



AL LAVORO

A fianco, una delle più recenti strutture di Igd: il centro «Le Maioliche» di Faenza. Qui sotto, l'amministratore delegato Claudio Albertini, 52 anni. I dipendenti sono 160



la società

Igd, quotata in Borsa allo Star, è proprietaria dei centri commerciali Azionisti di riferimento Coop Adriatica e Unicoop. Ha un patrimonio di 1 miliardo e 776 milioni

i visitatori

Nel primo semestre di quest'anno sono stati 28 milioni. Ricavi a 59,5 milioni, mol a 39 milioni. Sotto le Due Torri sono di Igd Centro Borgo, Centronova e CentroLame

Nuove piazze nei centri commerciali e gallerie anche nel cuore delle città

Albertini, ad di Igd, svela i piani della cassaforte immobiliare delle Coop

di **MATTEO NACCARI**

IN CASSAFORTE ci sono numeri che sorridono — l'utile netto del primo semestre dell'anno ha toccato quota 14 milioni, in crescita del 96,86% rispetto al 2009 —, sul tavolo invece strategie che puntano da un lato a nuove strutture da gestire e sviluppare e dall'altro a iniziative per dare un'anima ai mattoni 'nudi e crudi', «trasformando sempre di più i centri commerciali in nuove piazze, punti di aggregazione dove non ci sia solo shopping, ma anche cultura, arte e spettacoli. Leggandoli al territorio». Con uno sguardo, infine, ai centri storici delle principali città italiane dove, nei prossimi mesi, si punta a lanciare «gallerie di negozi».

Così si sta muovendo sul mercato Igd (Immobiliare grande distribuzione), realtà attiva nel settore immobiliare della grande distribuzione. Lo racconta Claudio Albertini, 52 anni. È lui l'amministratore delegato di questa società —

con il quartier generale a Bologna e radicata sotto le Due Torri — quotata in Borsa sul segmento Star: gli azionisti di riferimento sono colossi della cooperazione, Coop Adriatica e Unicoop Tirreno, e tra gli investitori c'è un'altissima percentuale di stranieri. Missione, appunto, far pulsare a pieno ritmo i grandi templi del commercio.

I CONTI del primo semestre, come accennato, sono più che in ordine: ricavi per 59,53 milioni (meno 1,26% sullo stesso periodo del 2009), margine operativo lordo di 39,78 milioni (più 7,53%), risultato operativo di 32,27 milioni (più 29,92%). Il patrimonio immobiliare, inoltre, ha raggiunto un valore di mercato di 1 miliardo e 776 milioni di euro (comprensivo di Rgd, joint venture realizzata col gruppo Beni Stabili).

«C'è un altro dato — spiega Alber-

tini — da sottolineare: nel primo semestre abbiamo avuto circa 28 milioni di visitatori. Se si fa una proiezione sull'anno si raggiunge quasi il numero della popolazione italiana». I venti della crisi economica hanno soffiato pure sui cen-

STRATEGIE

«Il tipo di struttura dipende dall'immobile. Vorremmo partire proprio da Bologna»

tri commerciali — «l'andamento dei consumi ha un impatto diretto sulle nostre attività», osserva il manager —, ma Igd è comunque riuscita a mettersi al riparo. «La nostra politica — entra nei dettagli Albertini — è di stare vicino a chi lavora con noi», in pratica chi



affitta gli spazi. «E di sostenerlo con attività di marketing. L'obiettivo è appunto creare nuove grandi piazze, vive, con iniziative, spettacoli, presentazioni di libri e via dicendo».

IGD è presente in undici regioni. Tra gallerie, ipermercati e supermercati, altre strutture, ha ora in portafoglio 48 immobili; ne gestisce direttamente 14. Ad esempio, sotto le Due Torri, sono suoi il Centro Borgo, il Centronova e il Centro Lama, poi allargando lo sguardo fuori provincia, tra gli altri, ecco il 'giovanissimo' Le Maioliche di Faenza. Complessivamente i contratti aperti sono 825 e abbracciano diverse tipologie di attività — che popolano questi luoghi di commercio —: vanno dalle catene internazionali, Deca-

thlon è un esempio, a quelle italiane, fino a piccoli attori locali, come tabaccherie o lavanderie. «Entro la fine dell'anno — continua l'ad — è prevista l'apertura di altre due strutture, a Conegliano Veneto e a Palermo». E il futuro? «Sicuramente — risponde — al centro nord ormai c'è meno spazio per nuovi progetti, diverso il discorso per il sud. Opportunità ci sono in Sicilia o in Calabria. Altra strada per crescere è quella delle acquisizioni». E a Bologna ci sono complessi sul mercato. «Noi — precisa — ci muoviamo però solo in un'ottica di lungo periodo. Se acquistiamo lo facciamo per gestire almeno una ventina di anni». Tradotto: attenzione e idee chiare prima di mettere mano al portafoglio. Infine, il capitolo centri storici. «Nel nostro piano industriale,

abbiamo destinato circa 150 milioni — racconta Albertini — a investimenti nel cuore di alcune città. Anche a Bologna ci stiamo guardando attorno, valutando proposte: è da qui che vorremmo partire con la prima galleria». L'idea è realizzare appunto 'mini complessi' di negozi, «che si sviluppano in verticale o in orizzontale, dipenderà dalle caratteristiche dell'immobile», di dimensioni tra i 3mila e i 5mila metri quadri.

DA SEGNALARE che Igd ha braccia operative pure all'estero, in Romania. «Siamo presenti in 13 città — chiude Albertini —, in particolare di medie dimensioni, con 15 gallerie». In totale, il gruppo, tra Italia ed estero, ha circa 160 dipendenti.