

*Dopo una stagione di importanti investimenti, il nuovo piano strategico prevede di innovare l'offerta. Facendo del centro commerciale un luogo esperienziale*

di  
Francesco Oldani - @oldani\_f

Nel novembre 2018 Igd - Immobiliare Grande Distribuzione Siiq SpA, ha approvato il nuovo piano strategico valido per tre anni. Un piano che punta a dare maggiore valore alla stagione di grandi investimenti appena trascorsa con una particolare attenzione alla sostenibilità finanziaria. Mark Up ha incontrato Daniele Cabuli, direttore generale alla gestione e direttore commerciale.

#### Cosa prevede il nuovo piano strategico?

Consolidamento e sostenibilità. Il consolidamento deve passare per l'innovazione delle proposte tenendo al centro la sostenibilità finanziaria. Territorio, impatto sociale e responsabilità complessiva sono i fattori chiave su cui vogliamo lavorare e investire. Tutto questo mantenendo un forte impegno nel portare più gente possibile nelle nostre superfici che vantano il 97% occupancy.

#### Quale direzione ha preso Igd dopo il periodo di forte sviluppo appena trascorso?

Negli ultimi anni, lo sviluppo è stato per noi il filo conduttore della nostra strategia. Abbiamo investito 830 milioni di euro

## Igd punta a CONSOLIDAMENTO E SOSTENIBILITÀ

dal 2009 al 2018, aprendo diversi centri commerciali. Nell'aprile del 2018 abbiamo acquisito quattro gallerie commerciali da Eurocommercial che hanno completato una fase particolarmente importante e impegnativa per noi. Adesso è arrivato il momento di consolidare.

#### Cosa intendete per consolidamento?

Consisterà in operazioni di valorizzazione dei nostri asset. In particolare, proseguirà

lo sviluppo nella città di Livorno nella zona portuale con la rivitalizzazione delle ex Officine storiche di Livorno. Sono partiti i lavori che completeremo per aprire nel secondo semestre del 2020.

#### Quali sono i programmi di aggiornamento dei vostri centri commerciali?

Abbiamo in programma la rimodulazione delle gallerie commerciali in funzione del cambiamento che il retail ha subito in questi anni, con la riduzione delle superfici della gdo dei formati ipermercati. Coop Alleanza, conduttore principale dei nostri centri commerciali, ha già avviato un'operazione di riduzione e le superfici che si libereranno, entreranno nei nostri piani di riqualificazione. In tutto la rimodulazione comprenderà cinque ipermercati.

#### In che modo?

Inseriremo nuovi servizi, nuovo shopping e attività innovative legate alla ristorazione e al divertimento interpretando i nuovi trend che stanno coinvolgendo il retail. E vogliamo confrontarci con i nuovi canali in cui si svolgerà la competizione come l'eCommerce. Il cambiamento dei centri commerciali, in centri commerciali di servizi ed esperienziali, dove le persone

#### Food court: possono diventare la locomotiva del centro commerciale?

"Noi crediamo ancora molto nell'ancora alimentare. Secondo delle nostre ricerche, ancora oggi 7 consumatori su 10 entrano nel centro commerciale attirati dall'ancora alimentare. La food court è uno degli elementi che può compensare la minore attrattività dell'ancora alimentare anche se noi non pensiamo -come una certa linea di pensiero afferma- che possano arrivare a valere il 20% di superficie dei centri commerciali. In Italia le tradizioni sono diverse e la ristorazione mantiene una sua connotazione".

## RETAIL REAL ESTATE 2019

## Scenari

possono aggregarsi e fare attività anche alternative allo shopping, sono degli asset importanti per il futuro dei centri commerciali.

#### Come pensate di contrastare l'eCommerce?

Per noi l'eCommerce deve diventare un'opportunità. Si tratta di implementare attività nei centri commerciali che non siano aggredibili dal commercio elettronico, al posto di quelle che soffrono questo tipo di concorrenza. Per esempio, oggi abbiamo 21 studi dentistici dentro i nostri centri commerciali. E molto probabilmente, in alcune delle nostre strutture nasceranno delle cliniche e studi ambulatoriali di tipo privato. Tutto in un'ottica di un nuovo equilibrio economico sul quale stiamo lavorando. Recentemente abbiamo stretto un contratto con Notorius



DANIELE CABULI,  
direttore generale alla gestione  
e direttore commerciale

per il cinema a Centro Sarca. Stiamo analizzando il mercato rispetto a proposte di questo tipo che comprendono anche palchi per giochi elettronici e realtà virtuale.

#### In che modo l'eCommerce può diventare un'opportunità?

Stiamo ragionando in ottica omnichannel e proponendo ai nostri operatori commerciali forme alternative al commercio tradizionale: pensiamo a spazi di showroom, ad esempio abbiamo appena chiuso un contratto con Amazon per l'inserimento nei nostri centri commerciali dei locker. Così per ritirare quanto acquistato online, le persone vengono nel centro commerciale.

#### Recentemente avete siglato un accordo con Enerhub per l'installazione di 32 colonnine per la ricarica di auto.

**Rientra nella strategia di innovazione?**  
La mobilità sostenibile da qui ai prossimi anni sarà uno dei fattori chiave dello sviluppo compatibile con l'ambiente. Noi facciamo la nostra parte e ci stiamo attrezzando. Abbiamo siglato un accordo con Enerhub che fornirà 32 colonnine di ricarica in 18 dei nostri centri commerciali. Ogni colonnina è in grado di erogare fino a 44 kw di potenza attraverso i due punti di ricarica. Dobbiamo dare un contributo all'ambiente e cominciamo con un segnale evidente.

#### Marketing e servizi. Non è detto che ciò si trasformi in acquisti ...

Credo che il primo nostro dovere nel confronto dei nostri conduttori è quello di portare persone nel centro commerciale e che ne facciamo un punto di riferimento come se fosse una nuova piazza che attrae anche per il tempo libero. Così facendo rendiamo più probabili gli acquisti.

#### Come cambiano i contratti con i conduttori quando gli acquisti avvengono online?

Se ne discute a più livelli, anche e soprattutto in sede Cncc. Se parte degli acquisti avviene online dallo spazio di show-room, il fatturato del punto di vendita viene differito e siccome i contratti dei conduttori sono collegati anche al fatturato del punto di vendita, questo incide sull'intero sistema di gestione del centro commerciale. Queste situazioni sono da regolamentare con accordi condivisi. Occorre però dire che finora l'eCommerce in Italia non ha impattato in modo significativo sui fatturati dei centri commerciali.

#### Passiamo alle chiusure domenicali. Quanto il cambiamento del quadro normativo ha influenzato il vostro piano strategico?

È stato del tutto ininfluente perché crediamo che il piano del governo non verrà attuato. È un errore enorme costringere i centri commerciali alle chiusure domenicali e stiamo lavorando con il Cncc per trovare la strada che scongiuri questa denegata ipotesi. Non ha senso limitare lo sviluppo dei consumi e, conseguentemente, l'occupazione. Sono 50.000 i posti a rischio.

Igd già da tempo ha deciso di tenere chiusi i centri commerciali in alcune giornate di festa e oggi abbiamo mediamente 9 chiusure all'anno e siamo disponibili, così come il Cncc, a rivedere questo numero. Ma non siamo disponibili a limitare la possibilità delle aperture domenicali che oggi rappresentano circa il 18% delle vendite degli operatori commerciali. Le chiusure domenicali per i centri commerciali sono solo una mistura punitiva anche perché ci sono una molteplicità di categorie che lavorano di domenica. ☹