

# MAPIC

## “Notarelle di una dei Mille”

di Paola G. Lunghini

La 18° edizione del MAPIC ha avuto luogo dal 14 al 16 novembre us. Circa 8.500 sono stati i partecipanti, +6% circa rispetto all'anno passato, secondo la società organizzatrice Reed Midem.

Ben 374 sono stati gli enti/società italiani partecipanti. Il numero esatto dei nostri connazionali non è dato con precisione saperlo, ma io credo siano stati un buon migliaio. Ecco dunque la ragione di questo mio titolo.

Nathalie Depetro,  
Direttrice del MAPIC

### NOI E LORO

#### Premessa

Nel 1861 si celebrava l'Unità d'Italia. Nello stesso anno, in Russia, lo zar Alessandro II aboliva la servitù della gleba.

-Nel 1922 in Italia si determinavano - come dicono gli storici - le «condizioni propizie all'avvento della dittatura fascista». Nello stesso anno, la Russia - stante Lenin- entrava nella già proclamata Unione delle Repubbliche Socialiste Sovietiche.

-Nel 1992, in Italia, si sgretolava la prima repubblica e iniziava l'era berlusconiana. Nello stesso anno iniziava in Russia l'era post comunista ( l'URSS fu sciolta nel dicembre 1991, ndr).

#### Morale

Da venti anni, il potere d'acquisto del cittadino medio italiano non cresce, e i consumi decrescono a ritmi vieppiù preoccupanti. In Russia il potere d'acquisto continua ad aumentare e nel 2012 i



consumi sono aumentati di circa il 7,5% rispetto all'anno precedente.

Noi siamo diventati la periferia dell'Europa. In Russia si è formata una nuova oligarchia di magnati; e milioni di nuovi ricchi e decine di milioni di abbienti vanno ogni dove, rispondendo – con un fantastico spirito di “servitù volontaria” – al nuovo padrone: la «fame arretrata di cose belle, anzi bellissime, e di cose saporite, anzi, buonissime».

Noi, che siamo sempre stati orgogliosi della nostra storia, abbiamo perso l'orgoglio di essere italiani. I Russi “sbattono” in faccia al mondo il loro nuovo orgoglio di essere russi : non più nel senso di essere i primi nella corsa agli armamenti o nella conquista dello spazio, ma nel senso di essere i primi nell'acquistare le residenze più belle nel mondo, e il lusso più Dior che più Dior di così non si può.

Noi facciamo fatica ad arrivare a fine mese, e la popolazione non cresce. Loro, dai tempi degli zar - a parità di perimetro geografico - sono in termine di popolazione raddoppiati (da 70 a circa 150 milioni di unità) e - memori di quando affamati dovevano fare la fila per acquistare un sacco di patate - arrivano oggi a fine mese senza problemi, accovacciati come sono su immense e inesauribili risorse naturali che a caro prezzo vendono a un mondo di tali risorse affamato.

Noi siamo ancora qui a discutere su come valorizzare il nostro “oro” (no, non parlo delle dismissioni degli immobili pubblici, ma di quelle cose che si chiamano cultura, turismo, enogastronomia, etc).

Loro non hanno ancora scoperto il potenziale vero della loro ricchezza; ma davvero credete che il gas & company che sin qui è stato trovato non abbia perlomeno identico potenziale negli infiniti e sconfinati territori della Federazione non ancora esplorati? Penso ovviamente alla Siberia, ma non solo. La Russia si estende sino quasi al Giappone...

### Oggi

Ed è da quelle parti lì che McDonald's si appresta ad aprire a brevissimo una decina

di ristoranti (la cosa è resa possibile dal fatto che la Società ha sviluppato una “logistic chain” che congiungerà le “basi” della Russia europea con Novosibirsk & C, con



La Russian Street al MAPIC

stop-over in Kazan ed Ekaterinburg).

Immense riserve naturali, nell' estrema Siberia, non possono non esserci.

Mi spiace dirlo, ma credo che – con la Russia - siamo solo agli inizi.

I nostri real estate professional e i nostri retailer da un po' lo hanno capito e - inghiottendo un po' amaro (i russi non sempre sono “simpatici” anche se trovano molto simpatici gli italiani) - da loro si dirigono.

