

I PROSSIMI INTERVENTI SULLA FOOD COURT PER RIQUALIFICARE UN'AREA STRATEGICA DEL CENTRO

Via Larga cambia look dopo 15 anni per colpire nuovi target

Daniela Duranti *

Da quando **MARK UP** tratta il tema dei centri commerciali, riaffiora periodicamente il problema dell'obsolescenza dei centri commerciali: l'intero settore ne era già consapevole anche prima che scoppiasse la bolla americana, e più volte, in occasione di convegni e incontri, è stato giustamente ricor-



1. *Scelte tecniche e architettoniche più orientate all'ambiente e al risparmio energetico*
2. *Offerta merceologica più ampia. Inserimento media superficie di elettronica*
3. *Più comfort per i visitatori attraverso un rinnovato mix di luci, linee, arredi e colori*

dato che nella nostra penisola esistono centri commerciali ormai datati, inaugurati, cioè, più di dieci o quindici anni fa.

Queste strutture, se non opportunamente mantenute in efficienza e rese periodicamente più attuali con specifici interventi, possono invecchiare dal punto di vista commerciale e finanziario, diventando quin-

di poco attraenti agli occhi del consumatore finale, e meno appetibili dal punto di vista di eventuali investitori interessati all'acquisizione. L'obsolescenza può riguardare il layout, se questo è vincolato da schemi fissi e troppo classici rispetto agli ultimi standard in voga; il merchandising mix, se è marcata la presenza di brand che non rispecchiano più la richiesta dei consumatori; la struttura se questa non risponde ai canoni estetici, energetici o strutturali necessari per essere considerata moderna e al passo con i tempi.

Il centro commerciale Via Larga poteva essere considerato, fino a poco tempo fa, uno di questi centri a rischio di obsolescenza.

Aperto nel 1994, Via Larga si trova nella prima periferia di Bologna, all'interno di un quartiere molto popolato oggetto di un'importante opera di riqualificazione urbana, visibile dall'autostrada e dalla tangenziale della città emiliana.

La location scelta per la costruzio-

Centro commerciale Via Larga

| | |
|---|---|
| Apertura | 12 ottobre 1994 |
| Primo ampliamento | marzo 2002 |
| Acquisizione da parte dell'attuale proprietà | 2002 |
| Inaugurazione del restyling | 11 settembre 2009 |
| Localizzazione | urbana |
| Numero di livelli | 1 |
| Posti auto | 1.300 |
| Totale attività commerciali | 44 |
| Ipermercato | E. Leclerc-Conad |
| Attività di ristorazione | 4 |
| Attività di servizio | Banca, agenzia viaggi, edicola, tabacchi, ricevitoria, parrucchiere, tacchi e chiavi, farmacia. |
| Proprietà | Fondo Bnl Portfolio Immobiliare (Bnp Paribas Reim Sgr p.a.) |
| Commercializzazione e gestione | Cbre- Espansione Commerciale srl |
| Direttore | Fabrizio Pacini Cbre - Espansione Commerciale srl |
| Progetto | Kconsult engineering <small>Fonte: Cbre - Espansione Commerciale srl</small> |

ne si è dimostrata nel tempo un punto di forza di questo progetto. Il centro, infatti, a distanza di anni, rappresenta ancora non solo un luogo di riferimento per l'intero quartiere e per il bacino d'utenza

primario ma è diventato, nel tempo, uno dei capisaldi della distribuzione commerciale nell'area di riferimento.

La location, quindi, è uno dei pochi elementi che, in questo caso, non

correva il pericolo di essere considerata superata.

Al contrario, la localizzazione urbana è assolutamente in linea con i più recenti trend del mercato che vedono un ritorno ai centri commerciali non di dimensioni particolarmente enormi e di facile accesso.

Per rispondere all'inevitabile obsolescenza dell'immobile, la proprietà del centro, Bnp Paribas Reim, da qualche anno ha messo a disposizione tempo, risorse e denaro per trovare soluzioni che permettessero di presentare un centro più moderno, piacevole e funzionale ma, allo stesso tempo, che consentissero all'immobile di mantenere il suo valore, senza perdere appeal commerciale.

Lo scorso 11 settembre è stato presentato, infatti, alla stampa e agli operatori, il restyling strutturale di Via Larga che ha concluso un processo di ammodernamento iniziato più di due anni fa con una serie di lavori di ricomercializzazione degli spazi e di miglioramento del merchandising mix che hanno riguardato la galleria.

