

Fox Town, la "volpe svizzera", cresce e si allarga

Pubblicato: Giovedì 16 Febbraio 2012



Duecentocinquanta brand in centosessanta negozi.

Non un outlet qualsiasi, ma "un tempio del lusso accessibile" per una shopping experience.

Fox Town, la "volpe svizzera", a due passi da casa nostra, presenta i dati del 2011 e i progetti dei prossimi anni.

Gli occhi di Silvio Tarchini si illuminano appena inizia a parlare della sua creatura. "In un momento di crisi come questo chiudiamo l'anno con **una crescita di oltre l'1%**. Abbiamo avuto **tre milioni e duecentomila clienti** e solo il 25% arriva dalla Svizzera, mentre oltre il 60% sono italiani, ma arrivano anche molti asiatici, europei e russi".

L'internazionalità, da sempre fattore distintivo di Fox Town, ha avuto un'accelerazione guidata da visitatori extra europei (+10% rispetto all'anno precedente, pari a oltre il 30% del fatturato complessivo).

"Nel 2011 – racconta **Giorgia Tarchini** – sono arrivati nuovi importanti negozi che ci distinguono nettamente dagli altri outlet. Noi puntiamo a una fascia medio alta rendendo accessibili prodotti di qualità. Questo fa capire il perché dell'arrivo di marchi come quello della Lindt, Blumarine, Borbonese, Class Roberto Cavalli, Desigual, Gherardini, Marina militare, Pollini e Villeroy&Boch".



Fox Town è in continua evoluzione e sono previste nuove aperture per arrivare a duecento negozi. Nel frattempo proseguono importanti investimenti per il restyling degli spazi comuni del centro supervisionati dall'architetto **Ettore Mocchetti**, direttore della rivista AD. La proposta enogastronomica, diretta da **Attilio Scotti**, si amplierà ancora con l'apertura, ad aprile, di "Chalet Suisse" con ottanta posti in un arredo di legno dove si potranno trovare unicamente le specialità svizzere. In questo si inquadra la partnership con il caseificio di Airolo per poter assaporare un carrello di formaggi svizzeri. "Un tuffo – come dice Tarchini – tra i sapori che spesso il turista cerca e che difficilmente trova in Ticino".

Un'attenzione quindi non solo agli aspetti tipicamente commerciali, ma anche al piacere di

conoscere il territorio. Da qui una filosofia che valorizza le proposte di altri soggetti e al tempo stesso comportamenti virtuosi. "Iniziamo la costruzione di un nuovo autosilo che sarà in prossimità della stazione ferroviaria che arriva da Varese e Lugano. Incentiveremo i nostri clienti che vorranno usare il mezzo pubblico. Qualità e convenienza, unitamente al coinvolgimento dei nostri clienti sono i cardini del DNA di Fox Town – conclude Silvio Tarchini -. Queste nostre idee a sfondo territoriale sono l'essenza della volontà di continuo rinnovamento, ma con le radici ben salde, e da una scelta naturale derivante dalla crescente rilevanza del Fox Town quale crocevia per la scoperta delle perle svizzere".

Fox town, già presente in Facebook con una propria pagina pubblica, come dice **Marco Hefti**, Marketing & sales manager dell'azienda, "incentiverà l'attività sui social network con un proprio team dedicato. Attiveremo anche ampie zone wi-fi nelle aree della ristorazione per permettere ai nostri clienti di poter accedere alla rete".

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it