

# MAPIC, LA PANORAMICA DEI PROGETTI ESTERI

di Lucia Loffi Randolin

“Rinnovare” è la parola dell’anno per l’industria dei centri commerciali nell’Europa occidentale e negli USA, dove lo stock delle strutture datate è rilevante e gli spazi per nuove costruzioni ridotti. E innovazione è oggi la chiave del successo per piccoli e grandi centri ovunque nel mondo, nella cui progettazione emozione e comunicazione, intrattenimento e varietà di offerta, nel rispetto dell’ambiente, sono fattori da considerare attentamente. Così è stato fatto in molti dei progetti, europei e non, presentati a Cannes, di cui forniamo una breve panoramica. Ma prima due parole sulla situazione attuale dell’immobiliare retail.

## Il mercato in cifre

Secondo una Ricerca di CBRE sullo stock di centri commerciali in Europa, esistenti e in costruzione con superfici maggiori di 10 mila metri quadrati, nella prima metà del 2012 sono stati aperti 51 shopping center per un totale di 1,5 milioni di metri quadri e altri 3 milioni di metri quadri erano previsti per la fine del 2012, per un totale di ben 4,4 milioni, il 25% in più rispetto al 2011. Per essere in un periodo di grossa crisi economica è un risultato importante.

Il mercato più attivo, con 400 mila metri quadri di spazi inaugurati nell’anno, è la Turchia, seguita da Germania (165 mila), Italia e Polonia (entrambe 140 mila). E nei prossimi anni sono 7,5 milioni i metri quadri di shopping center pianificati, con la Turchia ancora in testa (1,5 milioni). Nel Regno Unito invece sono solo 120 mila i metri quadri in costruzione, il che rappresenta l’1,5% dell’area totale in Europa, con Francia e Germania rispettivamente al 7% e al 6%. Ed è proprio la scarsità di centri commerciali di nuova costruzione o di retail park nel vecchio continente che ostacola in gran parte l’attività degli investitori re-

tail, i quali nel 2012 hanno realizzato un volume totale inferiore rispetto al 2011. Germania e Regno Unito restano comunque le destinazioni privilegiate dei retailer secondo l’ultimo studio di Colliers International che rileva una fase di sostanziale stagnazione del mercato europeo del retail. Più in generale, il mercato EMEA rimarrà stabile nei mesi a venire date le difficili condizioni economiche e la scarsa fiducia dei consumatori. Tuttavia, brand internazionali, catene di discount e retailer del lusso continueranno a espandersi, come continuerà a crescere l’e-commerce: lo evidenzia anche il nuovo Rapporto annuale di CBRE “How Active are Retailers in EMEA?” secondo il quale la vendita multicanale è sempre più presente nelle strategie di espansione dei brand internazionali e lo shopping online compare sempre più spesso accanto allo sviluppo del negozio tradizionale. Il Rapporto ribadisce come il mercato più importante per i retailer nel 2013 sia ancora quello della Germania (54%) per le ragioni che tutti conosciamo (economia forte all’interno dell’eurozona), tant’è che nella prima metà del 2012 sono entrati sul mercato tedesco ben 23 nuovi marchi internazionali, prevalentemente di alta gamma e appartenenti al settore del lusso. Ma fra le città è Londra la destinazione principale, seguita da Parigi, Mosca, Milano e Madrid. Anche se sono ben cinque le città tedesche che compaiono fra le prime 20 location preferite del retail. Per inciso, i brand italiani sono i più esportati; al secondo posto ci sono quelli americani e al terzo quelli inglesi secondo la classifica stilata nel report “Destination Europe 2013” di Jones Lang Lasalle.

## L’ospite d’onore

Discorso a parte merita la Russia, l’ospite d’onore di Cannes, che al momento attira il maggiore interesse da parte di tutti gli operatori del setto-

re, dati l'incremento della classe media con conseguente aumento del potere d'acquisto e la scarsità di strutture retail/entertainment/leisure presenti nel Paese. Senza contare che in Russia si svolgeranno le prossime Olimpiadi invernali (2014) e si giocherà la Coppa del Mondo nel 2018. Secondo il Servizio Statistico di Stato, nella prima metà del 2012 le vendite retail sono salite del 7,3%. E stando al report di C&W, entro il 2013 la Russia diventerà il maggiore mercato consumer d'Europa. Esaminando il settore dell'immobiliare retail in 30 città della Federazione, emerge che la media di superficie commerciale per 1.000 abitanti è 95 metri quadrati, ben al di sotto della media europea pari a 247. Sempre secondo C&W, gli investimenti nel retail real estate in Russia nei primi nove mesi del 2012 hanno raggiunto i 2,2 miliardi di dollari, con preferenza per gli shopping center di eccellenza situati a Mosca, San Pietroburgo e nelle 13 città con oltre un milione di residenti. Attualmente lo stock di shopping center di qualità è formato da oltre 500 centri, di cui almeno 20 Mall con oltre di 100 mila metri quadrati di spazio retail, ma quasi un centinaio sono i progetti in costruzione: entro la fine dell'anno saranno disponibili 200 mila metri quadrati di nuovi spazi.

