

Consumi/2. Secondo uno studio di Reno l'aumento è pari al 2%

Shopping center in crescita: 19 nuove aperture nel 2016

■ Gli shopping center rilanciano la sfida dell'e-commerce. In Italia quest'anno sono già stati inaugurati dieci centri commerciali, tra cui il Centro di Arese e Elnos Shopping di Roncadelle (Brescia), ed entro fine anno ne apriranno altri nove, con un aumento del 2% sul 2015. Nel 2017 tra shopping center, factory outlet e retail park sono previsti ulteriori 46 interventi tra ampliamenti e aperture, mentre un'altra ventina è prevista l'anno successivo. Secondo i calcoli di Reno, società specializzata del settore, sono più di 80 i nuovi poli dello shopping in fase di realizzazione che potrebbero aprire entro il 2019. A quel punto in Italia ci saranno almeno un migliaio di centri commerciali. Per il momento c'è un centro ogni 320 chilometri quadrati e con un bacino medio-secondo i dati presentati venerdì da Gian Enrico Buso, managing director di Reno - di 64 mila abitanti.

Anche questo comparto deve fare i conti con la lunga crisi e con la deflazione, che riducono il valore delle vendite: a parità di rete nei primi otto mesi dell'anno il calo è stato del 3 per cento. Eppure i segnali positivi non mancano: nel 2016 ha continuato a ridursi lo stock dei negozi che all'interno degli shopping center restano

sfiti, mentre i canoni per alcuni tagli di superficie, le più piccole e le più grandi, mostrano accenni di ripresa. Ci sono poi casi di sovradimensionamento dell'offerta come per i factory outlet: quelli inattività sono 29 (+4% sul 2015) e con le ultime aperture, stando agli addetti ai lavori, si è quasi raggiunto il livello di saturazione.

«Il comparto sembra stia uscendo dalla fase di stallo pro-

INNOVAZIONE

Tra dieci giorni verrà inaugurato Scalo Milano: moda, food e il Design district con 26 insegne dell'arredo e del mobile in un unico polo

vocata dalla crisi - commenta **Mario Resca**, presidente **Confimprese** -. Il *fashion* si conferma un settore in decisa crescita, su cui i retailer sono pronti a scommettere, e nel complesso il sistema sta reagendo per conquistare un consumatore sempre più digital».

Un consumatore che trova nuove offerte e format, come nel caso di Scalo Milano, progetto sviluppato a Locate Triulzi, nell'hinterland milanese, da Lonati Group e Promos, che tra dieci

giorni verrà inaugurato. Un'operazione da oltre 200 milioni, dove oltre alle irrinunciabili aree tematiche (moda e food), offre un collegamento diretto con Milano attraverso il network dei mezzi pubblici (la fermata del Passante è a cento metri da un ingresso dedicato). Con un'innovazione in più: la particolarità di Scalo Milano è infatti il Design district, con 26 insegne dell'arredo e del mobile riunite attorno a un unico polo.

«L'idea è venuta a mio padre Carlo, che voleva un'offerta diversa, originale, e riteniamo che oggi questo concept sia unico al mondo - racconta Filippo Maffioli, ad di Promos -. Nella fase due, che svilupperemo nell'arco di un paio d'anni, l'area design raddoppierà e il numero degli store dedicati alla casa passerà a 54».

Lavori in corso anche per i grandi negozi cittadini. Tra qualche settimana il colosso svedese dell'abbigliamento H&M isserà le proprie insegne su un intero palazzo in corso Buenos Aires a Milano, la via dello shopping meneghino. Un enorme store monomarca che avrà una superficie di oltre 3 mila metri quadri distribuiti su cinque piani.

E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

