

Commercio. Segnali positivi

Il terziario bresciano reagisce al calo dei consumi

+3,4%

L'INCREMENTO DEGLI INGRESSI
AL CENTRO COMMERCIALE

L'anno scorso il sistema di conta
dei visitatori con **telecamere
termiche** ha registrato **7 milioni
e 380 mila passaggi** contro i 7
milioni netti dell'anno precedente

80

I MILIONI DI EURO DI FATTURATO
DEL CENTRO COMMERCIALE

Gli incassi 2013 in linea con quelli
del 2012: **abbigliamento
e calzatura** da soli valgono
quasi la metà del totale (44,8%)
La **ristorazione** è al 14,2 per cento

IL BILANCIO. Il grande centro di via Fratelli Ugoni ha archiviato un 2013 più che positivo. E i primi dati del 2014 confermano il trend. «Merito di tre fattori vincenti»

Il Freccia Rossa più forte anche della crisi

L'abbinata shopping-ristorazione si conferma vincente: in aumento sia i «visitatori» sia il fatturato
Pessina esalta i legami con la città

Angela Dessi

Il commercio arranca? Non al centro commerciale «Freccia Rossa», che in barba a una contrazione dei consumi diffusa e generalizzata ha chiuso il 2013 con le vendite a quota 80 milioni di euro, un dato in linea l'esercizio precedente. Anche le visite danno soddisfazione: se nel 2012 gli ingressi registrati dal sistema a telecamere termiche erano stati 7 milioni, nel 2013 sono diventati 7 milioni e 380 mila, con un incremento del 3,4 per cento.

«Siamo molto soddisfatti delle performance di questa struttura, a maggior ragione in un periodo difficile come l'attuale», commenta José Maria Robles, property manager per l'Italia di Sonae Sierra, la società internazionale che gestisce la struttura e ne detiene il 50 per cento della proprietà (un altro 40 per cento è dell'americana Aig Real Estate Partners, il restante 10 per cento dell'italiana Coimprell).

Per Robles, come per il direttore Stefano Pessina, la chiave del successo del Freccia Rossa è da identificarsi in tre fattori: l'aver saputo organizzare un mix di offerta merceologica adeguato alla clientela, l'aver valorizzato la cosiddetta «co-

sumer experience» e l'aver adeguatamente investito su un marketing dagli obiettivi specifici, in particolare modo puntando sul potenziamento del legame con la città, i suoi ritmi e le sue aspettative per il tempo libero.

«Anche quest'anno il sapere integrare con il tessuto urbano e il voler andare oltre le mere funzioni del centro commerciale accogliendo eventi culturali, sociali e dedicati ai giovani hanno fatto la differenza», dice Pessina chiamando in causa non solo la consolidata iniziativa studentesca del Booktrailer, ma anche i numerosi eventi benefici, i concerti e gli spettacoli di cabaret cui il Freccia Rossa ha fatto da teatro. Tutti elementi che contribuiscono a far aumentare l'appello del centro, che nel passato esercizio ha mantenuto un tasso di occupancy del 98,8 per cento (la media nazionale è 92,0). Il trend decisamente positivo, peraltro, è confermato anche dai primi mesi del 2014, sia sotto il profilo degli accessi sia delle vendite e del turnover delle attività, con 3 nuove realtà (su 108) che apriranno i battenti entro i primi di luglio: oltre a «Bata Calzature» (che sostituirà «Natura»), un nuovo negozio di abbigliamento uomo («Dan John») e una nuova



José Maria Robles, property manager Italia di Sonae Sierra, e il direttore del «Freccia» Stefano Pessina

**L'occupazione
degli spazi sfiora
l'«esaurito»:
98,8 per cento
contro una media
nazionale del 92,0**

**Il mese prossimo
apriranno tre
nuove attività:
Bata Calzature,
Dan John
e La Mariuccia**

attività di ristorazione («La Mariuccia»). Proprio i settori della ristorazione e dell'abbigliamento e calzature, del resto, costituiscono la punta di diamante per gli introiti del Freccia Rossa: se il primo convalida il 14,2 per cento delle vendite, il secondo ne detiene addirittura il 44,8, confermandosi uno snodo strategico per l'intera struttura.

POSITIVE ANCHE le performance della «casa madre» Sonae Sierra, proprietaria di ben 47 centri commerciali - 85 se si considerano anche quelli dei quali detiene la sola gestione - dal Portogallo all'Algeria dal Brasile alla Colombia, dal Marocco alla Germania, dalla Gre-

cia alla Spagna, dalla Turchia all'Azerbaijan. In Italia, la società, oltre al Freccia Rossa, possiede «Gli Orsi» di Biella e «Le Terrazze» di La Spezia e nel corso dell'anno diventerà operativa anche la gestione de «Le Perle» di Faenza.

Complessivamente, Sonae Sierra gestisce 1,9 milioni di metri quadrati di superficie affittabile (gla) per 5,6 miliardi di euro di Open Market Value: le visite nei vari centri commerciali hanno toccato quota 406 milioni. La società italiana ha chiuso il 2013 con un fatturato di oltre 368 milioni di euro (+2,7 per cento sul 2012) e oltre 27 milioni di visite (+2,4 sull'anno precedente). ●

© FOTOGRAFIE RISERVATE