

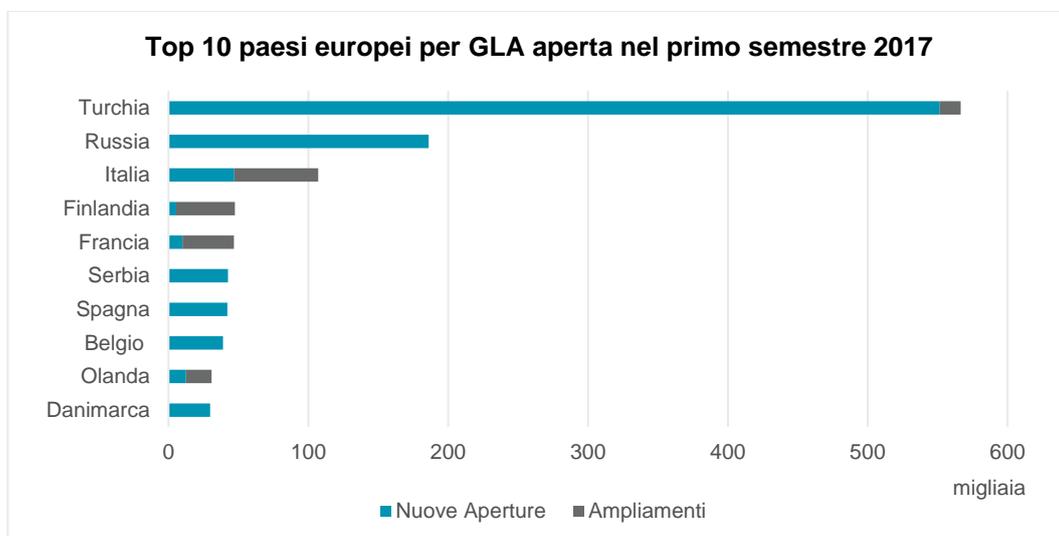
Lo sviluppo di nuovi centri commerciali in Europa rallenta, ma la pipeline si conferma solida

- La superficie totale in Europa è cresciuta fino a raggiungere 160,8 milioni di mq alla fine del primo semestre, trainata dai paesi dell'area centro-orientale (CEE)
- 34 nuovi centri e 21 ampliamenti, per una superficie totale di 1,2 milioni di mq, sono stati aperti nel primo semestre 2017. Circa metà della nuova superficie commerciale è in Turchia
- Il completamento di ulteriori 6,8 milioni di mq è previsto tra il secondo semestre 2017 e la fine del 2018

L'attività di sviluppo di nuovi centri commerciali in Europa ha fatto aumentare la superficie complessiva fino a raggiungere 160,8 milioni di mq, secondo quanto riportato nel report ["European Shopping Centres: The Development Story"](#) pubblicato da Cushman & Wakefield.

Nel primo semestre 2017, sono stati completati 825.000 mq nell'Europa Centro-Orientale (CEE), rispetto ai 344.000 mq ultimati nell'Europa Occidentale, che pure pesa per oltre due terzi (68%) della superficie complessiva di centri commerciali esistenti. In totale, sono stati inaugurati 34 nuovi centri (che rappresentano l'84% della superficie completata nel primo semestre), ai quali si aggiunge l'ampliamento di 21 strutture.

La Turchia è stata di gran lunga il mercato più attivo, con circa 566.000 mq che rappresentano il 48% della nuova superficie aperta, seguita dalla Russia con 186.000 mq. L'Italia si colloca in terza posizione con oltre 100.000 mq, che comprendono 47.000 mq del nuovo Adigeo, inaugurato da ECE a Verona nel mese di marzo, e 35.000 mq dell'ampliamento di Oriocenter da parte del Gruppo Percassi e Commerz Real AG nel mese di maggio.



La superficie completata nel primo semestre risulta in calo dell'11% rispetto allo stesso periodo del 2016: una diminuzione riconducibile all'aumento della competizione, così come al cambiamento dei comportamenti di acquisto e alla crescita dell'e-commerce. Entro la fine del 2018 si prevede il completamento di altri 6,8 milioni di mq, attualmente in costruzione.

Silvia Jodlowski, autrice della ricerca, spiega: "Con l'evoluzione del retail, anche i centri commerciali stanno attraversando una significativa fase di transizione. L'attenzione si è spostata sulla creazione di spazi che possano attrarre, ispirare e coinvolgere i consumatori, facendo leva sulla dimensione esperienziale impossibile da replicare on-line. Le proprietà rispondono ampliando e rinnovando i centri esistenti e diversificando il tenant mix in funzione delle esigenze del bacino di riferimento. Molte strutture propongono nuove soluzioni tecnologiche e servizi per favorire la socialità, mentre gli operatori continuano a sperimentare concept e format innovativi."

