

Outlet, a rischio l'11,4% dei ricavi

CHIUSURA DOMENICALE

Allarme conti per i negozi
Affitti da rinegoziare con
40 giorni in meno all'anno

Salgono le preoccupazioni dei negozianti dei centri commerciali sulla stretta sulle domeniche di apertura ipotizzata dal governo. Molti esercenti temono, con 40 giorni in meno l'anno, flessioni del fatturato: le vendite nelle domeniche valgono l'11,4% dei ricavi annuali (stime Iri-Infoscan) di ipermercati e supermercati, ma per alcune attività il

calo rischia di superare il 20%. Inoltre i canoni di affitto dei negozi in un centro commerciale andranno corretti al ribasso. In Italia sono attivi 1.214 centri commerciali, con un fatturato complessivo di 51 miliardi l'anno e con 553 mila addetti. In allarme anche gli outlet village.

Gervasio e Orlando

— a pagina 5

Centri commerciali in allarme A rischio i bilanci dei negozi

CHIUSURA DOMENICALE

Le vendite valgono
l'11,4% ma per alcune
attività superano il 20%

Con 40 giorni in meno
all'anno i canoni di affitto
diventano meno sostenibili

Luca Orlando

Dal nostro inviato

ARESE

«Qui pago 250 mila euro all'anno di affitto. Ma se resto chiuso tre domeniche su quattro bisognerà rinegoziare». Il problema che solleva Angelo non è affatto marginale. La sua gioielleria, inserita nel maxi-centro commerciale di Arese, è solo una delle oltre 200 attività che a metà 2016 hanno deciso di insediarsi qui alle porte di Milano, attratte dalla prospettiva di flussi di visitatori garantiti sette giorni su sette, 361 giorni all'anno. Uno scambio in fondo onesto, il prezzo di equilibrio tra domanda e offerta: per stare qui (nel 2017 500 milioni di ricavi e 12 milioni di presenze) paghi molto ma incassi anche parecchio.

Una eventuale "stretta" sulle domeniche di apertura, come nelle intenzioni del Governo, andrebbe però a modificare i termini del-

l'equazione. Angelo, che non è affatto un difensore della liberalizzazione assoluta e che preferiva lo schema precedente al decreto Monti, ha però un'idea chiara: «tornare indietro - spiega - adesso è complicato, se le ipotesi del Governo si avverassero per noi vedo un calo nell'ordine del 20%».

Stime un poco meno drastiche vi sono nel negozio di abbigliamento al primo piano. «Con 40 domeniche di chiusura - spiega Matteo, direttore del punto di vendita - secondo me perdiamo il 10-15 per cento dei ricavi: ora qui siamo 40 ma un calo dell'organico sarebbe fisiologico».

Un guaio per i negozianti e per i lavoratori, ma in prospettiva anche per il gestore della struttura, una controllata del gruppo Finiper. Se l'andamento del centro, già arrivato in utile nel secondo anno è indicato oltre le attese, è lo stesso bilancio a mettere in evidenza i potenziali problemi. Gli affitti dei negozi e delle attività garantiscono entrate per 27 milioni di euro (salgono a 35 con il riaddebito di parte dei costi dei servizi) e producono nel 2017 un utile di 1,6 milioni di euro, oltre le attese. Ma è lo stesso bilancio a chiarire che "rischi significativi di riduzione del valore del centro commerciale potrebbero verificarsi solo nel caso di una riduzione degli affitti incassati". Che non tutto sia "certo", anche in un business che dall'esterno pare l'Eldorado, è del resto desumibile dalla ga-

ranzie chieste dalle banche prima di erogare il prestito da 193 milioni per le realizzazioni della struttura: ipoteca sull'immobile, pegno sulle azioni della società, pegno sui conti correnti in cui confluiscono gli affitti (principale fonte d'entrata), garanzia ulteriore da parte della controllata Finiper. Vero è che i contratti di affitto esistenti sono in gran parte a canone fisso e pluriennali ma è chiaro che in prospettiva questo sarà certamente un tema di discussione e tutto dipenderà dall'impatto sui ricavi, dove le previsioni variano.

