

Mestre

email: mestre@ilgazzettino.it
 Redazione Via Torino 110, Mestre
 Tel. 041.665111 - Fax 041.665160

PRIMO ARRIVO
 Il negozio di abbigliamento che ha aperto ieri i battenti in Galleria Barcella

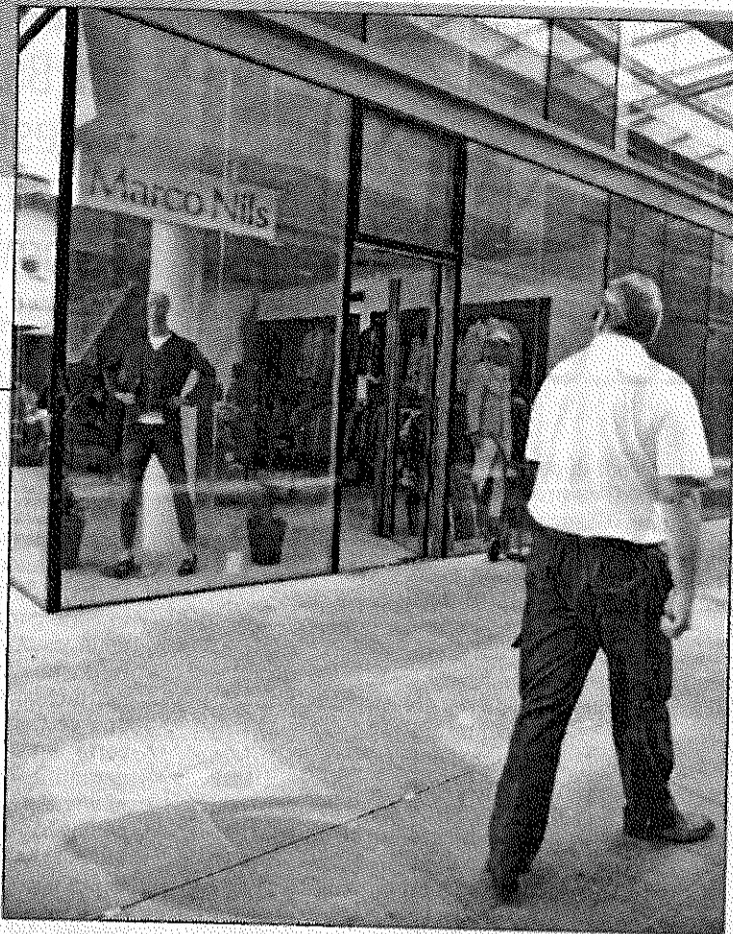
Elisio Trevisan

MESTRE

Un anno e un mese dopo l'apertura ufficiale, Galleria Barcella prende vita. Ieri è stato inaugurato il secondo degli otto grandi negozi su due piani, ed entro fine anno la famiglia Gatti, proprietaria della strada nel cuore di Mestre, conta di affittarli tutti. Un segnale positivo finalmente per un centro storico che sta cercando in tutti i modi di uscire da una condizione di crisi e degrado peggiorata nel corso degli anni.

La seconda attività, dopo la Casa del caffè che aveva riaperto i battenti già a maggio dell'anno scorso e che occupa il nono spazio ristrutturato a differenza delle otto vetrine costruite ex novo, è "Marco Nils", negozio di abbigliamento e accessori che fa parte di un marchio creato a Caserta e con uno show room nel cuore di Napoli. Si è sistemato all'angolo della piazzetta della Casa del caffè, dove lo scorso Natale si era installata l'esposizione della scuola del vetro Abate Zanetti. Era uno dei negozi temporanei che avevano vivificato la Galleria per il periodo festivo, salvo però chiudere ai primi di gennaio o poco dopo. Unica eccezione di quell'iniziativa è stata quella del fiorista vicino alla pizzeria Da Pino che si è creato la propria clientela e ha deciso di rimanere.