### Shopping online in pole position

Secondo un report sul digitale di KPMG lo shopping online è in testa nelle vendite ma non sta sostituendo l'esperienza in-store. E' altro, fornisce una nuova esperienza. Perciò i retailer oggi devono essere molto più flessibili, abituarsi a gestire una varietà di canali complementari e porre grande attenzione al nuovo panorama digitale emergente. «Tutti i media saranno social» ha affermato Robert Tercek, della Creative Vision Foundation, intervenuto a un convegno sul digitale. Egli ha sottolineato come l'aumento del loro utilizzo significa che aziende e brand sono parte di una conver-

sazione fra utenti ma che «molte imprese non prendono parte a quella conversazione». E su questo occorre meditare.

La Germania è oggi il secondo più grande mercato europeo di e-commerce, mentre il mercato britannico resta il più avanzato in Europa in termini di retail multicanale. La penetrazione del commercio elettronico rimane bassa invece nel Sud dell'Europa, soprattutto nei mercati maggiori come Spagna, Italia e Portogallo. E ciò significa che i retailer di tali Paesi potrebbero trovarsi in una posizione di svantaggio rispetto a una migliore capacità e rapidità di consegna di concorrenti transnazionali. Quanto all'Europa Centrale e Orientale è ancora alla fase dell'infanzia.

### Fuori dall'Europa

Fra i mercati extraeuropei, Cina e Brasile restano fra i più attivi.

In particolare, grandi piani sono previsti per il format outlet in Cina, dove la società Outlet China ha intenzione di dar corpo al concept di "nuova città" basato sulla creazione di 31 poli residenziali e commerciali dislocati sull'intero territorio, comprese le aree metropolitane di Shanghai e Pechino, ognuno dei quali avrà un outlet center quale fulcro del progetto. Il più grande di essi prevede una estensione di ben 10 kmq, in linea con le dimensioni macro del Paese del Dragone.

Riguardo al Brasile, è innegabile che sia il mercato più vivace nel continente americano quanto a sviluppo di shopping center. Secondo ABRASCE (Consiglio brasiliano dei centri commerciali), fino a settembre 2012 sono stati inaugurati 11 Mall per un totale di 300 mila metri quadrati e altri 21 per un totale di 743 mila erano previsti in apertura entro la fine del 2012. Nel 2013 poi sono già in progetto

Il "tricolore internazionale" di Larry Smith



Segue a pagina 31

## RUSSIA

Innanzitutto i progetti da realizzare in Russia. L'interesse è rivolto non solo alle grandi città ma anche a quelle piccole, dove la mancanza di shopping center è accentuata e la domanda è in aumento. Da sottolineare la crescita del format outlet center, finora ben poco sfruttato. La stabilità politica sembra assicurata e il sistema di tassazione è più basso che nell'Europa occidentale, perciò il mercato rimane attraente anche se non privo di rischi, perché è un mercato giovane, senza esperienza. Probabilmente la formula migliore per entrare nel Paese è una partnership fra retailer internazionale e nazionale.

**Fashion House Outlet Centre Moscow:** situato nei pressi dell'autostrada Leningradskoe a 45' minuti d'auto dal centro città e vicino all'aeroporto Internazionale Sheremetyevo, sarà il primo outlet centre completamente al chiuso, con un bacino d'utenza stimato in 13,4 milioni di persone a 90' minuti d'auto, che potranno passeggiare per le vie dello shopping di Londra, Parigi e Milano, riprodotte all'interno della struttura. Con una GLA di 28.640 mq, ospiterà 165 unità commerciali, una food court e numerosi caffè; offrirà parcheggi per 1.820 auto e un'area giochi per bambini. Il progetto è diviso in tre fasi. La prima aprirà a marzo 2013. Realizzazione di Fashion Group.

**Columbus shopping&entertainment center:** sorgerà a Mosca, nei pressi della stazione della metropolitana Prazhskaya, e con una GLA di 140 mila mq sarà una delle strutture più grandi della città, in una posizione strategica raggiungibile da diverse linee di trasporto pubblico. Nell'area vivono oltre due milioni di persone con un potere d'acquisto elevato. Investitore e sviluppatore del progetto è LLC MIRS, mentre il concept architettonico è di Concept Design. La commercializzazione è stata affidata a Cushman & Wakefield. Data di apertura prevista: novembre 2014.

