

Lo shopping in mezzo al mare è arrivato l'outlet galleggiante

La nuova cittadella della moda, nata dall'idea di Daniela Fargion con Ubaldo De Vincentiis, è una nave di 120 metri di lunghezza con una superficie di vendita di circa 2.500 mq per negozi di alta gamma



SENZA PASSEGGERI

A bordo della "Luxury Boat", la nave destinata all'outlet galleggiante, non ci saranno passeggeri, ma solo equipaggio e personale addetto alle vendite

ENRICO MARIA ALBAMONTE

Milano

Italia è ancora un paese di navigatori, almeno secondo Daniela Fargion ideatrice del "Luxury Boat", il primo outlet galleggiante che per i patiti dello shopping griffato sarà un'esperienza decisamente alternativa. L'imprenditrice anglo-fiorentina, titolare della società Luxury Mall è già rinomata fra gli addetti ai lavori per l'outlet di Olbia, un villaggio dedicato al retail di lusso in Sardegna, nato nel 2009 e premiato con il "Mattone d'oro" come miglior progetto retail. La sua idea originale di una nave dello shopping è nata in tandem con Ubaldo De Vincentiis, presidente della società Europinvest, anch'essa legata, come la Fargion, a progetti immobiliari di rilievo nel settore della moda.

La nuova cittadella della moda galleggiante è una nave di 120 metri di lunghezza con una superficie di ven-

dità di circa 2.500 mq. Priva di passeggeri diversi dall'equipaggio e dal personale di vendita. Qui troveranno spazio alcuni dei brand di punta della moda internazionale che dovrebbero attrarre circa 400.000 visitatori nella sola stagione estiva. I clienti saranno accolti sulla nave quando sarà ormeggiata nei vari porti turistici. «Luxury Boat raggiungerà tutte varie località turistiche del Mediterraneo, dalla Spagna, alla Costa Azzurra, alle coste italiane sul Tirreno — anticipa Fargion — l'itinerario si concluderà in Grecia, per poi ripartire, nel periodo invernale, per il Sud del Mediterraneo, il vicino Oriente e i Caraibi». Il varo è atteso per il 2013 e l'arrivo di Luxury Boat nelle varie destinazioni previste rappresenterà un evento destinato ad animare il calendario estivo delle località toccate dall'itinerario: i tre giorni di permanenza in ogni tappa saranno contraddistinti da speciali attività organizzate a bordo e a terra dedicate al mondo dello shopping, come sfilate ed iniziative legate alle tradizioni locali.

Nel frattempo la Fargion sta già progettando nuove iniziative, tutte nel segno

del connubio moda e turismo. La prima prosegue sulla via dell'alleanza con Ubaldo De Vincentiis: a Luxury Boat si aggiungerà infatti nel 2012 una nuova cittadella della moda a Pescara. Per quest'anno invece l'agenda della Fargion prevede altri 2 appuntamenti: il primo, il 30

luglio, coincide con il debutto di un nuovo outlet in Sicilia, ad Agira (Enna) e il secondo, previsto per il primo ottobre, segnerà la nascita di una nuova città dello shopping

a Soratte (Roma). «Anche il Luxury Mall di Agira offrirà una selezione di alcuni tra i big della moda — anticipa Fargion — negli oltre 800 mq di superficie di vendita, sorgeranno 50 corner di brand come Celine, Sergio

Rossi, Renè Caovilla, Moschino, Just Cavalli, Chloè, Gianfranco Ferrè, See by Chloé e tanti altri».

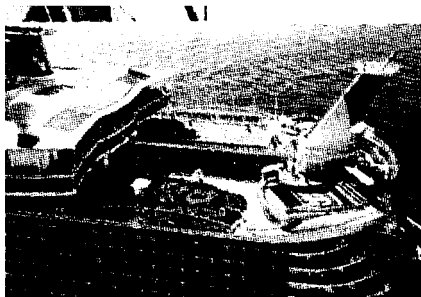
Da notare che i vari negozi compresi in questo complesso potranno unicamente le collezio-

ni della stagione precedente o corrente a prezzi ridotti fino al 60%. «L'idea è quella di trasformare Agira in un polo di attrazione turistica sfruttando le risorse culturali e le eccellenze artistiche locali

Si chiama "Luxury Boat" e toccherà tutte le migliori località del Mediterraneo

con l'obiettivo di creare nuovi posti lavoro». aggiunge Fargion.

Dal 1° ottobre Luxury Mall approderà anche nel Lazio, a meno di 60 km da Roma, in uno scenario im-



merso nel parco naturale del Monte Soratte, non lontano dalla- go di Braccia- no. Fra i mar- chi presenti all'appello già figurano, solo per citarne al- cuni, Versus, Versace Jeans, John Gallia- no, CNC, Er-

manno by Ermanno Scervino, GF Ferrè, Gianfranco Ferrè, Belstaff, Valentino, Alexander McQueen, Moschino Love.

E per incrementare le visite un bus navetta partirà ogni giorno dal centro di Roma. «Anche su queste aperture è confermato il nostro l'obiettivo strategico di offrire al cliente, oltre a un prodotto di alto livello, un servizio impeccabile», chiarisce Fargion. In altri termini il nuovo outlet punterà sulla for- mazione di figure professionali come i *personal shopper* dedicati ad assistere il cliente nei suoi ac- quisti. E le novità proseguono nel 2012 con ulteriori aperture nelle *location* di Impruneta, Firenze e Luino, sul Lago Maggiore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA