



Testata	Affari & Finanza-La Repubblica
Data Pubblicazione	27 febbraio 2006
Data di copertina	27 febbraio 2006
Tipologia articolo	Intervista
Posizione all'interno del giornale	Moda & Design- pag. 31



PROGETTO OUTLET

Spiaggia, caldo e ombrelloni la riviera a San Pietroburgo

Si chiamerà "Nevskij Colosseum" e, oltre all'atmosfera marina, replicherà negli allestimenti le strade di Roma, Milano e Venezia

Milano

Il mare "made in Italy" in formato esportazione. San Pietroburgo avrà un pezzo di riviera italiana. Sorgerà su un terreno di 20 mila metri quadrati con tanto di sabbia, ombrelloni, caldo e abbronzatura. Margheri, gruppo immobiliare toscano, vuole vendere ai russi anche il "mare all'italiana", in versione shopping center. L'idea è la stessa della "My tropical island" berlinese, ma in versione italiana. Il mare, in realtà, è accompagnato da un altro ingrediente tipicamente italiano che piace tanto ai russi: la moda. In questa formula del "tutto meluso", l'outlet per la prima volta approda in questo mercato. Il tutto, come si diceva, condito in salsa italiana, così come piace ai russi che nutrono, da sempre, una vera passione per tutto quello che è tricolore, dalla moda alla cucina, al turismo. «Che sbarchi un outlet in Russia è indicativo del fatto che sta crescendo una classe media che quattro o cinque anni fa non esiste neanche e che compra vestiti e accessori a prezzi più moderati» commenta Renzo Bortoloni, responsabile sviluppo del gruppo immobiliare toscano.

Già il nome la dice lunga. Si chiamerà "Nevskij Colosseum", un nome a metà tra il più classico dei classici e i simboli italiani.

Altrettanto indicativo il sottotitolo: "Factory outlet shopping mall & Riviera". E visto che lo shopping si coniuga sempre di più all'intrattenimento, Mario Margheri, presidente del gruppo toscano, li ha messi insieme. Racconta: «Dato che a San Pietroburgo hanno temperature polari da settembre ad aprile, gli portiamo un pezzo di riviera italiana». E intorno al "mare" sviluppano quello che dovrebbe essere il vero e proprio business, un outlet di 55 mila metri quadrati su due piani che, negli allestimenti ripropone vic e piazze romane, veneziane e milanesi.

Insomma una "Italia confezionata" per lo shopping della nascente classe media di San Pietroburgo e dintorni, in compagnia delle classiche forme di ristorazione italiane, dalle gelaterie ai ristoranti, dai bar alle focaccerie. L'outlet che si trova nell'anello esterno di San Pietroburgo, una tangenziale locale, è in una zona con un bacino di sei milioni di abitanti. Il progetto mette in conto l'apertura di 250 negozi di marchi di fascia medio alta e alta che andranno dallo sportswear alle griffe, agli accessori, con occhiali, borse e scarpe per i quali i russi vanno pazzi. E poi design, arredo, elettronica. L'importante è che sia tutto italiano e di marca. «I russi si sentono garantiti con i prodotti di marca. L'etichetta made in Italy è per loro sinonimo di qualità» spiega Bortoloni. Nevskij Colosseum si trova a sei ore da Helsinki che potrebbe — secondo l'immobiliarista toscano — fare rotta in questo centro. Il centro, che dovrebbe essere pronto nel giro di un paio d'anni, costerà 130 milioni di dollari. Un investimento che il gruppo stima di ammortizzare in cinque anni.

E' in autunno che dovrebbe essere posata la prima pietra di questa scommessa tutta italiana.

(r.t.)



Classe media

Mario Margheri, presidente del gruppo: "Il nostro progetto è dedicato allo shopping della classe media di San Pietroburgo"