**AVIA Park:** un nuovo complesso nel cuore di Mosca, che comprende retail, divertimento e business (uffici) per un totale di 252 mila mq di GLA, sebbene la parte dedicata al commercio sia la più rilevante: 236 mila mq su quattro piani di vendita, oltre 460 negozi, un centro divertimenti, il più grande multiplex della Russia, numerosi ristoranti e una food court. Servito da due stazioni della metropolitana, è caratterizzato da una fitta rete di "strade" che conducono il visitatore da un'area all'altra. Sviluppatore: AMMA Development, Costruttore: Renaissance Construction, Commercializzazione: Jones Lang Lasalle. Apertura prevista: fine 2014.

**Vegas Crocus city:** un centro commerciale e di divertimento, che sarà costruito nella città satellite di Mosca Crocus City; avrà una GLA di 100 mila mq e sarà caratterizzato da zone a tema incluse le aree Times Square, Rockefeller Center, Fashion Avenue. Realizzazione di Crocus Group, Commercializzazione: Cushman & Wakefield. Apertura prevista: fine 2013.

**Aura (o Golden Ring Gallery):** uno shopping center in costruzione a Yaroslavl (circa 300 km a nord-est di Mosca) di oltre 60 mila mq di GLA con 220 negozi su quattro livelli di vendita e 850 posti auto per i clienti. Commercializzazione a cura di ECE, realizzazione di Renaissance Development. Apertura prevista: fine 2013.

**Europolis Retail & Leisure Center:** progettato dallo studio d'architettura Chapman Taylor,

sorgerà a San Pietroburgo e ospiterà 150 store oltre a un ipermercato, una piattaforma di elettronica, un'area per bimbi, un multisala, il tutto su una GLA di circa 60 mila mq distribuita su tre piani. Sebbene accessibile da una stazione della metropolitana, metterà a disposizione di un bacino d'utenza primario di 700 mila residenti parcheggi per 1.300 veicoli. Investitore: FortGroup, commercializzazione: Colliers International. Apertura prevista: entro fine 2014.

London Mall: è il nome del nuovo Felicità Mall shopping center di San Pietroburgo, rinnovato a opera di FortGroup, società russa di sviluppo immobiliare. Su progetto architettonico di Chapman Taylor il London Mall sarà focalizzato sulla capitale britannica riproponendo i più noti simboli della città come il Big Ben, il London Bridge, la ruota panoramica, i taxi neri e le cabine del telefono rosse. Su oltre 61 mila mq ospiterà negozi, ristoranti, aree giochi per bambini e sarà pronto entro la fine del 2013.

Gagarin Mall Shopping & Entertainment Centre: situato nell'area più popolata di Yekaterinburg, coprirà un'area pari a 133 mila mq di GLA e ospiterà oltre alle unità commerciali anche un planetario, un centro divertimenti per bambini, un multiplex, una food court, caffè e ristoranti. Il filo conduttore del progetto è concentrato sullo spazio e sugli astronauti. Sviluppatore: Architector Group. Apertura prevista: fine 2012.

Forum Mall Shopping & Entertainment Centre: la struttura fa parte di un progetto mixed-use che include uffici di classe A. Il complesso è previsto nel centro città di Yekaterinburg e ospiterà, fra le altre insegne, Luis Vuitton, Chanel, Christian Dior e altre dello stesso calibro. Si svilupperà su una GLA di oltre 25 mila mq e presumibilmente aprirà nel 2015. Sviluppatore: Forum Group.

Sayany Park Shopping & Entertainment Centre: pianificato a Bryansk, è il primo shopping center moderno della zona e comprende oltre a un ipermercato un centro divertimenti, un percorso lungo il fiume all'aria aperta e un'area destinata a parco. Sviluppato da Premium Project su una GLA di 68 mila mq, disporrà anche di parcheggi per 3 mila auto.

Shopping & Leisure Centre Planeta, Ufa: in programma a Ufa, nella regione Bashkiriya, a opera di RosEvroDevelopment, sarà il più grande centro commerciale e di divertimento della zona con i suoi 154 mila mq di estensione che comprendono anche un parco acquatico. 3.200 i posti auto previsti. Apertura pianificata per il 2013.

Shopping & Leisure Centre Planeta, Novokuznetsk: sviluppato sempre da RosEvroDevelopment il centro previsto a Novokuznetsk, a cinque minuti dal centro città, occuperà un'area di 115 mila mq che ospiteranno 180 negozi compreso un iper di 12 mila mq, cinema & entertainment, e una galleria fashion. In apertura a fine 2014.

TAY Gallery: shopping & entertainment center in progetto a Saratov; si tratta di un centro urbano, quindi facilmente accessibile con le linee di trasporto pubblico e a piedi. Oltre 80 mila mq di GLA in una zona in cui scarseggiano strutture retail. Apertura prevista: 2014.

