

Centri commerciali. La crescente concorrenza spinge a investire in studi di specialisti per aprire nuove location

Shopping «da competizione»

Molte strutture oggi ospitano palestre o sorgono vicino a stadi e autodromi

Giovanna Guercilena

Prima di lanciarsi in dispendiosi progetti di sviluppo commerciale, conviene investire in uno studio di fattibilità, che può costare da 50-100mila euro, fino a oltre 200mila nei casi più complessi. Studio che quasi sempre si conclude con un'indicazione a non procedere. «Nove terreni su dieci — dice Davide Dalmiglio di Jones Lang LaSalle — vengono bocciati».

FATTIBILITÀ

Le rilevazioni degli esperti costano 50-200mila euro e in numerosi casi si risolvono nell'indicazione di non procedere

«Non più del 20% dei progetti — gli fa eco Pietro Malaspina, presidente del Consiglio nazionale centri commerciali e al vertice di Sonae Sierra in Italia — sopravvivono alla prima valutazione di massima e, superato questo passaggio, un altro 50% sfuma in un nulla di fatto».

Gli studi sono finalizzati a capire se il centro commerciale può funzionare bene in base a localizzazione e bacino d'utenza, se e quanta ricchezza può generare. Intervengono modelli di stima sofisticati e sui risultati sono calcolati anche i canoni di locazione, perché non è interesse di nessuno

proporre ai conduttori contratti insostenibili. «Lo studio di fattibilità — afferma Alberto Mezzini, ad di Uni Land, società di land banking — per noi è la fase principale, a cui dedichiamo il 30% delle risorse interne. Un aspetto importante è la verifica ambientale per conoscere i vincoli alla luce della legge Galasso e accertare la presenza di fiumi, fognature, metanodotti interrati».

Secondo Malaspina ci sono parametri che, pur non nuovi, assumono sempre maggiore importanza, come la valutazione delle quote di mercato necessarie per un corretto equilibrio economico e le caratteristiche della domanda insoddisfatta in termini di offerta commerciale. «Per affrontare la concorrenza — interviene Mario Taccini, amministratore di Espansione Commerciale — un buono studio di fattibilità deve accertare la possibilità o meno di differenziare e arricchire il format, altrimenti tanto vale ritirarsi dal progetto».

La tendenza più attuale è di prevedere all'interno della cittadella dello shopping spazi di ristorazione per tutti i gusti e offerte per il tempo libero, dai multisala ai locali fitness, gettonatissimi visto che almeno 75 nuovi centri su cento vengono progettati per ospitarli. Ma la sinergia shopping center-sport si spinge anche più in là. Ne è un esempio il progetto di 36mila metri quadrati per un centro commerciale con parcheggio da 5mila

IN CANTIERE

In arrivo quattro siti per Altarea

La combinazione di shopping, cultura e divertimento è la strada scelta anche dalla francese Altarea per la sua espansione Italia, dove il gruppo conta già quattro centri commerciali, a Roma, Bellinzago Lombardo (Milano), Casale Monferrato e Ragusa.

Entro il primo semestre 2009 è prevista l'apertura di un polo commerciale e ricreativo di 15mila mq di superficie affittabile sul lungomare di Rimini, con 50 negozi, parcheggi di 800 posti auto. Per la fine del 2009 è attesa invece l'inaugurazione e di un centro di 34mila mq a Stezzano (Bergamo). È stata annunciata per il 2011, invece, il complesso "ludico-culturale" che dovrebbe essere realizzato a Ponte Parodi, sul porto di Genova. In corso di realizzazione, infine, anche un centro commerciale tra Torino e Pinerolo, che, con 21.500 mq di superficie commerciale, sarà l'unico polo commerciale della zona.

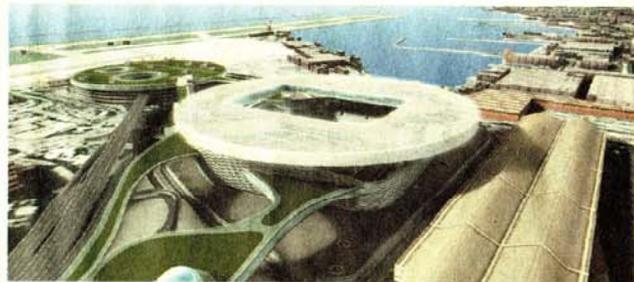
posti auto che l'olandese ForumInvest sta ultimando a Teramo, su un'area pubblica di cui ha ottenuto il diritto di superficie per 99 anni in cambio della costruzione a proprie spese (20 milioni di euro) di uno stadio da 9mila posti, che rimarrà di proprietà pubblica ma che sarà gestito dallo sviluppatore per i prossimi 30 anni. Si è trattato di un primo esperimento di questo genere, tanto che per mettere a punto il meccanismo tecnico-legale, gli olandesi hanno investito qualcosa come un milione di euro.

Scommettendo sulla possibilità di replicare il modello, come puntualmente sta avvenendo a Genova, con la costruzione di uno stadio da 34mila posti e un centro shopping che si propone anche come centro leisure. Il tutto nell'area antistante l'aeroporto Cristoforo Colombo, con collegamenti tra marina, aeroclub, centro servizi, investimento complessivo da 250 milioni di euro. Probabilmente altri progetti "sportivi" seguiranno in Toscana ed Emilia-Romagna, mentre altri sono già in cantiere.

Ad esempio il centro Le Vigne, che aprirà fra un anno a Castrolibero (Agrigento): 35mila mq di superficie affittabile, con 74 unità commerciali, nove punti ristorazione e un ipermercato Carrefour a 1,5 km dall'autodromo Valle dei Templi. Tandem centro commerciale-stadio anche per «I petali di Reggio».

PROGETTI

A Genova piano da 250 milioni



ForumInvest.

La società olandese ha investito 250 milioni per realizzare a Genova uno stadio

da 34mila posti, uno shopping e leisure center, oltre al sistema di viabilità, con un parcheggio di 5.500 posti e bus per 600 tifosi.

Motori accanto alla Valle dei Templi



Le Vigne

Lo sviluppatore italiano Sercom sta realizzando a Castrolibero (Agrigento) uno

shopping center di 35mila mq, che sarà gestito da Espansione Commerciale. La struttura dovrebbe aprire tra un anno.