

Il fenomeno

Da Arese a Grosseto, la rincorsa all'Europa dei mall

In un anno aperti sei centri, ma il peso è inferiore alla media europea. La richiesta di linee guida nazionali

DI IRENE CONSIGLIERE

Settimana scorsa è stata la volta di Scalo Milano, sviluppato da Lonati e Promos, alla fine di settembre ha aperto i battenti anche l'Elnòs di Roncadelle (Brescia), costruito da Ikea Centres, poco più di sei mesi fa è stato inaugurato il Centro di Arese, lo shopping centre più grande d'Italia. Tra circa un anno dovrebbe vedere la luce il City Life Shopping District, realizzato da Generali Real Estate e Sonae Sierra, nel secondo parco urbano milanese per dimensioni e in una delle zone di Milano più prestigiose. Più a sud, a Grosseto e Salerno sono stati aperti altri spazi commerciali. Dopo qualche anno di stallo, ricominciano dunque le aperture di importanti strutture.

Il momento è propizio tanto che per la prima volta i centri commerciali sono entrati nell'Osservatorio parlamentare del mercato immo-

biliare. I trend del mercato del retail nel real estate, gli investimenti nelle strutture in Italia e in Europa sono stati anche i temi al centro del convegno «Centri commerciali e investitori» organizzato dal Cncc, il consiglio nazionale dei centri commerciali, di recente accreditatosi alla Consulta dell'Osservatorio parlamentare del mercato immobiliare.

«Oggi il settore rappresenta il 6,3% del Pil italiano, abbiamo deciso di intervenire sulla normativa, insieme al Cncc, ad Ance e Confedilizia, per regolamentare gli investimenti. Dobbiamo pensare a linee guida nazionali che disciplinino le aperture in modo uniforme — spiega il senatore Vincenzo Gibiino, presidente dell'Osservatorio —. Dobbiamo recuperare i livelli europei, realizziamo volumi inferiori alla Francia e pari a quelli della Spagna che ha un'economia più debole. Bisogna crescere anche nel sud, anche se gli investi-

tori puntano sempre a Milano e al Nord. Ci sono comunque segnali positivi: in un anno hanno visto la luce sei centri commerciali» interviene Massimo Moretti, presidente di Cncc.

Sempre in tema di nuove aperture, Claudia Buccini di Cushman&Wakefield precisa che in Italia, nella prima metà dell'anno, 92mila metri quadri sono stati occupati da nuove strutture: veniamo dopo Turchia, Russia e Francia; in totale in Europa sono 1,3 milioni di superficie. L'Italia è invece quinta per progetti di centri che nasceranno entro la fine del 2017, sempre dopo la Russia, la Turchia, la Francia e la Polonia. Centri che combinano lo shopping e il divertimento con l'intrattenimento, l'innovazione tecnologica e l'evoluzione del format dei punti vendita. E dove la ristorazione ha un'importanza che cresce sempre di più. I centri commerciali iniziano infatti a coinvolgere, insieme ai gran-

di brand, anche realtà cittadine come pasticcerie, panetterie, e valorizzare quindi le specificità. Proprio seguendo questi modelli vanno riqualificati anche i centri ormai obsoleti delle grandi città.

Ma come si sta trasformando il mondo del retail? A cambiare lo scenario sono le nuove tecnologie, i nuovi modelli tecnologici e di consumo, la multicanalità, le start up e l'evoluzione dei mezzi di comunicazione. Oggi (secondo Larry Smith) la tendenza è quella di realizzare molti più retail park che centri commerciali tradizionali perché l'investimento è più contenuto, la struttura è più flessibile e la commercializzazione meno rischiosa.

E quali i vantaggi? Se si investe in un centro esistente si punta alla possibilità di avere migliori performance e inedite opportunità di crescita, mentre nei progetti in sviluppo si scommette sulla potenzialità del mercato, sul livello di concorrenza, sulla qualità, la funzionalità del concept e una possibile ottimizzazione.



Shopping Massimo Moretti, guida il Consiglio dei centri commerciali

