



La struttura commerciale sempre più paragonata a una vera e propria meta turistica

L'OUTLET DI PALMANOVA ARCHIVIA UN'ESTATE DI SUCCESSO

Ottime le prospettive della nuova stagione con offerte e iniziative per l'autunno-inverno.

AIELLO DEL FRIULI (Udine), 14 settembre 2009 – Si avvicina l'autunno: tempo per tracciare un primo, parziale bilancio dell'anno in corso ma anche per lasciare spazio ai nuovi progetti e ai nuovi desideri di ognuno. In particolare, ritorna forte la voglia di rinnovare anche il proprio guardaroba, per rimettersi quanto prima in sintonia con la stagione entrante.

Fedele al proprio ruolo di riferimento nel settore del fashion anche il Palmanova Outlet Village che si ripropone subito all'attenzione dei consumatori con le nuove collezioni autunno/inverno a prezzi sempre scontati fino al 70 per cento: articoli, accessori, capi di abbigliamento e un'ampia scelta di stores e marchi dei migliori stilisti nazionali ed internazionali.

L'Outlet, però, non si sottrae anche a un primo consuntivo della stagione estiva: un periodo che, per la struttura palmarina, si è confermato di grande successo, sia per il numero delle affluenze registrate sia per il fatturato raggiunto.

Da giugno fino al termine di agosto, infatti, si sono verificate oltre 650 mila presenze, in buona parte straniere, con una punta massima raggiunta nel mese di luglio grazie all'inizio degli "Extrasconti", un termine coniato dall'Outlet proprio per valorizzare le svendite di fine stagione che anche quest'anno hanno incontrato i favori della clientela. L'incremento delle presenze rispetto allo stesso periodo 2008, infatti, si è attestato attorno al 15%. Dato ancora più significativo se si considera l'effetto-lancio che aveva caratterizzato l'anno scorso, consentendo sin dall'avvio di registrare cifre decisamente elevate. L'incremento raggiunto dal fatturato è stato addirittura doppio, arrivando a superare la soglia del più 30%.

La formula del Palmanova Outlet Village privilegia in maniera inequivocabile il servizio e la qualità sia in termini di offerta di prodotti – grazie alla presenza di noti marchi della moda – sia in termini di proposte per lo svago e il divertimento, tanto da diventare una vera e propria attrazione con valenze turistiche. La posizione strategica della struttura, a ridosso dell'autostrada A4, consente di attingere da un bacino che abbraccia le vicine Austria, Slovenia e Croazia, intercettando i flussi automobilistici diretti sia verso le località balneari d'oltre confine sia verso le spiagge di Lignano Sabbiadoro, Grado e Bibione.

“In questo senso – afferma il direttore Luigi Maurizio Villa – si è rivelata strategica anche l'attività di marketing e comunicazione svolta, che ci ha permesso di incrementare la notorietà dell'Outlet fra i numerosi vacanzieri che almeno una giornata della loro ferie l'hanno dedicata a fare acquisti da noi”.

Vincente anche la formula dello shopping serale con l'orario di apertura straordinaria dei negozi (tutti i giovedì fino alle 23) condito da programmi d'intrattenimento pensati sia per i bambini sia per gli adulti. Basti pensare che in quelle giornate la media dei visitatori registrata tra le ore 20 e le 23 è stata di circa 2 mila persone con incassi che, in alcuni casi, hanno raggiunto anche il 40% dell'intero incasso giornaliero.