

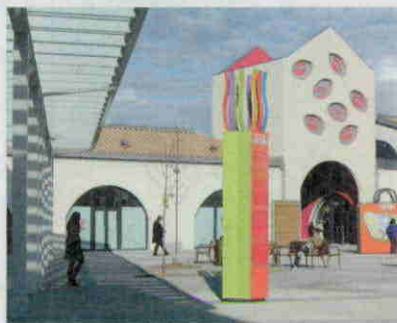
CENTRI COMMERCIALI LA SVOLTA DEL **SORATTE VILLAGE** A NORD DI ROMA

## L'uomo di Lugano fa rifiorire l'outlet

**A** fine anni '90 è stato, insieme al patron Silvio Tarchini, l'artefice del successo del Fox Town di Mendrisio, il primo factory outlet del Sud Europa. Ha offerto consulenze a Ikea per l'avvio dell'outlet di Aubonne e a Ing Real Estate e Pantheon Retail per la commercializzazione degli spazi di Castel Guelfo outlet. Ha seguito fin dall'inizio la realizzazione di Mondovicino, il villaggio commerciale in provincia di Cuneo aperto due anni fa e oggi in forte crescita. Ma da qualche mese l'attenzione di Gigi Gelmetti, imprenditore pisano di stanza a Lugano, è concentrata sul Centro Italia: in giugno la sua società, Consedil, ha preso le redini dell'outlet **Soratte**, inaugurato nel novembre 2008, a una cinquantina di chilometri a nord di Roma. Fino a oggi la cittadella degli acquisti controllata dalla cooperativa Cesi di Imola e partecipata dal gruppo Boldrin non ha dato i risultati sperati, e l'entrata in scena di Gelmetti (a cui sono state affidate la vendita degli spazi, la comunicazione e le attività di gestione) ha l'obiettivo di rilanciare il complesso e renderlo più attrattivo per aziende e visitatori, fino a portarlo, a fine 2012, a realizzare un giro d'affari di 50 milioni dai 37 attuali. «Il piano di sviluppo, che prevede investimenti per circa 5 milioni, comprende interventi sulla struttura dell'outlet, più spazi verdi, zone d'ombra e coperture antipioggia, aree dedicate ai bambini, nuova segnaletica e cartellonistica interna e di avvicinamento», anticipa Gelmetti. «Contemporaneamente è stata riattivata la commercializzazione degli spazi: abbiamo preso contatto con oltre 180 aziende e siamo in trattativa avanzata con 28, che confermeranno il loro interesse entro il prossimo giugno. In più verranno realizzati nuovi negozi: ora Soratte Outlet shopping ha 60 punti vendita affittati su 88 costruiti, alla fine del 2012 puntiamo ad averne 130, ovviamente tutti occupati». In più il fatturato, stando alle previsioni, dovrà salire nel prossimo triennio dagli attuali 2 mila a circa 3 mila euro al metro quadrato. Considerato poi che ogni shop ha in media quattro dipendenti, ci saranno oltre 200 assunzioni. Traguardi raggiungibili, però, solo mettendo in conto un sostenuto sforzo di comunicazione: «Infatti il budget annuale dedicato al marketing e alle campagne pubblicitarie verrà raddoppiato, portandolo in totale a 5 milioni per il biennio 2011-2012. L'intento è di espandere la nostra zona di pertinenza verso nord, in Umbria, pur senza trascurare il bacino di Roma». Questi primi mesi di lavoro, considerata anche la pausa estiva, hanno già dato risultati confortanti: a fronte di un'affluenza cresciuta del 20% rispetto allo stesso periodo del 2009, il fatturato è aumentato del 32%.

*Chiara Brusini*

Dalla cooperativa Cesi di Imola alla Consedil di Gigi Gelmetti. Per moltiplicare negozi e visitatori



Gigi Gelmetti. Sopra, il Soratte Outlet shopping

### LIFESTYLE SU INTERNET

## GLI SPAGNOLI DI GROUPALIA FANNO PIÙ AFFARI IN ITALIA

Un ricavato netto a cifre quasi esponenziali. È il dato registrato da Groupalia, la società spagnola di e-commerce che organizza su internet vendite momentanee di servizi dedicati al settore del lifestyle con buoni sconto per il tempo libero, dai ristoranti ai centri benessere e presto viaggi, vini e cinema. Nato lo scorso maggio, il sito web che propone quotidianamente idee per il tempo libero in Italia a settembre ha moltiplicato sei volte il proprio fatturato. «I clienti continuano a crescere con una media mensile che si attesta sul 30%», commenta Andrea Gualtieri (nella foto), country manager di Groupalia. Il gruppo ideato dagli stessi fondatori di Privalia (il sito leader nell'e-commerce del settore moda) è già attivo in Spagna, Italia, Brasile, Messico e Argentina, conta nel complesso oltre 1 milione di utenti e nell'arco di cinque mesi ha già venduto 100 mila voucher. Il forte e costante tasso di crescita aziendale ha spinto Lucas Carné e José Manuel Villanueva, insieme a Nauta Capital e Caixa Capital Risc (impresa a capitale di rischio di Caixa), a firmare il primo aumento di capitale della neonata società. «L'investimento di 5 milioni di euro si va ad aggiungere ai 2,5 milioni della fase di start up», continua Gualtieri, «con l'obiettivo di consolidare l'attività e incrementare i servizi sul mercato internazionale, in particolare in America Latina e in Sud Europa». L'Italia ha, invece, recentemente iscritto Palermo nella lista di città dove è possibile acquistare trattamenti di bellezza e cene in ristoranti famosi a prezzi scontati fino al 90%. Oltre a Milano, Roma, Torino e Napoli, nelle prossime settimane i soci Groupalia di altre tre metropoli potranno comprare un massaggio esfoliante a 18 euro anziché 40, o una cena al prezzo di 25 euro invece di 60. Il country manager Italia svela la chiave di questo nuovo modello di business. «Funziona come un volano: noi concordiamo dei servizi a prezzi bassi, ricavando una commissione su ogni transazione. I commercianti hanno così a disposizione una vetrina per attirare nuova clientela, che poi torna, pagando però il servizio a prezzo pieno».



*Francesca Zanardi*