

Nuovo centro commerciale

In Usa oltre 40mila metri per le specialità made in Italy

■ ■ ■ Quasi 40.000 metri quadri tutti dedicati al made in Italy al terzo piano di un prestigioso centro commerciale americano, di cui 2.500 dedicati al food. Stiamo parlando di "Mall in Italy", il progetto di Ibs Italia e Destiny Usa, che vuole dedicare il terzo piano - il più esclusivo - del Carousel Center di Syracuse - il più grande centro commerciale dello stato di New York - ai prodotti nostrani. Proprio in questi giorni si stanno concludendo i primi contratti, ma per la parte di cibo e bevande qualcosa, come ha raccontato a LiberoMercato Alessio Gambino, managing director di Ibs, già bolle in pentola. Molti sono infatti i particolari che sono già stati definiti. All'interno del centro commerciale infatti questi 2.500 metriquadri saranno appositamente riservati alla ristorazione, alla caffetteria, alle enoteche. «Ci sono aziende che hanno dato la disponibilità», dice Gambino, «e abbiamo preso contatti con aziende della la gdo italiana del food che già sono sbarcate nei mercati esteri, ma anche con piccole realtà che trovano in questo progetto un'opportunità». Ci sarà ad esempio una pasticceria siciliana, di Palermo. Oltre a un ristorante di 600 metri quadri seduti. E poi due punti di fast food all'italiana, un'enoteca e una pizzeria napoletana. Tre le caffetterie, oltre a una parte dedicata alla grande distribuzione food e beverage, ad opera «di una catena di supermercati che vende prodotti con marchi dop e igp». Oltre a questi spazi anche l'area che sarà destinata ai "temporary shop", per aziende «che vogliono sondare il mercato americano e canadese senza doversi sobbarcare i costi di un contratto di 6 anni più 6 anni, come quello che proponiamo per gli altri spazi. Una sorta di spazio fieristico permanente». Altre informazioni sono reperibili ai siti www.ibsitalia.biz e www.destinyusa.com. Ibs Italia è la società dello Studio Gambino specializzata in servizi per l'internazionalizzazione a supporto delle pmi che hanno necessità di operare su mercati esteri. Il progetto è stato presentato per la prima volta in occasione di Cibus, a Parma. Oltre all'alimentare, le aree merceologiche presenti nel mall vanno dall'abbigliamento, all'arredo, al design.

