



Io dico **no** al centro commerciale

Perché Liolà sceglie di aprire solo in città e non nei centri commerciali?

“Il centro commerciale nasce nelle città angloamericane dove da sempre l’area dello shopping è ben distinta dall’area del residenziale e business. La tradizione dell’Europa “latina”, e quella italiana in particolare, è molto diversa: l’area dello shopping è di fatto diffusa in tutta la città con modalità diverse a seconda della qualità delle zone residenziali. Inoltre molti retailer sono anche proprietari dei negozi in cui operano, e questa è anche la ragione per cui in piccoli centri ci sono bellissimi negozi. Liolà ha scelto di non “costringere” la consumatrice finale al rito dello shopping nelle sole vie del lusso o nei centri commerciali, ma di creare negozi nelle belle zone residen-

ziali in cui vive, scegliendo con estrema cura immobili di alta qualità che rispettino la tradizione della città”.

Quali sono punti di forza e limiti della location centro città?

“Questa scelta consente di avere negozi più belli, personalizzati, di proprietà: senza i costi di affitto si raggiunge prima il punto di pareggio. Permette di fidelizzare la consumatrice finale, con negozi vicini ai luoghi dove vive. Non meno importante, mette al riparo dal fenomeno dell’“over renting” tipico dei centri commerciali, con canoni di affitto spesso insostenibili, operazioni immobiliari giustificate da iniziative di marketing. Un fenomeno che spinge le aziende a fatturare a tutti i costi, con vendite promozionali che possono rilevarsi controproducenti nei confronti del consu-

matore finale. L’unico vero punto di debolezza del centro città è la minor circolazione di potenziali consumatori, con un giro d’affari più basso ma un margine nettamente più sicuro”.

Quando Liolà dirà “sì” agli shopping center?

“In America, i grandi nomi sono collocati a titolo gratuito all’inizio e alla fine della galleria commerciale. Sono gli “anchor shop”, che attirano la clientela anche verso tutti gli altri negozi, che pagano affitti “salati”. Liolà non ha l’ambizione di essere un “anchor shop”: l’unica scelta per noi sta nel credere nel successo dei tanti villaggi “veri” del nostro paese - Portofino è il più bel centro commerciale del mondo - e nel fatto che nel lungo periodo forse vinceranno la battaglia contro tanti villaggi finti!”.