Insomma, oggi loro hanno tutto.



Christophe Chupot, Direttore RE Division di Reed Midem

Ma c'è una cosa che i russi non hanno e noi invece sì (anche se non so fino a quando, perché le giovani generazioni a ciò hanno abdicato e sempre più - da come la vedo io - abdiceranno), ed è il "buon gusto".

Noi lo abbiamo da millenni.

Loro no (non scordiamoci che, nel passato, solo i grandi patrizi latifondisti avevano l'elegante Parigi come riferimento. E sui 70 anni di comunismo è meglio sorvolare)..

Ma ora loro, il "buon gusto" che non hanno lo vogliono comprare e possono comprarlo.

In pochi anni sono sorti in Russia circa 500 shopping centre di moderna generazione (con il massimo possibile del "lusso") e altri cento sono in pipeline, per un totale di quasi tre milioni di metri quadrati.

Noi abbiamo in Italia - vuoto per pieno - una pipeline che non arriva a 300 mila metri quadrati.

### Il "Paese d' Onore"

Nessuna meraviglia, dunque, che la Reed Midem abbia deciso di assegnare alla Russia il graditissimo ruolo di "Paese d' Onore" del MAPIC 2012. La Russia, questo ruolo se lo è preso alla grande: ha prodotto a Cannes un paio di guest speaker, un grande numero di seminar/workshop sponsorizzati, ha pagato il welcome party la sera del 13 novembre (a dir la verità, le tartine erano immangiabili e alle nove di sera lo champagne era già finito...), ha organizzato un imprecisato numero di cene di gala (ufficiali e private).

Ha portato a Cannes circa 250 enti/società, facendo della Russia il terzo Paese rappresentato al Salone, dopo Francia e Italia (eterna seconda), con - forse - un migliaio di persone che, a differenza di noi, angosciati come siamo dalla spending review, hanno trascorso sulla Costa Azzurra molte notti (noi, se va bene, di pernottamenti ne facciamo due) e se la sono spassata ovunque, beati loro.

In compenso, hanno avuto dalla Reed Midem un trattamento di prim'ordine, le tre edizioni del MAPIC News per oltre la metà a loro dedicate, il Premio di "Uomo dell' Anno" al Presidente della società Tashir - mega sponsor del Salone, e

via via cantando.

Tutto molto comprensibile, anche nella logica di "fare il budget" del prossimo MI-PIM a marzo 2013.

### Cari amici russi

Cari amici russi, sarei felice se solo qualche dollaro/rublo di codesto vostro ricchissimo budget venisse da voi dirottato anche verso la nostra cara Fiera EIRE, che avrà luogo a giugno 2013 a Milano.

Cari amici russi, io non vi conosco molto bene (sono stata solo due volte a Mosca, molti anni orsono, ma vi ritrovo ovunque): ma amo molto - quando non litigate tra di voi - la vostra lingua, che è in assoluto tra le più musicali del mondo.

Amo la vostra letteratura (durante il liceo e l'Università avevo letto tutti o quasi i vostri "classici", e ogni tanto ne prendo ancora in mano qualcuno per rileggerlo).

E amo infinitamente, straordinariamente, appassionatamente, la vostra musica, e il vostro modo di insegnarla nelle scuole e nei Conservatori (noi, che della musica siamo stati protagonisti mondiali, continuiamo a trascurare - sia dal punto di vista dell'educazione che del business - questa nostra risorsa immensa e meravigliosa).



Fernando Oliveria, CEO di Sonae Sierra

**NOI & NOI**

L'industria italiana dei centri commerciali è stata a Cannes ben rappresentata: molti nomi illustri, moltissimi nomi noti e per il MAPIC "storici"; e anche molti nomi nuovi. Certo, anche un po' di assenze (notatissime!), ma ciò fa parte di quel gioco che si chiama turnover.

**I soliti noti**

E' normale incontrare al Palais, ad esempio, gli stand di Arcoretail (gruppo Arcotecnica), CNCC, Cogest Italia, Dedem Automatica, Fashion District, Gruppo Finim, ICC-Italiana Centri Commerciali, IGD SIIQ, Italia, La Policentro, Larry Smith, Mall System, Promocentro, Promos, Rustioni&Partners e Svicom.

