



I Viali : un projet de 42 000 m<sup>2</sup> signé Carrefour aux portes de Milan.

Désormais dans sa vingt-sixième année, le Mapic va de soi. Il reste un rendez-vous difficile à manquer autant qu'une porte essentielle d'entrée pour les enseignes sur le marché européen et qu'une vitrine majeure pour les programmes d'immobilier de commerce et les brookers de haut vol. Bienvenue sous ce porte-chance qui s'offre désormais des extensions internationales. Une à Shanghai, qui s'est tenue au début de l'été, l'autre à Milan, prévue les 24 et 25 mai prochain. Partout des opportunités de rencontres et des prises de contacts locales et mondiales. Quel agenda !

## SHANGHAI, CANNES, MILAN BIENVENUE AU MAPIC MONDE

N'allez pas imaginer que le Mapic Italie annoncé les 24 et 25 mai prochains à Milan est un Mapic bis (ter, si l'on compte l'édition de Shanghai). Nathalie Depetro, directrice du Mapic, et Sara Rozenfarb, directrice des nouveaux développements chez Reed Midem, le décrivent comme un «marché transactionnel sur l'immobilier commercial uniquement centré sur le marché italien, offrant des opportunités de développement aux enseignes». Le Salon est ouvert aux sociétés – enseignes et bailleurs – qui souhaitent se développer dans la Botte. La communauté italienne et notamment le Conseil national des centres commerciaux du pays soutiennent le projet puisqu'aucun Salon de ce type n'existait jusque-là. L'Italie, qui a la culture du commerce de proximité, montre aujourd'hui un retard magistral en termes d'équipe-

ment en centres commerciaux. C'est pourquoi on ressent une vraie appétence des enseignes et des acteurs de l'immobilier à redynamiser ce marché et lui apporter de la valeur ajoutée. La force des enseignes italiennes associée à celle d'un secteur immobilier aujourd'hui dynamique fait de l'Italie une destination attractive pour les enseignes nationales et internationales. Installé via Tortona à l'espace Super-Studio Piu, une ancienne usine située en plein centre-ville et dans un quartier plutôt fashion, le Salon est facilement accessible depuis la station de métro Porta Genova. Le salon accueillera une trentaine d'exposants sur 2 500 m<sup>2</sup> avec une salle de conférences de plain-pied. Les tarifs ? 180 € pour une enseigne jusqu'à deux mois avant le Salon, 490 pour les autres. Trois conférences seront données autour du marché italien (voir

### LES NOUVELLES COULEURS DE L'ITALIE

L'Italie parie sur les centres commerciaux : après des années difficiles, le secteur reprend des couleurs, avec 500 000 m<sup>2</sup> de commerce en projet et autant de prévus pour les deux prochaines années. Selon le Conseil national italien des centres commerciaux, la Botte compte actuellement 969 galeries marchandes, avec des ventes en hausse de 3 % entre mars et juin 2015. L'Italie compte 15,8 millions de mètres carrés, soit 261 m<sup>2</sup> pour 1 000 habitants. Le portefeuille a une concentration dans le Nord (538 sites). Les régions les plus fournies, explique Infocommercio, sont la Lombardie (235 centres) et l'Emilie-Romagne (134). En bas du classement, la petite Vallée d'Aoste (2) et la Basilicate (10). Les principaux chantiers sont ceux d'Arese Shopping Center du Groupe Brunelli-Finiper (92 000 m<sup>2</sup>), Brescia Roncadelle Shopping d'Ikea (88 000 m<sup>2</sup>), Maximo Shop&Fun de Rome (Parsitalia Real Estate, 60 000 m<sup>2</sup>), Vérone-Adige Shopping Center de l'Allemand Ece (42 000 m<sup>2</sup>) et, à égalité, avec 40 000 m<sup>2</sup> chacun, Grandapulia de Foggia (groupe Coop) et Scalo Milan Outlet Phase 1 de Promos. Le projet français phare (31 000 m<sup>2</sup>) est «I Viali» de Nichelino (Turin) de Carrefour Property et Carmila. Westfield Milan, 175 000 m<sup>2</sup>, suivra en 2017 : développé en collaboration avec le groupe Percassi, il abritera, entre autres, le premier Galeries Lafayette italien. Le standard moyen des centres commerciaux oscille entre 5 000 et 20 000 m<sup>2</sup> pour 70 % d'entre eux : un format réduit qui pourrait grossir prochainement à voir la surface des projets à venir. Les principaux groupes européens sont présents en Italie : Ece (3 centres dont un en construction à Vérone), Klépierre (9 centres), Carrefour (15 sites), Auchan (44 et 6 retail parks). Le grand absent ? Unibail ! Luca Salomone

encadré), de l'innovation et l'expérience client. A seulement 1 h 30 de Paris en avion, quelque 800 visiteurs, dont 20 % d'étrangers, sont attendus. On est loin des 8 400 participants à Cannes, mais on vous l'a dit : c'est une micro-niche. Pour l'instant.  
Agnès Galli

### LES DIX GRANDS PROJETS ITALIENS

Localisation	Nom	Surface
Arese (Milan)	Arese Shopping Centre	92 000 m <sup>2</sup>
Roncadelle (Brescia)	Roncadelle Shopping	88 000 m <sup>2</sup>
Rome	Maximo Shop&Fun	60 000 m <sup>2</sup>
Vérone	Verona Adige Shopping	42 000 m <sup>2</sup>
Locate Triulzi (Milan)	Scalo Milano (phase 1)	40 000 m <sup>2</sup>
Foggia	Grandapulia	40 000 m <sup>2</sup>
Nichelino (Turin)	I Viali	31 000 m <sup>2</sup>
Salerno	Le Cotoniere	28 500 m <sup>2</sup>
Turin	Mondojuve	27 000 m <sup>2</sup>
Grosseto	Néant	24 000 m <sup>2</sup>