Per la ristorazione, ad esempio, l'impatto è massimo: non si mangia il sabato o il lunedì ciò che non si consuma domenica. «Sono qui da due mesi - spiega Angelo, barista 24enne - e devo dire che ho qualche timore, tagliare i posti di lavoro sarebbe una logica conseguenza». Stime analoghe vi sono per il negozio di vini poco distante, dove il responsabile del punto vendita ha pochi dubbi sull'impatto dell'eventuale stretta. «Qui siamo in 15 - spiega Alessandro - ma senza il lavoro domenicale vedo a rischio almeno tre posti di lavoro, è chiaro che si tratta di ricavi persi, difficilmente recuperabili in altri giorni». Il punto di vista in altri settori è invece più variegato. Se Simone (biciclette) vede rischi occupazionali («da cinque qui potremmo diventare quattro»), per Anna (borse) il problema non esiste: «E prima - sbotta - come facevamo? Vorrà dire che si andrà

più spesso a far la spesa il sabato».

Nelle stime di Iri-Infoscan la domenica comunque non è affatto un giorno marginale: posta a 100 la spesa settimanale, in quel giorno ipermercati e supermercati incassano l'11,4% del totale, generando flussi di visitatori importanti che di riflesso trainano il business anche delle altre strutture. Ma ridurre anche del 10% i ricavi - racconta il responsabile commerciale di una catena nazionale di abbigliamento - significa mandare all'aria il conto economico e anche i centri commerciali dovranno ridurre le richieste.

«Non so come andrà a finire - spiega il presidente del Consiglio nazionale dei centri commerciali Massimo Moretti - ma è certo che queste scelte legislative sposterebbero equilibri economici di grande importanza per tutti. E l'Italia, che prima su questo fronte aveva un punto di forza per gli investitori esteri, rischia ora di diventare meno appetibile. Pensi ad esempio a Westfield».

Se ad Arese i contratti sono fatti, non ancora completo è il business di Segrate, periferia est di Milano, dove la multinazionale sta avviando la costruzione del più grande centro com-

merciale d'Europa, un colosso da 185mila metri quadri, 300 negozi e 1,4 miliardi di investimenti. Le trattative per gli ingressi di piccole e grandi strutture sono ancora aperte ed è chiaro che la direzione legislativa dei prossimi mesi non sarà ininfluente sui prezzi: comprare uno spazio che deve rimanere chiuso almeno 40 giorni all'anno non può avere lo stesso valore di un'area funzionante sempre. «Ci siamo sentiti e l'intenzione è quella di andare anche lì. A quali condizioni - spiega sorridendo il gioielliere Angelo - si vedrà».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Spada di Damocle sugli affari degli outlet village

INVESTIMENTI

In Italia se ne contano 27
Entro il 2020 previste
altre tre aperture

Marika Gervasio

Ampliano, diversificano l'offerta e puntano sulla shopping experience per attirare sempre più clienti: i factory outlet village continuano a investire per la gioia di turisti stranieri, soprattutto russi e cinesi, ma anche degli italiani, che affollano queste cittadelle dell'Italian style soprattutto durante le vacanze o nei fine settimana. E proprio questi giorni, in cui si concentrano le vendite, potrebbero diventare a rischio per il business dei villaggi, con un'eventuale chiusura domenicale degli esercizi commerciali. Tuttavia sulla questione due tra le principali società del settore, McArthurGlen (presente in Italia con cinque centri) e Value Retail, che sta riposizionando i suoi outlet trasformandoli su villaggi del lusso, preferiscono non commentare, almeno per il momento.