Justin Taylor, Head of Retail EMEA, aggiunge: "Westgate Oxford nel Regno Unito, il più grande progetto inaugurato quest'anno nell'Europa Occidentale, rappresenta un ottimo esempio della trasformazione in atto nel settore retail. Al posto di un centro degli anni '70, sono state inserite quattro aree distinte, ognuna disegnata da un architetto diverso, valorizzando in questo modo il patrimonio architettonico della città. Westgate Oxford ha portato ad Oxford alcuni tra i principali brand a livello globale. All'ultimo piano, una food-court con *'destination restaurant'* affacciati sulla città e affiancati da ampi spazi per gli eventi, completa l'offerta di food & beverage, oggi una componente irrinunciabile. Un caso analogo è rappresentato dal progetto The Lexicon Bracknell, l'altra principale apertura di quest'anno nel Regno Unito, che ha rivitalizzato il centro città diventando una destinazione *retail & leisure*".

Europa Occidentale

A metà anno, la superficie complessiva di centri commerciali nell'Europa Occidentale era pari a 109,1 milioni di mq. Nonostante una limitata attività nei principali tre mercati dell'Europa Occidentale – Regno Unito, Francia e Germania - lo sviluppo di nuovi progetti è stato vivace nel Sud Europa. L'Italia è stato il paese più dinamico, con oltre 100.000 mq di nuova superficie, che rappresentano più del 30% del totale inaugurato nell'Europa Occidentale nel primo semestre 2017.

Nei paesi del Nord Europa, pur a fronte di un'elevata densità di centri commerciali esistenti, lo sviluppo è sostenuto dalla forte crescita demografica nelle aree metropolitane e dall'andamento positivo dei consumi. Entro la fine del 2018 si attende il completamento di oltre 500.000 mq, attualmente in cantiere, il 40% dei quali si trova nelle città principali.

Europa Centrale e Orientale

Istanbul, che registra i più alti livelli di sviluppo a livello europeo, assorbe il 35% della nuova superficie completata in Turchia. Secondo le previsioni, l'attività resterà intensa nel Paese, nonostante un lieve ridimensionamento dell'occupazione.



La Russia ha la pipeline più elevata a livello europeo, con 1,7 milioni di mq – corrispondenti a un quarto della superficie totale – il cui completamento è previsto tra la seconda metà del 2017 e il 2018. Mosca rappresenta solo il 13% della pipeline russa, mentre l'attività di sviluppo si rafforza nelle aree più periferiche, come Vladivostok, Khabarovsk e Grozny.

La Polonia, che nella prima metà dell'anno ha visto una limitata attività di sviluppo, si prepara all'apertura di 600.000 mq di nuova superficie, di cui circa un terzo a Varsavia, dove costi di costruzione superiori alla media non hanno scoraggiato la realizzazione di nuovi progetti.

- FINE -

Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield è un leader a livello globale nei servizi immobiliari e assiste i propri clienti nel trasformare il modo in cui le persone lavorano, le loro modalità di acquisto e il loro stile di vita. I nostri 45.000 dipendenti in oltre 70 paesi forniscono consulenza agli investitori per ottimizzare il valore del loro portafoglio immobiliare, combinando la prospettiva globale e l'approfondita conoscenza dei mercati locali con una notevole piattaforma di servizi immobiliari. Cushman & Wakefield si posiziona tra le più grandi società di servizi per il settore degli immobili commerciali, con un fatturato di 6 miliardi di dollari nei principali servizi di agency leasing, asset services, capital markets, facilities services (C&W Services), global occupier services, investment & asset management (DTZ Investors), project & development services, tenant representation e valuations & advisory. Il 2017 ha segnato il centenario del brand Cushman & Wakefield. 100 anni in cui l'azienda ha continuato a tradurre in realtà le richieste dei propri clienti. La società è presente in Italia da oltre 25 anni, con uffici a Milano e Roma ed oltre 280 professionisti. Per ulteriori informazioni potete visitare www.cushwakecentennial.com, www.cushmanwakefield.com o seguire [@CushWake](https://twitter.com/CushWake) su Twitter.

Per ulteriori informazioni contattare:

Ufficio Stampa Cushman & Wakefield in Italia:

NIC – Nuove Idee di Comunicazione +39 02 3653 5859

Paola Nicolai +39 335 80 56962

paola.nicolai@nicpr.it