"Abbiamo realizzato la ristrutturazione del centro non pensando di ottenere una maggior redditività dall'aumento degli affitti, ma per

Chi è BNP PARIBAS REIM SGR p.A

- Bnp Paribas Reim Sgr p.a. (già Bnl fondi immobiliari Sgr p.a.) è una società di diritto italiano, costituita nel 1998, con sede legale e operativa in Milano e uffici a Roma. La società, la cui intera partecipazione è detenuta da Bnp Paribas Sa, ha per oggetto sociale la prestazione del servizio di gestione collettiva del risparmio che si realizza attraverso la promozione e l'istituzione di fondi comuni di investimento immobiliare chiusi, la loro gestione (siano essi di propria o altrui istituzione) nonché l'amministrazione dei rapporti con i partecipanti.
- Vittorio Saquella è responsabile dell'area retail di Bnp Paribas Reim, si occupa di coordinare la gestione di tutti gli asset a destinazione commerciale di proprietà dei fondi gestiti dalla società e ricopre la carica di fund manager del Fondo quotato Estense G.d. e del Fondo K2 riservato a investitori qualificati.
- È entrato in Bnl fondi immobiliari (oggi Bnp Reim) nel 2003 con l'incarico di fund manager del Fondo Estense Grande Distribuzione.

augmentare il valore dell'immobile rendendo gli affitti sostenibili, incrementando l'efficienza commerciale della struttura -precisa Vittorio Saquella, responsabile dell'area retail di Bnp Paribas Reim -. Il nostro sforzo economico è stato finalizzato soprattutto a conservare il valore della struttura, a mantenere un profilo di rischio più basso per una migliore commercializzazione dell'immobile".

INTERVENTO SUL MERCHANDISING

"Il rinnovamento di Via Larga parte però da più lontano - continua Vittorio Saquella -. Dal 2007 è infatti in corso un processo di rinnovamento della galleria sviluppatosi in due fasi. La prima, caratterizzata da un attento lavoro di riorganizzazione del merchandising mix, ha comportato spostamenti di negozi esistenti in nuove posizioni. Questa riorganizzazione ci ha consentito l'inserimento di un punto di vendita Uprim di circa 1.450 mq di Gla e successivamente ci ha permesso di ricavare una nuova grande unità in cui lo scorso mese di aprile ha aperto Euronics.

In particolare, si è sentita l'esigenza di introdurre due medie superfici che rendessero il mall più equilibrato e in linea con il format di altri centri di più recente costruzione. Una volta riconfigurato il layout

della galleria si è proceduto con il restyling."

"L'inserimento di due medie superfici con un elevato numero di referenze - spiega Anna Paltrinieri responsabile commercializzazione di Cbre-Espansione Commerciale, società che cura la commercializzazione e la gestione di Via Larga

da molti anni - insieme alla recente introduzione di merceologie più targettizzate come può essere un negozio di videogiochi o di brand legati alla moda non solo giovane, ci ha permesso di ampliare molto il target dei consumatori del centro che, oggi, è in grado di soddisfare le esigenze di un'ampia fetta di consumatori. I prossimi interventi sono previsti nell'ambito della ristrutturazione, per completare l'offerta e riqualificare un'area del centro che da sempre costituisce un'importante attrattiva commerciale e di consumo".

RETYLING STRUTTURALE

Dal punto di vista strutturale, l'intervento di restyling è avvenuto a centro commerciale aperto e attivo. Questo ha permesso ai tenant esistenti di continuare a operare, nonostante i disagi causati inevitabilmente a operatori e visitatori. Gli interventi principali sulla struttura hanno riguardato, tra gli altri, il rifacimento della pavimentazione con materiali più moderni e resistenti, l'inserimento di nuovi elementi di arredo più confortevoli e

BNL PORTFOLIO IMMOBILIARE

Bnl Portfolio Immobiliare è il primo fondo immobiliare chiuso realizzato da Bnp Paribas Reim Sgr, avviato nel maggio 2000, con una durata di 10 anni e quotato presso la Borsa italiana da gennaio 2002. Al 30 giugno 2009, il fondo, sottoscritto a suo tempo da circa 21.000 investitori, ha un attivo di 459 milioni di euro e un portafoglio diversificato di 21 immobili ubicati in Italia e in Europa. Tra gli asset italiani, il centro commerciale Via Larga di Bologna, primo caso d'investimento nella grande distribuzione effettuato da un fondo immobiliare.



Prima del restyling: immagine della galleria di Via Larga nel 2007

alla moda, una nuova illuminazione che, esaltando anche il gioco di vele di tessuto utilizzate nell'area centrale della galleria, utilizza nuove tecnologie che consentono un risparmio energetico superiore al 10%.