Tra le strutture italiane di matrice internazionale, come non citare CBRE, Corio, Cushman & Wakefield, Eurocommercial Properties, Foruminvest, HendersonGlobal investors, Immochan, Inter Ikea, Jones Lang LaSalle, Multi, Pradera, REAG, Segece, e Sonae Sierra.

Discreta la "rappresentanza pubblica", raccolta presso lo stand di TCM-Town Centre Management: Busto Arsizio, Gallarate, Pavia e Varese tra i Comuni, alcune Province e Regioni (Varese e Liguria), e alcune Camere di Commercio. Tra i visitatori, spiccava il nome di Carlo Martone, responsabile dei rapporti istituzionali della Regione Friuli Venezia Giulia.

Numerosissimi i retailer, dal food al lusso, troppi per poterli citare. E numerose anche le Società immobiliari di gran nome, presenti non come exhibitor ma come participant, tra cui AIG Lincoln, AXA, Beni Stabili SIIQ, Gazeley e Generali Real Estate.

Relativamente pochi, rispetto al solito, gli architetti e i real estate lawyer.

**Alcuni tra i newcomers**

C'era a Cannes Life HealthCare International Medical & Hospitality Group (LHI

SPA), per proporre un "innovativo mixed use" il cui primo progetto pilota aprirà nel 2013. Se non ho mal compreso, si tratta di una SPA secondo una formula standardizzata con divisione medica e alberghiera. L'obiettivo è quello di «rispondere alle necessità, in termini medici e di prevenzione, della popolazione e di completamento degli insufficienti e incostanti servizi offerti dal sistema sanitario nazionale. I servizi di prevenzione e cura di LHI SPA saranno accessibili e alla portata di tutta la popolazione garantendo un supporto medico con metodi innovativi grazie anche ad apparecchiature di ultima generazione ed alla telemedicina. Obesità, ictus, cambiamento climatico, bisogni energetici in forte aumento... Questi sono solo alcuni dei megatrend riconosciuti dagli analisti. In questo nuovo scenario, gli investitori possono trovare un'occasione unica, investendo appunto nelle aziende il quale business rientra in queste tematiche» spiegano alla Società. «La struttura pilota si trova in Puglia, a Lecce, e offre «servizi di prevenzione, cure mediche e formazione, per andare incontro a tutte le esigenze dei pazienti/clienti in quattro differenti aree: SPA Medica & Hotel (con cinque piscine con acqua marina per la balneo-terapia, fitness e riabilitazio-



Da sinistra Antonio Davide Bardelli e Antonio Bardelli (Città Fiera), con Carlo Martone (Regione FVG)

ne - dermo-cosmetologia, e day-hospital), ristoranti della salute, negozi della salute e farmacia , e infine Scuola della salute (con programmi educativi per bambini e i loro genitori - Lotta all'obesità ed educazione alimentare - Centro Antistress per Manager, dipendenti, etc).

Anche se il mio colloquio con i manager della Società è stato abbastanza prolungato, mi è sembrato un po'...complicato il passaggio dal concept alla pratica.

Vivace la presenza di MaS real estate&consulting, fondata da Mauro Mancini, per la prima volta a Cannes con uno stand per presentare la propria attività nelle aree commercial, ma anche e in particolare quella di promozione e sviluppo di aree e immobili che, avendo perso i requisiti di ruralità, possono essere appropriatamente destinati ad attività agrituristiche e alberghiere, oltre che a insediamenti residenziali. Dal vercellese al foggiano, transitando per le Marche.



Un idilliaco panorama marchigiano

Stupefacente l'approccio dei partner di "Mondojuve", cioè la società Campi di Vinovo (del Gruppo Finanziaria Gilardi) , proprietaria e developer, e Gallerie Commerciali Bennet (commercializzazione). I quali hanno organizzato una conferenza di presentazione della loro iniziativa senza - praticamente - informare nessuno. E così, quel giorno nel luminoso spazio del padiglione "Lerins" ci siamo ritrovati in 25. No, non sto scherzando. Il solito understatement piemontese. Eh, sì, perché Mondojuve è un progetto di shopping centre & retail park che si trova presso Torino, tra i Comuni di Nichelino e Vinovo. Situato su una superficie di 33 ettari, il centro commerciale avrà 100 negozi e una SLP di 35 mila metri quadrati (di cui 11 mila per l'ipermercato), mentre il retail park si estenderà su circa 30 mila. Ben 4 mila i parcheggi previsti.

