

Outlet. I tour operator organizzano bus dalla Costa Azzurra

# Per Mondovicino shopping «straniero»

Il 20% degli incassi dai visitatori francesi

## MONDOVICINO (CN)

Fabrizio Brignone

Il parco commerciale "Mondovicino" con l'outlet a Mondovì, in provincia di Cuneo, dopo un anno e mezzo di attività dichiara di aver sopportato bene i contraccolpi della crisi e di aver superato i tre milioni di visitatori. Tra questi, significativa la quota dei clienti francesi (il 10% del totale), che spendono più di altri nella maxi-area commerciale cuneese.

I visitatori - un terzo lungo la settimana, due terzi nel week-end - giungono all'incirca per il 30% da Cuneese e Astigiano, per il 40% dal resto della regione (soprattutto Torino e cintura), quasi il 20% dalla Liguria e il 10% dalla Francia. Dall'apertura (15 aprile 2008) a oggi i visitatori francesi sono stati oltre 300mila, per la maggior parte da Costa Azzurra e dipartimento Alpi Marittime. Fino all'estate scorsa i responsabili dell'outlet avevano un contatto diretto con bus operator d'Oltralpe: oggi co-

munque il flusso dalla Francia continua, sia con auto sia con pullman, soprattutto nei week-end ma anche lungo la settimana, proprio per l'abitudine già diffusa in diverse aree oltre confine dello "shopping nel Cuneese". Uno dei momenti di maggior richiamo, per esempio, è il mercato ambulante del martedì nel centro di Cuneo. «Il cliente francese arriva più motivato alla spesa - spiega Riccardo Vaschetti, imprenditore per il settore food dell'outlet - mentre l'italiano può essere qui per acquisti ma anche per passeggio. Lo vediamo anche nel ristorante e nel-

la Vetrina del Piemonte, c'è una maggior propensione alla spesa da parte dei francesi, tanto che li possiamo stimare intorno al 20% dei nostri clienti. Spesso giungono con gite organizzate e in pullman, oltre che con mezzi propri, fin dal mattino, permanendo per ampia parte della giornata. Tra i prodotti, il francese è molto interessato alla gastronomia tipica piemontese: antipasti, funghi sott'olio, bagna cauda, formaggi confezionati e freschi, in questo periodo il tartufo».

A "Mondovicino" gli utenti possono trovare, oltre all'outlet, anche una galleria di negozi e un ipermercato, spazi per ristorazione e agroalimentare (come la "Vetrina del Piemonte" coi prodotti tipici) e per il tempo libero, oltre ad alcuni servizi come area bimbi, service camper, minigolf, spettacoli. Elemento di richiamo, nell'area di Mondovicino, è anche la stazione di rifornimento carburanti, favorita dalla vicinanza al casello autostradale di Mondovì sulla Torino-Savona che ha fatto registrare cir-

## Il centro commerciale di Mondovì



**3 milioni**

**Visitatori.** È il numero di presenze registrate all'outlet village di Mondovicino dalla data dell'apertura (15 aprile 2008)

**300mila**

**Francesi.** Sono i visitatori da Oltralpe in un anno e mezzo di attività dell'outlet. Da soli valgono un quinto del fatturato

**77**

**Punti vendita.** I negozi dovrebbero diventare in futuro tra 110 e 120. Gli addetti sono attualmente 400

**180 milioni**

**L'investimento.** È il costo dell'intera struttura che copre una superficie di circa 390mila metri quadrati



**Giacomo Caramelli**

SOCIETÀ GESTIONE MONDOVICINO

**Immuni all'accongiuntura.** «Possiamo dire che la crisi apparentemente non si avverte nell'outlet. I numeri ci stanno dando ragione»

ca il 13% di passaggi in più rispetto all'anno prima dell'apertura di "Mondovicino". «La power station va a gonfie vele - dicono dalla famiglia Caramelli, investitori nell'intera area e proprietari di outlet e stazione rifornimento - è aperta da quasi due anni e registra una crescita costante, con volumi molto significativi che ci permettono di tenere prezzi decisamente bassi rispetto al resto delle reti distributive, aggiungendo al parco commerciale un servizio di forte attrattività e molto apprezzato».

«La scelta imprenditoriale, fortemente legata al nostro

territorio, finora si è rivelata azzeccata - afferma Giacomo Caramelli - Non abbiamo una storia che ci permetta di confrontarci con momenti difficili del passato, però possiamo dire che la crisi apparentemente non si avverte nell'outlet. I numeri ci stanno dando ragione, il bacino tipico di uno spazio commerciale come questo (entro un'ora e mezza di viaggio in auto) sta rispondendo bene». C'è soddisfazione sull'andamento generale della struttura: «Un anno e mezzo fa, all'apertura, ci aspettavamo forse una crescita più veloce e la frenata generale dell'economia si è sentita an-

che qui - ammette Vaschetti - Oggi, comunque, i segnali di ripresa ci sono: registriamo una nuova accelerazione dei fine settimana, con ottime domeniche e sabati dai numeri elevati, e in generale con una buona propensione all'acquisto. Sarebbe bello avere una maggiore presenza nei giorni infrasettimanali. In ogni caso, dall'apertura il ristorante ha abbondantemente superato i 120mila coperti, e la qualità del servizio fa sì che la clientela non sia solo quella dell'outlet, per il quale la parte food rappresenta sicuramente un valore aggiunto».