourist* a tornare a fare acquisti in tutta sicurezza.

A fronte di una chiusura avvenuta generalmente tra il 10 e il 13 marzo, i vari outlet e department store italiani hanno riaperto quasi tutti in data 18 maggio, in conformità alle disposizioni governative che hanno concesso la riapertura di tutti gli esercizi commerciali di vendita al dettaglio. Fanno eccezione alcuni store di Milano (es. 10 Corso Como) che hanno seguito una linea più prudentiale, preferendo attendere qualche giorno in più per la riapertura ufficiale. Mentre altri luoghi, in particolare quelli che includono nella loro offerta beni di prima necessità (es. Eataly e Peck), non hanno mai interrotto la loro attività al pubblico.

Nel corso del *lockdown*, l'attività ha riguardato soprattutto l'ambito marketing e comunicazione, con centri che hanno promosso campagne informative e di sensibilizzazione con l'obiettivo di non perdere il contatto con la propria *shopping community*, come nel caso di Città Sant'Angelo Village che, nei propri canali social, ha proposto nuove rubriche. Alcune realtà hanno deciso di focalizzarsi su una comunicazione volta alla ripartenza, come Rinascente e la sua campagna *#LetsStartAgain* che, coinvolgendo tutti i mezzi (da quelli digitali fino alle vetrine), si è posta l'obiettivo di comunicare la ripartenza – con una narrazione fatta di emozioni, condivisione e gioia del ritrovarsi – attraverso il claim *"la quotidianità è l'esperienza più unica che si possa vivere"*.

Situati lungo le arterie stradali più frequentate o in prossimità di destinazioni turistiche di rilievo, questi centri dello shopping normalmente si caratterizzano per un elevato afflusso di turisti, spesso stranieri, che tuttavia farà presumibilmente fatica a palesarsi ancora per alcune settimane o alcuni mesi. Gli outlet collocati in località turistiche vicine a consistenti mercati stranieri di "prossimità" iniziano a rilevare un riavvio di questi flussi: si pensi, ad esempio, al mercato di lingua tedesca nelle destinazioni dell'alto Adriatico. Dopo la riapertura dei confini regionali gli *shopper* "di prossimità" hanno ripreso a frequentare i propri centri preferiti, tornando rapidamente, come riportato pubbli-

camente da alcuni di essi, a presenze simili al periodo pre-Covid-19. Un ritorno alla normalità che, nella totalità dei casi, ha visto l'adozione dei protocolli di sicurezza sanitaria al fine di contrastare la diffusione dell'epidemia all'interno di questi luoghi. Così come riportato dettagliatamente nelle varie *homepage*, sono state predisposte da tutti i centri delle misure basilari per garantire massima sicurezza e tranquillità durante l'esperienza di shopping e ormai diffuse e note in numerosi ambiti.

In merito alle diverse iniziative che sono state promosse dopo la riapertura con l'obiettivo di incentivare il ritorno agli acquisti, i centri hanno lavorato, in maniera analoga ad altri comparti, su promozioni per gli operatori sanitari e i volontari della Protezione Civile (es. Eataly), su promozioni speciali ed iniziative *ad-hoc* (es. *Black Weekend Summer Edition* di Shopinn Brugnato 5Terre Outlet Village) e su programmi di fidelizzazione in partnership con eccellenze del territorio nel settore turistico e ricreativo (es. Sicilia Outlet Village e Torino Outlet Village con premi "territoriali" quali degustazioni presso le migliori case vinicole locali, esperienze *beauty* a cinque stelle e visite guidate alla scoperta delle bellezze del territorio).

Tra le iniziative dedicate più nello specifico agli *shopping tourist*, si segnala lo *Shop&Tour* di Brugnato 5Terre Outlet Village, che propone tour di mezza giornata che iniziano con dello shopping all'outlet e proseguono con la visita del centro storico di Brugnato, piccolo borgo medievale nel cuore della Val di Vara.

Accompagnati dalle guide della *Cooperativa Arte & Natura*, questa passeggiata culturale permette di visitare la Cattedrale e l'Oratorio di San Bernardo.