Si ritiene che il complesso, progettato dall'archistar Davide Padoa (CEO di Design International), potrebbe aprire nell'ottobre 2014.

Ma la Juventus ha a che fare con tutto ciò? direte voi. La risposta è "circa", nel senso che si trovava in quell'area, un tempo, il campo dove la squadra si allenava.



Presente per la prima volta anche Pitecna, partnership commerciale paritetica tra Prelios Property & Project Management e Impresa Percassi (società interamente controllata da Immobiliare Percassi), il cui accordo quadro di creazione si era avuto a luglio 2012. L'accordo è «finalizzato a proporre sul mercato un nuovo attore, con un'offerta di servizi integrati "chiavi in mano" di engineering & contracting sia per spazi retail che per superfici ad uso ufficio (anche di piccole o medie dimensioni), ed è il frutto del track record di Prelios PPM nella gestione e valorizzazione degli immobili, e dell'esperienza pluriennale di Impresa Percassi nella loro realizzazione o ristrutturazione». France-

sco Percassi, Consigliere Delegato dell'omonima impresa edile, e Andrea Boeri, Amministratore Delegato di Prelios Property & Project Management, hanno affermato che «il nuovo brand si rivolge a operatori, catene, proprietari e tenants proponendo una soluzione per ogni esigenza; i servizi tecnici e amministrativi per lo sviluppo e realizzazione di progetti; i servizi di costruzione e manutenzione, le attività di space planning e gestione del “move-in”, fino ai servizi di gestione immobiliare». Staremo a vedere.

“Veneto City” è un progetto- ancora-molto-progetto che si vorrebbe realizzare in un'area di oltre 700 mila metri quadrati, compresa tra Padova e Venezia. Dovrebbe contenere un parco scientifico, uffici, retail, alberghi, leisure, insomma di tutto e tanto, all'insegna della biodiversità e dell'agri-energy. Pur con qualche difficoltà di comprensione su tempi e metodi, una cosa è però chiara: Veneto City si avvale della firma dell'archistar Mario Cucinella.

### “Scalo Milano” superstar

Promos, azienda bresciana specializzata nello sviluppo, promozione, commercializzazione e gestione di grandi iniziative immobiliari retail fondata da Carlo Maffioli, ha presentato in anteprima a Cannes un nuovo progetto «di grande rilievo nel panorama italiano ed europeo dei factory outlet center»: “Scalo Milano”.

Beh, difficile non accorgersene!

La Società (con “ragionevole ottimismo” e massiccio investimento) ha letteralmente colorato di giallo/nero (i colori del progetto) il Palais e gli spazi esterni: si vedano le foto alla pagina seguente.

Il tutto per proporre un'idea di cui ancora ben poco si sa, se non che sarà situata a Locate Triulzi, a sud di Milano, e precisamente nell'ex area Saiwa (circa 60 mila metri quadrati). Dovrebbe ospitare circa 200 negozi (fashion, food e lifestyle). Il design si ispira all'“architettura industriale”, e il masterplan è firmato da Design International.

Il patron della Società – al MAPIC insieme ai figli Filippo e Tomaso, e folto staff- è apparso molto indaffarato, anche



Il rendering di Scalo Milano

se «era presto» per avere informazioni precise circa la tempistica dell'iter autorizzativo; e, tra gli interventi, ci sarebbe anche un'importante azione di bonifica ambientale. Stiamo parlando infatti di un'area industriale (sia pure non pesante) da tempo dismessa. Per non dire della viabilità, in tali casi sempre punto dolens.

Siamo certi che tutte queste cosette costituiscono - per gente concreta, operativa e attrezzata come i Maffioli - ostacoli previsti e superabili. Quindi, attendiamo ansiosamente sviluppi positivi.

