



**r&f** Dossier shopping mall *long life*

# La nuova vita di Centro d'Abruzzo

**Inaugurato nel 2001, il mall di proprietà IGD SiiQ è stato oggetto di restyling e ampliamento tra il 2012 e il 2014. E i risultati si vedono: lo scorso anno le vendite sono cresciute del 55% e il footfall del 10,8%. L'investimento per la nuova area (3mila mq di Gla) è stato di 16 milioni di euro**

Investire in tempi di crisi su un centro già attivo, ma vetusto, è una sfida che non tutte le proprietà possono o vogliono affrontare, o talvolta è la prontezza di reazione che viene meno. Ma quando la proprietà è radicata sul territorio e oltretutto ha in pancia la gestione – oltre a questo ci devono essere i necessari presupposti commerciali – un rilancio tempestivo dell'intera struttura è la soluzione più praticata, forse l'unica percorribile per evitare un'emorragia delle insegne e quindi il declino dell'intero centro commerciale. L'ampio filone dei restyling e ampliamenti degli shopping centre italiani annovera tra

le recenti case history un altro mall in forza a **IGD SiiQ, Centro d'Abruzzo**. Oltre a Esp Ravenna, attualmente in fase di cantiere (vedi articolo di Prima pietra alle pagg. 30-33, *r&f* di novembre 2014), e a Le Porte di Napoli, che tra i vari interventi ha visto la consistente riduzione dell'ipermercato, la società quotata in Borsa dal 2005 ha deciso di rilanciare anche l'immobile retail ubicato lungo la cintura esterna di Pescara: mall inaugurato nel 2001, quando nel bacino primario non erano presenti competitor. Successivamente sono arrivati una galleria Auchan e soprattutto il Megalò a Chieti che conta oltre 100 negozi. Ri-

spetto alla concorrenza Centro d'Abruzzo si avvantaggia della localizzazione vicina al raccordo autostradale Pescara Chieti e all'Asse attrezzato, che in soli 10-15 minuti di automobile collega il centro di Pescara, intercettando quindi un bacino di utenza stimato in circa 400mila persone nell'isocrona dei 20 minuti (fonte IGD SiiQ).

L'investimento complessivo di 17,5 milioni di euro è servito per una piccola parte, 1,5 milioni, ad ammodernare la galleria preesistente, mentre per la parte più cospicua, ben 16 milioni, a realizzare la nuova area commerciale, estesa 5mila mq con all'interno circa 3mila mq di nuova Gla. In seguito al

taglio nastro dell'aprile 2014 Centro d'Abruzzo è arrivato a contare 50 negozi e 30mila mq di Gla, di cui poco meno della metà (circa 14mila) sono occupati dall'ancora alimentare Ipercoop. A fronte di due anni molto difficili a causa dei cantieri, che hanno visto nottetempo la realizzazione del restyling e anche di giorno la costruzione della nuova area, i dati delle performance vedono una crescita a doppia cifra: le vendite totalizzate nel 2014 hanno superato quota 31,1 milioni di euro, contro i 20,1 del 2013 e i 20,8 del 2011, preso a riferimento da IGD come anno pre-crisi. Il delta è stato quindi rispettivamente del 55%





pari a 29,9 milioni di euro, contro i 15,5 e i 16,3 dell'analogo periodo del 2013 e del 2011. In questo caso il differenziale è stato addirittura del 73,1% e del 64,3 per cento. Anno su anno, invece, nel 2014 i flussi sono cresciuti di oltre 10 punti, arrivando a quota 3 milioni di visitatori.

#### Restyling & ampliamento

«Questo centro è partito benissimo perché l'ipermercato ha sempre totalizzato ottimi fatturati e affluenze, la galleria andava bene soprattutto per la parte di ristorazione e il Decathlon, ma appena è nata la concorrenza abbiamo capito che era necessario am-

e del 49,4 per cento. Prendendo in analisi solo il periodo aprile-dicembre 2014, invece, le vendite sono state



### Il progetto in pillole

PROPRIETÀ	IGD SIO
GESTIONE	IGD MANAGEMENT + CONSORZIO OPERATORI
COMMERCIALIZZAZIONE	IGD SIO
LOCALIZZAZIONE	PERIFERICA
TIPOLOGIA	CENTRO COMMERCIALE DI MEDIE DIMENSIONI
DATA DI APERTURA	2001
APERTURA AMPLIAMENTO	10/04/2014
INVESTIMENTO RESTYLING/AMPLIAMENTO	17,5 MILIONI DI EURO
GLA INIZIALE/MQ	27.272
GLA ATTUALE/MQ	30.277
LIVELLI COMMERCIALI	1
NUMERO INIZIALE DI MEDIE SUPERFICI	3
NUMERO ATTUALE DI MEDIE SUPERFICI	7
NUMERO INIZIALE DI PICCOLE SUPERFICI	22
NUMERO ATTUALE DI PICCOLE SUPERFICI	38
UNITÀ DI RISTORAZIONE INIZIALI	4
UNITÀ DI RISTORAZIONE ATTUALI	5
ÂNCORA ALIMENTARE/GLA	IPERCOOP/14.127 MQ
NUMERO TOTALE DI PUNTI VENDITA	50
POSTI AUTO	1.973
FORZA LAVORO	500