**(LLR)**

## UCRAINA

Attualmente sembra godere di una economia in rapida crescita, secondo quanto dichiarato in ambito MAPIC, e di conseguenza mostra un incremento del potere d'acquisto dei suoi abitanti in grado di attirare l'interesse dei retailer. Lo dimostra la costruzione di Respublika, una struttura imponente nella capitale del Paese.

Respublika: Inserito in un complesso multifunzionale di 1,6 milioni di mq, Respublika, fra i più grandi progetti europei destinati al retail e al tempo libero (shopping center più entertainment center per un totale di 135 mila metri quadri di estensione e 350 milioni di euro di investimento), sarà integrato in un'elegante area residenziale di Kiev. Previste 435 boutique oltre a piattaforme alimentari, di elettronica, e un centro divertimenti con spa, bowling, cinema ecc. Investitore: società Megapoliszhytlobud, developer K.A.N.Development. Apertura prevista: 2014

(LLR)

## EUROPA OCCIDENTALE

Fra i vari Stati la Francia è quello che più di tutti ha al suo attivo un numero significativo di progetti in corso che dovrebbero arrivare a conclusione tra il 2014 e il 2015: particolarmente vivace il segmento dei "prime" shopping centre.

## AUSTRIA

Bahnhofcity Wien Hauptbahnhof: si tratta della ricostruzione della stazione ferroviaria centrale di Vienna che avverrà al posto della vecchia stazione di Vienna Sud e comprenderà un centro commerciale moderno, una sorta di città nella città di 20 mila mq con 115 negozi ristoranti e caffè, per un bacino d'utenza di quasi due milioni di persone. Artefice del progetto: ECE Development. Apertura prevista: autunno 2014.

## BELGIO

Uplace Brussels: situato a nord di Bruxelles a Machelen, il complesso unisce divertimento, attività culturali, benessere, shopping proponendo un hotel, un auditorium, un teatro, negozi, bar e ristoranti da tutto il mondo. Su 81 mila mq di gla saranno ospitati oltre 300 negozi; 52 mila mq saranno destinati a uffici e circa 20 mila mq all'entertainment/hospitality. Sarà la più grande struttura destinata a shopping e divertimento del BeNeLux, inserita in un'area a elevato potere d'acquisto, raggiungibile comodamente sia in auto (6 mila posti per il parcheggio), sia mediante mezzi pubblici. L'inizio dei lavori è previsto per il 2013 con fine nel 2016. Developer: Uplace, un gruppo immobiliare indipendente specializzato nel lifestyle business.

## DANIMARCA

Viva Shopping center: in progetto a Odense, la terza grande città della Danimarca, al posto di un vecchio macello, coprirà un'area di circa 42 mila mq, con più di 100 negozi, caffè e ristoranti, 1.600 posti auto e 2.500 posti bici, raggiungibile anche a piedi dal centro città e vicino alla stazione dei treni. Su progetto architettonico dello studio inglese Benoy, sarà connotato da grandi spazi e trasparenza, vetro e materiali di eccellenza. Artefice del proget-

to la società Klepierre. Data di apertura prevista: ottobre 2015.

### FINLANDIA

Puuvilla Shopping Center: in fase di partenza la costruzione di uno dei 10 più grandi centri commerciali del Paese, in località Pori, da parte di Skanska per conto della proprietà, una joint venture fra la società di investimenti Renor Oy e Ilmarinen Mutual Pension Insurance Company, per un totale di oltre 100 milioni di euro. Sarà realizzato ponendo la massima attenzione all'ambiente mediante l'uso di energia a bassa emissione e di sistemi all'avanguardia per riscaldare e raffreddare la struttura, in modo da poter ottenere la certificazione LEED Gold. Su una superficie di 43 mila mq ospiterà unità commerciali di varie dimensioni e in grado di coprire i diversi settori del retail. Apertura prevista: 2014.

Nordlett Village: il primo outlet village international style sarà pronto entro il prossimo anno. Sorgerà a Oulu nel Nord del Paese e ospiterà da 30 a 40 insegne locali e internazionali. Non mancheranno una food court, un'area giochi per bambini e una zona game per i più giovani. Localizzato nei pressi della E4, che dal Sud della Finlandia conduce alle maggiori località sciistiche dello Stato, sarà un punto di riferimento per tutta la regione di Barents e per il Nord della Scandinavia così come per chi è diretto verso la Lapponia. E magari, dato il focus sul risparmio, potrà attirare clienti anche dal Nord della Svezia, dalla Norvegia e dalla Russia.

