

Spazio Futuro Group punta sull'innovazione

La società milanese riafferma la propria leadership nel pilotage dei centri commerciali. Lo sviluppo prosegue attraverso le partnership nella sostenibilità

di Enrico Biasi

Pochissimi protagonisti della scena dei centri commerciali possono vantare l'anzianità di servizio di Roberto Bramati, comandante in capo di Spazio Futuro Group (SFG), pluristratificata realtà milanese che, nell'arco di oltre trent'anni di attività, partendo dalle progettazioni e dalle realizzazioni di punti di vendita e di spazi per la ristorazione, ha colto ulteriori opportunità e ampliato viepiù il proprio raggio d'azione, imponendosi quale leader di mercato nel segmento del pilotage evoluto per le strutture organizzate (vero e proprio marchio di fabbrica di SFG) ed estendendo via via i confini operativi dei suoi servizi tecnici integrati, in virtù di un inconcusso penchant per l'innovazione, sostenuto da competenze specialistiche e vocazione alla partnership; nonché dal pragmatismo tutto meneghino del lider maximo: che si riflette anche nel tono delle considerazioni svolte relativamente all'odierna temperie.

■ **Il macroscenario politico-economico-finanziario non è dei più tranquillizzanti: molteplici incognite condizionano le potenzialità di rilancio del Paese, ma per il premier Mario**

Monti "la luce della ripresa si vede" e il 2013 sarà l'anno della svolta...

Premesso che è prematuro trarre definitive conclusioni circa l'operato dell'attuale governo, sceso in campo in un delicato frangente per cercare di arginare una situazione che stava diventando incontrollabile, con lo spread schizzato ben oltre il livello di guardia e la nostra credibilità internazionale in picchiata, i vari provvedimenti adottati, portato di un'inevitabile mediazione tra le diverse componenti che lo sostengono, se da un lato hanno consentito di evitare il peggio, nell'immediato, dall'altro sembrano essere caratterizzati da un eccesso di rigidità (altra cosa è il rigore), dando l'idea che l'unico elemento rilevante sia il pareggio di bilancio. In aggiunta a tagli della spesa spesso indiscriminati, si è scelto di utilizzare la leva fiscale senza fare troppi complimenti, penalizzando peraltro i soliti noti. E la legge di stabilità del 2013, salvo successive modifiche, è un altro duro colpo al portafoglio dei consumatori: vogliamo parlare del nuovo aumento dell'Iva?

■ **"L'effetto composto della riduzione dell'Irpef, dell'aumen-**



Chi è Roberto Bramati

Classe 1951, laureato in Architettura, Cavaliere del Santo Sepolcro, due figlie e tre nipoti (egualmente appartenenti all'altra metà del cielo), Roberto Bramati è un quintessenziale esempio di milanesità non ariosa, nonché un cultore della migliore tradizione ambrosiana: una matrice che declina anche nella sua privatissima veste di chef (la sua passione per la cucina è stata propedeutica a quella professionale per la ristorazione). Nel suo buen retiro valtellinese ama alternare fornelli e sci.

to dell'Iva e del taglio delle deduzioni e detrazioni fiscali costerà 2,5 miliardi di euro" per la Cgia di Mestre: "una stangata che rischia di mettere in ginocchio le famiglie già stressate da una crisi che dura ormai da 4 anni"

Vessare i consumi interni, già diminuiti in misura considerevole (e secondo l'Istat il potere d'acquisto è sceso del 4,1% in un anno) non può che determinare spiacevoli conseguenze: in senso generale e in rapporto all'andamento dell'industria degli shopping centre, che ha già registrato un decremento allarmante, come attesta l'Indice Nazionale per il valore delle vendite dei centri commerciali elaborato dalla Commissione Consultiva Research CNCC.

Lo stesso Monti ha dichiarato che il pareggio "rimane per noi un'ancora di politica di bilancio, ed è l'aspetto che è stato apprezzato a livello europeo e che ha consentito all'Italia di contribuire attivamente a un quadro di politica economica europea che si è fatto più sensibile alle politiche di stabilizzazione e di crescita". Eccoci al punto cruciale: al netto dei proclami di alcuni esponenti governativi, di misure che agevolino lo sviluppo se ne sono viste poche. E leggero ieri che "Nei Paesi dell'austerità il debito continua a salire", per citare il titolo dato a un ampio servizio de Il Sole 24 Ore.

