



Il progetto di ampliamento del Carousel Center

In USA lo shopping è Made in Italy

Si chiama *Mall in Italy* l'ambizioso progetto realizzato da **Ibs Italia** e **Destiny USA** all'interno del Carousel Center di Syracuse, il più importante Shopping Center dello Stato di New York: in tutto, circa 40mila metri quadrati dedicati al meglio del *Made in Italy*.

I lavori di ampliamento della nuova struttura, a cui sta partecipando anche Giugiaro Architettura, termineranno a Dicembre 2008; l'apertura è prevista per fine Aprile 2009.

Noi ne abbiamo parlato con il responsabile di Ibs Italia, **Alessio Gambino**.

Come è nata la collaborazione tra IBS Italia e Destiny USA ?

Destiny USA è attualmente impegnata in un importante progetto urbanistico nella città di Syracuse, che prevede la costruzione di un nuovo shopping center, alberghi, centro congressi, parco acquatico e porto turistico.

Per volontà del proprietario, l'italo-americano Robert Congel, siamo stati contattati ed incaricati di promuovere il progetto e di partecipare alla creazione di un'area interamente dedicata al *Made in Italy*, che ospiterà solo aziende e prodotti rigorosamente italiani e sarà teatro di eventi finalizzati alla promozione dell'eccellenza italiana.

Perché il Carousel Center di Syracuse?

La scelta non è stata casuale. Syracuse gode infatti di una posizione strategica – vicina al confine canadese, sede di un'importante università, crocevia di due importanti arterie autostradali e dotata di un grande aeroporto – e, grazie alla ricchezza dell'area in cui sorge, assicura un mercato in continua crescita. La domanda di *Made in Italy* è supportata inoltre dalla presenza di una ben radicata comunità di origine italiana.

Il Carousel Center è frequentato annualmente da più di 17 milioni di visitatori, con una capacità di spesa individuale molto elevata. A lavori ultimati l'intera struttura potrà ospitare più di 22 milioni di visitatori l'anno, collocandosi nella Top Five dei più grandi centri commerciali degli USA.

Questo progetto punta ad una promozione del Made in Italy a tutto tondo.

Il progetto non ha solo lo scopo di introdurre in Nord America marchi e prodotti italiani, ma intende diventare una vetrina di promozione permanente dell'eccellenza italiana, con spazi studiati per ospitare mostre, esibizioni, eventi culturali



Dalla collaborazione tra Ibs Italia e Destiny USA nasce Mall in Italy, prestigiosa vetrina di prodotti ed eventi italiani nel cuore dello Stato di New York

ed enogastronomici. Ciascun negozio godrà di piena autonomia sotto il profilo gestionale ed organizzativo, beneficiando però di strategie di comunicazione e marketing globali.

Al fine di permettere la partecipazione al progetto anche ad aziende medio-piccole, abbiamo inoltre pensato ad un'area di "temporary shop", in cui promuovere per brevi periodi i propri prodotti, sondando il gradimento dei consumatori.

Alle PMI come alle grandi aziende, forniamo un servizio di assistenza a 360 gradi, che riguarda tutti gli aspetti – legali, doganali, ecc. – connessi ad un progetto di questo tipo.

Quali settori giudica più interessanti?

Non mi sbilancio quando dico: tutti! Vogliamo esportare la nostra migliore tradizione unita all'innovazione di cui i nostri prodotti e le nostre aziende sono capaci, contribuendo anche a svecchiare un'immagine dell'Italia associata ancora troppo spesso all'estero a "spaghetti e mandolino". ■

AN INTERVIEW WITH ALESSIO GAMBINO, HEAD OF IBS ITALIA

Shopping "Made in Italy" for the U.S.A.

The ambitious project realized by **Ibs Italia** and **Destiny USA** in the Carousel Center of Syracuse, the most important shopping centre in New York State is called "*Mall in Italy*": about 40,000 square metres dedicated to the best of *Made in Italy*. The extension work, in which Giugiaro Architettura is also involved, will be finished by December 2008; the opening is planned for April 2009. We discussed the project with **Alessio Gambino**, head of IBS Italia.

How did the collaboration between IBS Italia and Destiny USA come about?

Destiny USA is presently involved in important urban projects in the city of Syracuse, a new shopping centre, hotels, convention centres, an aquatic park and a tourist port.

The owner himself, the Italo-American Robert Congel, had the idea and contacted us directly to ask us to promote the project and to participate in the creation of an area entirely dedicated to *Made in Italy* products, which will only host 100% Italian companies and products and it will also be a centre for events aimed at promoting the best that Italy has to offer.

Why the Carousel Center in Syracuse?

It was not a random choice. Syracuse in fact enjoys a strategic position – it is near the Canadian border, it is the seat of an important university, it is located at the intersection of two arterial motorways and it has a large airport – and, thanks to local wealth, continuous market growth is assured. The demand for Italian products is also supported by the presence of a firmly rooted Italian community. 17 million people visit the Carousel Center annually, with a very high average individual spending power. Once the project is finished, it will be able to receive 22 million visitors a year which makes it one of the top 5 biggest malls in America.

This project is aimed at promoting every aspect of Made in Italy.

The project is not just aimed at introducing Italian brand names and products to North America but it is aimed at being a permanent showcase of Italian excellence, with exhibition spaces, cultural events and food and wine events. Each shop will be managed completely independently but will benefit from global marketing and advertising campaigns. Also, so that small and medium sized firms have the chance to participate we have devoted an area to temporary shops where companies can promote their products for short lengths of time in order to test the market. We offer a complete service to the small and medium enterprises as well as to the large firms and cover all aspects connected with this kind of project such as legal, customs etc.

Which sectors do you find the most interesting?

Quite honestly all of them! We want to export our best traditions together with the innovations that Italian companies and products are known for, contributing also to modernising Italy's image abroad which is still all too often the old "spaghetti and mandolin" one.