

Testata	Bloomberg Finanza & Mercati
Pagina	FM Imprese III
Data	10 ottobre 2006

**IMMOBILIARE IN RUSSIA**

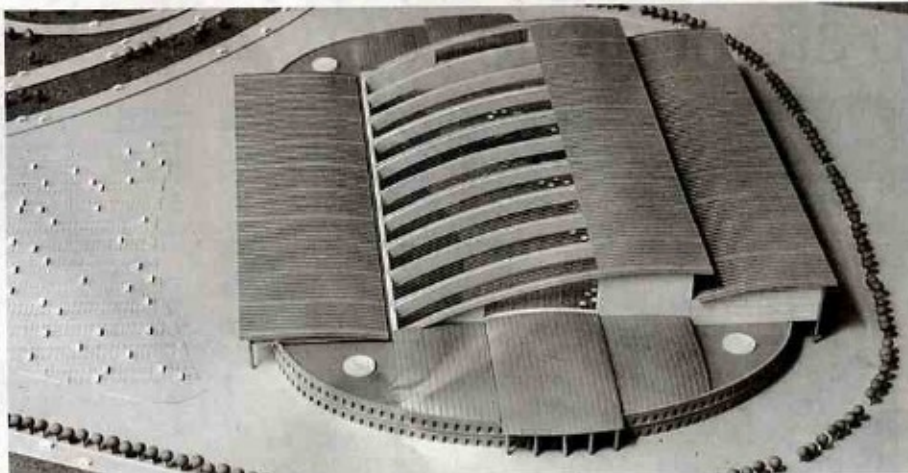
Il gruppo Margheri di Firenze ha investito a San Pietroburgo 120 milioni di euro nel progetto del più grande shopping ed entertainment center d'Europa. Inaugurazione prevista nel 2008. Oltre 250mila mq di estensione per un'affluenza potenziale di 4 milioni di visitatori all'anno

# Made in Italy star del fashion-Colosseo

SILVIA OGNIBENI

Dagli appartamenti nei dintorni di Firenze al promettente mercato russo. È la parabola del gruppo Margheri, azienda familiare fiorentina guidata dal presidente Mario Margheri assieme ai tre figli Marco, Manro e Ilaria, che oggi si affaccia sul mercato internazionale con un investimento di 120 milioni di euro per la realizzazione, a San Pietroburgo, del più grande shopping e entertainment center d'Europa. Nevskij Colosseum sarà il primo Fashion Outlet di tutta la Russia: 250mila metri quadrati di superficie dove trovare il meglio del Made in Italy e svolgere anche attività per il divertimento e il tempo libero.

Il core business del gruppo Margheri è da sempre il settore delle costruzioni. La società capogruppo, Costruzioni Margheri, ha un capitale sociale di 30 milioni di euro suddiviso tra i membri della famiglia; il valore di mercato delle proprietà immobiliari supera 270 milioni di euro con plusvalenze latenti (al netto del carico fiscale) che ammontano a oltre 140 milioni di euro. La



Il plastico del Nevskij Colosseum che Margheri realizzerà a San Pietroburgo

tatori potranno fruire senza dover prendere un aereo, disponibile giorno e notte, in tutte le stagioni.

Uno spazio rigenerante disposto su 20mila metri qua-

drati al coperto, circondato da piazze e viste panoramiche in puro stile italiano. Di più: le vie di Roma, Milano, Firenze e Venezia saranno ricostruite fedelmente alle spalle della

Riviera. Un sogno per dimenticare l'incubo del gelo e della neve dell'inverno russo.

Su via Tornabuoni e via Condotti si affacceranno gli spazi dedicati al Factory Outlet

Shopping Mall: 55mila metri quadrati disposti su due piani, la grande moda italiana ed europea con uno sconto minimo del 35%, secondo una formula commerciale consoli-

ta e di grande successo negli Stati Uniti e in Europa. Ma ci saranno anche ristoranti ed enoteche con il meglio dell'italica enogastronomia.

«Il Nevskij Colosseum rappresenta un innovativo concept di retail entertainment center che offre agli operatori, in un mercato in forte sviluppo e di grandi potenzialità commerciali, una vetrina per presentare e sostenere il meglio dell'Italian style of life», dice Renzo Bartoloni. La proposta è finalizzata allo sviluppo del made in Italy in una congiuntura difficile per i mercati tradizionali, ma attraente per gli emergenti come quello russo, che oggi è il Paese europeo con il maggior tasso di sviluppo. Nevskij Colosseum sorgerà in un'area che secondo i calcoli delle principali società di leasing è capace di attrarre fino a 20 milioni di turisti l'anno, di cui 4 milioni con la più alta capacità di spesa dovrebbero riversarsi all'interno del Centro. Il massimo dell'appetibilità, tanto che oltre la metà degli spazi disponibili nel complesso che aprirà nel 2008 è già stata affittata sulla carta. Lungo l'elenco delle aziende italiane

valutazione attuale dell'equity del gruppo è circa 170 milioni di euro mentre le nuove iniziative immobiliari già avviate, sia sul territorio nazionale sia su quello estero, ammontano a oltre 110 milioni di euro.

Il gruppo Margheri continua a costruire appartamenti di alto livello qualitativo, dove applica soluzioni innovative sotto il profilo della domotica e del risparmio energetico. Ma il know how maturato con Hidron, il più grande centro wellness dell'Italia centro-meridionale che ha aperto i battenti lo scorso anno a Campi Bisenzio, ha spinto il patron Mario Margheri e il direttore generale della società, Renzo Bartoloni, a esportare il loro modello sul mercato russo. Con Nevskij Colosseum, Margheri porterà il mare in Russia: il progetto prevede infatti la realizzazione di Riviera, il primo «mare tropicale» indoor. Un mare, non un acquapark. Completo di palme e sabbie dorate di cui i visi-

che saranno presenti: Diesel, Gas, Cocinelle, Diadora, Fornarina, Intimissimi, Calzedonia, Hly e molti altri. I nomi dell'alta moda italiana non si potranno pronunciare fino all'ultimo momento, ma alla Margheri garantiscono che ci saranno tutti. Il cantiere per la realizzazione di Nevskij Colosseum è già in funzione, tra poco partirà anche quello per costruire l'Hotel Raffaello sull'isola di Matisse, in una delle più belle e pittoresche aree di San Pietroburgo. Il gruppo Margheri ha sostenuto con stanziamenti propri il 40% dell'investimento necessario per la realizzazione di Nevskij Colosseum e manterrà il controllo diretto della struttura: gli spazi saranno affittati ma non venduti, al gruppo resteranno gestione e direzione della Riviera e del Fashion Outlet. Per garantire il massimo della qualità, dicono. E per non farsi scappare la gallina dalle uova d'oro.