© Edifis Intelligence



## Dossier shopping mall *long life*

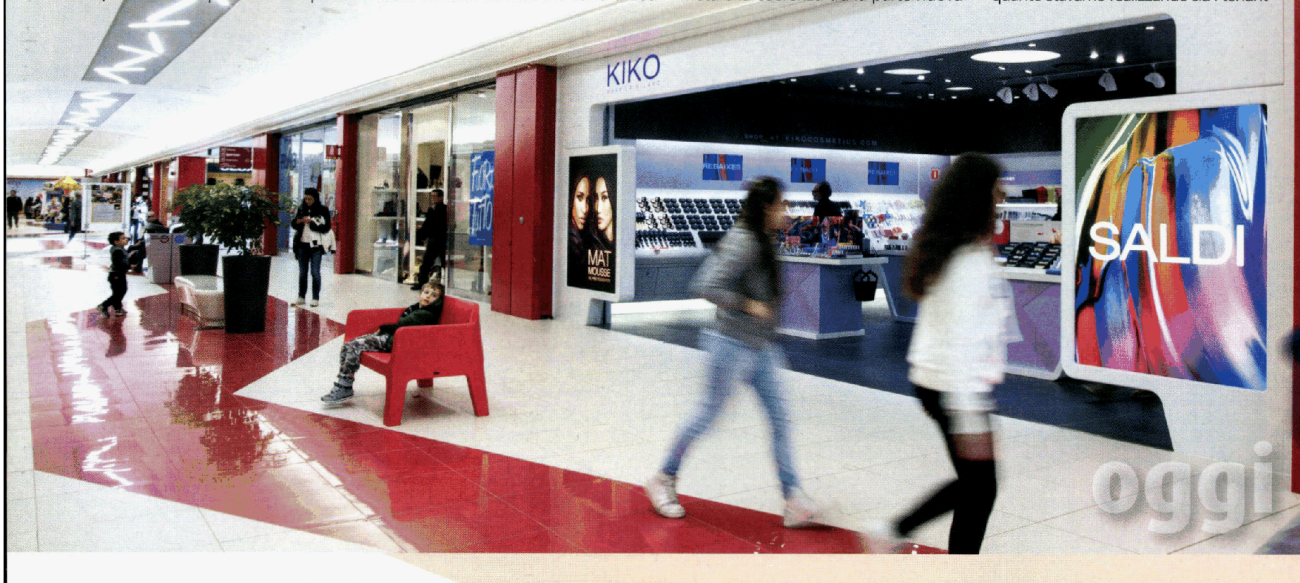
pliare l'offerta commerciale e quindi il numero dei negozi – ci ha spiegato **Roberto Zoia**, direttore sviluppo e gestione patrimonio di IGD SiiQ, in occasione della nostra visita a Centro d'Abruzzo avvenuta lo scorso febbraio – L'iter autorizzativo è stato come sempre piuttosto lungo, tant'è che lo abbiamo concluso nel 2012 dopo 5 o 6 anni di lavoro. Però abbiamo deciso di iniziare da subito il progetto di restyling dell'esistente, scartando l'idea di farlo contemporaneamente all'ampliamento. Quindi nel 2013 abbiamo completato l'ammodernamento della galleria immaginando già l'ambientazione e le finiture che sarebbero state oggetto dell'ampliamento stesso. Oggi il mall si presenta con un numero di negozi maggiore e questo aiuta soprattutto lo shopping nel fine settimana (il 60% delle vendite si registra tra sabato e domenica). Il trasferimento di Decathlon in altra localizzazione ci ha consentito inoltre di inserire tre medie superfici attrattive: un abbigliamento di posizionamento medio basso, uno di livello appena più alto e uno store di scarpe». Oggi Centro d'Abruzzo si connota per una nuova distribuzione dei flussi, derivante da un ingresso principale che è quello frontale al parcheggio, a cui si aggiungono due varchi privilegiati per l'ancora alimentare, oltre alle rampe mobili che porta-

no al parking interrato. Sebbene il saldo dei posti auto sia rimasto invariato, è cambiata la loro disposizione: «abbiamo sfruttato sia il tetto della struttura ex Decathlon sia quello dell'ampliamento e abbiamo creato un nuovo parcheggio che va dal fabbricato al filo dell'autostrada, che ci consente di avere dei posteggi comodi per l'Ipercoop», ha precisato Zoia, mentre è stato eliminato lo spazio di sosta laddove è stato realizzato il nuovo immobile. «Nei piani dell'amministrazione comunale – ha continuato il manager – vi è la realizzazione su un'area verde pubblica (vicino all'ingresso Majella, ndr) di un silos multipiano che possa aumentare ulteriormente la fruibilità». Ancora esternamente, laddove sorgeva Decathlon è stata creata una mini galleria: un piccolo sfondamento che permette a due delle tre nuove medie superfici di avere l'ingresso riparato e di accogliere il sistema verticale di ascensori che porta al parcheggio in copertura e a quello interrato. Nel merito degli interventi interni, controsoffitto, luci e pavimenti sono i tre macro temi. La sezione della galleria è rimasta invariata ma i testa muro sono stati ricoperti con carter metallici di colore rosso e i controsoffitti, così come le pareti, sono stati ridipinti di bianco. In luogo dei finti lucernari, inoltre, è stata inserita un'illuminazione a Led



