

FATTIBILITÀ E SUCCESSO DEGLI EVENTI DIPENDONO ANCHE DALLE CARATTERISTICHE DEL BACINO D'UTENZA

I centri commerciali possono attrarre non solo per lo shopping

Claudio Ghidotti*

Cattedrali nel deserto. Così erano spesso definiti i centri commerciali. Una volta erano considerati alla stregua di luoghi funzionali soltanto all'esigenza di consumo. Negli ultimi quindici anni la società italiana è cambiata radicalmente, e i centri commerciali, che ne rappresentano a loro modo uno spec-

1. Il network di Gallerie Commerciali Italia permette di sperimentare nuovi progetti pilota

2. Gci considera strategici anche uffici comunali, studi professionali e poliambulatori

chio, hanno assunto un ruolo meno smaccatamente commerciale, diventando anche un luogo d'incontro, per passare il tempo, rileggendo in una chiave contemporanea e funzionale le piazze dei centri urbani. Le aree specializzate nella ristorazione (food-court), i cinema multisala, le palestre, sono alcuni dei servizi che si sono aggiunti nei centri commerciali di terza e quarta generazione. Più di recente stanno entrando uffici comunali, studi

professionali e poliambulatori. Frequenti i parchi giochi e le aree per i bambini, le nursery.

Come Gallerie Commerciali Italia, il più importante ed esteso network di centri commerciali italiani, abbiamo vissuto direttamente questi cambiamenti, fungendo talvolta da agenti della trasformazione, captando nuovi bisogni e rispondendo con la creazione di spazi nuovi, basati sulla polifunzionalità, sul comfort, sulla praticità. La convenienza resta un fattore trainante, abbinato, però, a un marketing mix sempre più complesso e trasversale rispetto ai vari stili di vita.

ARTE, MUSICA E FOTOGRAFIA

Il nostro profilo di network nazionale ci ha infine permesso di sviluppare progetti pilota, spesso coraggiosi, di misurarne la performance e di trasferire il successo di un singolo centro sugli altri 46 da noi gestiti in tutta Italia. Anche sotto l'aspetto sociale e culturale abbiamo pro-



Il centro commerciale di Monza è il primo, e tuttora unico in Italia, interamente sviluppato sotto terra. In superficie si sviluppa un parco di circa 70.000 metri quadri attrezzato con spazi gioco, percorsi fitness e aree picnic

mosso iniziative di rilievo, non di rado innovative: due esempi sono la mostra fotografica sui diritti umani "Coraggio" della Robert Kennedy Foundation, portata per la prima in un centro commerciale, e il percorso esperienziale "buio-buio" realizzato con l'Istituto dei Ciechi di Mi-

lano. In ogni centro commerciale prevediamo strutture ed eventi dedicati alla cura e all'intrattenimento dei più piccoli: dalle mostre sugli eroi dei fumetti, a parchi giochi per l'infanzia fino agli speciali carrelli iper per far vivere anche ai piccolissimi lo shopping dei grandi.

Tornando al tema arte e cultura, abbiamo ospitato all'interno del centro commerciale di Rescaldina una mostra di Maurizio Galimberti, fotografo di fama internazionale (sono notissimi i suoi ritratti di George Clooney, Sting, Johnny Depp, Sofia Coppola e Lady Gaga). Nel contempo promuoviamo anche artisti locali, attraverso accordi con atelier, scuole e gallerie.

***direttore commerciale di Gallerie Commerciali Italia**

Gallerie Commerciali Italia (Gci)

è la società leader nel settore immobiliare della grande distribuzione italiana. Fa capo ad Auchan, che ne detiene la maggioranza (51%) e a Simon Property Group (49%).

Gci copre tutte le principali fasi della filiera: acquisto, promozione, commercializzazione, locazione e gestione immobiliare dei centri e dei parchi commerciali, su un portafoglio di shopping centre che assomma una Gla totale di circa 500.000 mq.

Il 40% circa degli operatori presenti nei centri commerciali facenti capo a Gci sono imprenditori locali.