■ **Certi virtuosi del linguaggio (pseudo) performativo mi ricordano I Soliti Ignoti (Er Pantera: "Ferribotte è uomo di poche parole, ma ogni frase che dice è una sentenza"... Ferribotte: "Chi beve birra campa cent'anni!"... Er Pantera: "Che vi dicevo?")...**

Colgo e glisso, sottolineando il bisogno di coerenza e di concretezza. Prendiamo le banche: la demagogia si spreca, ma un fatto è accertato: gli istituti tengono i rubi-



Forum Palermo è uno dei centri commerciali per i quali SFG ha curato il pilotage. Fra i progetti più recenti, Adriatico 2 (Portogruaro) e San Giuliano a San Giuliano Milanese (con Esselunga).

netti chiusi, mentre le aziende anaspiano. Dopo avere comperato a mani basse i Btp al 5% con il denaro fornito munificamente dalla Bce al tasso dell'1% (offerta che non disdegnerei, come imprenditore), si sono ben guardati dal sostenere l'economia reale. In ambito immobiliare, l'accesso al credito è diventato un'impresa titanica: e a risentirne è in particolare la pipeline di sviluppo, con troppe iniziative rinviate sine die, che è lecito dubitare possano vedere la luce. Il ridimensionamento del credito a breve scadenza (quello che garantisce la liquidità per la cassa: stiamo parlando di stipendi e fornitori), poi, sta risultando esiziale. Il vero problema non è alimentare il flusso delle commesse, malgrado i chiari di luna, ma riuscire a riscuotere il dovuto in tempi ragionevoli. Senza carburante, si può viaggiare soltanto a spinta...

■ **Veniamo all'operatività di SFG. Siete reduci dalle concomitanti aperture di due distinte strutture: segnatamente l'ampliamento di Adriatico 2 (Portogruaro - Ve) e San Giuliano (San Giuliano Milanese). Qual è stato il perimetro del vostro intervento?**

Nel primo caso, il centro esistente si è arricchito di 47 unità, per

un totale complessivo di 111 negozi, oltre all'iper Carrefour. SFG ha seguito il pilotage, per conto di Lsgii, filiale italiana della transalpina Lsgi, guidata da Robert de Balcany, uno dei protagonisti assoluti della scena europea, con il quale abbiamo esordito nel 2002, conducendo all'apertura il novarese San Martino 2: a testimonianza del grado di fidelizzazione dei nostri interlocutori, che continuano a sceglierci dopo avere sperimentato i servizi di SFG. In parallelo, abbiamo assistito una ventina di insegne con la formula del "contract", totale o modulare. Medesima impostazione per quanto riguarda San Giuliano (50 negozi + Esselunga). Entrambi i centri sono stati aperti nei tempi previsti e nel rispetto dei budget assegnati: un impegno su due fronti che bissa il successo delle contestuali inaugurazioni di Campania (Marcianise - Ce), e Auchan (Cinisello Balsamo - Mi) nel 2007.

Mi viene in mente un motivetto d'antan del versatile artista Rodolfo De Angelis ("Ma cos'è questa crisi?", 1933), la cui prima strofa recita: "Si lamenta l'imprendario che il teatro più non va/ma non sa rendere vario lo spettacolo che dà"/"ah, la crisi!"... "Metta in scena un buon autore/

faccia agire un grande attore e vedrà.../che la crisi passerà!"...Fuori di metafora, in termini endogeni innovare è essenziale, per gli shopping centre non meno che per i singoli operatori, soprattutto nei momenti di transizione. Nell'ottica della crescita dei centri, è infatti fondamentale andare oltre la standardizzazione, accogliendo nuove proposte e integrando i merchandising mix: in aggiunta a beni e servizi tradizionali, è necessario valorizzarne la componente esperienziale, rendendoli sempre più luoghi di frequentazione a tutto tondo. Penso alla food court in versione 2.0: un elemento chiave della più ampia dimensione delle leisure, sebbene la persistente tendenza all'omologazione ne sminuisca il potenziale. Per quanto attiene invece a SFG, l'affinamento della nostra capacità di assicurare servizi integrati che coprono dalla progettazione all'assistenza post-apertura, razionalizzando struttura e forniture, si è rivelato un atout decisivo. Non rinunciamo comunque a sperimentare nuovi approcci. In materia di sostenibilità, per esempio, oltre a far parte di Green Building Council Italia, abbiamo intrapreso un percorso che ha condotto alla formazione di professionisti interni specializzati nelle declinazioni di Breeam (BRE Environmental Assessment Method), il primo e più diffuso protocollo di valutazione su scala mondiale. Inoltre, abbiamo appena ottenuto la certificazione ISO 14001 in ordine alla gestione ambientale. E rispetto al tema dell'efficienza energetica, la nostra recente partnership con Escogi3 sta già dando significativi frutti.

■ **Insomma, a dispetto dei condizionamenti esogeni: "Chi ce l'ha li metta fuori/circolare miei signori e chissà.../che la crisi finirà!"** Indulgendero alla sintesi... ■