A settembre aprirà il terzo dei nuovi negozi, che ha già chiuso il contratto ma la famiglia Gatto per scaramanzia ancora non ne



COMMERCIO Aperto ieri un negozio di abbigliamento, entro fine 2016 tutti gli altri

La Galleria inizia ad accendersi

Barcella, prime attività "stabili" ad oltre un anno dall'inaugurazione

LA PROPRIETÀ



«Costretti ad abbassare gli affitti»

vuole rivelare il nome. Mentre per il mese successivo è in arrivo un gruppo che occuperà uno spazio molto grande, sistemandosi addirittura in tre locali. Ne rimangono, dunque, due da collocare, le trattative sono in fase avanzata e secondo la proprietà, che ha investito 5 milioni di euro per realizzare la nuova Galleria, le ultime inaugurazioni avverranno entro Natale o Capodanno.

Oltre un anno per affittare otto negozi nuovi di zecca nel cuore storico di Mestre sembra un'eternità, e fino a qualche anno fa effettivamente lo si poteva affermare, ma con la situazione economica e immobiliare attuale, è già

un grande risultato.

La famiglia Gatto voleva trovare clienti di tipologie commerciali differenziate per offrire uno spazio accattivante ai visitatori ma alla fine, per collocare i locali, ha dovuto abbassare i prezzi di affitto rispetto a quanto chiedeva due anni fa. «Non abbiamo potuto andare sotto certi limiti perché altrimenti non saremmo riusciti a rientrare dell'investimento molto oneroso che tra l'altro continua ad avere strascichi - spiega Francesco Gatto, il titolare della Sif, la società proprietaria di Barcella che da vent'anni progettava la riqualificazione dell'area - Ora finalmente tutti i pezzi del puzzle

stanno andando a posto e anche i grandi gruppi, che hanno bisogno di tempi più lunghi dei singoli commercianti per programmare lo sbarco in una città, stanno sciogliendo gli ultimi dubbi».

L'ultimo esborso della Sif, assieme alla famiglia Caberlotto che sta costruendo l'edificio tra la Galleria e il Toniolo dove prima sorgeva un antico opificio, è di 160 mila euro per la costruzione della nuova cabina Enel. La convenzione urbanistica firmata anni fa col Comune non prevedeva l'esborso per i privati ma se vogliono l'elettricità devono pagare.

© riproduzione riservata

GRANDE DISTRIBUZIONE La catena compie 25 anni e cambia filosofia E Media World guarda in centro

Il viaggio è iniziato l'8 giugno e terminerà il 21 ottobre. Quattro lunghi mesi in giro per l'Italia in cui il management della catena Media World viaggerà a bordo di un pulmino Volkswagen del 1972 per incontrare tutti i dipendenti che hanno fatto la storia dell'azienda. E, tra ieri e oggi, tocca ai dipendenti dei due punti vendita di Mestre Terraglio e Marghera Nave de Vero ricevere la visita che rientra nelle iniziative per i 25 anni

DUE PUNTI VENDITA

Chiuso Marcon, si punta su Mestre e Marghera

del marchio Media World in Italia.

Un posizionamento, quello nella zona della terraferma veneziana, consolidato e che fino a un paio di mesi fa contava tre punti vendita (quello di Marcon è stato chiuso da poco per strategia di mercato). «A livello nazionale la spesa media per prodotti della nostra gamma è di 300 euro pro capite all'anno - spiega Marco Orlandi, responsabile relazioni esterne di Mediamarket, la società del marchio Media World - Nel Nordest e quindi anche nel territorio di Mestre e Marghera la percentuale di spesa cresce del 20%. Che non è poco anche se, messo a confronto con quella che è la media europea e soprattutto tedesca che è la casa madre, si spende anche 4 volte in

meno». I clienti di Mestre e Marghera non si comportano comunque diversamente dal resto del mercato. «Anche qui i settori in crescita del 10-20% sono soprattutto quelli della telefonia smartphone - riprende Orlandi -, ma sta avendo successo anche quello legato al wellness e un mercato di nicchia relativo al sistema dei droni legati non solo al mondo della ripresa, ma anche della videosorveglianza». Media World ora pensa ad altre espansioni. «Apriremo a Merano, ma potrebbe essere un esempio replicabile, dei punti vendita più piccoli in centro città - aggiunge Joachim Roesges, amministratore delegato di Media-



"ROAD TOUR" Il manager di Media World con i dipendenti

market - È cambiata la filosofia dell'acquisto ed oggi puntiamo anche ad acccontentare le richieste dei nostri clienti facendo arrivare nel punto vendita di riferimento il prodotto richiesto anche in un solo giorno lavorativo».

Raffaele Rosa

© riproduzione riservata