Sempre con l'obiettivo di ridurre i consumi e con un occhio rivolto all'ambiente e alla sua conservazione, anche l'applicazione di una pellicola autoadesiva trasparente serigrafata sulle lastre vetrate della copertura della galleria permette un notevole risparmio sui costi di condizionamento e riscaldamento, contenendo, quindi, anche i costi di gestione. Questa soluzione riduce sia l'irradiazione solare all'interno nei mesi estivi sia la dispersione del calore durante il periodo invernale.

"Alle richieste degli operatori che ultimamente chiedevano in maniera indiscriminata riduzioni di canoni per affrontare meglio la crisi, abbiamo preferito rispondere con un'operazione strutturale e con una strategia di medio-lungo periodo piuttosto che con interventi

La nuova illuminazione permette di ridurre il consumo energetico

singoli e una tantum - spiega Vittorio Saquella -. Molto spesso la riduzione dell'affitto non risolve i veri problemi; in questo modo siamo comunque venuti incontro ai nostri affittuari, investendo per rendere il centro commerciale più competitivo e abbattendo i costi di gestione che possono incidere anche notevolmente sul bilancio di un singolo negozio, dimostrando allo stesso tempo il nostro interesse e la nostra volontà di scommettere ancora su questo centro".

Quando Bnp Paribas Reim lo ha acquisito per conto del Fondo, Via Larga era uno dei principali centri di Bologna e del circondario. L'intervento di manutenzione è stato possibile perché l'acquisto ha coinciso



con un momento in cui valori di mercato degli immobili, livello degli affitti e andamento del fatturato dei negozi permettevano margini per prevedere una ristrutturazione.

Per Via Larga è stato strategico intervenire poiché l'obsolescenza del progetto, la crescita di numerosi concorrenti nella zona e le problematiche derivanti dalla congiuntura economica stavano provocando una perdita di competitività e un conseguente calo fisiologico dei fatturati. Era evidente che se non avessimo agito l'immobile avrebbe inevitabilmente perso valore.

Con questo restyling - continua Saquella - abbiamo reso Vialarga capace di competere con i concorrenti più giovani, consentendogli di offrire ai consumatori una struttura con caratteristiche in linea con gli standard attuali.

Una cornice più fresca e nuova, unita alla presenza sul mercato da oltre 15 anni pensiamo possano essere elementi interessanti da valutare anche per elevare la qualità delle insegne esistenti.

L'investimento è stato valutato pensando al rendimento per i nostri sottoscrittori e lo stesso criterio ci ha guidato nell'acquisizione di

altri immobili simili che oggi sono inseriti nel fondo Bnl Portfolio Immobiliare" conclude Vittorio Saquella.

UNO SGUARDO AL MERCATO

Oggi sono numerosi i centri nelle stesse condizioni di Via Larga. Progetti con localizzazioni interessanti e un buon bacino d'utenza ma obsoleti, perché aperti da più di dieci anni e alle prese con la concorrenza di strutture più moderne e spesso di maggiori dimensioni.

"Con le adeguate competenze, i criteri di costruzione e di logica commerciale possono sicuramente essere rivisti in moltissimi casi - spiega Vittorio Saquella -. Le proprietà, però, si trovano spesso di fronte a un problema che poco ha a che fare con le esigenze commerciali di questo particolare tipo di asset. Gli immobili a destinazione commerciale acquisiti principalmente nel biennio 2007-2008 sono stati quasi sempre valutati come meri asset finanziari, con rendimenti bassi ma destinati a crescere o a perdurare nel tempo come se si trattasse di bond. Considerati i risultati dei centri commerciali aperti nell'ultimo triennio, credo che tutti abbiano capito che si è trattato di un gravissimo errore.

Oggi chi si ritrova in questa situazione non ha margini per ipotizzare di creare valore per il fondo con un intervento di questo tipo. In realtà il valore di un centro commerciale è basato principalmente sulla capacità di fatturato delle attività commerciali presenti al suo interno che, oggi più che mai, per essere mantenuta, necessita di un asset management specializzato e costante. Nel mercato attuale qualunque analisi all'acquisto di un asset di questo tipo, oltre a ben valutare la sostenibilità degli affitti, non può non considerare anche i costi relativi alle necessarie riconfigurazioni del merchandising mix e gli accantonamenti necessari a realizzare tali interventi. Tale attività può essere poco importante in immobili nuovi, ma è fondamentale se l'immobile ha già qualche anno."

***Cbre - Espansione Commerciale**



Come spiega nell'articolo Vittorio Saquella, responsabile area retail di Bnp Paribas Reim, la riqualificazione di un centro commerciale può essere una risposta concreta alle richieste, spesso indiscriminate, di riduzione degli affitti