Perché, comunque, un grande merito, al MAPIC, Promos l'ha avuto: ha attirato enorme interesse, e i visitatori allo stand erano numerosi come mosche sul miele (guarda caso, giallo e nero...).



La facciata del Palais e la Cupola decorata da Scalo Milano

### Il ruolo-chiave del CNCC

Il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali ha svolto anche questa volta a Cannes un ruolo chiave. Lo stand è stato un accogliente meeting point per tutti i Soci - e non solo - presenti in Fiera. Ha organizzato la Conferenza Stampa di presentazione dei “CNCC Italy Awards 2012 - 10th Anniversary”, il Convegno “Italy: the next opportunity” (con relatori di grande notorietà), e il “Next Generation MAPIC Breakfast”. E, last but not least, si è fatto carico della promozione dell’ormai tradizionale e super richiesto “Porchetta Party” offerto da Dedem Automatica: una pausa pranzo da non perdere nei giorni 14 e 15 novembre! Vi sono transitate centinaia di persone. La porchetta, opera dell’azienda artigianale di Marco Argentati, di Ariccia (presso Roma), era davvero ottima e abbondante, il pane fresco di forno, il vino generoso, e l’atmosfera animata e amichevolissima.

Commento: per le business conversation, meglio di un Convegno!

### ATLANTE DEL NUOVO MONDO

«Giro giro tondo, cambia il mondo», cantava Giorgio Gaber. E il MAPIC potrebbe cantare la stessa canzone. Ogni anno nuovi Paesi si affacciano sulla carta geografica del Palais, e si affiancano ai sempre ben presenti player di Francia (sempre Leader assoluta nelle presenze), UK, Germania, Scandinavia + Finlandia, Nordiche, Olanda, Belgio, per non citare i Paesi dell’Europa dell’Est, della Balcania, della Turchia, del Middle e Far East. Dagli USA alla Cina, dal Brasile al Sud Africa, c’è - per gli investor e i retailer - solo l’imbarazzo della scelta.

Se di questi tempi sono evaporati - per ben note ragioni che non commento perché sarebbe troppo triste - i Paesi delle regioni africane affacciate sul Mediterraneo, sono pronta a scommettere che tra qualche anno ci troveremo a fare i conti persino con l’Afghanistan...



“South Street Seaport”, Manhattan, sarà completato nel 2015



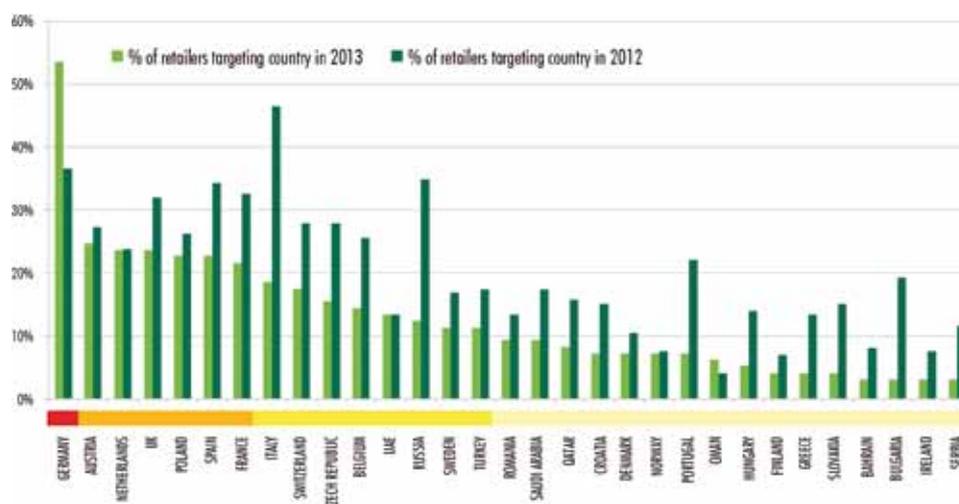
Il “WTC Wuxi” aprirà a Shangai, in Cina, a giugno 2013

Diventa perciò sempre più complicato il lavoro di chi fa ricerca.

Tantissimi sono stati i Survey presentati a Cannes: fra tutti, mi piace citare quelli di BNP ParibasRE e CBRE.