che aumenta la luminosità della galleria. Non è stato possibile, invece, alzare la sezione della galleria e i fronti vetrina, cosa che invece è stato fatto nella parte nuova, dove a parità di sezione si è sfruttata meglio l'altezza. Nonostante il restyling e l'ampliamento siano stati portati a termine in tempi differenti, IGD ha sottolineato l'unitarietà e la coerenza tra la parte nuova

e quella preesistente, attraverso anche un motivo di colore rosso che via via caratterizzerà tutti i centri in portfolio. «Per affrontare la fase di cantiere – ci ha raccontato **Claudia Campli**, responsabile area Centro Italia di IGD SiiQ – abbiamo attuato un piano di content marketing attraverso il quale abbiamo fatto sentire protagonisti di quanto stavamo realizzando sia i tenant





sia soprattutto i clienti. Nel concreto abbiamo affisso dei render e delle immagini per far vedere come si sarebbe trasformata la galleria. Inoltre abbiamo sempre ascoltato le esigenze dei soci durante le assemblee, facendo passare il concetto che la proprietà stava investendo sul futuro di Centro d'Abruzzo». Una caratteristica più commerciale è stata quella di mantenere, seppur rifatto nella forma, l'orsetto che dall'apertura del 2001 rappresenta la mascot del centro.

### Offerta commerciale

In seguito ai lavori di ampliamento, Centro d'Abruzzo vede una galleria di 50 negozi, trainata da un'ancora



**Ipercoop** di oltre 14mila mq di Gla e 7.785 mq di vendita. Proprio l'ipermercato, rispetto al quale non è prevista una riduzione degli spazi, rimane il principale traino commerciale alimentato dai 50mila soci Coop della zona che vedono nell'unico Ipercoop della Regione un approdo naturale. A riprova, oltre il 70% dei brand presenti in galleria ha accettato di riservare ai soci Coop una scontistica dedicata. Le medie superficiali sono sette. In particolare la fuoruscita di Decathlon a fine 2013 ha permesso di inserire al

suo posto **Kiabi**, **Scarpamondo** e **Terranova**: mentre la dimensione dei tre store rimane simile, pari a circa 1.500 mq di Gla, Kiabi e Scarpamondo godono di un accesso esterno indipendente e Terranova si affaccia sulla galleria. L'accesso di quest'ultimo sul mall interno ha portato allo spostamento di qualche piccola unità dalla parte "vecchia" a quella "nuova", come nel caso del brand **Artigli**. Un altro inserimento di particolare importanza nell'area nuova è quello di **Intersport** (circa 400 mq di Gla), scelto

insieme ad **AW Lab** per continuare a presidiare un segmento merceologico che dopo l'uscita di Decathlon si sarebbe perduto. **Kasanova +**, è arrivato anch'esso nell'ala inaugurata nel 2014, così come **Imperial**, **Lizalù** – prima nel mall storico – e in generale alcuni shop di tessile-abbigliamento alternati a servizi. **Euronics** ha mantenuto inalterata la propria Gla (circa 1.500 mq) e starebbe incrementando i fatturati nonostante le difficoltà diffuse del comparto elettronica e l'arrivo nel

"parco commerciale naturale" adiacente a Centro d'Abruzzo di Media World in luogo di Saturn (a questo si aggiungono Obi, Leroy Merlin, OVS, Pittarello, Eurospin e Toys). La food court, con le sue 200 sedute comuni posizionate in una piazza di circa 600/700 mq, ospita le insegne **McDonald's** e **Il Lupo**, che vantano ulteriori sedute interne, e gli operatori locali **La Conca** e **Mr Pigi**, mentre lungo il mall lavora **Hopera Café**. Adiacente alla piazza della ristorazione si annovera un altro big di Centro d'Abruzzo, **Piazza Italia**. Contestualmente ai lavori circa l'80% dei retailer ha rifatto il layout, oltre ai già citati Artigli e Lizalù che hanno colto l'occasione dello spostamento, si distinguono le operazioni di **Intimissimi** e **Calzedonia**, che si sono anche allargati, così come la gioielleria locale **Il Firmamento**. Complessivamente l'offerta di Centro d'Abruzzo vede la forte presenza di brand nazionali, a cui si somma qualche catena internazionale tra cui spicca per nome e performance Kiabi, oltre agli operatori locali concentrati soprattutto sui servizi. Sono 15 i negozi in franchising. Ulteriori sviluppi? Al momento si valuta l'inserimento di un importante operatore di ristorazione nel chiosco esterno e in futuro il marchio Enercoop potrebbe entrare al posto del distributore petrolifero ubicato lungo l'asse viario sul perimetro del parcheggio frontale.

A. P.