### FRANCIA

La Vill'up: prevista all'interno della Città delle Scienze di Parigi, la Vill'up potrà beneficiare di una collocazione eccezionale, in linea con lo spirito e l'offerta culturale del luogo. Il progetto mira a coniugare commercio e tempo libero, ponendo l'accento contemporaneamente sulle sensazioni forti (Moov'Box, Cinema Pathé) e sul mondo dell'infanzia, con l'obiettivo di fornire attrazioni per grandi e piccini, famiglie e giovani, residenti e turisti. Su una superficie di 24 mila mq di gla apriranno 22 boutique, 12 tra caffè e ristoranti, 1 cinema Pathé con 16 schermi. Il

bacino d'utenza stimato è di 1,4 milioni a 20'. L'investitore è la società francese Apsys. Data prevista di apertura: primo semestre 2014.

Beaugrenelle: luogo d'eccellenza per lo shopping e il tempo libero dei parigini, pianificato nel cuore della capitale francese a due passi dalla Tour Eiffel, Beaugrenelle ambisce a diventare un simbolo per il 2013 grazie a una offerta commerciale e di servizi decisamente innovativa all'interno di una architettura ultra moderna, interamente trasparente. Ospiterà un'ancora a insegna Marks & Spencer, 120 boutique, dieci ristoranti e un multisala Pathé con dieci schermi dislocati su 45 mila mq di GLA per un investimento di 450 milioni di euro a opera di Apsys. Bacino d'utenza stimato: 2,8 milioni abitanti. Apertura prevista: entro il 2013.

Muse: spazio retail di ultima generazione, Muse è una sorta di via d'"ingresso" commerciale alla città di Metz. Beneficerà di una concezione particolarmente innovativa che privilegia il contrasto interno/esterno. Situata di fronte al Centro Pompidou, sarà il cuore stesso del quartiere dell'Anfiteatro che ospiterà uffici, residenze, spazi culturali e commerciali. Offrirà una GLA di 36 mila mq con 90 boutique, dieci medie superfici compreso un Carrefour Market e dieci ristoranti per un bacino d'utenza primario di 385 mila abitanti. L'investitore è Apsys. Apertura prevista: 2015

Les Rives de l'Orne: iniziato lo scorso anno dalla Municipalità di Caen, è un progetto ambizioso di riqualificazione del centro città con l'obiettivo di rendere il centro urbano un

punto di riferimento per gli abitanti di Caen. Sono previsti 50 boutique, dieci medie superfici, nove ristoranti e un multisala Pathé con dieci schermi su una GLA totale di 28 mila mq, a disposizione di un bacino d'utenza di quasi 500 mila abitanti. Realizzazione di Apsys con un investimento pari a 260 milioni di euro. Data stimata di apertura: primavera 2013.

Shopping Center Villeneuve-la-Garenne: in fase di realizzazione vicino a Parigi, è un centro regionale di 86 mila mq di superficie in apertura entro la fine del 2013, attualmente commercializzato all'80%. Altarea Cogedim è fra i suoi artefici.

Helios: progetto relativo a un nuovo distretto urbano da 67 mila mq vicino ad Agde, a 20 minuti da Montpellier. Contempla uffici, spazi business, hotel ma anche retail e leisure così come attività turistiche, il tutto inserito in un parco di 11 ettari. I 31 mila mq di spazio retail includono store di medie dimensioni, boutique, ristoranti e tre mercati coperti che offriranno specialità gastronomiche e prodotti locali. Developer. Financiere Duval. Apertura prevista: 2015-2016.

Les Terrasses au Port: ambizioso progetto retail di Hammerson plc a Marsiglia che comprende 160 negozi su 56 mila mq, il 72% dei quali già collocato, caratterizzato da un'architettura ardita nel cuore di un quartiere in piena riqualificazione. Un investimento da 434 milioni di euro che propone anche 3 mila mq di ristoranti, insegne prestigiose come Apple e Monoprix e un department store Printemps. Data prevista di apertura: primavera 2014.

## GERMANIA

Skyline Plaza shopping Center: in costruzione a Francoforte, la struttura da 360 milioni di euro avrà una GLA di 38 mila mq e ospiterà su due piani di vendita 180 negozi oltre a ristoranti, caffè e servizi vari. Partner del progetto sono Allianz, CA Immo ed ECE.

Sono 2.400 i posti auto previsti al momento dell'apertura programmata per la fine di agosto 2013.

Ikea Scandinavian Center: il progetto di Inter IKEA a Lubeca (Nord Germania) si rivolge a potenziali clienti tedeschi e danesi ( il bacino d'utenza stimato è di circa 920 mila persone), ma anche ai tanti turisti che visitano la città ogni anno. Il centro sorgerà su un'area precedentemente occupata da Villeroy & Boch a circa 10 km dall'agglomerato urbano ed è oggetto di un investimento pari a 125 milioni di euro. Si estenderà su due livelli per un totale di 70 mila mq di gla (compreso uno store Ikea), conterà 60 negozi e 2.600 posti auto. Avrà una propria stazione ferroviaria e un molo per le barche. Ospiterà insegne di moda (non più del 20% secondo le leggi tedesche), arredamento, sport e ed escursionismo, con grande attenzione alle esigenze della famiglia e un forte impegno verso la natura e la sostenibilità. Al momento già il 40% è locato. Data di apertura prevista: 2014.

