



09 Giugno 2015

Igd spinge i centri commerciali «Investimenti per 260 milioni»

In crescita utili e ricavi, le strategie dell'ad Claudio Albertini

Matteo Maccari

DA UN LATO ci sono i dati della trimestrale, «che ci rendono ottimisti e rendono credibile il nuovo piano industriale», dall'altro circa 260 milioni di euro di investimenti, da qui al 2018. Sono questi i principali numeri di Igd, colosso nel settore immobiliare della grande distribuzione che sviluppa e gestisce centri commerciali in undici regioni italiane. «Abbiamo appena varato un robusto piano – commenta Claudio Albertini, amministratore delegato della società che vanta un patrimonio immobiliare del valore di circa 1.951 milioni di euro – che prevede, oltre alla recente apertura del centro Clodi a Chioggia, gli ampliamenti dei centri Esp di Ravenna, di Porto Grande ad Ascoli e di Gran Rondò a Crema, l'apertura di un centro a Grosseto e il completamento della riqualificazione delle Officine Storiche a Livorno, il progetto Porta Medicea». Igd, come osserva l'ad, ha respinto i colpi della crisi economica – «dal 2007 in Italia il Pil è sempre stato in difficoltà, ma noi nonostante le criticità abbiamo sempre chiuso in utile, investendo» – e ora, «solida sotto il profilo finanziario», la società si prepara a «cogliere anche le opportunità che si apriranno sul mercato con eventuali operazioni straordinarie». Tradotto: circa cinquanta milioni del piano sono disponibili per acquisizioni.

COME accennato, la trimestrale è stata approvata con un utile netto pari a 9,2 milioni di euro, in crescita del 48,8%, e ricavi che hanno toccato i 31,1 milioni di euro (+4,6%). Numeri in positivo come quelli che ci si aspetta per il sistema Italia. «Crediamo – riprende Albertini – di essere finalmente davanti a un'in-

versione in positivo del ciclo economico. E lo vediamo anche dal nostro osservatorio. Un esempio: in questo trimestre le vendite nei negozi dei nostri centri commerciali sono salite di circa il 7%, è il quinto trimestre consecutivo che c'è crescita». Ma qual è il futuro dei centri commerciali? Grandi, medi, piccoli? Lontani o vicini alle città? «Ormai si è capito – risponde Albertini – che non sono una minaccia per i centri storici, ma sono una alternativa per i consumatori. Le dimensioni, poi, dipendono dalle città che servono. Certo, nel tempo si sono evoluti, basti pensare che nei nostri ora oltre ai supermercati e ai negozi ci sono anche cliniche dentali, palestre e in futuro perché no dei punti dove ritirare prodotti acquistati con l'e-commerce». Nelle scorse settimane, Igd ha presentato il piano industriale all'estero, in Europa e negli Stati Uniti. «Il 90% del nostro flottante – chiude l'ad – è in mano a investitori esteri. E su di noi c'è molta attenzione da oltre confine. La percezione dell'Italia sta migliorando e c'è ottimismo verso il nostro Paese. Dobbiamo continuare così, dicendo basta alle divisioni interne, meglio remare tutti insieme dalla stessa parte».

AL VERTICE
Claudio Albertini,
amministratore delegato
di Igd



Crediamo di essere finalmente davanti a un'inversione in positivo del ciclo economico.

All'estero la percezione dell'Italia sta migliorando

