



I migliori prodotti italiani esposti nei ben 40.000 metri quadrati di superficie

Nello stato di New York il bel paese è di casa con 'Mall in Italy'

Aggirandosi negli spazi del Mall in Italy, l'ambizioso progetto realizzato da lbs Italia e Destiny USA all'interno del Carousel Center di Syracuse, il più

importante Shopping Center dello Stato di New York, è possibile scegliere tra i migliori prodotti italiani esposti nei ben 40.000 metri quadrati di superficie

ultimo aggiornamento: 12 gennaio, ore 14:40

New York - Il Made in Italy è di casa a New York. Aggirandosi negli enormi spazi del Mall in Italy, l'ambizioso progetto realizzato da lbs Italia e Destiny USA all'interno del Carousel Center di Syracuse, il più importante Shopping Center dello Stato di New York, è possibile scegliere tra i migliori prodotti italiani esposti nei ben 40.000 metri quadrati di superficie.

I lavori di ampliamento della nuova struttura, a cui sta partecipando anche Giugiaro Architettura, termineranno in questi giorni mentre l'apertura è prevista per fine aprile 2009. "Il progetto – ha spiegato il responsabile di lbs Italia Alessio Gambino - 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 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 piccole e medie imprese come alle grandi aziende, forniamo un servizio di assistenza a 360 gradi, che riguarda tutti gli aspetti connessi ad un progetto di questo tipo".

Nulla è lasciato al caso a partire dalla scelta del Carousel Center di Syracuse. "Syracuse – ha aggiunto Alessio Gambino - gode 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 futuro Mall in Italy sarà, dunque, una vetrina prestigiosa dove poter scoprire i prodotti italiani d'eccellenza nei settori più disparati. "Vogliamo esportare la nostra migliore tradizione – ha sottolineato Alessio Gambino - 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".

[Torna al Magazine» Eccellenze della creatività italiana](#)

STAMPA