## REGNO UNITO

Trinity Leeds: in costruzione a Leeds nel Nord dell'Inghilterra, il grande centro commerciale aprirà nel prossimo mese di marzo e al momento è occupato per l'84% di spazi. Con i suoi 98 mila mq e 120 unità commerciali è l'unico progetto di tali dimensioni previsto nel Regno Unito per i prossimi 4/5 anni. Investitore: Land Securities.

(LLR)

## EUROPA CENTRALE E ORIENTALE

Attualmente sono Polonia e Turchia ad attirare la maggiore attenzione. Riguardo alla Turchia, è inutile ripetere quanto sia rilevante il suo ruolo nel settore dell'immobiliare commerciale; come riporta anche lo studio di C&W, Russia e Turchia vengono classificati tra i più grandi mercati in Europa in termini di stock di centri commerciali moderni nel 2020, anno entro il quale i due Paesi peseranno per il 10-15% del totale degli investimenti.

Quanto alla Polonia, una crescita economica importante (3%), l'affermarsi di una classe media con un potere d'acquisto di un certo rilievo, la scarsità di strutture commerciali in grado di soddisfare le nuove esigenze di consumo fanno del Paese una destinazione allettante per gli investitori. Lo dimostra il numero di progetti in campo (18), soprattutto nelle piccole e medie città, e di soggetti interessati come Allianz Real Estate, o la società di private equity americana Blackstone. Senza contare che 20 nuovi marchi entrano nel mercato ogni anno.

### POLONIA

Lacina: situato a meno di 10 minuti a piedi dal centro storico di Poznam, con i suoi quasi 100 mila mq di GLA sarà uno dei più grandi centri commerciali della Polonia, circondato da terrazze e ristoranti con vista su un anfiteatro che ospiterà eventi artistici e culturali. L'offerta sarà davvero imponente: un ipermercato Carrefour, una grande superficie di bricolage a insegna Leroy Merlin, 40 medie superfici, 215 boutique, 40 tra caffè e ristoranti, un multisala Multikino con nove schermi, un fitness club con piscina e sauna, oltre all'anfiteatro, per un bacino d'utenza stimato di 800 mila abitanti. Il progetto architettonico è di RTKL. L'investitore è Apsys. Apertura prevista: fine 2014.

City Outlet Lublin: in fase di realizzazione a Lublino, nel sud-est della Polonia, un outlet center da 11.500 mq la cui apertura è prevista per la fine del 2013. Molto vicino al confine orientale del Paese, mira a diventare un polo di attrazione retail con circa 100 negozi, non solo per gli abitanti della città polacca ma anche per gli ucraini. CBRE è l'agente esclusivo per la commercializzazione. General Contractor è Adv Por Property Investment SA.

Tarasy Zamkowe (ex Galeria Zamek): nel centro di Lublino, vicino allo storico Castello, sarà realizzato da Immofinanz Group uno shopping center di qualità con aree dedicate anche a entertainment e tempo libero. Il centro, in linea con i più elevati standard ecologici attuali e dotato di sistemi high-tech, sta attirando l'interesse di insegne nazionali e internazionali dati anche la forza economica della città e la scarsa presenza di strutture retail. Su una superficie commerciale di oltre 37.000 mq saranno dislocati circa 150 store, caffè e ristoranti, a disposizione di un bacino d'utenza di 800 mila persone per le quali saranno predisposti mille posti auto. Sarà facilmente raggiungibile anche a piedi, in bici e con trasporto pubblico. Investimento previsto: 115 milioni di euro. Data di apertura stimata: autunno 2014.

Factory Warsaw Annapol: una volta a regime sarà il più grande outlet mall di Varsavia con un bacino d'utenza intorno ai tre milioni di persone. Sviluppato da Neinver è posizionato nel distretto di Bialoleka, nella parte est della città a 15 ' dal centro storico, un'area ben servita dai mezzi pubblici. Una superficie commerciale di 19.700 mq ospiterà 120 negozi di note catene retail nazionali e internazionali e metterà a disposizione della clientela 1.400 posti auto. Inaugurazione prevista: 2013.

Galeria Katowicka: uno shopping center inserito nella riqualificazione del centro storico di Katowice, nel Sud della Polonia: 250 negozi su 53.000 mq di superficie, sviluppato da Neinver. Usufruirà della ristrutturazione strategica delle infrastrutture regionali e della costruzione di un nuovo terminal dei bus. Sarà completato nel 2013.

