



RONCADE OUTLET GALLERY

Rassegna Stampa del 26/03/2007

INDICE

24/03/2007 Corriere del Veneto	3
Roncade , la Disneyland dell' outlet Gli ipermercati: « I clienti sono con noi »	
24/03/2007 Corriere del Veneto	4
Griffe e sconti, a Roncade la Disneyland dei consumi La grande distribuzione: « I clienti sono con noi »	
24/03/2007 Corriere del Veneto	5
Roncade , la Disneyland dell' outlet	
24/03/2007 ItaliaOggi	6
Lefim debutta con Roncade outlet gallery	
25/03/2007 La Tribuna di Treviso	7
Outlet , megalopoli sulla Treviso Mare	

LO SCONTRO IN REGIONE

Gli ipermercati: «I clienti sono con noi»



BATTAGLIA Un'apertura domenicale a Natale. Sulla questione è scontro tra commercianti

VENEZIA — Confcommercio e Confesercenti hanno alzato un fuoco di sbarramento senza precedenti, schierando tutta la forza - numerica e di pressione - delle botteghe tradizionali per contrastare il «pacchetto liberalizzazioni» all'esame del consiglio regionale. Però, sul fronte opposto, si sta realizzando un'alleanza di fatto tra le aziende della grande distribuzione e i consumatori finali, dalla stessa parte della barricata attorno a un obiettivo comune: le aperture domenicali e festive, giudicate con favore dai clienti.

Perciò Federdistribuzione - l'organismo che rappresenta le imprese del commercio moderno -, pur aderendo a Confcommercio, ha una posizione decisamente dissonante rispetto alle forti critiche espresse dal neopresidente regionale, Fernando Morando: «Noi chiediamo - spiega una nota dell'organizzazione - che la programmazione commerciale nel Veneto produca un risultato finale sulle aperture domenicali e festive che sia in linea con le mutate esigenze dei cittadini». A sostegno delle proprie tesi, Federdistribuzione mette sul tavolo uno studio nazionale commissionato all'università Bocconi di Milano: secondo una maggioranza bulgara degli intervistati (quasi l'80%), la spesa domenicale è considerata come un servizio e un'opportunità in più, poiché consente un migliore uso del proprio tempo e permette un acquisto più meditato.

Ciò detto, anche le aziende della grande distribuzione sono contrarie a una liberalizzazione sconsiderata e indiscriminata delle aperture. Usa toni diplomatici Marcello Cestaro, presidente del gruppo Unicomm (A&O, Famila) e delegato regionale di Federdistribuzione: «Io stesso non sarei favorevole a tenere aperto per 35 domeniche l'anno. Alla lunga nel consumatore subentrerebbe l'abitudine e la spesa verrebbe semplicemente spalmata su sette giorni anziché su sei, mentre le aziende dovrebbero sopportare i costi dell'apertura extra. Credo che su questo tema - è il suo messaggio ai «piccoli» del settore - sia giusto confrontarsi e trovare un punto di equilibrio. I negozi tradizionali, soprattutto nelle piccole realtà, sono molto importanti e vanno salvaguardati».

Confcommercio e Confesercenti hanno ottenuto di essere ascoltate (mercoledì prossimo) dalla commissione consiliare che sta esaminando le modifiche alla legge regionale sul commercio. Cestaro lo sa e mette le mani avanti: «Anche noi vorremmo poter dare il nostro contributo, è giusto che la politica senta tutti prima di decidere, perciò ci aspettiamo di essere convocati. Non soltanto a proposito delle domeniche: anche le procedure per l'apertura dei punti vendita oltre una certa dimensione avrebbero bisogno di essere riviste».

A.Z.



LA GUERRA DEL COMMERCIO

Griffe e sconti, a Roncade la Disneyland dei consumi*Boutique, ristoranti e un hotel su 95mila metri quadrati: «Saremo aperti la domenica»***LO SNODO***Il mega-centro per lo shopping sorgerà all'incrocio tra il futuro Passante e la Treviso-Mare***MEGALOPOLI** Una veduta aerea dell'outlet in costruzione a Roncade

RONCADE (Treviso) — Apre a Roncade la «Disneyland» dello shopping. Una passerella per le grandi firme dell'abbigliamento, con sconti dal 30 al 70% per gli acquirenti, per acchiappare il sogno del lusso a poco prezzo. Si chiamerà *Roncade Outlet Gallery* e sarà il primo outlet multimarca del Veneto nel quale, in ottanta negozi su oltre 25mila metri quadrati, convergerà la moda di «seconda scelta» dei marchi più noti dell'abbigliamento italiano. Ottanta *boutique*, aperte anche la domenica, alle quali già si progetta di aggiungere altri quaranta negozi, e un albergo a quattro stelle, su uno spazio di 95mila metri quadrati che si affaccia sulla strada Treviso-Mare, poco distante dal futuro nuovo Passante e dall'autostrada, e che bene si adatta - almeno secondo i promotori — all'idea di rinnovamento in programma per Roncade.

