

Cbre rilancia il potenziale di Centro Sicilia

La società cura la gestione e il lease management del complesso: per ottimizzare il mix delle insegne e incrementare l'attrazione

di Daniela Duranti



Con una superficie totale di circa 100.000 mq di Gla, Centro Sicilia è il più grande polo multifunzionale della regione. L'area commerciale integrata comprende un parco commerciale adiacente a uno shopping center di circa 41.000 mq di Gla. Un polo commerciale integrato con oltre 130 negozi, un cinema Uci con sette sale, numerose attività di servizio - tra cui un asilo e una ludoteca - e di ristorazione, il tutto servito da più di 5.000 posti auto. Numerosi e noti i marchi nazionali e internazionali presenti nel centro commerciale: Apple Store, Desigual, Lush, Pittarello, Tommy Hilfiger, Sephora, Zara, H&M, Timberland, Harmond & Blaine e Swarovski. Molti di questi brand hanno scelto Centro Sicilia per la loro prima apertura sul mercato siciliano. Nel parco adiacente, si segnalano Mc Donald's, Piazza Italia, Euronics, Pittarello, Bricoman e lo spaccio di Intimissimi, Calzedonia e Tezenis. A questi ope-

ratori si è aggiunta "Super Spaccio Alimentare" (8.700 mq), insegna di una catena siciliana di supermercati. Nei primi venti giorni dall'apertura della piastra alimentare, il centro ha registrato un aumento del 70% dei visitatori rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e il trend è tuttora in continua crescita.

Completamento del mix

Da giugno 2013 Cbre ha l'incarico di commercializzare e gestire il complesso, inaugurato nel 2011. I principali obiettivi sono il completamento dell'offerta e una gestione dell'immobile in grado di massimizzare le potenzialità reddituali e commerciali. Consolidando e posizionando l'intera struttura sul territorio, la strategia interviene a diversi livelli, e mette in risalto anche l'offerta merceologica per attirare un numero più elevato di visitatori e nuovi brand non ancora presenti sul territorio migliorando e affinando il merchandising mix. In par-

ticolare, la strategia di leasing mira a completare il segmento medio/alto delle insegne per conquistare la leadership sul territorio; dall'altro, a seguito dell'apertura dell'ancora alimentare, la strategia di commercializzazione prevede anche il completamento dell'offerta con l'inserimento di numerose attività di vendita e servizio complementari al supermercato, per creare un elemento di richiamo giornaliero. Per quanto riguarda il retail park, la commercializzazione si concentrerà sul completamento dell'offerta inserendo brand nazionali specializzati e attività di intrattenimento, sinergiche a multisala e ristorazione, in un'ottica di polifunzionalità e sostenibilità del parco e ottimizzazione del mix merceologico.

Obiettivi di gestione

Cbre è partita dall'analisi dei primi sei mesi di attività per un primo quadro di valutazione. La programmazione di eventi estivi ha

IL COMPLESSO PIÙ GRANDE DELLA REGIONE

Località: Misterbianco - CT

Apertura: giugno 2011

Livelli: 1

Gla complessiva (Shopping Centre+ Retail Park): 100.000

Unità: 138 (Shopping Centre) +16 (Retail Park)

Ipermercato: Super Spaccio Alimentare (8.749 mq)

Food Court: 12

Ancore: 29

Altri: 111 Fec - Magicabula - Brico Center - Bricoman

Multiplex: Uci Cinemas

Posti auto: 5.000

Sito Web:

www.centrosiciliashopping.eu

Commercializzazione:

Marcello Zanfi - Lorenzo Land
CBRE SRL; email: cbre-srl@cbre.com - web: www.cbre-srl.com

Direzione: Rossano Contessa - CBRE SRL

PER VEDERE IL CENTRO:

http://www.gdoweektv.it/articoli/o,1254,70_ART_4085,00.html

vivacizzato la food-court. Alle associazioni presenti nell'area il centro offre una piazza per realizzare attività fondamentali per l'integrazione nel tessuto sociale. Per massimizzare il coinvolgimento della clientela, l'evento "Sicilia's got talent" è rivolto a tutti gli appassionati di danza, canto, musica e arte, offrendo loro un palcoscenico dove potersi esibire. Allo studio anche un'integrazione all'offerta dei servizi alla clientela, per rendere ancora più accogliente la galleria. ■