Eataly, dal 7 luglio al 16 settembre, propone la rassegna enogastronomica *Fish&Wine*: ogni sera vengono proposti nei ristoranti di tutti gli Eataly d'Italia ricercati piatti di pesce accompagnati dai vini delle migliori cantine. Verranno inoltre organizzate, in alcuni giorni specifici, cene all'aperto con grandi chef ed eventi quali la *Notte Rosè in Terrazza*, il *Grande Circo del Mercato* all'aperto e l'asta del pesce sostenibile.

Castel Guelfo The Style Outlet ha stipulato una convenzione con la Rocca Sforzesca del borgo medievale di Dozza, dando la possibilità a tutti i clienti dell'outlet di beneficiare di una riduzione sul biglietto d'ingresso per le aree espositive. Mentre i clienti di Vicolungo The Style Outlet hanno l'opportunità di visitare il Forte di Bard – grandiosa opera di sbarramento all'imbocco della Val d'Aosta – nonché il Teatro Coccia – lo storico e più importante teatro di Novara, simbolo della vita culturale della città – con uno sconto del 10% sul biglietto d'ingresso.

Nell'ambito del cantiere *ThinkSerravalle*, Regione Piemonte e ATL Alexala in collaborazione con il Consorzio Turistico Le Terre di Fausto Coppi hanno lanciato in questi giorni una promozione che prevede il soggiorno fino a fine agosto in una delle oltre 30 strutture aderenti per 3 notti al prezzo di una ed il *Fashion Passport*, la carta giornaliera che

permette di usufruire di un ulteriore sconto nei negozi aderenti del Serravalle Designer Outlet.

Alcuni centri offrono mostre ed esposizioni all'interno degli spazi. Fino al 30 agosto al Valdichiana Outlet Village e successivamente al Franciacorta Outlet Village, si tiene la mostra *"Mondo Martini: la pubblicità come percorso di stile"* che va ad esaltare le eccellenze territoriali, il *fashion*, l'eleganza e la cultura. L'esposizione è integrata da *dj set* e performance di *barman freestyle*.

Palmanova Outlet Village, fino al 30 agosto, propone *"A hero never dies"* esponendo le opere dell'artista José Molina. Mentre, nell'ambito *social*, dal 29 giugno, sul profilo Instagram del centro si realizza *"Palmanova Fashion Talk: la moda fa salotto!"* con Nicola Santini, esperto di *bon-ton*, che intervista diversi vip su moda, stile personale e oggetti di culto.

Eataly Torino Lingotto è pronto per tornare a proporre la visita al Museo Carpano, percorso museale che permette di scoprire i momenti più rilevanti della produzione del Vermouth, dalle materie prime alle principali erbe utilizzate dal 1786 ai giorni d'oggi con le distillerie Branca di Milano.

In attesa che ripartano in maniera più consistente i flussi turistici dall'estero, si rileva l'introduzione di

nuove iniziative pensate per migliorare la gestione dei flussi e diversificare i servizi offerti al fine di scongiurare assembramenti. I centri Arcus Real Estate offrono il servizio *"priority entry"*, che consente di evitare attese all'ingresso prenotando in anticipo l'accesso ai negozi con ricezione di *QR code* che consente al negozio di identificare la persona e far saltare la fila attraverso un ingresso prioritario. Eataly suggerisce l'uso di due app, *ufirst* e *filaindiana*, grazie alle quali è possibile prenotare virtualmente il proprio posto in fila e il tavolo per il pasto. Nel concludere questa breve rassegna, si è rilevato come il *lockdown* abbia determinato un rallentamento delle attività e dei lavori negli outlet in procinto di apertura. E così, l'apertura di The Market San Marino Outlet Experience, prevista per quest'estate, è stata posticipata a data da destinarsi. Analoga prospettiva per San Pellegrino Outlet Village e Roma Outlet Village (che sorgerà al posto dell'ex Soratte Outlet Shopping) i quali non verranno inaugurati prima di un anno e mezzo; qualche possibilità di aprire nel 2021 sussiste per l'outlet romano, mentre per quello bergamasco si rimanda ai mesi successivi.

**SHOPPING
TOURISM**
FLASH

Tutti i Flash finora pubblicati sono disponibili alla pagina dedicata ai flash del sito di

Shopping Tourism. Il forum italiano
www.shoppingtourismforum.it/FLASH