

MAPIC ITALY A MILANO

# Entro il 2021 in Italia 16 nuovi centri commerciali

La pipeline prevede 43 progetti, 9 al Sud. Nei primi tre mesi del 2018 investiti nel retail 780 milioni

di Paola Dezza

È sui due assi High street e centri commerciali che si giocano il futuro del mondo retail e prospettive di acquisto per i consumatori, che sono ormai in grado di influenzare sempre più trend e offerta di prodotto grazie alla diffusione dell'e-commerce.

Per fare il punto sulle prospettive del segmento si è aperta ieri la terza edizione di MapiC Italy e la contestuale prima edizione di MapiC Food & Beverage. L'evento, organizzato da Reed MIDEM, accoglie come l'anno scorso a Milano 1.600 partecipanti da 35 Paesi, tra cui 600 retailer. Tra i key player del settore vi saranno da Westfield a Ece, da Eurocommercial a Igd, da Svicom a Sonae Sierra e Klépierre.

La giornata di oggi si aprirà con la tavola

**Negli acquisti calano l'elettronica di consumo e l'abbigliamento. Andamenti positivi invece per la ristorazione e i servizi**

rotonda organizzata da Cnc sulla situazione attuale e sulle prospettive del mercato immobiliare commerciale italiano.

«La situazione in termini di sviluppo è molto positiva con 350 mila mq di GLA aperti lo scorso anno e quasi altrettanti previsti per quest'anno» commenta con la consueta positività Massimo Moretti, presidente Cnc, main partner di MapiC Italy. Il quadro del settore, secondo gli ultimi dati forniti da Cnc, aggiornati a fine 2017, mixa vendite in calo nei centri commerciali con il forte interesse all'investimento da parte di player italiani ed esteri. E il desiderio di vendere di proprietari che puntano a una rotazione di portafoglio.

«I call maggiori nei centri commerciali hanno interessato i negozi di medie (da 601 a 1.500 mq) e grandi (oltre 1.500 mq) dimensioni» recita un report di JLL. «Assorbire i maggiori call le vendite dell'elettronica di consumo e dell'abbigliamento. Andamenti positivi per la ristorazione e i servizi». Ed è per questo che i centri commerciali si sono riconvertiti al food.

Gli shopping center oggi si misurano anche con standard moderni e molti dei centri italiani hanno bisogno di una riqualificazione (si veda articolo in pagina).

Alessandro Mazzanti ribadisce la necessità di evolversi dei centri commerciali, «che restano comunque luogo di incontro importante» dice. La sfida è adeguare l'offerta alle esigenze delle persone e utilizzare la tecnologia per rendere più "esperienziale" l'acquisto.

«In generale in Europa - dice Pierre Marin, a capo di JLL in Italia - i centri commerciali fanno la parte del leone catalizzando il 50% degli investimenti retail nei primi tre mesi 2018. L'Italia dal 2008 a fine 2017 ha rappresentato solo il 4% del mercato europeo, ma è in crescita. Il peso dell'Italia è pari al 6,5% nel primo quarter 2018». E il futuro? Entro la fine del 2021 sono attesi oltre 1.300.000 mq, il 33% dei quali risulta già in costruzione e fa riferimento a 16 progetti. In pipeline ci sono però 43 progetti di cui nove al sud. Tra questi i maggiori sono Westfield alle porte di Milano e Caselle Open mall a Torino, segue Cascina Merlati a Milano.

Secondo i dati elaborati da JLL da inizio anno sono stati investiti nel settore retail circa 780 milioni di euro, più del doppio di quanto investito nello stesso periodo del 2017. Le otto transazioni "out of town" dei primi tre mesi 2018 hanno riguardato asset singoli o deal di portafoglio con immobili localizzati anche nel Sud Italia (Bari, Brindisi, Taranto, Napoli e Siracusa). «Il settore retail ha registrato nel 2017 circa 2,2 miliardi di investimenti, un valore in diminuzione del 23% rispetto allo scorso anno. In termini di operazioni registrate si è riscontrato un incremento (+3 rispetto al 2016)» conclude Marin.

Stabili i rendimenti prime dei centri commerciali mentre salgono quelli dei centri secondari (dal 7% di fine 2017 all'attuale 7,40%). Sono buone comunque le prospettive per l'anno in corso. Entro fine 2018 sono attesi oltre 150.000 mq cui fanno riferimento 11 progetti e i rendimenti dovrebbero stabilizzarsi sui livelli raggiunti nella prima parte dell'anno.

«Le vendite online non rappresentano di per sé un rischio per i centri commerciali, tuttavia stanno trasformando in modo significativo le abitudini del consumatore» commenta Joachim Sandberg, head of Italy and southern Europe Region di Cushman & Wakefield. «I centri dovranno pertanto adattarsi a questo cambiamento per continuare ad essere performanti. Le vendite online non escludono le vendite off line, bensì sono complementari e i conduttori che avranno la capacità di elaborare strategie di vendita che utilizzino entrambi i canali, avranno un vantaggio competitivo».

## La fotografia del retail in Italia

Centri commerciali in arrivo, canoni, dimensioni e data di realizzazione dello stock esistente

PRINCIPALI PROGETTI IN ITALIA  
GLA sul totale (mq)



CANONI NELLE PRINCIPALI CITTÀ ITALIANE  
Euro per mq



CENTRI COMMERCIALI IN ITALIA  
Per dimensione, GLA sul totale (mq)



Per data di apertura, GLA sul totale (mq)



font: www.jll.it; CBRE, CBRE, suddivisione secondo ICSC, ICSC/CBRE

## AMPLIAMENTI



### Gallerie Commerciali Italia scommette sul restyling

Gallerie Commerciali Italia, filiale italiana di Immochan, scommette sul restyling. Nel 2018 la società procederà agli ampliamenti dei centri commerciali di San Rocco al Porto (24 milioni di investimento), Cagliari Marconi (investimento di 38 milioni) e di Rescaldina (nella foto il rendering). Una importante partnership avvierà il progetto commerciale a Cinisello Balsamo. La punta di diamante del portafoglio, a Rescaldina, vedrà l'avvio del secondo step dei lavori con il rinnovo della facciata esterna. Il centro, ingrandito di altri 25 mila mq, avrà un Urban Farm sul tetto e una serra di 4 mila mq dove coltivare frutti e vegetali con la cultura acquaponica. Una joint venture tra Gallerie Commerciali Italia e LSG II realizzerà la riqualificazione urbanistica a Cinisello Balsamo dove nascerà, nell'arco di tre anni, il centro commerciale più grande d'Europa. L'area commerciale si svilupperà su 120 mila mq con circa 300 negozi, 30 ristoranti, un cinema multisala e un'ampia area dedicata al leisure.