PTAK Outlet: fa parte di un ampio progetto chiamato PTAK Expo che si svilupperà nella periferia di Lodz, la terza città della Polonia, su 2 milioni di mq e comprenderà commercio, centro business, aree residenziali, logistiche. L'Outlet, dall'architettura ispirata al secolo 19°, è il più grande della Polonia (27 mila mq) e ospita circa 140 negozi con insegne nazionali e internazionali, alcune presenti per la prima volta nel Paese come Baldinelli che inaugurerà il proprio store nel prossimo agosto. Proprietario: PTAK Holding. Aperto a ottobre 2012.

Forum Radunia: un progetto mixed use di Multi Development, con 60 mila mq dedicati al retail, nell'ambito di un programma di riqualificazione di un'area storica di GLA sk posta fra la Stazione Centrale e il centro città. Il concept, ideato da T+T Design di Multi, ricompono una rete di strade e piazze conservando anche i vecchi tracciati in modo da rendere il Forum una naturale estensione del centro città, in cui shopping, divertimento, cultura, ristorazione, servizi e uffici sono ben amalgamati. Un punto di incontro e di riferimento per i suoi 500.000 abitanti, che qui potranno trovare, oltre che un multisala a nove schermi, un mix di insegne di alta qualità, soprattutto fashion. Apertura prevista: 2015-2016

## ROMANIA

Fashion house outlet centre Bucharest east: dopo il successo del primo outlet a Bucarest ovest, Fashion House Group realizzerà il secondo outlet nella parte est della capitale romena, all'interno di un progetto di retail park (Cernika park sviluppato dalla polacca Liebrecht & Wood) con un bacino d'utenza stimato in 3,5 milioni di persone a 90' d'auto, che avranno a disposizione parcheggi per 1.400 veicoli. Su una GLA di quasi 18 mila mq l'outlet, la cui architettura sarà ispirata alla città vecchia, ospiterà 93 store, un'area giochi per bambini e una food court. Apertura prevista: 2015 (in concomitanza con il retail park).

Korona shopping and entertainment centre: in fase di costruzione a Brasov, nella parte centrale del Paese, ad opera di Echo Investment che ha Carrefour come partner nel progetto. Su una GLA di 45 mila mq saranno presenti circa 140 fra negozi, punti di ristorazione e servizi, e un multisala con 7 schermi. Parcheggi per 1.500 veicoli verranno messi a disposizione di un numero importante di residenti nonché turisti: nel 2011 hanno visitato la città e la regione circa un milione di persone. Apertura prevista: 2014

## SLOVACCHIA

ONE FASHION Outlet: in costruzione presso Voderady, nelle vicinanze di Bratislava, sarà il primo factory outlet del Paese. Sorgerà su un'area di 200 mila mq che comprenderà oltre 100 unità retail e ristoranti, e aprirà nell'ottobre del 2013. E' già previsto uno sviluppo successivo per il 2015. Artefice dell'outlet è la società di investimenti e sviluppo Realiz.

## TURCHIA

Forum Gaziantep: shopping center in costruzione a Gaziantep, cittadina del Sudest della Turchia, ad opera di Multi Development Turkey che vi ha investito circa 120 milioni di euro. Situato in una zona di congiunzione tra il centro storico e le moderne aree residenziali sarà un punto di riferimento per una folta comunità di abitanti. Avrà una GLA di 44.500 mq di

cui già il 60% risulta collocata. Apertura prevista: settembre 2013.

Metropol Istanbul: una joint venture fra Varyap e Gap Insaat, in collaborazione con Emlak Konut REIT è alla base del progetto di questo centro mixed use, all'interno dell'Istanbul International Financial Centre ad Atasehir, nella parte asiatica della città. Sarà il nuovo shopping center del lusso in grado di attirare 20-22 milioni di visitatori all'anno. Disegnato dallo studio di architettura RMJM con la partecipazione di HYDER consulting, il progetto prevede tre grattacieli di cui uno alto 250 metri, fra i più alti in Europa, e propone un centro commerciale di 70 mila mq di GLA (160 mila mq di superficie) su due livelli, oltre che uno dei più grandi parchi di divertimento della città con 17 cinema. Avrà anche una via all'aperto dedicata alla moda, Metropol Catwalk, che coprirà 20 mila mq. Poi ci saranno uffici e residenze. Data di apertura prevista: 2015

### UNGHERIA

Árkád Örs vezér 2: in fase di costruzione a Budapest lo shopping mall si estenderà su 20 mila mq di GLA distribuiti su tre piani e aprirà al pubblico a marzo 2013. Dopo di che inizieranno i lavori di ammodernamento del mall Árkád 1 che dureranno fino a settembre 2013. Una volta completato il tutto, i 68 mila mq di superficie faranno del complesso il più grande agglomerato retail del Paese con spazi commerciali per 200 store, caffè, ristoranti e servizi, e oltre 1.600 posti auto per i visitatori. Investitori per Árkád 2 sono ECE/Otto family e un Fondo immobiliare chiuso DWS; investimento totale: 80 milioni di euro. Gestione e commercializzazione sono affidati a ECE.