Il megastore delle grandi firme scontate è stato presentato ieri a Venezia, dalle quattro società del Gruppo Basso, in particolare dalla Leim di Simone Dal Sile, costruttrice della nuova cittadella dei consumi, alla presenza dei rappresentanti di alcune delle principali *griffe* del made in Italy, da Dolce e Gabbana a Valentino, da Stefanel, a Geox, a Benetton. Accanto all'abbigliamento uomo, donna e bambino, i negozi specializzati nell'abbigliamento sportivo, nella pelletteria, e poi lingerie, cosmesi e oggettistica per la casa, troveranno posto otto punti-ristorazione, nursery e un parcheggio per 1400 posti auto. A fianco del complesso, separata ma compresa nell'area, anche un hotel da 120 stanze, costruita dalla Basso Hotel&Resort per strizzare l'occhio anche ai turisti.

È la struttura cerca di strizzare l'occhio che alle aperture domenicali. Il cardine dell'operazione, da un punto di vista amministrativo, è chiaro: «È in corso il processo di inserire Roncade tra le città murate. Invece per la data di apertura dell'outlet, siamo quasi certamente la possibilità di sfruttare delle aperture domenicali, andando anche l'orario, che andrà dalle 10.30 alle 20.30 tutti i giorni, e fino alle 22 la domenica», ha spiegato James Hoddell, uno dei manager della società Pantheon che si occupa della commercializzazione.

D'accordo su tutta l'operazione si è detto subito il sindaco, la senatrice della Margherita Simonetta Rubinato: «Oltre all'inserimento tra le città murate, abbiamo avviato per Roncade un progetto di marketing territoriale, che partirà dalla riqualificazione del centro storico di Roncade. Entro un mese verrà presentato a tutti i cittadini». Accanto al Castello, nuovo arredo urbano, iniziative per la riqualificazione degli edifici e nuovo slancio culturale saranno i obiettivi dei prossimi sforzi dell'amministrazione, per intercettare i flussi turistici sostiene voler incentivare anche la partecipazione dei privati.

Maria Paola Scaramuzza

L'ESCAMOTAGE

La struttura punta a rimanere aperta nei giorni festivi fino alle 22.30, sfruttando la richiesta già avviata dal Comune di essere riconosciuta come città murata



NEL TREVIGIANO

Roncade, la Disneyland dell'outlet



MEGALOPOLI Una veduta aerea dell'Outlet di Roncade. A destra: Simone Dalsie

RONCADE (Trevise) — Apre a Roncade la Disneyland degli acquisti, una passerella per le grandi firme dell'abbigliamento che annuncia sconti dal 30 al 70 per cento, per acchiappare il sogno del lusso a poco prezzo. Si chiamerà «Roncade Outlet Gallery» e sarà il primo outlet multimarca del Veneto nel quale, in ottanta negozi su oltre 25 mila metri quadrati, convergerà la moda di «seconda scelta» dei marchi più noti dell'abbigliamento italiano. Ottanta boutique aperte anche la domenica, alle quali già è in progetto l'aggiunta di ulteriori quaranta negozi, comprese le strutture ricettive e un albergo a quattro stelle. Il tutto su uno spazio di 95 mila metri quadrati, che si affaccia sulla Treviso Mare, poco distante dal nuovo Passante e dall'autostrada, e che bene si adatta all'idea di rinnovamento in programma per Roncade.

Il megastore delle grandi firme scontate è stato presentato ieri a Venezia, nell'isola del San Clemente Palace Hotel, dalle quattro società del Gruppo Basso, in particolare dalla Lefim di Simone Dal Sie, costruttrice della nuova cittadina dei consumi. Presenti in sala i rappresentanti di alcune delle principali firme: da Dolce e Gabbana a Valentino, da Stefanel a Geox, fino a Benetton. Accanto all'abbigliamento uomo, donna e bambino, ai negozi specializzati nell'abbigliamento sportivo, in pelletteria, lingerie, cosmesi e oggettistica per la casa, troveranno posto otto pun-

ti ristorazione, nursery e un parcheggio per 1400 posti auto.

Accanto al complesso, separata ma compresa nell'area, la struttura ricettiva da 120 stanze, costruita dalla Basso Hotel & Report per strizzare l'occhio anche ai turisti, calcolati in 11 milioni in transito nella regione. Tanto più che la pubblica amministrazione sembra intenzionata a dare spazio sia al comparto commerciale del Comune sia all'offerta turistica e culturale. «E' in corso il processo per far annoverare Roncade tra le città murarie — ha precisato James Hodde, managing director della società Pantheon, che si occupa della commercializzazione —. Per l'apertura dell'outlet avremo quasi certamente la possibilità di approfittare delle aperture domenicali, ampliando anche l'orario dalle 10.30 alle 20.30 tutti i giorni, e fino alle 22 la domenica». D'accordo il sindaco, la senatrice Simonetta Ruminato: «Oltre all'inserimento tra le città murarie, abbiamo avviato per Roncade un progetto di marketing territoriale, che partirà dalla riqualificazione del centro storico. Entro un mese verrà presentato».

