



UOMINI E STRATEGIE

Il real estate sta vivendo anni molto difficili. IGD SIIQ ha puntato da subito sulla specializzazione nel segmento retail. Una strategia che si è rivelata vincente. Ne parliamo con Claudio Albertini, amministratore delegato della società.

D. Come si presenta, dal suo punto di osservazione, il mercato del real estate, con particolare riferimento all'ambito retail nel quale operate?

R. In generale il comparto vive una situazione di forte sofferenza, che perdura ormai da alcuni anni, complici anche problemi strutturali. Purtroppo, dopo la ripresa fatta registrare nel 2011, il mercato è ripiombato in una fase di pesante crisi. Il retail, per fortuna, può contare su leve in grado di attivare più velocemente una ripresa: in un centro commerciale si possono organizzare iniziative ed eventi tesi ad aumentare i visitatori, inserire nuovi tenant per vivacizzare l'offerta, ecc. Qualche buon segnale viene dai primi 8 mesi di quest'anno: i nostri centri hanno fatto registrare un aumento delle presenze pari all'1,4%. Mantenere elevato il traffico è fondamentale, ma certo bisogna lavorare affinché tale incremento si traduca in un aumento del fatturato: qui il dato rilevato nello stesso periodo, pur restando negativo (-2%), è in crescita rispetto al -5% del primo trimestre 2013. È evidente che, in un contesto reso ancora più difficile dalla contrazione dei finanziamenti effettuati da parte delle banche, i maggiori investitori immobiliari restano alla finestra e preferiscono limitare gli investimenti alle operazioni in portfolio.

D. Qual è l'orientamento degli investitori stranieri nei confronti del nostro mercato?

R. Siamo reduci da tre road show che nelle ultime settimane ci hanno visto impegnati a Londra, Parigi e Amsterdam. Devo dire che ab-

IGD

La scelta della specializzazione in un retail real estate che comincia a intravedere segnali di ripresa

Claudio Albertini è Amministratore Delegato, dal 2009, di IGD, Immobiliare Grande Distribuzione. La società, quotata nel segmento STAR dal 2005 - 123,3 milioni di euro di ricavi totali nel 2012, un patrimonio immobiliare di 1,9 miliardi di euro, 52 unità immobiliari nel portafoglio italiano, e 16 in quello rumeno - è la più importante realtà italiana nel segmento commerciale del comparto immobiliare.



IGD è da sempre specializzata nel segmento retail e non è solo una property company, ma si occupa anche della gestione delle strutture, di proprietà e di terzi.

Tra le iniziative alle quali IGD sta lavorando spiccano il grandioso progetto che entro il 2018 trasformerà il Waterfront di Livorno e il Retail Park di Chioggia.

La società sarà presente in novembre al Mipic di Cannes, appuntamento imprescindibile per la business community del real estate, dove presenterà i progetti di Livorno e Chioggia oltre agli ampliamenti ai c.c. Porto Grande, Centro D'Abruzzo ed ESP.

biamo riscontrato un rinnovato interesse a investire in Italia: un segnale che non va lasciato cadere e che speriamo si trasformi in atti concreti. Certo è che per attirare capitali stranieri, soprattutto nel settore immobiliare, l'Italia deve garantire agli investitori innanzitutto stabilità nel medio periodo.

D. Quali sono i punti di forza e le peculiarità di IGD?

R. Siamo da sempre focalizzati nel segmento retail, perché convinti che la specializzazione paghi. Inoltre, non siamo solo una property company, ma ci occupiamo anche della gestione delle strutture, non importa se di proprietà nostra o di terzi. Il nostro business model si fonda su alcuni elementi irrinunciabili: gestione diretta del centro commerciale, che dev'essere di media di-

mensione e facilmente raggiungibile; ampia diffusione nel nostro Paese (IGD è presente in 11 regioni, ndr); presenza di una forte ancora alimentare (nel nostro caso COOP); strutture leader nella loro area di influenza.

D. Su quali progetti state lavorando in particolare?

R. Vale la pena di citarne due. Il primo, avviato sin dal 2008, è Porta a Mare a Livorno, un grandioso intervento nell'area degli ex cantieri navali Orlando che trasformerà completamente il Waterfront della città. Si tratta di un'area di circa 10 ettari, sulla quale sorgerà un nuovo quartiere caratterizzato da strutture residenziali, commerciali, direzionali e per il tempo libero. L'investimento complessivo supera i 200 milioni di euro. Uno dei cinque ambiti che lo compongono è

ultimato: stiamo vendendo i primi 20 appartamenti, mentre entro la prima metà del 2014 aprirà la parte commerciale di Piazza Mazzini. L'opera sarà completata non prima del 2018. A Chioggia stiamo invece lavorando a un Retail Park che includerà un Ipercoop, 5 medie superfi-ci e 8 negozi per una GLA complessiva di poco meno di 20.000 mq e un investimento di circa 40 milioni di euro. L'apertura è prevista nel I semestre 2015.

D. Cosa rappresenta per voi l'appuntamento del Mipic?

R. Per noi l'annuale appuntamento di Cannes è una vetrina molto importante: in campo fieristico da anni investiamo soltanto nel Mipic. Si tratta di un punto di contatto e confronto di livello mondiale sia con i retailer, sia con gli altri operatori del settore. Non a caso, anche quest'anno, dopo averli presentati in anteprima nel 2012, porteremo a Cannes proprio i due grandi progetti di Livorno e Chioggia.

D. Quali gli obiettivi di business nel breve-medio termine?

Nel novembre dello scorso anno abbiamo approvato un piano industriale che intendiamo rispettare. Naturalmente, si tratta di un piano "mobile", ovvero in grado di adeguarsi ai rapidi mutamenti di scenario che stanno caratterizzando questa fase del mercato.

igd SIIQ
SPAZI DAVVERE

IGD SIIQ spa
Via Trattati Comunitari
Europei 1957-2007, 13
40127 Bologna
Tel. 051509111
Fax +39 051 509247
www.gruppoigd.it
info@gruppoigd.it