Nel 2013 i retailer internazionali continueranno a espandere la propria rete di negozi nell'area EMEA, operando, in parallelo, anche con strategie multicanale. Secondo il Rapporto annuale di CBRE "How Active are Retailers in EMEA?", il 20% dei retailer intervistati ha espresso la volontà di aprire 30 o più punti vendita entro la fine dell'anno in Europa, Medio Oriente e Africa (EMEA) e circa i tre quarti hanno dichiarato di voler aprire almeno cinque o più negozi.

«Il ricorso alla vendita multicanale sta acquisendo sempre più importanza nelle strategie di espansione dei brands internazionali e lo shopping online rappresenta sempre un'importante area di crescita, accanto allo sviluppo del negozio tradizionale» affermano gli esperti di CBRE. «Nel 2013, i retailer internazionali hanno espresso la volontà di continuare a sviluppare le loro capacità di vendita online nei nuovi mercati e il 40% degli intervistati ha intenzione di espandere la propria copertura geografica, contro il 28% dello scorso anno. Solo il 27% non ha pianificato di migliorare la propria attività di vendita online in modo significativo».



## WHAT ELSE?

CBRE, insieme agli altri big della consulenza immobiliare internazionale, si è resa anche questa volta protagonista dell'ospitalità, leggi nell' invitare molte centinaia di persone al proprio Cocktail Party. Ma il ricevimento più ambito e raffinato del MAPIC rimane sempre quello offerto da Corio, un wine tasting con vini strepitosi, ghiottonerie sublimi e invitati selezionatissimi... Grandissima classe, semplicemente. E, parlando di classe, è stato bello vedere al Palais una società elegante come la Compagnie de Phalsbourg (fondata da Philippe Journo, developer specializzato in retail park di alto di gamma) che esibiva tra i propri asset più preziosi la cara amica Nadine Castagna (già Direttrice di MIPIC e MAPIC) al suo debutto a Cannes nel nuovo ruolo di Direttore Nuovi Sviluppi della Società: che, elegantemente, ha sede in Place Vendôme, a Parigi.

Formidabile, come sempre, la professionalità delle società di comunicazione UK. E proprio a una di codeste Società si è affidata anche il developer belga Wereldhave, negli anni passati "schivo", per promuovere il proprio investimento a Helsinki, in Finlandia, cioè lo shopping centre "Itis" (I risultati si sono visti subito: foto e dettagli sono alle pagine 36 e 37).

Massiccia, come sempre, la partecipazione della Stampa internazionale economica e specializzata. Che all'evento fieristico ha dato enorme copertura.

Molte le conferenze/workshop, etc, ma tutto sommato mi sarei attesa nomi più "forti" tra i relatori.

Abbastanza modesta anche la partecipazione di VIPs politici: sotto questo profilo, ho visto al MAPIC, per il “taglio del nastro” e non solo, anni ben migliori.

Buona la partecipazione alla cerimonia degli Award (questa volta organizzata in senso privato, cioè Gala Dinner con tavoli sponsorizzati. Secondo me, un po' un errore...).

Nessun premio all'Italia, ma entusiastico successo per l'italianissimo architetto e caro amico Davide Padoa che, con la inglese Design International di cui è CEO, ha vinto nell'ultimo biennio tutti i maggiori Award internazionali del settore retail: se non erro, ben sette, MAPIC 2012 compreso. Bravo Davide!



Pochi gli yacht in Porto, ma sempre affascinanti ...

Pochi - rispetto al passato – i party agli stand.

Pressocchè nulli i gadget e l'animazione.

Esasperata la cura riservata da Reed Midem alle nuove tecnologie. Talmente e viepiù complicate e complesse, e perditempo, che a un certo punto mi sono... rassegnata, ricorrendo, per organizzare la mia partecipazione dalla Fiera, cui vado tutti gli anni dall'inizio della stessa, a sistemi molto più tradizionali. E, credetemi, in ciò non ero la sola.

Si replica l'anno prossimo, dal 13 al 15 novembre, sperando – almeno noi derelitti italiani - in tempi migliori.



Foto di gruppo dei premiati con i MAPIC Awards, con Davide Padoa