Accanto al Castello, nuovo arredo urbano, incentivi per la riqualificazione degli edifici e un nuovo slancio culturale saranno l'obiettivo dei prossimi sforzi dell'amministrazione, che per intercettare i flussi turistici incentiverà anche la partecipazione dei privati.

Maria Paola Scaramuzza



Lefim debutta con Roncade outlet gallery

DI SIMONETTA SCARANE

Ad annunciarlo saranno «Lame» alte dieci metri: di giorno richiamo pubblicitario, di notte, illuminato, ad attrarre come fari urbani. Saranno proprio le «Lame» il carattere distintivo del primo outlet del Veneto che è in costruzione a Roncade, in provincia di Treviso, e che, quando sarà ultimato, nel 2008, sarà inserito in un circuito turistico supportato da tour operator. Il progetto, da 90 milioni, prevede, nell'area adiacente, la costruzione di un albergo first class, della BHR- Basso Hotel & Resort, da 110 camere. A facilitare l'accessibilità del Roncade Outlet Gallery c'è anche la posizione strategica: a quattro chilometri dal casello dell'autostrada A27 e a 5 del futuro svincolo dedicato, in costruzione, sull'A4. Inoltre, sarà collegato al Passante di Mestre tramite il casello di Magliano Veneto. La galleria della moda, sviluppata da Lefim spa, che de-

butta nel settore outlet, si estenderà su 25 mila metri quadrati dedicati alla vendita e conterà un'ottantina di negozi che ospiteranno altrettanti fashion brand. Progettato dallo studio di architettura Chapman Taylor, il complesso commerciale, realizzato dalla Basso Cavalier Angelo spa, si distinguerà dallo stile villaggio che ha caratterizzato fino ad oggi gli outlet offrendo una proposta più innovativa e moderna, ispirata all'urban-design, in vetro acciaio e legno, dove ci sarà posto per shopping, svago, con otto tra ristoranti e bar, o cultura. Molte le aree verde e quelle dedicate ai giochi per i bambini, oltre ai parcheggi per 1.400 auto. A commercializzare gli spazi di Roncade Outlet Gallery è la società specializzata Pantheon Retail, che già si era occupata di Castelfranco Outlet alle porte di Bologna, Dalton Park in Inghilterra e sta lavorando a il Parc du Cube che sorgerà a Bordeaux. (riproduzione riservata)



Outlet, megalopoli sulla Treviso Mare

A Roncade ottanta negozi, un hotel e otto punti di ristorazione

RONCADE. Venticinquemila metri quadri, ottanta negozi, un hotel, otto punti di ristorazione, zona esposizione, bar e cioccolaterie, 1.400 posti auto. Sono gli ingredienti del nuovo colosso dell'outlet voluto dal gruppo Basso che aprirà i battenti il marzo 2008 a Roncade, a due passi dalla Treviso Mare. Il progetto è stato presentato nella splendida cornice dell'isola di San Clemente a Venezia, con un congresso sfarzoso che ha di fatto anticipato la filosofia monumentale che ha guidato investitori e progettisti. Il centro dell'outlet sorgerà su una superficie di 90.000 metri quadri, di cui 25.000 destinati ai negozi, incassata tra Treviso Mare, A27 e A4. Una posizione strategica, ancor più se considerata all'interno degli itinerari turistici regionali (Venezia, e Jesolo su tutti), che

ha indotto la proprietà a progettare un albergo da 110 camere adiacente al tempio dell'outlet, il BHR hotel. L'obiettivo dichiarato è quello di intercettare i turisti che, tra un soggiorno a Venezia e una gita a Jesolo, potranno fermarsi all'Outlet gallery di Roncade. Tra i sei milioni di individui che costituiscono il bacino d'utenza potenziale, la Pantheon Retail, ditta che si occupa della commercializzazione degli spazi, ha detto di essere particolarmente interessata alle famiglie e alle persone tra i 25 e i 40 anni, «sono quelle che spendono di più per vestire» è la chiosa di James Hoddell, managing director della Pantheon. E' il primo esempio di una tale struttura in tutto il Nordest, in grado di attirare investimenti per 90 milioni di euro. Dei capannoni che ora sorgono a

due passi dalla Treviso Mare resterà ben poco, solo la struttura portante. Verranno edificati tre blocchi completamente nuovi, con geometrie irregolari, e di colore giallo. All'entrata saranno innalzate delle «lame» alte oltre 10 metri. I lavori sono già stati iniziati dal gruppo Basso e termineranno a inizio 2008. Le prossime settimane saranno quelle decisive per la stipula dei contratti con le grandi firme che apriranno i loro punti vendita all'interno dell'Outlet. Nemmeno i due ricorsi al Tar pendenti, uno dell'Inpgera, l'altro di Dal Ben Tre di Monastier, sembrano preoccupare i proprietari: «Siamo tranquilli, i ricorsi non hanno fondamento», ha tirato corto Simone Dal Sie, presidente della Le-fim, società del gruppo Basso.

(Federico Cipolla)



Così si presenterà fra un anno l'Outlet Gallery di Roncade

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

