Un supermercado ruso de 1.400 metros abrirá en el centro comercial Dynamia

12/04/2021



Imagen del centro comercial Dynamia.

La cadena rusa de supermercados de descuento **Mere** aterrizará en el **Centro Comercial Dynamia** de Petrer, anteriormente llamado Bassa El Moro, y tiene prevista su apertura al público el próximo mes de junio. El establecimiento ocupará una superficie de 1.400 metros cuadrados y supondrá la creación de 60 puestos de trabajo directos y más de 150 empleos indirectos.

La apertura en Dynamia está dentro del desarrollo de expansión y estrategia comercial de la cadena en España, cuyo objetivo es abrir 40 tiendas de entre 800 y 1.200 metros cuadrados. Mere ha hecho una fuerte apuesta por el supermercado de Petrer, con una superficie de 1.400 metros cuadrados en la planta baja será **uno de los más grandes de España.**

La llegada del supermercado es fruto de las gestiones y negociaciones llevadas a cabo por **Juan Miguel Alonso,** director del proyecto. Con esta incorporación, el centro comercial gestionado por **MGI** e **Hipogés**, plataforma de gestión de activos representante del fondo de inversión, sigue creciendo.

Según Alonso "la apertura de Mere es un antes y un

después para Dynamia, se trata de un gran impulso comercial para el centro ya que supone una afluencia garantizada de unas 1.000 personas al día, con un tique medio de compra de 50 euros. Ello redundará en beneficio de los pequeños y medianos comercios que actualmente ocupan el resto de instalaciones. Este ancla nos permite seguir trabajando y negociando la entrada de futuros inquilinos así como la incorporación de nuevos servicios. Tal es así que estamos próximos a cerrar la entrada de otro gran operador para el centro".

MERE, cadena de supermercados de descuento

Mere es la denominación comercial del operador ruso de *hard discount* **Svetofor**, fundada en 2009 para su expansión en Europa Occidental. Se trata de supermercados de precios bajos en los que sus puntos de venta no disponen de estanterías, mostradores, ni dependientes. Todo el surtido se comercializa desde palets o cajas, en un concepto de venta conocido como *'no-frills'* ('sin florituras') lo que supone que sus precios sean entre un 10% y un 20% más competitivos que los de la competencia directa, según la cadena. La mayor parte del surtido corresponde a productos de alimentación, aunque también incluye oferta de bazar y *non food*.