(LLR)



Immagini dell' "Itis" a Helsinki

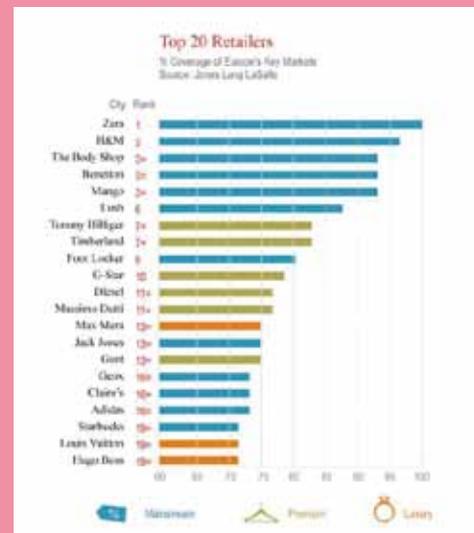
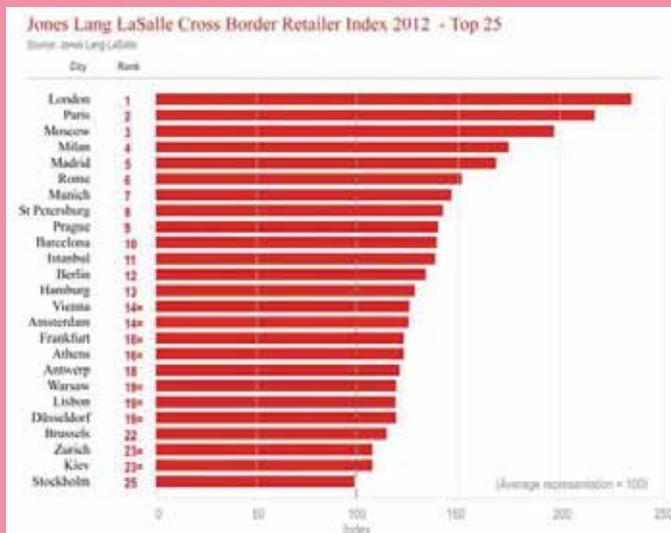


## WERELDHAVE: ITIS IN FINLAND, MAJOR PHASE OF €80M REFURBISHMENT COMPLETES

Dutch property investor Wereldhave has announced the successful completion of a major phase of its €80m refurbishment of Itis, Helsinki - the Nordics' largest shopping centre. This coincides with the signing of three international fashion retailers, as New Yorker and Bik Bok have chosen the centre to launch their brands to the Finnish market and Scandinavian chain Cubus has expanded its brand in Finland.

Wereldhave has secured fashion label New Yorker for a 10,000 sq ft store spanning two floors and girls' clothes brand Bik Bok has taken 2,500 sq ft. Cubus has agreed to a 3,500 sq ft unit in the Pasassi part of the scheme. The retailers are the first new international brands to take space in Itis since Wereldhave began the redevelopment of the 1,250,000 sq ft centre in 2011.

John Laker of Laker Developments, who is managing the redevelopment of Itis on behalf of Wereldhave, commented: «As the largest shopping centre in Finland, Itis serves an attractive, wide and diverse catchment and is home to over 200 retailers. We recognised that in order to meet the



demands of our customers and tenants, and to reinforce Itis's position as the regionally dominant shopping centre in the Helsinki area, we had to revise the layout of the centre, refresh its look and further strengthen the tenant mix. Our lettings to New Yorker, Bik Bok and Cubus demonstrate strong international retailer confidence in the centre and are in-line with our strategy to enhance Itis's fashion offering. As work progresses, we are convinced we will be able to announce more strong, international brands in the coming months».

Wereldhave is now working on further phases of its extensive refurbishment programme which is on schedule to complete in 2014. This will see Wereldhave reconfigure existing units, refresh the design of the centre, create modern full glass frontages and improve the circulation of the mall. Leading Finnish upmarket department store Stockmann will also relocate its store and double the size of its unit to 140,000 sq ft.

Itis is anchored by retailers such as Stockmann, H&M, Zara and Mango and includes two strong restaurant clusters comprising 30 food operators, strengthening the scheme's profile as a food destination. The centre trades over two floors and features 4,000 free car parking spaces. It attracts approaching 20 million visitors per year.

Jones Lang LaSalle acts as leasing agents and strategic consultants for Itis on behalf of Wereldhave.

**(Source: Company)**