Secondo l'Osservatorio Non Food di GS1 Italy, complessivamente alla fine del 2017 si contano in Italia 27 outlet con oltre 2.720 punti vendita e 263 attività tra servizio, ristoro e intrattenimento. Ed entro il 2020 sono previsti tre nuovi pro-

getti. Gli outlet sono distribuiti strategicamente sulle principali arterie che collegano le grandi città o nelle località turistiche - abbastanza uniformemente sul territorio, dal Piemonte alla Sicilia, passando per Liguria, Lombardia, Emilia Romagna, Lazio, Puglia, Campania, Toscana. Un esempio è il Designer Outlet di McArthurGlen a Serravalle, sulla Milano-Genova che, secondo l'Osservatorio, è il villaggio più grande con i suoi 51.500 metri quadrati e 224 negozi e che nel 2017 ha continuato a espandersi con cinque nuove aperture e nuovi servizi.

Un segmento dinamico, come dimostra il fatto che al fallimento di uno (il Soratte Outlet Shopping di 35mila mq) hanno corrisposto la prima fase di espansione dello Scalo Milano, passato dal 30mila a 35mila mq e l'apertura del DeltaPo Outlet Village di Occhiobello (17.745 mq). L'anno scorso è stato caratterizzato anche dall'aumento del numero di punti vendita all'interno degli outlet (+3,3%) con un'evoluzione dell'offerta che, all'abbigliamento, primo settore di vendita (62,8%) ha aggiunto calzature e accessori (14,7%), articoli per lo sport (7,6%), ma anche profumeria, tessile, casalinghi, gioielleria e ottica per migliorare la shopping experience del consumatore. Tra le iniziative dedicate all'intrattenimento dei clienti si possono ricordare quella di Città Sant'Angelo Village che ha aperto al suo interno un parco preistorico di

mille mq in cui vengono esposti dinosauri con la possibilità di interagire attraverso la realtà aumentata; Mondovicino Outlet Village ha fondato per i suoi 10 anni una Onlus coniugando attività di sostenibilità nei confronti degli animali con sconti e promozioni all'interno della struttura; Valdichiana Outlet Village ha valorizzato la sua struttura migliorando e potenziando Wi-Fi e aree verdi in seguito a una ristrutturazione interna ed esterna degli edifici. Ancora, Neinver, ha iniziato i lavori di rinnovo di Vicolungo The Style Outlets (centro di proprietà di Neptune, joint venture tra Neinver e Th Real Estate meta dello shopping di circa 4 milioni di visitatori all'anno) con un investimento da oltre 9 milioni di euro: iniziati ad agosto dovrebbero terminare per la primavera 2019. Obiettivo: fornire il miglior ambiente e i migliori servizi possibili a corredo di una eccellente offerta commerciale per assicurare una shopping experience unica ai propri visitatori, come spiegano dall'azienda.

E per il 2019-2020 arrivano tre nuovi progetti: l'inaugurazione di The Mall di Sanremo; la riapertura dell'ex Soratte Outlet Shopping rilevato dal gruppo Percassi che ha programmato una importante ristrutturazione; e il rilancio, con un cambio di gestione ai vertici, del DeltaPo Outlet Village di Occhiobello, puntando su brand di lusso.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

51

Miliardi di euro

I 1214 centri commerciali italiani, che sviluppano una superficie complessiva di 19,3 milioni di metri quadri, generano al proprio interno ricavi per 51 miliardi di euro

553mila

Numero di addetti

Il personale diretto, escludendo l'indotto, è pari a oltre mezzo milione di unità. Nelle stime del Consiglio nazionale dei centri commerciali, la stretta sulle aperture domenicale potrebbe provocare la perdita di 40mila addetti

11,4%

Quanto vale la domenica

Nelle stime della società di ricerche Iri-Infoscan, per ipermercati e supermercati le vendite domenicali valgono l'11,4% del totale settimanale

I NUMERI

27

Gli outlet village in Italia

In Italia gli outlet sono 27 con oltre 2.720 punti vendita e 263 attività tra servizio, ristoro e intrattenimento.

3

Nuove progetti entro il 2020

Prevista l'inaugurazione del The Mall di Sanremo, la riapertura dell'ex-Soratte Outlet e il rilancio del Delta Po di Occhiobello



Potesi stretta. Per i negozianti dei centri commerciali (nella foto quello di Arese) le chiusure domenicali porterebbero a un calo delle vendite tra il 10 e il 20 per cento

